



The Blue Power Arises

Basisprojekt 2. Semester

26/05/2021

Eva Nylander Thomsen (71236), Huemac Ricardo Martinez Vest (71082), Jakob Eilsø Toft Nielsen (71559), Bidia Ndiaye (71109), Nikolaj Lose (71704)

Vejleder: Bent Eisenreich

Gruppe 4- SAB-D-20

Antal anslag: 132.831

Abstract

Dette projekt vil undersøge, hvordan Facebook kan forstås som samfundsaktør i dag. Det gøres gennem samfundsvidenskabelige metoder og relevante teorier, der sammen med udvalgt empiri skal understøtte denne forståelse. Disse metoder består af en registrantanalyse og et casestudie, som gennem sine kvalitative egenskaber benyttes til at udarbejde en dybere forståelse af Facebook. Dertil bruges teorierne til at skabe en generel forståelse for den udarbejdede analyse, som understøttes af Flyvbjergs argumentation for generalisering af casestudie.

Det kan konkluderes, at Facebook kan defineres som værende en del af den globale infrastruktur som deres eget praksisregime med en magtrelation til næsten halvdelen af jordens befolkning. Dette udfordrer den parlamentariske magtrelation, som findes i vestlige demokratier. I konflikten mellem den australske regering og Facebook, kom Facebooks egentlige position i magtbalancen til udtryk, da de tvang regeringen til genforhandlinger med deres nedlukning af nyhedsmedierne på deres platform. Det kan således konkluderes, at forståelsen af Facebook som samfundsaktør kan bidrage til opfattelsen af Facebook i fremtidige konflikter.

Indholdsfortegnelse

Læsevejledning.....	1
Problemfelt	3
<i>Problemformulering:</i>	4
Arbejdsspørgsmål:.....	4
Begrebsafklaring:.....	5
Analysestrategi	6
Pentagonmodel	6
Metodiske valg	7
Teoretiske valg	8
Analytiske overvejelser	8
<i>Afgrænsning</i>	9
Metode	10
Litteratur- og informationssøgning til registrantanalyse og casestudie	10
Registrantanalyse	13
Casestudier	15
Teori.....	23
<i>Governmentality</i>	23
<i>Rum, sted, time-space compression & power geometry</i>	27
<i>Magt og rationalitet</i>	31
<i>Flyvbjergs teser magt og rationalitet</i>	33
Historiserende registrantanalyse af Facebook	35
Tema 1: Personificering.....	35
Sammenfatning	38
Tema 2: Maksimering af brug og Facebooks udvidelse	38
Sammenfatning	40
3. Tema: Facebook som virksomhed.....	40
Sammenfatning	43
Analyse	44
<i>Facebooks rumlige dimension</i>	44
<i>Den australske regerings rationale</i>	46
<i>Facebooks rationale</i>	50
<i>Definition af Facebook, som samfundsaktør</i>	57
Facebooks magtposition i verdenssamfundet	60
Konklusion	62
Litteraturliste	63

Læsevejledning

Følgende afsnit indeholder en oversigt over projektet og er en vejledning til læseren, for at kunne skabe overblik samt struktur. Projektet indeholder 8 kapitler, hvor der er tilhørende underkapitler.

Kapitel 1: Problemfelt

Problemfeltet skal give læseren et overblik over problemstillingen samt afspejle vores for forståelse af konflikten. Derudover vil vores analysestrategi blive forklaret. Denne indeholder præsentation af pentagonmodel, de metodiske, teoretiske, analytiske overvejelser samt en diskussion af projektets styrker og svagheder. Ydermere vil der være en begrebsafklaring og et afgrænsningsafsnit.

Kapitel 2: Metode

Metodeafsnittet vil belyse de metodiske valg og vores empiriindsamlingsstilgang og metodernes begrænsninger i dette projekt.

Kapitel 3: Teori

Teoriafsnittet vil præsentere og forklare de valgte teorier. Dette vil indebære Doreen Masseys begrebsramme omkring rum, sted, time-space compression, power geometry samt Bent Flyvbjergs forståelse af magt og rationalitet. Dertil vil Michell Foucaults og Mitchell Deans magt forståelse og governmentality-teori blive forklaret. Ydermere vil disse teoriers relevans for besvarelse af problemformuleringen blive belyst.

Kapitel 4: Analyse

Analyseafsnittet vil indbære en registrantanalyse, som vil blive brugt til at klargøre Facebooks udvikling samt koble denne udvikling sammen med Masseys begrebsramme. Efterfulgt af et casestudie omhandlende Australien og Facebooks konflikten med inddragelse af de valgte teorier.

Kapitel 5: Diskussion

I diskussionsafsnittet vil grundlaget for rationalerne hos Facebook og Australien blive diskuteret.

Der vil yderligere være en diskussion af, hvorvidt konflikten afspejler et demokratisk problem mellem Facebook og internationale institutioner samt nationalstater.

Kapitel 6: Konklusion

I konklusionsafsnittet vil der fremkomme en besvarelse af problemformuleringen.

Kapitel 7: Litteraturliste

Litteraturlisten vil vise et overblik over den anvendte litteratur i henhold til APA referencesystemet.

Problemfelt

I dag ses nye problemstillinger med techgiganter som Facebook, der dominerer den virtuelle verden. Dette har givet Facebook en magt til, gennem algoritmer og regulering, at kunne styre deres brugeres indhold. Facebook har dog også skabt et nyt digitalt rum, hvor sociale relationer, der ellers aldrig ville have fundet sted, blomstrer. Dette skyldes diverse funktioner såsom muligheden for oprettelse af "Grupper" samt personliggjorte "Feeds".

Facebook kan bruges hos den private som et medie til at ytre sig, skabe forbindelse med familie, venner og nye mennesker, man deler interesse med. Dog har Facebooks udvikling også ledt til nye problematikker. Et eksempel på Facebooks store indflydelse kom til syne ved det amerikanske valg i 2016, hvor Facebook spillede en markant rolle i Donald Trumps valgsejr (Bump, 2018).

Facebook som digitalt rum har ændret sig markant fra deres spæde start i 2004 til i dag. Nye funktioner bliver tilføjet jævnlige og bidrager til at maksimere vores tidsforbrug på mediet samt brugernes muligheder for at interagere og kommunikere med hinanden.

Facebooks måde at udøve sin magt er essentiel at undersøge for at kunne forstå deres ageren i konflikter med nationer. Magtrelationen mellem stat og virksomhed, samt måden hvorpå Facebook som rum kreerer denne magt, er et mindre belyst felt.

I Australien demonstrerede Facebook sin magt ved at udelukke alle nyheder, så hverken australske Facebook-brugere eller nyhedsmedier kunne søge eller udgive nyheder derigennem (Isaac og Cave, 2021). Denne direkte magtudøvelse konverterede uoverensstemmelsen til en åben konflikt. Australiens anskuelse af Facebook betød, at Facebook stoppede udbydelsen af sin service, og i deres videre forhandlinger ses samme mulighed for Facebook. Jakob Nielsen, chefredaktør for Altinget, kommenterede på forhandlingerne, hvor han perspektiverer til en situation han dækkede i Abu Dhabi. Den omhandler nogle demokratiforkæmpere, der stillede et krav til De forenede Arabiske Emirater, som gik ud på at de ønskede at betale skat i staten. Dette skyldes som han selv påpeger: *"Svaret giver sig selv: hvis borgerne er med til at betale gildet, kan de også kræve indflydelse på, hvordan de skal bruges."* (Nielsen, 2021).

Med denne udlægning bliver Australien og Facebook konflikten et demokratisk problem, da der er usikkerhed omkring, hvad Facebook ønsker for de penge. Kan det give Facebook mulighed for at styre pressen og sortere hvilke nyheder, der skal distribueres?

I den forbindelse mangler der en nuanceret opfattelse af Facebook og platformens muligheder. Det vil sige, at Facebook er vokset og blevet en anden type aktør, end hvordan den australske regering opfatter dem. Facebook har en stor magt, da de kan kontrollere deres brugeres eksponering af indhold og adfærd. Anskues Facebook udelukkende som en liberal virksomhed, sætter det spørgsmålstejn ved, om de skal reguleres og i så fald hvordan. Hvilket leder os frem til følgende problemformulering samt tilhørende arbejdsspørgsmål:

Problemformulering:

Hvordan kan Facebook som samfundsaktør forstås i dag?

Arbejdsspørgsmål:

1. Hvordan har Facebooks digitale rum ændret sig gennem tiden?
2. Hvordan kan de forskellige rationaler i konflikten mellem Australien og Facebook forstås?
3. Hvilken magtposition har Facebook i verdenssamfundet?

Begrebsafklaring:

Rationalitet i relation til magt bunder i, at magt kan definere, hvad der tæller som rationalitet, samt er rationalitet kontekstuel. Hvilket betyder, at fornuften bliver subjektiveret alt efter vedkommendes rationale (Flyvbjerg, 2001, s. 319 -320).

Rationalisering er en tolkning af rationaliteten i forhold til egen verdensopfattelse. Det er med andre ord en fordrejning af rationaliteten, der kan blive fremsat som fornuften eller sandheden. Rationalisering kan være meget troværdig, derfor er det typisk svært at skille rationalitet fra rationalisering. Dette leder tilbage til, at rationalitet defineres af magt og derfor bliver nogens rationalitet anset for rationalisering af andre (Flyvbjerg, 2001, s. 320-321).

Application programming interfaces (API) er software grænseflader, der gør det muligt for et stykke software at samvirke med andet software og gør at de kan kommunikere (Wikipedia, 2020). Det er disse API'er, der gør sociale netværker til sociale medieplatforme (Helmond, 2015, s. 5).

Interoperabilitet er et softwares evne til at kommunikere og udveksle data internt mellem forskellige platforminstanser og eksternt med konkurrerende. Funktionen er derfor det, som gør at Facebook appen kan kommunikere med andre apps såsom messenger og whatsapp (Nieborg og Helmond, 2019, s. 203).

Platformization (platformisering) tilbyder et sæt API'er, der giver adgang for andre parter til platformdata og funktioner til at kunne opbygge nye udvidelser såsom plug-ins og apps. Denne decentralisering giver den oprindelige udvikler, i dette tilfælde Facebook, mulighed for at eksterne websteder og udviklere kan indgå i et samarbejde og forbedre samt indsamle data. Der er altså både en platformekspansion og en decentraliseret dataindsamling. Platformiseringen bruges til at forklare, hvordan de sociale medieplatformes infrastrukturelle og økonomiske aspirationer hænger sammen (Nieborg og Helmond, 2019, s. 203).

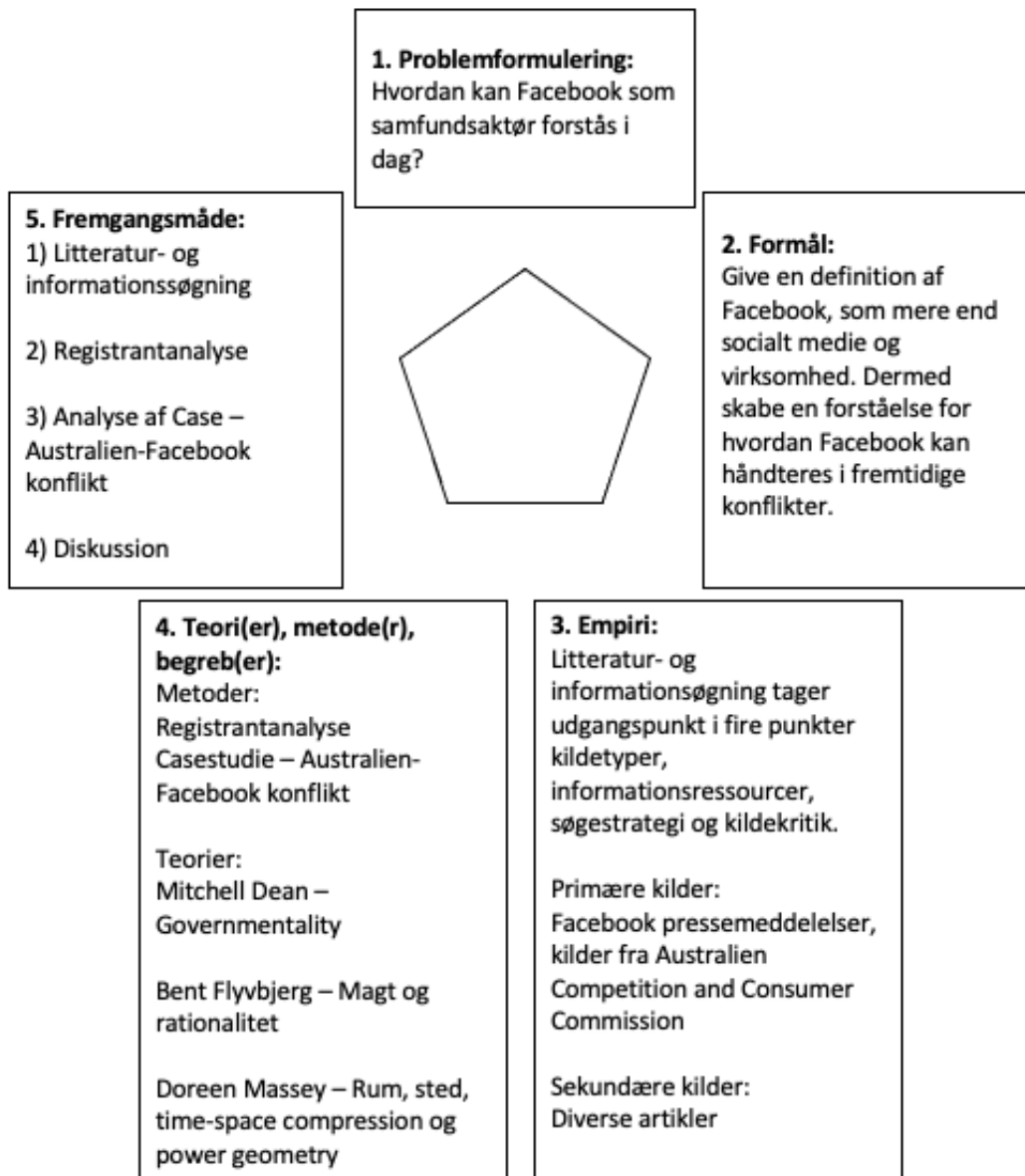
En **Bot** er et automatiseret computerprogram som udfører en bestemt opgave, og som ofte er programmeret til at efterligne menneskelige færdigheder.

Analysestrategi

I ovenstående afsnit er problemfelt, problemformulering og problemstillingen blevet belyst og introduceret. I det følgende afsnit vil vores analysestrategi blive forklaret, her vil vi beskrive udarbejdelsen af vores pentagonmodel og argumentere for den strategi vi har lagt.

Pentagonmodel

I udarbejdelsen af projektet har vi brugt pentagonmodellen som et arbejdsredskab til at skabe overblik over hvilke elementer, projektet skal indeholde. Det første punkt er problemformuleringen, som skal belyse problemstillingen i problemfeltet. Det andet punkt er formålet med projektet, der beskriver hvad projektet har til hensigt at give svar på. Det tredje punkt er empiri, hvor projektet tager sit udgangspunkt i primære og sekundære kilder. Kilderne er indsamlet gennem en udarbejdet litteratur- og informationssøgnings strategi. Det fjerde punkt er teorier og metoder. Projektet arbejder tværfagligt og indeholder, således teorier indenfor fagene politologi og planlægning, rum og ressourcer (PRR). Analysen er kernen i opgaven, hvor teorierne og metoderne kombineres. Det femte punkt er projektets fremgangsmåde, som beskriver den kronologiske tilgang i udformningen af projektet.



Metodiske valg

På baggrund af problemformuleringen og tilhørende arbejdsspørgsmål har vi valgt at arbejde med kvalitative metoder. Det tager form af henholdsvis en historiserende registrantanalyse af Facebooks udvikling og et ekstremt casestudie af konflikten mellem Australien og Facebook (Flyvbjerg, 2010, s. 474). Vi benytter registrantanalysen til at give en forståelse for Facebooks

digitale rum og danne et overblik over Facebooks udvikling. Registrantanalysen leder op til vores casestudie, som udfolder sig i en dokumentanalyse af udvalgte primære og sekundære kilder. De er fundet via en udarbejdet litteratursøgningsstrategi, som bliver uddybet under vores afsnit om litteratur- og informationssøgning til både casestudiet og registrantanalysen. Ud fra vores case ønsker at afdække de magtforhold, der gør sig gældende i australien-Facebook casen og tilmed ønsker at generalisere disse magtforhold, går vi kritisk teoretisk til værks. Opgavens genealogiske struktur samt teoretiske og metodiske valg underbygger tilmed valget af denne videnskabelige retning. Vores ontologiske grundlag bygger derfor på, at samfundsvidenskaberne kan sidestilles med andre genstandsfelter. De svar som vores samfundsvidenskabelige metoder og teorier giver på vores problemformulering, opfatter vi derfor som legitime. Dette udgør dermed vores epistemologiske grundlag for projektet.

Teoretiske valg

For at besvare ovenstående problemformulering og tilhørende arbejdsspørgsmål, har vi vurderet at en deduktiv tilgang, som belyser rationalet bag begge parter i konflikten, er relevant. En belysning af de indbyrdes magtrelationer vil også give en ekstra dimension til besvarelsen. Ydermere kan en nuanceret opfattelse af Facebooks platform i de muligheder, den skaber, også bidrage til besvarelsen. Disse aspekter menes at kunne blive belyst via Bent Flyvbjergs rationalitet- og magtteser, Michell Foucault og Mitchell Deans teori omkring magt og governmentality samt Doreen Masseys begrebsramme omkring rum, sted, time-space compression og power geometry, da udredning af hvordan Facebooks digitale rum har ændret sig gennem tiden vil bidrage til en mere nuanceret forståelse af Facebooks plads i nutidens verdenssamfund.

Analytiske overvejelser

Vi vil med udgangspunkt i casestudiet og registrantanalysen undersøge, hvorledes Facebooks udvikling og den australske regerings opfattelse af dem influerer konflikten. I denne forbindelse vil Masseys teori bidrage til en mere nuanceret forståelse af Facebook. Formålet med

anvendelsen af denne teori vil være at komme med et nyt aspekt til forståelsen af Facebooks sociale rum, funktion og værdi som aktør på samfundsplan. Dertil skal Flyvbjerg bruges til at undersøge den magt og det rationale, som Facebook og regeringen handler ud fra. Til sidst skal Facebook og regeringens magtforståelse undersøges ud fra Deans forståelse af Governmentality. Hensigten er at danne et nuanceret billede af konflikten mellem Facebook og Australien samt forståelsen af de forskellige aktører og deres magtforhold.

Afgrænsning

Pastoralmagt

Ved tilvalg af Massey, Dean, Foucault og Flyvbjergs teorier, har vi afgrænset os fra pastoralmagt begrebet. Dette skyldes hovedsageligt, at dynamikkerne går igen i Masseys teori om rum og power geometry. Masseys teori har dertil et rumlige aspekt, hvilket er særligt relevant for vores projekt. Hvis man dog ville udforske forholdet mellem brugernes og Facebooks magtrelation, ville pastoralmagt kunne belyse fænomenet yderligere og give en ny vinkel til projektet.

Fagkombination

Vi har valgt at inddrage politologi og PRR for besvarelsen af problemformuleringen. Denne kombination vil bidrage med en rumforståelse, samt en dybere forståelse af magt relationer og processer. Dette er relevant for forståelsen af konflikten mellem Facebook og Australien. Vi har med dette valg afgrænset os fra de økonomiske aspekter, hvilket kunne have givet et andet perspektiv på konflikten. Med økonomi inddraget, ville det økonomiske forhold mellem medier, Facebook og den australske regering kunne være blevet analyseret. Der ville i denne forbindelse kunne blive set på, hvordan magtbalancen var ud fra et økonomisk perspektiv. Ved inddragelse af økonomi, ville muligheden for andre metodiske valg også åbne sig, der kunne blive inddraget en kvantitativ analyse af Facebooks udvikling i forhold til deres økonomiske styrke.

Rationalitet

Vi har valgt at afgrænse os fra en dybere diskussion af rationalitetdefinitionen. Denne

afgrænsning skyldes, at det synes at være et projekt for sig selv. Ydermere finder vi de udvalgte aspekter relevante for problemformuleringen.

Metode

I ovenstående afsnit er projektets analysestrategi blevet beskrevet med overvejelser om teori-, metode- og fagvalg og dertil afgrænsning. I nedenstående afsnit vil den valgte metode videre blive uddybet og relateret til projektet.

Litteratur- og informationssøgning til registrantanalyse og casestudie

I projektet har vi udarbejdet en strategi for, hvordan problemstillingen kan besvares gennem relevant empiri fundet via litteratur- og informationssøgning. Søgningen tager udgangspunkt i fire punkter: Kildetyper, informationsressourcer, søgestrategi og kildekritik (Kristensen & Hussain, 2019, s. 70). De kildetyper, der søges efter i projektet, er hovedsageligt empiri til registrantanalysen og casestudiet. I registrantanalysen benyttes et antal kilder, der hver især skal bidrage til kortlægningen af Facebooks udvikling. Litteraturen, der søges efter, er forskningsartikler, mediekilder og webkilder. Derudover er det nødvendigt at afgrænse sig og vurdere hvilke kilder, der er de vigtigste, samt hvor langt det er nødvendigt at gå tilbage i tiden (Kropp, 2009, s. 182-183). I registrantanalysen har vi derfor udvalgt en række nedslagspunkter, der har været afgørende for Facebooks udvikling. Litteraturen, der søges efter, til casestudiet er mediekilder, webkilder og forvaltningskilder. Det er således en blanding af både primære og sekundære kilder, til begge metoder. Søgestrategien skal finde den relevante litteratur til besvarelsen af problemformuleringen, samt sikre kvaliteten af litteraturen. En af teknikkerne, som bruges i vores søgestrategi, er kædesøgning. Fordelen ved kædesøgning er, at der kan tages udgangspunkt i én eller et par relevante kilder, og derigennem kan der findes andre brugbare kilder. Ved brug af denne teknik skal vi gøre os bevidste om faren ved at fokusere på en enkelt side af problemstillingen (Kristensen & Hussain, 2019, 71). Det sidste punkt er kildekritik af søgeresultaterne, hvor der skal foretages en kvalitetsvurdering af kilderne. De vigtigste elementer i kildekritikken er at vurdere de enkelte dokumenters autenticitet,

troværdighed og repræsentativitet (Triantafillou, 2019, s. 150). Herunder er angivet en tabel over de søgninger og informationskilder, som har været relevante i litteratur- og informationssøgningen.

Registrantanalyse	Titel, forfatter og årstal	Materialetype	Database	Dato for fund
Tema 1	From Editors to Algorithms, Michael A. Devito, 2017	Tidsskriftartikel	IBSS	07/04/2021
Tema 1	Facebook users protest over news feed, Mercedes Bunz, 2009	Web-kilde	Google	07/04/2021
Tema 1	Facebook Acquires Start-Up FriendFeed, Jessica E. Vascellaro, 2009	Web-kilde	Google	08/04-2021
Tema 1	Tell Your Story with Timeline, Facebook, 2011	Web-kilde	Google	09/04-2021
Tema 1	Introducing Graph Search Beta, T. Stocky og L. Rasmussen, 2013	Web-kilde	Google	09/04-2021
Tema 2	Facebook buys WhatsApp for \$19 billion, Adrian Covert, 2014	Web-kilde	Google	12/04-2021
Tema 2	Facebook acquires Instagram for \$1 billion, Laurie Segall, 2012	Web-kilde	Google	12/04-2021
Tema 2	GT Explains: The Evolution of Facebook Messenger as a Platform, William Elcock, 2016	Web-kilde	Google	07/04-2021

Tema 3	A Simpler Way to Organize and Optimize Campaigns on Facebook, Facebook for Buisness, 2014	Web-kilde	Google	03/04-2021
Tema 3	How Facebook Ads Have Evolved [+What This Means for Marketers], Jay Fuchs, 2020	Web-kilde	Google	04/04-2021
Tema 3	Facebook's 'Like' Revolution, Jessica Dye, 2010	Tidsskriftartikel	IBSS	03/04-2021

Casestudie	Titel, forfatter og årstal	Materialetype	Database	Dato for fund
Regeringens rationale	Australian news media to negotiate payment with major digital platforms, ACCC, 2020	Web-kilde	Google	17/04/21
Regeringens rationale	News media bargaining code, ACCC, 2020	Web-kilde	Kædesøgning	17/04/21
Regeringens rationale	Draft news media bargaining code, ACCC, 2021	Web-kilde	Kædesøgning	17/04/21
Facebooks rationale	An Update About Changes to Facebook's Services in Australia, William Easton, 2020	Web-kilde	Kædesøgning	21/04/21
Facebooks rationale	Changes to Sharing and Viewing News on Facebook in Australia, William Easton, 2021	Web-kilde	Kædesøgning	21/04/21

Facebooks rationale	Our response to Australia's proposed news media laws, William Easton, 2021	Web-Kilde	Kædesøgning	21/04/21
----------------------------	--	-----------	-------------	----------

Registrantanalyse

I ovenstående afsnit blev der beskrevet hvordan de anvendte søgemetoder vil danne grundlag for empiriindsamlingen. Følgende afsnit vil indeholde de metodiske overvejelser om hvorledes den historiserende registrantanalyse vil kunne bruges til at kortlægge Facebooks udvikling. Derudover vil afsnittet indeholde overvejelser i forhold til udvælgelse af empiri og systematisk læsning.

Registrantanalyse som metode er inspireret af Pierre Bourdieus arbejdsmetode, den sociologiske feltanalyse, hvor der inkluderes et historisk aspekt til at forstå og forklare sociale fænomener. Han beskriver vigtigheden af det historiske aspekt således *"Enhver form for sociologi må nødvendigvis have et historisk forankringspunkt, ligesom al historie i sig selv rummer en sociologisk dimension."* (Bourdieu og Wacquant, 1996, s. 78). Registrantanalysens metode operationaliserer Bourdieus arbejdsmetode og giver et praktisk bud på hvordan man kan historisere sociale strukturer. De sociale fænomener historiseres via kilder, og således kan man foretage en analytisk rekonstruktion af sociale fænomener, hvorved man kan forstå og forklare, hvordan disse er opstået og har udviklet sig (Kropp, 2009, s. 173).

Registrantanalysen kan fungere både som en praktisk læsestrategi, der via registrering hjælper med at overskue store tekstmængder. Derudover er det et metodisk redskab til at følge små gradvise samt store udviklinger, der kendetegner ændringerne i et felt (Delica og Mathiesen, 2007, s. 188). Analysen indeholder en registrant, som er en samling referater af forskellige kilder. Læsningen af de udvalgte kilder foregår systematisk. Det systematiske foregår ved at bruge Bourdieus tankeredskeber til at tage udgangspunkt i de samme analytiske spørgsmål.

Disse analytiske spørgsmål skal belyse registrantens to sideordnede formål (Kropp, 2009, s. 173).

Det første formål er at fremanalysere forskellige positioner i kilderne. Registrantanalysen historiserer feltets nuværende organisering, og det bliver således muligt at undersøge de principper agenterne står for. På baggrund af det empiriske materiale i registranten kan man således konstruere de forskellige positioner, der strukturerer det rum, man studerer (Delica og Mathiesen, 2007, s. 189). Metoden kan derfor medvirke til, at man får indblik i nye måder at organisere, det man studerer.

Det andet formål er, at registranten skal konstruere en kronologi over de vigtigste begivenheder i forhold til det studerede felt. Fordelen ved dette er, at det er muligt at registrere små forandringer og analysere de hændelser og interesser, der startede bestemte historiske processer (Kropp, 2009, s. 181). Metoden kan derfor bruges til at kortlægge Facebooks historiske udvikling, da vi kan undersøge de processer samt beslutninger, der har været afgørende for udviklingen af platformen. Kendskabet til disse processer og beslutninger er væsentlige for forståelsen af, hvorfor og hvordan nutidige agenter forholder sig til bestemte problemstillinger.

Metodisk tilgang til registrantanalyse

Registrantanalysen tager udgangspunkt i en historisering af Facebooks udvikling. Inden udvælgelsen af dokumenter kræves en grundig research af Facebooks historie, således at der dannes et overblik over kronologien. Dette er nødvendigt, da der skal udvælges de væsentlige nedslagpunkter, der kan give et overblik over de afgørende forandringer, som karakteriserer udviklingen i Facebooks digitale rum. Der tages udgangspunkt i tre analytiske spørgsmål, det første spørgsmål er: *Hvem er aktørerne?* Dette spørgsmål skal belyse, hvilke aktører der til stede i struktureringen af det studerede felt (Delica og Mathiesen, 2007, s. 189). Det andet spørgsmål er: *Hvilken ændring er der sket?* Dette spørgsmål skal gøre os i stand til at registrere de forandringer og processer, der har kendetegnet feltets udvikling (Kropp, 2009, s. 181). Det tredje spørgsmål er: *Hvad er formålet?* Dette spørgsmål skal belyse de beslutninger og interesser, der har været afgørende for hvordan feltet har udviklet sig. Denne systematiske

læsning og registrering giver mulighed for et kendskab til feltets historiske aspekt, hvilket giver en større forståelse af, hvordan Facebook som samfundsaktør kan forstås i dag (Bourdieu og Wacquant, 1996, s. 78).

I arbejdet med registrantanalysen er det samtidig relevant at vi forholder os til metodens eventuelle svagheder. Disse kan ligge i dens afhængighed af skriftlige dokumenter, hvilket gør arbejdsmåden omfattende og tidskrævende, da samtlige dokumenter skal nærlæses og registreres. Metoden kan således siges at være mindre egnet til at belyse problemstillinger i et felt, hvor mængden af dokumenter er mangelfuld eller alle har udgangspunkt i samme diskurs (Kropp, 2009, s. 188-189). Derudover er det omfattende at skulle forholde sig til sin egen rolle i registreringen, da det er en del af arbejdsteknikken at praktisere Bourdieus ideal om sociologisk refleksivitet (Delica og Mathiesen, 2007, s. 197).

Casestudier

I ovenstående afsnit beskrev vi vores overvejelser omkring historiserende registrantanalyses muligheder, for at bidrage til belysning af Facebooks udvikling, samt vores systematiske empiriindsamling. I det kommende afsnit vil der forekomme en beskrivelse af casestudiets metodiske egenskaber, samt hvordan dette er passende for besvarelse af vores problemformulering.

I et casestudie undersøges konkrete enkelte tilfælde, for at opnå almen viden (Rendtorff, 2007, s.243). Denne metode kan bruges til at demonstrere teorier og omsætte viden til virkeligheden, gennem disse praktiske enkelte tilfælde (Rendtorff, 2007, s. 243). Det er typisk opbygget af et velargumenteret teori- og metodeafsnit efterfulgt af den bestemte case, der skal skildre emnet og problemstillingen (Rendtorff, 2007, s. 243). Et casestudie kan bestå af forskellige slags datakilder som dokumenter, interviews og observationer. Det er en fordel at bruge flere kilder i samspil med hinanden, dog vægter den hermeneutiske fremgangsmåde dokumenter højest (Rendtorff, 2007, s. 247).

Et casestudie kan ikke bestå uden en dokumentanalyse, men dokumentanalysen er ikke altid nok til at skabe en fyldestgørende analyse (Rendtorff, 2007, s. 248). Derfor bruges også en registrantanalyse til at give et historisk perspektiv af Facebooks udvikling og hjælpe til at danne et overblik samt give en forståelse af dem.

Gennem casestudiet går tankeevnen fra at være deduktiv og bestemmende med forudbestemte præmisser til at være abduktiv i forhold til resultater på baggrund af refleksioner af analysen i den bestemte case (Rendtorff, 2007, s. 248).

I dette projekt bruges casestudiet som forskningsmetodik, da vi gennem det vil forsøge at give en ny indsigt til det empiriske felt, vi undersøger (Rendtorff, 2007, s. 245).

I dette projekt er formålet at finde en forklaring på aktørernes handlinger i den udvalgte case. Derfor er dette casestudie teoriorienteret, da vi gennem den udvalgte teori vil kategorisere de handlinger, som aktørerne har gjort sig med henblik på at definere, hvor der opstod en konflikt.

Årsag, effekt og mekanisme

Der er forskellige udgangspunkter i udvælgelsen af cases, hvilket bliver afgjort i forhold til hvilke aspekter af fænomenet, der ønskes belyst. Dette kan komme til udtryk alt efter, om man ønsker at forklare årsager, effekter eller mekanismer (Jensen og Kvist, 51-52).

I forbindelse med årsager vil der blive undersøgt hvilke begrundelser, der er for forskellige effekter. Det er den omvendte proces, hvis man vil undersøge effekter, der vil blive set på hvilke effekter, der har hvilke årsager. Med mekanismer bliver casen valgt ud fra, om den indeholder årsager og effekter. Der bliver på den baggrund forsøgt at finde kausale forhold mellem disse (Jensen og Kvist, 51-52). I dette projekt er casen blevet valgt på baggrund af, at der synes at være nogle årsager og effekter, som er essentielle at belyse for at kunne besvare problemformuleringen. Dette kan ses i den australske regerings håndtering af Facebook og den opfattelse der ligger til grund for denne håndtering. Der vil belyses, hvorledes forskellige elementer af Facebooks platform og nyhedsmediernes ageren giver anledning til konflikten. I dette projekt er formålet at finde en forklaring på aktørernes handlinger i den udvalgte case. Derfor er dette casestudie teoriorienteret, da vi gennem den udvalgte teori vil kategorisere de handlinger, aktørerne har gjort sig, med henblik på at definere, hvor der opstod en konflikt.

I udvælgelsen af kilder for dette projekt, har dokumenter en stor rolle. Gennem en dybdegående litteratursøgning, har vi kunne selektere de relevante dokumenter. Det kan være svært at sætte sine begrænsninger i udvælgelsen af kilder, som gør det vanskeligt at bevare overblik over empiriindsamling, men for at imødekomme dette problem har vi sammenfattet den ovenstående tabel (Thualagant, 2019, s. 348).

Australien-Facebook casen

I ovenstående afsnit blev casestudiets metodiske egenskaber beskrevet og koblet til vores problemformulerings besvarelse. Følgende afsnit vil bestå af en udlægning af Australien-Facebook casen. Gennem denne redegørelse illustreres det hvordan konflikten opstod, og hvordan de forskellige parter har handlet i forhold til hinanden. Gennem denne case undersøges de forskellige parters forståelse af konflikten og deres formål med henblik på at forstå dennes kerne.

Konfliktens opståen

Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) er en myndighed, hvis hovedmål er at promovere konkurrence og fairtrade, som er til gavn for forbruger, virksomhed og samfund. De fik til opgave fra den australske regering at udarbejde en ny medielov. Denne havde til formål at imødegå problematikker omkring uligevægt i forhandlingsstyrke mellem techgiganter og nyhedsmedier. Formand for ACCC, Rod Sims, udtaler at:

" We wanted a model that would address this bargaining power imbalance and result in fair payment for content, which avoided unproductive and drawn-out negotiations, and wouldn't reduce the availability of Australian news on Google and Facebook." (ACCC, 2020b).

Ifølge William Easton, Managing director and Vice president Facebook Australia & New Zealand, valgte Facebook tilbage i februar at lukke ned for deres nyhedshistorier i Australien, som et modsvar på denne medielov fra den australske regering (Easton, 2020). Set fra Facebooks perspektiv, misforstår loven dynamikken på internettet og vil ikke være til gavn for nyhedsmedierne, som regeringen gennem denne lov prøver at beskytte (Easton, 2020). Facebook understreger at et centralt element der ikke tages hensyn til af den australske

regering, er forholdet mellem nyhedsmedier og de sociale medier, som hjælper hinanden (Easton, 2020).

Den australske regering ser en ubalance mellem nyhedsmedierne og Facebook magt og muligheder, som er til fordel for Facebook. Dette betyder, at nyhedsmedierne accepterer mindre lukrative vilkår for inddragelsen af deres indhold på Facebooks platform (ACCC, 2020c). Den australske regering mener, at det er nødvendigt at adressere den ulige magtbalance for at kunne have et velfungerende demokrati (ACCC, 2020a).

Hvori ligger misforståelsen?

Den australske regering forsøger gennem den nye medielov at støtte nyhedsmedierne, der hovedsageligt producerer public service online. Dette er nyheder og journalistik, som er relevant for den australske offentlige debat, for eksempel emner som politik og kriminalitet (House of Representatives, 2021, s. 14).

I lovforslaget beskrives disse techgiganter og herunder Facebook som "designated digital platform service" (The Parliament of the Commonwealth of Australia, 2021, s. 16). Facebook forstås som en virksomhed, og med lovforslaget er hensigten at skabe et fair rum for techgiganterne og nyhedsmedierne (ACCC, 2020a).

Facebook udtrykker, at de deler den australske regerings mål om at støtte de nyhedsmedier, der kæmper og har været i dialog med ACCC i håbet om at finde en fælles løsning på disse problemer (Easton, 2020). Facebook ser ikke dem selv som roden til problemerne, men derimod en del af løsningen (Easton, 2020).

Facebook er tydeligt klar over deres magt i det australske samfund, da de lukkede de australske nyhedsmedier samt myndigheder ned op til et Covid-19 pressemøde fra den australske regering, som mange australiere ellers ville have set på Facebook (Prakash, 2021).

Facebook forstår ikke bare sig selv som en designated digital platform service, men som en værdifuld medspiller, når det kommer til at katalysere nyhedsmediernes økonomiske udvikling (Easton, 2020).

Easton skriver således: "The ACCC presumes that Facebook benefits most in its relationship with publishers, when in fact the reverse is true" (Easton, 2020). Easton udtrykker, at Facebook er

blevet misforstået som virksomhed og ikke anerkendes for det, de tilbyder australske nyhedsmedier. Facebook mener, at loven er unfair for dem, da den ville kræve, at de skal betale for nyhedsindhold, som andre virksomheder selv udgiver og deler på deres platform. Derudover gøres dette til en pris, som ikke imødekommer den økonomiske værdi Facebook bidrager til nyhedsmedierne (Easton, 2020).

Facebook påpeger vigtigheden af nyhedsinformationer i et samfund og et demokrati. Derfor tilbyder de gratis værktøjer til at hjælpe medierne med at nå deres publikum i højere grad end de før kunne (Easton, 2020).

Parternes formål

ACCC og den australske regering forsøger gennem den nye medielov at støtte de nyhedsmedier, der hovedsageligt producerer public service online. Den australske regering har vurderet at techgiganternes virksomhedsstrategi er en trussel for disse nyhedsmedier. For Facebook betyder denne lov, at de ville skulle betale for indhold, de ikke har kontrol over. Derudover mister de muligheden for at kunne bevare deres annonceaftaler (Easton, 2021a). Facebook påpeger, at de bidrager til omsætningen hos nyhedsmedierne gennem den digitale trafik, de genererer. Dette fører brugeren mod nyhedsmediernes hjemmeside, hvorfra de kan sælge annoncer og indsamle nye abonnenter (Nielsen, 2021).

Argumentet fra politikere og mediechefer er, at Facebook har dannet monopol på distributionen af nyheder og derfor bør dele det økonomiske overskud, de genererer (Nielsen, 2021).

I kølvandet af konflikten er der kommet et bud på en løsning. Denne løsning foreslår, at Facebook har to måneder til at forhandle individuelle aftaler med nyhedsmedierne. Hvis ikke de når til enighed, vil den førnævnte medielov træde i kraft. Facebook kan derimod vælge ikke at indgå aftaler med mediehusene og dermed undgå loven (Ramsbæk, 2021).

Det er vigtigt at have det demokratiske dilemma in mente i debatten om Facebooks ansvar over for public service-medierne. Det opstår, når private aftaler indgås mellem Facebook og nyhedsmedierne. Hænder det at Facebook skal betale staten, vil deres profit være væsentligt mindre, hvilket resulterer i en svækkelse af Facebooks magtposition (Nielsen, 2021). Hvis de

derimod vælger at lave individuelle aftaler med nyhedsmedierne, vil den kapital, de bidrager med, have stor nok betydning til at give Facebook en større magt. De har dermed mulighed for at kontrollere hvilke nyheder, der skal udgives (Nielsen, 2021).

Forbehold for casestudie som metode

I ovenstående afsnit blev Facebook og Australien casen præsenteret med de forskellige forståelser og mulige barrierer, der kan besværliggøre løsningen på konflikten. I det kommende afsnit vil vi belyse de begrænsninger, der er ved casestudiet, og hvordan vi har valgt at imødekomme disse.

Casestudiet kritiseres ofte for at være kontekstbestemt og derfor ikke grundlag for generalisering. Dertil kritiseres casestudiet for ikke at være en valid forskningsmetode, da det ikke lever op til de eksperimentelle krav, der stilles inde for naturvidenskaben (Rendtorff, 2007, s. 249).

I dette projekt bruges der kun én case, hvilket giver mulighed for i højere og mere tilfredsstillende grad at kunne øge detaljegraden. Dette giver mulighed for at kunne generalisere og udlede indenfor feltet, vi har afgrænset os til. Hertil bruges Flyvbjerg til at understøtte argumenter for generalisering og validitet, hvilket uddybes i næste afsnit.

Disse argumenter er relevante pointer, men gør sig ikke gældende i dette projekt. Vores formål er at opnå ny viden indenfor feltet, vi undersøger, og ikke hele det empiriske felt.

I dette casestudie vil vi tilegne os viden omkring casen og aktørernes handlinger. Fokusset i projektet er ikke i at skildre konflikten på en bestemt måde, men tvært imod så objektivt som muligt. I analysen vil vi undersøge hvilke handlinger, der førte til konflikten, så dette kan undgås i fremtiden. I registrantanalysen og i casestudiet vil de relevante aktørers perspektiv blive inddraget, med hensigten på at danne en dybere forståelse og dermed give et bedre svar (Rendtorff, 2007, s. 249-251).

Bent Flyvbjerg om casestudie

I ovenstående afsnit beskrev vi de begrænsninger, der er ved casestudiet. I følgende afsnit vil vi argumentere for, at casestudier med enkelte cases kan bruges til at generalisere. Dette vil vi gøre med udgangspunkt i Bent Flyvbjergs artikel "Fem misforståelser om casestudiet" fra 2010.

Flyvbjerg fremlægger fem misforståelser omkring casestudiet, som han modargumenter i sin artikel, de fem misforståelser (Flyvbjerg, 2010, s. 463) lyder således:

1. Teoretisk viden er mere værdifuld end praktisk viden
2. Man kan ikke generalisere ud fra enkelttilfælde, og derfor kan enkeltstående casestudier ikke bidrage til videnskabelig udvikling
3. Casestudiet egner sig bedst til udvikling af hypoteser, mens andre metoder er mere velegnede til tese-test og teoridannelse
4. Casestudiet har tendens til verifikation
5. Det er ofte vanskeligt at sammenfatte konkrete casestudier

Der har været et gængs ønske indenfor samfundsvidenskaben at opnå viden, der ikke er kontekstafhængigt, hvilket gør det muligt at forudsige på baggrund af den frembragte viden. Dette har vist sig at være sværere end først antaget. Der kan stilles spørgsmålstejn ved, om dette mål overhovedet er rammende for samfundsvidenskaben. Studier over den menneskelige læring viser, at mennesket opnår ekspertviden på et givent område, når mennesket har en indgående viden på området i den passende kontekstuelle sammenhæng. Dette er den samme vidensfrembringelse, som casestudiet arbejder med (Flyvbjerg, 2010, s. 466). Det er altafgørende for den menneskelige læring at have en forståelse for enkelttilfælde, da det giver mulighed for individet at bevæge sig fra begynderstadiet op imod ekspertstadiet. Der kan opnås et mere nuanceret billede af virkeligheden gennem casestudier, da mennesket ikke kun agerer ud fra regelrette systemer, men derimod også ud fra egne erfaring og oplevelser. Det er samtidigt også væsentligt for den, som ønsker at frembringe ny viden at opnå egne erfaringer indenfor et bestemt felt og derigennem udvikle sin forskning. Da en udelukkende

kontekstafhængig viden ikke alene kan bidrage til en udbygning af forskerens eller den studerendes læringsproces hen imod et ekspertniveau (Flyvbjerg, 2010, s. 467).

En strategisk udvælgelse af casen går i led med generaliseringen, da der kan vælges en ekstrem case, som illustrerer en udgave af fænomenet i en voldsom grad. Der kan også foretages et andet valg i forhold til strategisk udvælgelse. Dette kan tage form af en kritisk case, der trækker på en falsifikationstilgang til udvælgelsen, hvilket betyder, at hvis det ikke er tilfældet i denne case, gælder det ikke i andre eller i hvert fald meget få (Flyvbjerg, 2010, s. 474).

Vi vil tage udgangspunkt i Australien Facebook konflikt. Dette vil vi gøre med henblik på at bruge denne konflikt som ekstrem case. Den ville kunne bruges til at belyse hvorvidt opfattelsen af Facebook fra politisk hold stemmer overens med Facebooks samfundsmæssige rolle. Der vil blive lavet en skildring af et udvalg af Facebooks funktioner og deres betydning. Ydermere vil vi undersøge hvilken samfundsmæssig betydning Facebook har for nyhedsformidling og oplysning.

Denne overvejelse har i nogen grad grobund i Wittgensteins fremstilling af casestudiets mulige rolle i læringen om filosofi:

"Når jeg skal lære dig filosofi, er jeg som en rejsefører, der viser, hvordan du finder vej i London. Jeg er nødt til at tage dig med gennem byen fra nord til syd, fra øst til vest [...]. Til sidst vil du kende London; du vil kunne finde vej som en indfødt londoner. Naturligvis vil den gode rejsefører oftere føre dig gennem de mere betydningsfulde gader end gennem sidegaderne; en dårlig rejsefører vil gøre det modsatte. Når det gælder filosofi, er jeg en temmelig dårlig rejsefører."
(Flyvbjerg, 2010, s. 484)

Dette bør forstås således, at vi vil finde de sidegader, som er en del af andre ture igennem feltet. Derigennem vil en mulig generalisering også kunne finde sted, da der forventes at være nogle kontekstuelle fællestræk mellem Facebooks konflikter i andre stater. På den baggrund kan Facebooks rolle og form blive uddybet, samt tilføjet nuancer til den eksisterende opfattelse.

En vidensfrembringelse, der forsøger at opnå en kontekstafhængig viden, kan indenfor samfundsvidenskaben ikke stå alene og kan nok slet ikke frembringes. Den første misforståelse påpeger, at kontekstafhængig viden og forudsigende teorier er mere værdifulde end

kontekstafhængig viden. Derfor modargumenteres dette indenfor samfundsvidenskaben, da der ikke eksisterer sådanne teorier og viden i studiet om mennesker og samfund. Det kan derfor siges, at kontekstbunden viden er mere værdifuld end et endeløst forsøg på at jage sin egen skygge (Flyvbjerg, 2010, s. 468).

Enkelte cases kan bruges til at generalisere i hermeneutiske problematikker, da det kan belyse aktørens forståelse og dermed vedkommendes motiv for sin handling. Dette kan være hensigtsmæssigt og værdifuldt, men ikke den eneste måde at generalisere på. Der kan også bruges en kritisk case, hvor der bliver foretaget en vurdering af mest hensigtsmæssige yderpoler til den pågældende problemstilling. Ud fra den kritiske case vil det kunne udledes, at hvis teorien eller tesen holder i dette tilfælde, må den også holde i spændet mellem polerne (Flyvbjerg, 2010, s. 469-470).

Teori

I ovenstående afsnit argumenterede vi for, at casestudiet kan bruges til generalisere trods få cases. I følgende afsnit vil baggrunden for governmentality-teoriens samt -analysens dannelse, udvikling og pointer blive forklaret.

Governmentality

Governmentality-teorien blev udviklet af idehistorikeren Michell Foucault i slut 70'erne og dækker i oprindelig forstand over en måde, hvorpå magtens karakter kan kortlægges i det moderne samfund. Foucault beskriver governmentality således: *“the ensemble formed by institutions, procedures, analyses and reflections, calculations, and tactics that allow the exercise of this very specific, albeit very complex, power that has the population as its target, political economy as its major form of knowledge, and apparatuses of security as its essential technical instrument”* (Foucault, 1977-78 s. 108-109).

Foucaults beskrivelse af Governmentality-begrebet skal forstås i forlængelse af hans forståelse af magt (Villadsen i Dean, s. 11). Foucaults magtforståelse gør op med den gængse centrering af magten. Foucault beskriver sin magtforståelse: *“Magten udgår ikke fra et center; magt udøves i decentraliserede relationer; magt er produktiv snarere end repressiv, magt udøves på frie individer med henblik på at forme eller ”sikre” deres handlingsudfoldelse; og ikke mindst, sandhedsproduktionen og magtudøvelse er gensidigt betingede”* (Foucault i Dean, s. 11).

Foucaults magtforståelse er væsentligt mere kompleks end tidligere anerkendte magtforståelser. Komplexiteten findes blandt andet i denne 'gensidighed', som Foucault pointerer. Med gensidighed skal her forstås, at der i disse decentraliserede magtrelationer både findes et ønske om at styre, men også et ønske om at blive styret. Magten skal konstant legitimeres af alle parter i relationen og distancerer sig markant fra forhenværende magtforståelser, som findes i blandt andet Machiavellis "Fyrsten" fra 1532. (Foucault, 1977-78 s.90). Hvor magtens legitimitet er forbundet til sig selv, og ikke behøves legitimation fra dem som magten udøves imod. Magthaverens vigtigste formål er, ifølge Machiavelli, at vedligeholde sin magtposition (Foucault, 1977-78 s. 90). Foucaults magtforståelse gør op med den gængse opfattelse af, at magt er noget, som man kan erhverve, besidde og miste, til at magt er allestedsnærværende (Villadsen, 2013 s. 342). Netop denne magtopfattelse er de sidste 4 årtier vundet frem i den samfundsvidenskabelige forskningsverden. Magtopfattelsen bruges, typisk, som værktøj til at analysere, vestlige, liberale demokratier og deres interne magtrelationer såsom de institutionelle, erhvervsmæssige og statslige (Villadsen, 2013 s. 342). De vestlige demokratiers generelle ønske er, at magten udspiller sig som et "strategisk spil mellem frie aktører" frem for klassiske dominans-relationer, som man kender fra blandt andet Machiavelli

og Dahl. Magtrelationerne i det moderne samfund skal, ifølge Foucault, forstås som værende mere implicitte end eksplicitte samt ses som et værktøj til at 'guide' frem for at straffe (Villadsen, 2013 s. 341).

Foucaults Governmentality skal ses som et forsøg på at teoretisere og konkretisere ovenstående magtforståelse. Governmentality knytter sig især til den moderne vestlige verden, hvor forebyggelse og styring af diverse aktører er at foretrække frem for afstraffelse og negativ kontrol, som ellers førhen har været normen (Villadsen, 2013, s. 341). Governmentality udfoldet i praksis indbefatter et forsøg på at indlejre en bestemt viden, overbevisning eller tro gennem brugen af blandet andet procedurer, teknikker og udregninger. Målet er i sidste ende at opnå en form for "selvstyring" hos de styrede, hvor man med magt forsøger at dirigere individer og befolkningsgrupper i en bestemt retning, som aktøren der udfører styringen, finder favorable (Dean, 2008, s. 43). Styringen skaber en ny selvbevidsthed hos det styrede individ, der bliver bevidst om sin egen adfærd og sætter spørgsmålstejn herved. Foucault udvider styringsbegrebet fra blot at dække over styringen imellem relationer, abstrakte såvel som konkrete, til også at omfatte styringen af os selv. Derudover bliver magtrelationen legitimeret, da de styrede både bevidst som ubevidst gerne vil styres. Den styrede bliver dermed til den styrende, eller som Foucault kalder det: "the conduct of conduct" (Dean 2008 s. 46). Selvstyring kan forekomme hos individer, men også i form af andre aktører såsom virksomheder. Denne fremkomst af selvstyring samt den iboende legitimering af magtudøveren er, ifølge Foucault, uadskillelige og danner fundamentet for hans opfattelse af Governmentality.

Den australske sociolog Mitchell Dean har igennem de sidste 30 år videreført Foucault og anses for at være en af Foucaults moderne arvtagere. Dean har særligt fokuseret på Foucaults begreb governmentality. Dean lægger fokus på de styringsregimer og -praksisser, som opstår mellem den styrende og den styrede, samt hvorledes disse kan analyseres. Deans videretolkning gør Foucaults tanker håndgribelige. Dette skal forstås således, at Dean opstiller nogle værktøjer, som gør det muligt at foretage en governmentality-analyse på egen empiri (Dean, 2008, s. 85).

Et af de værktøjer som Dean fremhæver til at udføre en governmentality-analyse er *genealogi* (Dean, 2008, s. 17). Som led i en governmentality-analyse skal begrebet genealogi forstås som et forsøg på at historisere det styringsregime eller den styringspraksis, man vil analysere (Dean, 2008, s. 17). Man foretager en kortlægning af de helt konkrete dannelser af diverse elementer indenfor regimet eller praksissen. Formålet med at foretage denne historisering, forklarer Dean således: *"Ved at vise, hvordan vores selvfølgegjorte vidensformer og institutioner er stykket sammen af teknologier, diskursive kategorier og særlige styringsregimer, kan analysen fremvise et praksisregimes kontingente, ikke-nødvendige karakter"* (Dean, 2008, s. 17). Ved at kortlægge opkomsten af de pågældende regimer eller praksisser, får man mulighed for at problematisere disse. Denne proces vil i sidste ende munde ud i en mere nuanceret forståelse af regimerne og praksisserne, og vil i nogle tilfælde også give anledning til en revurdering og eller nytænkning af disses struktur (Dean, 2008, s. 87).

Et andet og væsentligt værktøj Dean fremhæver er 'praksisregime-analysen'. Dette værktøj er inspireret af Foucaults tilgang til analysering af viden og magt. I praksisregime-analysen lægges især vægt på en skematisk tilgang, da dette gør det muligt at konkretisere ellers abstrakte rum, procedurer og teknikker. Dean fremfører tilmed 4 dimensioner, som han mener, at alle praksisregimeanalyser bør indeholde (Dean, 2008, s.16).

De fire dimensioner er:

1. Hvilke former for iagttagelse, eller måder at se på, er der på spil?
2. Hvilke begreber og procedure for skabelse af sande udsagn er på spil?
3. Hvilke måder kan der interveneres og styres på, dvs. gennem hvilke mekanismer og teknologier?
4. Hvilke former for subjektivitet søges etableret?

Af disse fire punkter fremhæver Dean selv punkt 1 og 3, da besvarelse af disse giver en indgang til at se og fremhæve et praksisregimes redskaber og rum, som gør det muligt for regimet at udøve sin magt (Dean, 2008 s. 16).

Governmentality-analysen giver os, qua den genealogiske behandlingsmåde samt skematiske tilgang til analysen, et godt udgangspunkt som teoriramme til vores analyse af Facebook som samfundsaktør. Gennem en historiserende registrantanalyse samt et case-studie vil vi kunne

påpege fremkomsten af bestemte styringsegenskaber indenfor Facebook. Disse spiller en rolle i forståelsen af Facebook i dag samt har betydning for deres magt inden- såvel som udenfor deres selvskabte rum.

Rum, sted, time-space compression & power geometry

I ovenstående afsnit blev Foucault og Deans magtforståelse beskrevet, samt baggrunden for governmentality-teoriens og -analysens dannelse og udvikling. I det kommende afsnit vil Doreen Maseys teori omkring rum, sted og time-space compression blive beskrevet. I forbindelse med dette vil power geometry blive forklaret som en konsekvens af time-space compression samt en begrundelse for inddragelse af teorien.

Rum og sted

Massey nytænker begreberne rum og sted i kapitlet "A Global Sense of Place" i bogen "Space, place and gender" (Massey, 1994, s. 146-156), hvor hun plæderer for, at rum og sted ikke er geografisk fastgjorte eller uforanderlige fænomener. De formes ikke kun igennem den historiske dimension, men tilegner sig sin specificitet gennem en vedvarende produktion og reproduktion af sociale processer. Disse tager form af sociale konstellationer, relationer og interaktioner på både lokalt og globalt niveau (Massey, 1994, s. 146-156). Derfor kan man sige, at rum og sted er resultatet og produktet af de sociale interaktioner og oplevelser, som individer har med hinanden. På den anden side er disse rum og steder omvendt også med til at skabe de sociale konstellationer. Massey mener, at rum skal forstås som dimensionen af samtidighed og mangfoldighed. Grundet de forskellige tidszoner kommer rum derfor til at være et udtryk for mangfoldigheden i vores eksistens. Disse rum er ikke kategoriseret på samme måde i forhold til eksempelvis udvikling (Social Science Bites, 2013).

Time-space compression i den globaliserede verden

I takt med globaliseringen opstod begrebet time-space compression, som en måde at forstå det postmoderne på. Begrebet tager udgangspunkt i Karl Marx teori om "the annihilation of space by time" (Karl Marx i Massey 1994, s. 146), men er formuleret og defineret af David Harvey i hans bog "The condition of postmodernity" (1989). Time-space compression er et udtryk for, hvordan verden er blevet mindre som led i globaliseringen. Fænomenet er et resultat af den teknologiske udvikling, hvor bevægelse og kommunikation på tværs af rum er muliggjort og dermed har accelereret samt skrumpet verdenen. Eksempelvis er det blevet lettere at opnå og vedligeholde sociale netværk på tværs af landegrænser ved hjælp af transportmidler, men også gennem sociale medier såsom Facebook. Time-space compression optræder hos Harvey som en måde at beskrive udviklingen i kapitalismen på. Det har ført til øget cirkulation af kapital og det sociale liv, som herved er argumenteret for at bestemme vores forståelse og oplevelse af rum og sted. Dette er ifølge Massey en mangelfuld udlægning af konceptet. I forlængelse af begrebet time-space compression beskriver Massey hvorledes rumlige relationer mellem forskellige aktører, i form af eksempelvis mennesker og byer, spiller en stor rolle i magt og politik. Dette kalder hun for power geometry, som er en eftervirkning af time-space compression (Massey, 1994, s. 146-151).

Power geometry som eftervirkning af time-space compression

Massey (1994) fremlægger "the power geometry of time-space compression", hvor hun stiller skarpt på den skæve distribution af magt mellem grupper og steder. Rum og sted er, som allerede nævnt, produktet af de sociale interaktioner og relationer, som individer har med hinanden, men disse relationer er fyldt med magt. Forskellige sociale grupper og individer har forskellige tilhørs- samt magtforhold indenfor et givent rum. De er placeret meget forskelligt i forhold til rummets og relationernes indbyrdes forbindelser (Massey, 1994, s. 149). Time-space compression skal derfor ikke kun ses ud fra et klasse- og økonomi-perspektiv, men bør differentieres socialt med blandt andet race og køn. Massey benytter et eksempel om kvinders begrænsede mobilitet i givne rum, som eksempelvis at gå på gaden om natten. Her føler en kvinde sig "out of place" i forhold til mænd, og denne begrænsede mobilitet bunder ikke i kapital, men i sociale forhold (Massey, 1994, s. 147-148).

Power geometry i praksis

Power geometry bygger på de sociale forskelle i relationen til rummet, og hvordan de forskellige grupper producerer og reproducerer netop det samt deres magtposition i rummet: *“Different social groups have distinct relationships to this anyway differentiated mobility: some people are more in charge of it than others; some initiate flows and movement, others don't; some are more on the receiving-end of it than others; some are effectively imprisoned by it.”* (Massey, 1994, s. 149).

Nogle sociale grupper udfører direkte fysisk bevægelse uden at være i besiddelse af magt i et givent rum. Massey giver et eksempel på dette i forhold til flygtninge, som fysisk indleder bevægelse fra et rum til et andet, men som i sidste ende kan blive holdt tilbage ved grænsen (Massey, 1994, s. 149). På den anden side finder man de sociale grupper, som befinder sig på den modtagende side af time-space compression, hvilket Massey billedliggør med en pensionist i London som eksempel. Her spiser pensionisten take-away fra en kinesisk restaurant og ser amerikanske film på et TV fra Japan. Dette gør pensionisten til en modtagende funktion i rummets praksis. Dernæst kan individer og sociale grupper blive fængslet af time-space compression. Dette kan eksempelvis ses ved befolkningen i Rio's slumområder, de såkaldte favelaer, som har bidraget til den globale verden med kultur, men på trods af hvad de har givet til den globale verdens time-space compression, er de stadig i samme position uden vinding (Massey, 1994, s. 149-150). Med andre ord kan man derfor sige, at power geometriens forståelse af magt er kontekstbaseret og aktiveres i kraft af individer og sociale gruppers tilhørsforhold og adgang til et givent rum.

Jet-setteren

Udover de forskellige funktioner som Massey præsenterer i ovenstående, beskriver hun de individer og sociale grupper, som både udgør den igangsættende og modtagende funktion i et rum. Disse grupper er i kontrol over rummet på en anden måde end de allerede nævnte funktioner af spektret. Denne karakter kalder hun for en jet-setter: *“[...] the ones sending and receiving the faxes and the e-mail, holding the international conference calls, the ones*

distributing the films, controlling the news, organizing the investments and the international currency transactions. These are the groups who are really in a sense in charge of time-space compression, who can really use it and turn it to advantage, whose power and influence it very definitely increases.” (Massey, 1994, s. 149)

Jet-setterne optræder som overhånden i et rums praksis, hvilket stiller dem i en magtfuld og indflydelsesrig position. En jet-setter skal derfor forstås som en aktør eller en social gruppe, der indenfor et givent rum befinder sig i begge ender af spektret; aktører, der både indleder flows, mobilitet samt kommunikation, og som derfra kommer i en kontrolposition i forhold til netop det (Massey, 1994, s. 149). Massey argumenterer for, at jet-setternes placering i rummets power geometry giver dem et forspring til at benytte deres funktion til egen fordel. Et eksempel på en jet-setter kan være redaktøren på en avis. Redaktøren har overhånden i det rums praksis, hvor vedkommende kontrollerer og disponerer hvad der skal på dagsordenen, og hvad der udgives i avisen.

Mobilitet og kontrol

Denne sociale differentiering af fænomenet time-space compression deler sig dermed i forhold til mobilitet, kommunikation, kontrol og initiering (Massey, 1994, s. 150-151). Massey uddyber, at måden som individer og sociale grupper er placeret indenfor time-space compression er kompliceret, varieret samt kontekstbaseret. Hun mener, at hvis man kan inddrage det sociale aspekt til time-space compression, så er der mulighed for at udvikle en politik for mobilitet og adgang, da mobilitet og kontrol over mobilitet genspejler og styrker magt: *”It is not simply a question of unequal distribution, that some people move more than others, and that some have more control than others. It is that the mobility and control of some groups can actively weaken other people. Differential mobility can weaken the leverage of the already weak. The time-space compression of some groups can undermine the power of others.” (Massey, 1994, s. 150).*

Massey siger her, at det ikke kun omhandler den ulige fordeling af magt med henblik på, at nogle individer og sociale grupper har mere mobilitet i et givent rum, og andre har mere kontrol. Hun argumenterer for, at mobilitet og kontrol i nogle grupper kan svække andre

svagere stillet individers indflydelse og magt. Dermed kan fænomenet time-space compression med power geometry som konsekvens hos nogle grupper underminere andre gruppers magt.

Doreen Masseys teori er relevant for at opnå forståelse for Facebook som socialt rum i dag. Power geometry kan frembringe og belyse det sociale aspekt af Facebook, hvor relationer er fyldt med socialt differentieret magt på baggrund af specifikke rum. Med Masseys forståelsesramme i en historiserende registrantanalyse kan vi sætte ord på, hvordan Facebooks digitale rum har ændret sig gennem tiden i takt med konceptet om time-space compression. Hertil kan vi illustrere, hvorvidt Facebook har udviklet sig til en jet-setter i nutidens verdenssamfund. Dernæst er Masseys udlægning af rum og power geometry signifikant for at begribe Australien-Facebook casen med henblik på Facebook som eventuel jet-setter i relationen, samt Australiens forståelse af Facebook som kun en virksomhed i stedet for en virksomhed fungerende som et socialt rum.

Magt og rationalitet

I ovenstående afsnit blev Doreen Masseys begrebsramme for rum, sted og time-space compression beskrevet, samt hvorledes power geometry står i relation til disse begreber. Der blev yderligere argumenteret for, hvordan Masseys teorier vil bidrage til forståelsen af Facebook. I det følgende afsnit vil Bent Flyvbjergs magt og rationalitets teori blive beskrevet samt en kort introduktion til alternative forståelser.

I casestudiet vil der i høj grad blive lagt vægt på de handlinger, der ligger i magtforholdet mellem Facebook og den australske regering. Dette vil vi gøre ved at tage afsæt i Bent Flyvbjergs bog "Rationalitet og Magt" (1991). I denne bog beskriver Flyvbjerg Aalborg-projektet ud fra 10 teser. Derudover beskriver han hvornår og hvordan magt, i relation til planlægningen og udførelsen deraf, viser sig på godt og ondt. De 10 teser er sat op for induktivt at undersøge magt og rationalisering i et forløb. Flyvbjerg refererer til Francis Bacons "Knowledge is power" og understreger vigtigheden i dette (Flyvbjerg, 1991, s. 330-331).

Flyvbjerg mener, at magt har evnen til at bestemme hvad viden er og hvilken slags fortolkning, der opnår autoritet og bliver den dominerende. Han beskriver, at magt skaffer den viden, der understøtter den og undertrykker den viden, der ikke gør (Flyvbjerg, 1991, s. 330-331).

Flyvbjerg ser på magt og rationalisering som sammenhængende, men ikke som ligevægtige.

Han skriver, at” *Power has a clear tendency to dominate rationality in the dynamic and overlapping relationship between the two.*” (Flyvbjerg, 1991, s. 363).

Flyvbjergs argumenter for Aalborg-projektet, hvad han beskriver som en grundlæggende svaghed i moderniteten (Flyvbjerg, 1991, s. 363). Denne grundlæggende svaghed ligger i ikke at have forståelse for samspillet og påvirkningen af rationalitet og magt, som han mener, er det første skridt væk fra det demokratiske samfund (Flyvbjerg, 1991, s. 363). Flyvbjerg nævner *Longue durée*, som en måde at se på demokrati fra et tidsperspektiv. Med dette perspektiv mener Flyvbjerg, at vi vil kunne se, hvad der kræves for at få et demokrati til at fungere i praksis (Flyvbjerg, 1991, s. 363).

Rationalitet

Heine Andersen giver udtryk i bogen “Rationalitet, velfærd og retfærdighed” (1998), for at rationalitet kan forstås i forskellige kontekster. Der er en dagligdagsbrug af ordet, hvor der menes, at individer bruger sine sanser og sin viden til at agere og kunne forsvare sin ageren (Andersen, 1988, s. 24). Indenfor sociologien har der været en tendens til at se rationalitet, som historisk betinget og ikke noget medfødt. Det skal forstås som noget, der skal tillæres (Andersen, 1988, s. 25).

Videnskabens rationalitet

David Humes beskriver rationalitet, som at man burde skelne mellem er og bør. Videnskaben skal beskrive hvordan virkeligheden er og ikke hvordan den bør være (Andersen, 1988, s. 13-14).

Adam Smith antager, at alle mennesker er rationelle og handler derefter. De vil derfor maksimere deres profit og den mængde de selv kan få ud af deres handlinger. Mennesket er dog i besiddelse af sympati, og deraf træffe de moralsk rigtige beslutninger (Andersen, 1988, s. 12-13).

Jeremy Bentham beskriver rationalitet, som et princip der lyder, at man skal handle ud fra beregninger om, hvad der giver den størst mulige totale nytte i samfundet som helhed (Andersen, 1988, s. 14-16).

Max Weber mener, at den vestlige rationalitetsform hang sammen med den kapitalistiske ånd. Denne sammenhæng fandt sted i institutionaliseringen af rationalitet i samfundet i forhold til markedet og bureaukratiet. Dette frembragte en sondring mellem fire forskellige handlerationaler. *Formålsrationel handlen*: Her handler personen ud fra en beregning af hvilke midler, der mest effektivt fører til et på forhånd givet mål. Andre mennesker bliver vilkår eller midler til opnåelse af målet. *Værdirationel handlen*: Her handler personen ud fra en klar overbevisning, som kan forsvare handlingen trods dens konsekvenser. *Affektuel handlen*: Her handles der på baggrund af et følelsesmæssigt grundlag. *Traditionel handlen*: Her handles der på baggrund af traditioner og normer (Andersen, 1988, s. 25).

Webers formålsrationalitet har været den dominerende i vesten, og den kædes typisk sammen med den almene rationalitetsforståelse. Denne forståelse bygger på, at der skal være en fordel ved den handling, der træffes, ellers må den være irrationel. Webers rationalitetsteori er, modsat Smith og Humes, ikke uden videre individualistisk.

Flyvbjergs teser magt og rationalitet

Der blev i ovenstående afsnit beskrevet Flyvbjergs magt og rationalitetsforståelse samt alternative opfattelse af rationalitet. I det følgende afsnit vil relationen mellem rationalitet og magt blive beskrevet med udgangspunkt i fem udvalgte teser samt en begrundelse for udvælgelsen af disse. I dette afsnit vil tese et, to, tre, seks, og otte af Bent Flyvbjergs Rationalitet og magt (1991), blive uddybet. Dertil vil der komme en begrundelse for valget af tesoerne.

Tese 1: Magt definerer virkeligheden. Det er vigtigt at pointere, at i relationen mellem magt og virkeligheden befinder rationaliteten sig. Dette betyder, at magt ikke søger at finde rationalitet eller viden, men derimod er rationalitet og viden magt. Derfor legitimerer magt, hvad der tæller som værende rationalitet. Der kan ved brug af magt rationaliseres over hvilke argumenter, der er legitime (Flyvbjerg, 1991, s. 331-333).

Tese 2: Rationalitet er kontekstafhængigt. Konteksten af rationalitet er magt, og magten påvirker skellet mellem rationalitet og rationalisering. Konteksten for rationalitet er typisk magtkamp, da rationalitet er gennemsyret af magt. Det er derfor ikke meningsfuldt at isolere rationalitet, som værende uafhængigt af magt i forhold til politisk- eller forvaltningsmæssig kommunikation. I politiske situationer bliver magten et medie for rationalisering og fordrejning af rationaliteten omkring emnet (Flyvbjerg, 1991, s.337).

Tese 4: Jo mere magt, des mindre rationalitet. Dette leder tilbage til den første tese, hvilket betyder, at magten definerer realiteten. Derfor må mere magt give en større mulighed for at påvirke, hvad der opfattes som virkeligt. Magten bliver beskrevet som værende fordømmende overfor dem, som har en stærk magtposition. Dette kan begrundes ved, at de selv kan definere hvad der er sandt i takt med at deres magtposition øges, hvilket kan hæmme den reelle sandhed i at komme frem (Flyvbjerg, 1991, s. 351).

Tese 6: Magtrelationer bliver konstant produceret og reproduceret. Disse relationer er under udvikling i takt med samfundet. Derfor kan de ikke anses for at være noget statisk. I takt med magtbalancen skifter, vil der blive skubbet til realiteten og dermed også rationaliteten (Flyvbjerg, 1991, s. 359).

Tese 8: I åbne konflikter er magt rationaliteten overlegen. Dette betyder, at ren magtudøvelse er mere legitimt i en åben konflikt, end hvis det er en stabil relation. Flyvbjerg beskriver tesen ved at sige, at sandheden er det første offer i krig. I konflikten bliver målet det vigtigste. Dette

leder tilbage til tese 2, da magten bliver konteksten og dermed bliver mere betydningsfuld end rationaliteten (Flyvbjerg, 1991, s. 366-367).

De fem teser er blevet udvalgt, da de kan give et perspektiv på, hvorledes magt kommer til udtryk i Australien-Facebook casen. De skal give mulighed for at analysere, hvordan de to parter skaber deres realiteter via deres magtbesiddelse, samt hvordan rationaliteten bliver formet mellem dem. Tese 6 kan ses som den overordnede situation parterne står i, hvor magtrelationerne skal produceres eller reproducere. Tese 4 kan ses i forhold til Facebooks nedlukning af medierne og myndighederne på platformen. Teserne 1, 2 og 8 kan ses i forhold til håndteringen af parternes uenighed, og hvordan de begge bruger deres magt i forskellige situationer, samt hvordan magtbalancen er mellem parterne.

Historiserende registrantanalyse af Facebook

I det foregående afsnit blev der beskrevet fem udvalgte teser af Flyvbjergs 10 og begrundet deres relevans for besvarelsen af problemformuleringen. I det kommende afsnit vil der blive udarbejdet en historiserende registrantanalyse. I arbejdet med denne har vi afgrænset vores historisering til tre forskellige nedslag i Facebooks udvikling. Det første tema vedrører personificeringen på platformen. Det andet tema vedrører Facebooks opkøb af andre virksomheder. Det tredje tema vedrører Facebooks udvikling af funktioner relateret til markedsføring.

Tema 1: Personificering

Den 4. februar 2004 går internetsiden Facebook i luften. Folkene bag siden er Mark Zuckerberg, Chris Hedges og Eduardo Saverin.

Introduktionen af Væggen

Aktørerne bag tilføjjelsen af funktionen "Væggen" er Facebook selv.

Ændringen består af lanceringen af "væggen" som funktion, og mulighederne på "The Facebook" ændrer sig markant for brugerne. Væggen giver brugerne af Facebook en nem og hurtig mulighed for at opdatere deres personlige side med tekst eller billeder, som andre brugere derved kunne gå ind og se. (DeVito, 2004, s. 755)

Formålet med tilføjjelsen af Væggen er, at Facebook bliver meget mere dynamisk, og distancerer sig derved fra de andre sociale medier på den givne tid. Denne nyopståede dynamik betød, at der opstod et behov hos brugerne for oftere at kigge på hinandens profiler. Væggen gav profilerne mere dybde og personlighed end før, og brugernes relation til hinanden blev derved stærkere og mere naturlig.

Introduktionen af Feed

Aktørerne bag lanceringen af funktionen "Feed" er Facebook.

Ændringen består af, at Facebook i 2006 lancerer "News Feed", der fungerer som brugernes nye startside. Hvor man førhen blev ført ind på sin egen profil, når man loggede ind, bliver man nu ført ind på "News Feed". (DeVito, 2004, s. 755) "News feed" fungerer som én stor fælles opslagstavle, hvor brugere, bliver præsenteret for deres venners opslag.

Formålet med introduktionen af "News feed" var, at brugerne af Facebook konstant blev præsenteret for deres venners opdateringer. Facebook gik fra at være en platform, hvor man aktivt skulle opsjø sine venner til en platform, hvor dette skete automatisk. Brugere bliver nu eksponeret for opslag fra alle deres venner, og de bestemmer derfor ikke selv, hvem de ville se opslag fra eller hvornår, når de bruger Facebook (Bunz, 2009). Denne konstante, og for brugerne, ukontrollerbare eksponering overfor andres indhold førte først til utilfredshed blandt brugerne, da man mente, at ens privatliv blev for offentligt. Til trods for kritikken forblev Feed som funktion og er i dag Facebooks epicenter (Bunz, 2009).

Facebook køber FriendFeed

Aktørerne bag salg og køb af internetsiden er FriendFeed og Facebook.

Ændringen består af, at Facebook i 2009 annoncerer, at de ville erhverve startup-virksomheden FriendFeed. Friendfeed var et medie, der gav brugeren det totale overblik over alle daværende sociale netværk. Det tillod brugeren at holde rede på sine venners aktiviteter på tværs af internettet (E. Vascellaro, 2009). FriendFeed gjorde det muligt for brugeren at dele indhold i realtid fra de forskellige medier på én platform, og den optrådte derfor som et delingswebsted mellem internettets medietjenester. Aktørerne, Facebook og FriendFeed, sammensmeltede deres koncepter, og Facebook kunne derfor opgradere deres nyhedsfeed til at opdatere i realtid. Medstifteren af FriendFeed, Bret Taylor, fremsagde desuden, at FriendFeed-teamet ville arbejde på at skabe et koncept, hvor andre webudviklere kunne integrere Facebook-funktioner til deres sider. Brugeren ville dermed nemmere kunne holde sig i kontakt med sine venner uden direkte at være på Facebook (E. Vascellaro, 2009). Derudover lancerede Facebook en funktion, hvor man kunne søge sig frem til hvad ens venner eller berømtheder delte på Facebook.

Formålet med Facebooks opkøb af FriendFeed var dermed at integrere FriendFeeds digitale ingeniørarbejde ind i Facebooks tjeneste og udvide den teknologiske kapacitet, samt gøre det nemmere for brugerne at netværke (E. Vascellaro, 2009).

Tidslinjen

Aktøren bag introduktionen af tidslinjen den 22. september, 2011, er Facebook.

Ændringen ligger i den nye funktion, der gør det muligt for brugeren at organisere sine delte opslag og gøre sin profil mere personlig. I stedet for at brugerens opslag bare forsvinder, så sætter tidslinjen opslagene i kronologisk rækkefølge, og man kan derfra både fremhæve og skjule sine nye eller gamle opslag (Facebook, 2011). Derudover kunne brugeren personliggøre sin profil yderligere ved at tilføje apps til sin tidslinje, som eksempelvis via musiktjenesten Spotify, som deler hvilken musik brugeren lytter til (Facebook, 2011).

Formålet med oprettelsen af tidslinjen var at udbygge mulighederne for brugeren til at personliggøre sin Facebook-profil. Brugerne kan derfra opnå dybere viden om hinandens liv og fortælle deres historie via tidslinjen (Facebook, 2011).

Graph Search

Aktørerne bag funktionen Graph Search er Facebook. Søgemaskinen 'Graph Search' lader brugerne søge efter oplysninger om personer i deres netværk (Stocky & Rasmussen, 2013).

Ændringen ligger i, at der for første gang findes en søgemaskine, der baserer søgeresultaterne på individuelle data, som brugerne har delt eller 'synes godt om' på Facebook (Stocky & Rasmussen, 2013).

Formålet med introduktionen af Facebooks Graph Search var at skabe en ny søgefunktion, der gør det nemmere at finde nye forbindelser, billeder, steder og interesser, som er relevante og skræddersyet til den enkelte bruger.

Sammenfatning

På baggrund af de ovenstående tekster kan det derfor siges, at siden Facebook blev lanceret i 2004, har platformen udviklet sig væsentlig i forhold til nye funktioner. Dette blev gjort med henblik på personificering af den enkelte brugers profil og muligheder. Først med brugerens personlige væg, som senere udbygges via den kronologiske og personliggjorte tidslinje.

Dernæst brugerens fælles opslagstavle, Newsfeeden, som gjorde det muligt for brugeren at følge med i sine venners opslag automatisk. En yderligere udvidelse skete via Facebooks køb af FriendFeed, hvor platformen tilegnede sig nye koncepter og funktioner via FriendFeeds digitale ingeniørarbejde, og sidst den personlige søgefunktion Graph Search. Alle disse funktioner gjorde det nemmere for brugeren at netværke, finde nye forbindelser, personliggøre sin profil og i det hele taget skabe en personificeret profil.

Tema 2: Maksimering af brug og Facebooks udvidelse

Facebooks opkøb af appen Instagram

Aktørerne i salg og køb af appen Instagram, er Instagram og Facebook.

Ændringen sker i Facebooks opkøb af Instagram, kort efter Instagram udvikler appen fra kun at kunne bruges til iPhone, til nu også at kunne bruges til Android (Segall, 2012).

Formålet med opkøbet var at gøre Instagram til en allieret frem for en konkurrent.

Facebooks opkøb af appen WhatsApp

Aktørerne i salg og køb af appen WhatsApp, er WhatsApp og Facebook.

Ændringen bunder i, at Facebook køber den daværende mest populære besked-app whatsapp (Covert, 2014).

Formålet med dette opkøb er at dominere beskedsendingsmarkedet. Ved at købe denne app sikrer Facebook deres allerede stærke position på dette marked. Facebook købte appen både for en langtidssigtet investering, men også for at øge værdien af deres egen app, Messenger (Covert, 2014).

Messenger

Aktørerne bag oprettelsen af Messenger som separat app er Facebook.

Ændringen består af, at kommunikationsplatform Messenger, som oprindeligt var en del af Facebook-hjemmesidens funktioner i 2016, blev en separat app (Elcock, 2016). Hertil blev appen også opdateret med funktioner såsom video- og telefonopkald samt lokationsdeling. Messenger-bruger behøver ikke længere at have en Facebookbruger for at kunne tilgå denne app og alle dens nye funktioner (Elcock, 2016).

Formålet med denne ændring var, at Facebook har udviklet deres chatfunktion, som har opnået så høj en grad af popularitet, at den nu kan stå alene. Appens nye funktioner giver incitament til andet end dens originale funktioner. Dette betyder, at brugeren kan opholde sig på denne app for underholdningens skyld.

Introduktion af de bagvedliggende strukturer og systemer i Facebook

Aktørerne bag ændringerne af de bagvedliggende systemer og strategier er Facebook.

Ændringen ligger generelt i Facebook med begreber som data-infrastruktur og platformisering, der beskriver de metoder Facebook benytter sig af og de nye felter der, i takt med Facebooks udvikling opstår.

Her introduceres begrebet "data infrastruktur" med definitionen 'Sociotekniske systemer involveret i oprettelse, behandling og distribution af data' (Nieborg og Helmond, 2019, s. 199). Facebook gør brug af metoden platformisering, på denne måde decentraliserer Facebook deres dataudvikling samtidig med, at de får nye og stærke udviklere med. Interoperabilitet er systemers evne til at samarbejde, og denne evne udvikles og udnyttes i høj grad ved Messengers fremkomst i 2016 (Nieborg og Helmond, 2019, s. 203).

Formålet med disse metoder var at bidrage til Facebooks bestræbelse på at blive central dataformidler gennem telefonen (Nieborg og Helmond, 2019, s.201). Det er en del af Facebooks virksomhedsstrategi at brede sig ved udvikling af egne produkter og opkøb af andre. De er et multifacetteret marked, der faciliterer interaktioner mellem forbruger, virksomheder, udviklere og reklamer (Nieborg og Helmond, 2019, s. 201).

Sammenfatning

Ud fra ovenstående registranter kan det udledes, at der i årrækken 2012-2016 ses en større og mere intens udvikling af Facebooks kommunikationsfunktioner og fora. Dette medførte, at Facebooks rolle også ændrede sig og fik en signifikant større betydning for samfundsøkonomien, politik og virksomheder (Nieborg og Helmond, 2019, s. 198). Med Messengers nye muligheder går appen fra at være et todimensionelt rum, hvis funktion bestod i praktikalitet, til at fungere som værested for underholdning og samvær (Elcock, 2016). Zuckerberg giver tydeligt udtryk for, at hans formål med opkøbene af WhatsApp og Instagram har været at styrke det sociale aspekt af Facebook (Segall, 2012). Facebook bliver et samlested for samtale, underholdning og deling af hverdagen.

3. Tema: Facebook som virksomhed

Udviklingen af reklamer på Facebook

Aktøren bag denne ændring var Facebook

Hvilken ændring er der sket?

2004: I forbindelse med Facebooks opstart lancerede Zuckerberg og Saverin en form for reklame. Der var få reklamer, der havde til funktion at støtte betalingen af serverne. De reklamer, som var på Facebook til at starte med, var primært målrettet studerende. Disse reklamer tog form af en slags flyers i et online format (Fuchs, 2020).

2007: Facebook lancerer sin første reklameplatform, hvor virksomheder kunne lave deres egen side på lige fod med almindelige brugere. Der blev også lavet en funktion, ved navn "sociale reklamer", der betød at virksomheder kunne sende beskeder til brugere, der havde været inde på deres side. Zuckerberg mener, at marketingsbranchen nu vil blive en del af den offentlige samtale (Fuchs, 2020).

2011: Der bliver lanceret et nyt reklameprogram, som hedder "Sponsoreret historier". Dette betød, at Facebook viste en sponsoreret historie på den almindelige brugers feed. Disse historier ville omhandle noget brugeren allerede havde liket, og derfor vil det altid have en form for relevans (Fuchs, 2020).

2012: Op til 2012 tjente Facebook ikke penge på deres mobil-app, men i 2012 tilføjede Facebook en ny funktion til appen. Den nye funktion var tæt på at være det samme som sponsorerede historier, men i appen. Denne funktion blev indført på en subtil måde, da den ikke skulle fylde meget i brugerens feed (Fuchs, 2020).

2016: Facebook lancerer bots, altså en automatisk besked, på sin Messenger platform. Dette vil sige, at brugerne nu modtager sponsorerede beskeder fra virksomheder på lige fod med vedkommendes andre beskeder. Dette fungerede således, at når en bruger klikkede på en reklame eller sponsoreret historie på Facebook, sendte botten en besked til brugeren. Det drejede sig typisk om forskellige former for tilbud (Fuchs, 2020).

2018-2020: Facebook har løbende udviklet sine reklamefunktioner. I 2020 var der 8 forskellige reklamekategorier: Fotos, Video, Historier, Messenger, Karrusel, Slideshow, Kollektion og Spilbart indhold. Karrusel, slideshow og kollektion er forskellige måder at bruge et højere antal billeder eller videoer i annoncer, som har en optimeringsfunktion i sig, der sætter det mest populære emne forrest (Fuchs, 2020).

*Formålet med lanceringen af reklameplatformen i 2007 var at give virksomheder en mulighed for at interagere med deres målgrupper, som en del af den offentlige samtale. Lanceringen af sponsorerede historie i 2011 var en subtil reklame, der ikke ville optage for meget af pladsen i brugernes feed, men lade reklamerne blive mere målrettet. Det havde som udgangspunkt ikke til formål at blive virksomhedens primære indtjening. Dette ville få brugernes oplevelse af reklamer til at blive mere personlig, da det ville være emner, der er liket af dem selv eller deres venner (Fuchs, 2020). Tilføjelsen af reklamer på Facebooks app i 2012 skulle være en diskret måde at eksponere reklameindhold til flere dele af Facebooks platforme. Facebooks lancering af botten i 2016 havde til formål at muliggøre personificering af virksomhedernes reklamer. Dette kunne samtidig give virksomhederne mulighed for at kontakte brugerne direkte. Ændringen fra 2018-2020 havde til *formål* at gøre reklameringen endnu mere specifik og målrettet, dertil giver de 8 kategorier mulighed for virksomhederne at lægge reklamestrategierne mere opdelt efter indhold (Fuchs, 2020).*

Optimering af reklamestrukturen på Facebook

Aktørerne, der optræder i dette dokument, er Facebook og reklamebranchen.

Ændringen der sker i 2014 er, at et ekstra niveau i Facebooks reklamestruktur, kaldet reklamesæts, bliver tilføjet. Dette bestod før kun af kampagner og reklame. Kampagner bliver brugt til at øge trafikken til virksomheder websteder og skabe opmærksomhed omkring brandet. En kampagne kan bestå af flere reklamesæt, som kan målrettes efter lokation og kundesegment. Med denne nye reklamestruktur startes der med at blive lavet en kampagne, passende til den målsætning der er på et givent område. Derefter skal der laves reklamesæt, der passer til de forskellige segmenter. Til sidst bliver reklamerne lavet og koblet til kampagnemodellen (Business, 2014)

Formålet med ændringen i kampagnestrukturen er at forbedre virksomhedernes mulighed for at måle og optimere deres reklamer. Dette gøres ved at muliggøre en mere opdelt reklamering. Det vil sige, at det skulle blive nemmere at have overblik over reklamernes effektivitet, og om budgettet bliver overholdt for hver kampagne. Dette er en effekt af tilføjelsen af reklamesættene, som gør det nemmere at eksponere sit segment for reklamerne (Business, 2014).

Introduktion af Like-funktionen

Den 9. februar 2009 indfører Facebook Like-funktionen. Funktionen giver Facebook-brugerne mulighed for at vise, at de kan lide deres venners fotos, statusopdateringer og andet indhold. *Aktøren bag denne handling* er Facebook samt andre hjemmesider, da like-funktionen blev en tilføjelse til eksterne hjemmesider, som man derved kunne 'like'.

Den ændring, der er sket er, at Facebook-brugerne nu har mulighed for at vise, at de kan lide deres venners fotos, statusopdateringer og andet indhold. Tidligere kunne de vise deres virtuelle anerkendelse ved at "blive fan" af mærker, produkter, virksomheder og andet ved at tilslutte sig gruppesider på Facebook. Facebook kombinerer nu den nye "Like-knap" og "bliv fan" ved at give virksomheders egne hjemmesider muligheden for at placere en Like-knap på produkter. Når en Facebook-bruger klikker på Like-knappen, deles indholdet på vedkommendes Facebook-nyhedsfeed sammen med et link til den originale side. Funktionen viser antallet af brugerens venner, der kan lide et produkt samt hvor mange Facebook-brugere, der har givet et "Like" (Dye, 2010, s. 12).

Formålet med denne ændring var at blive i stand til at matche personlige interesser med fællesskaber, varer og tjenester. Facebook havde allerede givet nye betydninger for ord som "ven" og "prikke", og ifølge Facebook sigtede de nu mod at sætte deres præg på ordet "like" ved at skabe en funktion, der kunne sammenkoble indhold overalt på internettet på en enkelt platform. Gennem disse værktøjer blev online-annoncering mere effektivt, da det nu gav mulighed for målrettet online markedsføring baseret på personlige interesser (Dye, s. 12, 2010).

Sammenfatning

Der er en tydelig tendens fra Facebook side om at optimere deres platform for reklamering. Siden 2004, hvor Facebook lancerede reklamer på deres platform, har de bevæget sig mod en personificeret reklametilgang. Dette kom til udtryk, når virksomhederne oprettede deres egne sider på lige fod med almindelige brugere. Med tilføjelsen af "like" knappen og sponsorerede historier, kunne virksomhederne kombinere det at kunne hente mere information om brugerne via "likes" og lave målrettede sponsorerede historier.

Analyse

Facebooks rumlige dimension

I det foregående afsnit blev der udformet en redegørende del af den historiserende registrantanalyse med fokus på personificering, maksimeringen af brugen og Facebooks reklamemæssige udvikling. I det kommende afsnit vil Doreen Masseys begrebsramme blive operationaliseret og anvendt i forhold til de tre temaer i registrantanalysen.

Da Mark Zuckerberg, Chris Hedges og Eduardo Saverin oprettede Facebook i 2004, bidrog de til den globale verdens time-space compression. Facebook har siden da været med til at skrumpe og accelerere verdenen ved at muliggøre digital bevægelse og kommunikation på tværs af rum. Facebook har bevirket til, at individer og sociale grupper kan netværke samt finde nye forbindelser uden fysisk at transportere sig over landegrænser. Denne vedvarende produktion og reproduktion af digitale forbindelser, forstået som sociale processer, er med til at danne Facebook som rum. Omvendt er Facebook med til at skabe netop de sociale processer og konstellationer mellem brugerne.

Med udgangspunkt i den første tema af registranten beskrives, hvordan Facebook personificerer brugeroplevelsen i Facebooks rum ved at udvikle nye funktioner og muligheder. Den personlige væg, som senere opgraderes til den kronologiske og personliggjorte tidslinje,

muliggør en personificering af brugeren. Dette skaber en mere naturlig kommunikation i et digitalt rum. Samtidigt inddrages den sociale differentiering til time-space compression, som er en af de centrale faktorer af power geometry (Massey, 1994, s. 147-151).

Indenfor Facebooks rum skabes der flere rum, hvilket Friendfeeds digitale ingeniørarbejde, Newsfeeden og Graph Search muliggjorde. Disse rum reproduceres af brugernes sociale interaktioner og oplevelser, som de har med hinanden ved hjælp af de funktioner, som tilbydes af Facebook. Masseys udlægning af rum som værende dimensionen af samtidighed og mangfoldighed i vores eksistens mødes på Facebook, da interaktionen kan foregå på tværs af tidszoner i selvsamme rum (Social Science Bites, 2013).

Som tema to i registranten belyser, udvider Facebook sit digitale og sociale rum med opkøb af Instagram og WhatsApp samt oprettelsen af Messenger. Med denne intense udvikling af Facebooks kommunikationsfunktioner fik Facebook en større indflydelse på blandt andet samfundsøkonomien, politik og virksomheder. Med udgangspunkt i Masseys teori om Power geometry, som værende resultatet af time-space compression, kan man i et makroperspektiv forstå Facebook som en form for 'Super jet-setter.' Det skal hertil pointeres at jet-settereren også kan forstås indenfor Facebooks eget rum med brugeren som protagonist. Brugernes interne relationer er ifølge Masseys teori fyldt med magt og har forskellige tilhørs- samt magtforhold indenfor Facebooks digitale rum. Derved kan brugeren optræde som den igangsættende aktør, der indleder flows- og kommunikation ved eksempelvis at slå et opslag op på en facebookvægs væg eller omvendt opererer som den modtagende part af et opslag. Brugere kan også fungere som jet-setters, dette eksempelvis kan være en politiker, der har dannet sit eget rum på sin profil, og derfor indleder flows- og kommunikation med en modtagende effekt fra vælgerne, som derved sætter dem i en kontrolposition i forhold til rummets praksis.

Dette leder os tilbage til Facebook som Super jet-setter; Facebook er både mulighedsskabende og begrænsende for Facebooks indbyrdes jet-settere. På denne måde fratager Facebook kontrollen fra de indbyrdes jet-settere samtidigt med at Facebook sætter rammerne og

mulighederne for dem. Ifølge Massey genspejler og styrker mobilitet og kontrol over mobilitet, magt (Massey, 1994, s. 150). Dette kommer til udtryk i Facebooks tilfælde som Super jet-setter. For at brugeren kan få adgang til Facebooks rum, indhold og funktioner i form eksponering af eksempelvis nyheder, opslag fra venner og beskedfunktioner, skal de acceptere Facebooks tjenestevilkår (Facebook, 2021). Man kan derfor argumentere for, at Facebooks model er at bytte adgang for indhold i et format, som Facebook kontrollerer. Facebook har dermed skabt et mangfoldigt rum, hvor brugerne producerer og reproducerer indbyrdes rum indenfor Facebooks rammer. Dette gentager sig i forbindelse med registrantens tema tre, som viser hvordan Facebook har optimeret deres platform for personificeret reklamer. Denne funktion er brugerne ikke direkte en del af, udover hvad de har 'liket' med Facebooks Like-funktion, men er derfor blot på den modtagende side af power geometry. Hertil kan det også argumenteres for at virksomheder, der opretter deres side på Facebook og eksponerer brugerne for deres produkter, samtidigt opererer som indbyrdes jet-settere under Facebooks funktion som Super jet-setter.

Hvordan aktører, individer og sociale grupper er placeret indenfor power geometry i time-space compression er ifølge Massey varieret og kontekstbaseret (Massey, 1994, s. 150). Facebooks relation til sine brugere resulterer i et socialt og digitalt rum for offentligheden, men Facebook besidder samtidigt en position som Super jet-setter over selvsamme rum. Distribueringen af magt og platformens konkrete adgangsmønstre er bestemt og fastlagt af dem, som derved i sidste ende har ejerskab over den teknologi, hvor time-space compression udøves.

Den australske regerings rationale

I ovenstående afsnit blev redegørelsen af Facebooks udvikling, på de tre temaområder, analyseret via Masseys begrebsramme. Dette tog udgangspunkt i hvordan time-space compression og rumliggørelse af Facebook har påvirket power geometry, samt hvordan Facebook kan ses som Super jet-setter. I det følgende afsnit vil der fremkomme en analyse af vores casestudie med afsæt i Bent Flyvbjergs teser og Mitchell Deans Governmentality, blive analyseret på hvordan regeringen i konflikten med Australien har handlet og hvilken selvopfattelse de har haft.

Regeringen og ACCC's hovedmål og drivkraft har været at udjævne den ulighed der så mellem nyhedsmedierne og Facebook, når det kom til magtbalancen i forhandlingerne (ACCC, 2020c, s. 1). Regeringen og ACCC mener, at specielt Facebook nyder godt af den ulighed, der er ved forhandlingerne mellem dem og nyhedsmedierne. ACCC beskriver også hvordan de anskuerer Facebooks hurtige udvikling. Denne udvikling gør det sværere at bestemme løsninger, der kan adressere nutidige såvel som fremtidige løsninger (ACCC, 2020c, s. 2). Denne opfattelse af situationen kan forklares ud fra Bent Flyvbjergs første tese, hvor han skriver, at Magt definerer virkelighed (Flyvbjerg, 1991. S. 331). Den australske regering har en institutionel og parlamentarisk magt og et ansvar for deres land og befolkning. Dette kan forklare den australske regeringens rationale. Den logiske sandhed, der besiddes af regeringen og som er et udtryk for deres magt, antyder at deres rolle i denne konflikt er at regulere Facebook ved brug af deres legitimitet (Flyvbjerg, 1991. S.336-337). Denne magt har regeringen brugt til at definere den realitet, der ud fra deres perspektiv beskrives som et unfair forhandlingsrum mellem de australske nyhedsmedier og Facebook (ACCC, 2020b). Udover at definere denne virkelighed, definerer magten også en virkelighedsopfattelse, der går ind i det fysiske, økonomiske og sociale aspekt. Dette er hvad regeringen forsøger at gøre gennem deres lovforslag. Der kan derimod argumenteres for at regeringen i sin definition af sin virkelighed, ikke undersøger hvordan virkeligheden, i virkeligheden hænger sammen, som Flyvbjerg beskriver det (Flyvbjerg, 1991. S. 331). Dette ses i opstanden af konflikten, hvor Facebooks magt definerer en ny realitet, der sætter den tidligere ude af kraft (Flyvbjerg, 1991, s. 336-337). Flyvbjerg beskriver også, hvordan magtens rationalitet er i stand til at ændre på lovens fortolkning og håndhævelse, da magten og den rationalitet, der ligger i den, bliver det, som

dominerer håndhævelsen (Flyvbjerg, 1991, s. 337). Flyvbjergs ottende tese, I åben konfrontation viger rationalitet for magt, kommer til udtryk, da den australske regering dannede en virkelighedsopfattelse og bestemte præmissen, frem til lovforslaget blev officielt (Flyvbjerg, 1991, s. 366). Facebooks reaktion på denne virkelighed kan forstås som en åben antagonistisk konfrontation, altså en konflikt mellem to modstridende parter, hvor de valgte at lukke for al nyhedsrelateret aktivitet i deres australske afdeling (Easton, 2021a). Her kom Facebooks magt til udtryk i deres mulighed for at styre den australske befolknings viden. Dertil kan det også siges, at den australske regering nu mødte en ny virkelighed, hvor de blev trumfet af denne rå magt, som Facebook udøvede (Flyvbjerg, 1991, s. 366-367).

Hele denne konflikt kan forstås som et eksempel på Flyvbjergs sjette tese: Magtrelationer er ikke statiske, men produceres og reproduceres konstant (Flyvbjerg, 1991, s. 359). Der var en fremtrædende ubalance mellem Facebook og nyhedsmedierne, når det kom til deres forhandlinger, og gennem denne konflikt reproduceres de. Dette kan ses som et forsøg fra regeringen på at genetablere et forhold mellem to parter i håbet om, at skævheden vil udjævne sig. I denne situation kommer det dog til at sætte regeringen af kraft. Lovforslaget kan anskues som en magt handling fra regeringen, der bestemte en realitet ved at forsøge at regulere denne monopolistiske techgigant. Facebooks reaktion viste sig at have den betydning for regeringen, at de mistede denne magtbesiddelse (Ramsbæk, 2021).

Af tese fires udsagn: Jo større magt, desto mindre saglighed, ses det fra regeringen og ACCC, som udviklede lovforslaget (ACCC, 2020a, s. 1). De sammensatte en gruppe, som med deres rationaler skulle opnå et resultat, der ville imødekomme deres mål. Regeringens rationale kan beskrives som en rationalisering af de foregående problemer. Kommissionen har ikke undersøgt Facebooks selvforståelse i høj nok grad til at kunne komme med en fyldestgørende løsning på denne konflikt. Derfor blev de mødt med en større magt fra Facebook, der med deres modsvar definerede den nye realitet (Flyvbjerg, 1991, s. 351). Dette er et delemne i, hvad Flyvbjerg kalder for rationaliseringsproblematikken, altså den saglighed hos magtfulde aktører, hvor viden selektivt produceres som i regeringens tilfælde eller undertrykkes som i Facebooks, med formålet at styrke sin egen magtposition og svække andres (Flyvbjerg, 1991, s. 351).

Her ses en forskel i rationaler mellem regeringen og Facebook. Dette kan beskrives ud fra Flyvbjergs anden tese: Rationalitet er kontekstafhængig, konteksten er ofte magt, og i den kontekst er grænsen mellem rationalitet og rationalisering flydende (Flyvbjerg, 1991, s. 337). Regeringen har handlet på et grundlag, der i deres overbevisning har været en refleksion af de samtaler, der har været mellem parterne:

” We expect that news media businesses’ and digital platforms’ responses to the concepts paper will also reflect the discussions held between them during negotiations as part of the previous voluntary code development process.” (ACCC, 2021c, s.1)

Det kan argumenteres for, at regeringens forståelse af konteksten har været anderledes end Facebooks, hvilket har ledt til denne konflikt. Regeringens kontekstforståelse har ligget i den tidligere nævnte problematik omkring ubalance i forhandlingsmagt. Dette har ledt til en dominans fra Facebook. Dette bunder i den grundlæggende misforståelse regeringen har af Facebook og den relation de har til nyhedsmedierne (Clegg, 2021).

Deraf kommer de forskellige rationaler, de handler ud fra, og som er i modstrid med hinandens opfattelser og selvopfattelse.

ACCC fremlagde d. 31. juli 2020 et lovforslag, som skulle udligne den ubalance, de mener, findes i forhandlingsrummet mellem Facebook og de australske nyhedsmedier. Rod Sims, formand for ACCC udtaler: *“There is a fundamental bargaining power imbalance between news media businesses and the major digital platforms, partly because news businesses have no option but to deal with the platforms, and have had little ability to negotiate over payment for their content or other issues,”* (ACCC, 2020b). ACCC’s anskuelse af konflikten tager de australske nyhedsmediers parti. Denne positionering kan forklares ud fra den magtrelation regeringen har til henholdsvis de australske nyhedsmedier samt Facebook. Regeringens magt bygger på et klassisk parlamentarisk grundlag, og deres rationale er derfor at tilgodese australske borgere og virksomheder, da det er dem, som regering repræsenterer (Heywood, 2019, s. 80).

Magtrelationen skal derfor ses som værende mellem den australske regering, de australske virksomheder samt borgere og altså herunder de australske nyhedsmedier. Legitimeringen af denne magtrelation kommer til udtryk officielt såvel som uofficielt (Dean, 2008, s. 46). Den

officielle legitimering finder sted ved det nationale parlamentsvalg, der afholdes hvert 3. år, hvor parlamentet afspejler den australske befolknings fordeling af stemmer (Heywood, 2019, s. 80). Den uofficielle legitimering af magtrelationen finder implicit sted i hverdagen, hvor befolkningen overholder de regler og love, som regeringen vedtager. Modsat har regeringen interesse i at styre befolkningen i bedste overensstemmelse med det parlamentariske grundlag for at opretholde mest mulig legitimitet.

Ved at udlægge dette lovforslag, forsøger den Australske regering netop at opretholde sin legitimitet, eftersom det ville kunne skabe grundlag for bedre forhold for de australske nyhedsmedier og dermed den australske befolkning. Det konkrete rationale lyder på, at de australske nyhedsmedier modtager betydeligt mindre i udbytte i forhold til det indhold, de leverer til blandt andet Facebook: *"News content brings significant benefits to the digital platforms, far beyond the limited direct revenue generated from advertising shown against a news item. News media businesses should be paid a fair amount in return for these benefits"* (Sims, 2020). Helt konkret fremgår det af The Guardian, at for hver 100\$, der bliver tjent på digitale reklamer i Australien, så går over 75% af disse til de store online platforme Google og Facebook (Meade, 2021). Da begge disse firmaer er internationale mastodonter med hovedsæde og skattepligt i andre lande end Australien, vil en stor del af disse indtjente reklamepenge forsvinde ud af Australien. Dette vil gøre landet fattigere samt forværre forholdene for de australske nyhedsmedier og i sidste ende oplysningen og demokratiet. Lovforslaget kan anskues som et forsøg på at styre konflikten mellem nyhedsmedierne og Facebook hen imod en løsning der begunstiger den australske regerings rationale, og der i sidste ende ville styrke deres magtrelation til befolkningen (Dean, 2013, s. 46)

Facebooks rationale

I forrige afsnit blev den australske regerings rationale og opfattelse af deres magtposition analyseret med afsæt i Flyvbjergs 10 teser samt Deans governmentalityteori. I følgende afsnit vil Facebooks pressemeddelelser blive analyseret med henblik på at kortlægge deres opfattelse på deres magtposition i konflikten. Deans praksisregime-analyse, Flyvbjergs rationalitet-teori og Masseys teori om rum og power geometry vil fungere som teoriramme.

I den officielle pressemeddelelse fra Facebook d. 31. august 2020, udtrykker Easton, hvordan den Australske regerings nye lovforslag, omhandlende bedre forhandlingsmuligheder imellem Facebook og nyhedsmedier, grundlæggende misforstår internettets opbygning og dynamikker: *"Australia is drafting a new regulation that misunderstands the dynamics of the internet and will do damage to the very news organisations the government is trying to protect. When crafting this new legislation, the commission overseeing the process ignored important facts, most critically the relationship between the news media and social media and which one benefits most from the other"* (Easton, 2020).

Af ovenstående citat fremføres et markant anderledes syn på lovforslaget, end det man møder fra den australske regering. Kritikpunkterne er mange, men hele konflikten bunder i, ifølge Easton, at ACCC, ikke har anerkendt Facebooks egentlige rolle i det australske samfund og dermed heller ikke den magt de besidder (Dean, 2013, s. 16). Lovforslaget giver, ifølge Easton, udtryk for et meget unuanceret syn på Facebook. Det sociale medie fremstilles som en kommerciel virksomhed, der udelukkende søger profitmaksimering. Facebooks monopolitiske position muliggør underbygning af nyhedsmedierne og dette kalder derfor på statslig indblanding (Meade, 2020). Masseys teori om rum og power geometry understøtter Eastons påstand, da teorien viser hvorledes Facebook besidder en social og rumlig dimension, hvilket Australiens regering overser i deres udlægning af det nye lovforslag. Facebook er blevet til et mangfoldigt, digitalt rum, som muliggør bevægelse og kommunikation på tværs af landegrænser. Facebook kan herfra forstås som et socialt rum, der baserer sig på produktion og reproduktion af sociale processer, interaktioner og konstellationer mellem platformens mange brugere, som også gælder Australiens befolkning.

I forlængelse af australiens opfattelse af Facebook siger Easton, at: *"The ACCC presumes that*

Facebook benefits most in its relationship with publishers, when in fact the reverse is true. News represents a fraction of what people see in their News Feed and is not a significant source of revenue for us. Still, we recognize that news provides a vitally important role in society and democracy, which is why we offer free tools and training to help media companies reach an audience many times larger than they have previously” (Easton, 2020). Udover at italesætte den økonomiske side af sagen og til dels male påstanden om profitmaksimering til jorden, henviser Easton til den store demokratiske rolle Facebook har som distributør af information og nyheder til den australske befolkning.

Easton uddyber:” *News organisations in Australia and elsewhere choose to post news on Facebook for this precise reason, and they encourage readers to share news across social platforms to increase readership of their stories. This in turn allows them to sell more subscriptions and advertising. Over the first five months of 2020 we sent 2.3 billion clicks from Facebook’s News Feed back to Australian news websites at no charge – additional traffic worth an estimated \$200 million AUD to Australian publishers.* “ (Easton, 2020).

Easton konkretiserer her, hvor stor indflydelse Facebook har som videreformidler af nyheder og information i det moderne Australien. Facebooks store brugerflade gør det muligt for nyhedsmedier gratis at dele deres historier og derved opnå en væsentligt større eksponering og i sidste ende antal abonnenter, end det ellers har været muligt førhen. Facebook får på den anden side masser af indhold til deres platform, som på den måde optimerer brugernes tid på platformen, der derved ender i en legitimering af magtrelationen mellem brugerne og Facebook (Dean, 2013, s. 17). Med udgangspunkt i Masseys teori kan Facebooks funktion forstås som en ‘Super jet-setter’ i power geometry, der dermed både er mulighedsskabende og begrænsende for australiens brugere. Facebooks rum tilbyder indhold og funktioner i form af eksponering af nyheder, opslag fra venner, besked-funktioner og værktøjer til virksomheder. Brugen af disse skal ses som accept af Facebooks rammesættelse i bytte for adgang til dette rum og derved en legitimering af Facebooks magtposition.

En anden pointe, Easton pointerer som værende problematisk i lovforslaget, er inddragelsen af tredjepart. Hvis Facebook og nyhedsmedierne ikke selv kan nå til enighed om en aftale, skal en forligsmand diktere forhandlingerne. Derudover kommer den meget rigide

forhandlingsstruktur, der ikke tager højde for, hvordan Facebook fungerer som digitalt rum: *“Our concerns with Australia’s approach [...] Mandating commercial arrangements with every single one of a large number of publishers regardless of the value they provide to the people who use our products. [...] A process that removes all autonomy to decide our commercial arrangements and uses binding arbitration to determine price over good-faith negotiations” (Easton, 2021a).*

Disse meget konservative elementer i lovforslaget umuliggør Facebooks eksistens i landet, da de ikke anerkender de forudsætninger, der ligger forud for Facebook, som videreformidler af information. Af disse forudsætninger er den mest centrale Facebooks intelligente algoritmer og analyseapparater. Disse bliver brugt til at kontrollere hvilket indhold, der bliver set og dermed hvem, som skal betales og hvor meget (Easton, 2021a). Denne dynamiske forretningsstruktur bliver umuliggjort ved lovforslagets dekret om, at der laves én bindende aftale med hvert stort nyhedsmedie om et fast beløb, samt at flere små nyhedsmedier kan gå sammen og lave en fælles aftale (Easton, 2021b).

Forholdet mellem de australske nyhedsmedier og Facebook synes mere symbiotisk, end den australske regerings lovforslag giver udtryk for. Gennem de rum og mekanismer, som Facebook består af, har de fået etableret en stærk magtrelation til deres brugere, herunder nyhedsmedier, som nævnt i registrantanalysen. Denne magtrelation bliver konstant legitimeret af brugerne af Facebook (Dean, 2013). Facebook er afhængig af indhold, for at deres magtposition kan blive legitimeret. Dette indhold får de blandt andet fra nyhedsmedier, som deler deres artikler på det sociale medie. Udover at være en god forretning for nyhedsmedierne samt Facebook, skaber denne eksponering af nyheder og informationer et stadigt stærkere fundament for et veloplyst samfund.

ACCCs lovforslag tager ikke højde for essentielle elementer i Facebooks forretningsmæssige struktur, såvel som deres egentlige rolle i samfundet. Regeringens handlingsgrundlag har, som nævnt i casebeskrivelsen, været at handle på nyhedsmediernes vegne. Deres indgreb i forhandlingerne mellem nyhedsmedierne og Facebook har udløst denne konflikt, hvilket skyldes, at de overser den sociale og rumlige dimension af Facebook.

Uden forståelsen for Facebooks selvopfattelse, har regeringen ikke kunne handle på en måde der tilgodeså disse aspekter af Facebook, som beskrives i deres principper:

- *“Give People a Voice: People deserve to be heard and to have a voice — even when that means defending the right of people we disagree with.”*
- *“Serve Everyone: We work to make technology accessible to everyone, and our business model is ads so our services can be free.”*
- *“Promote Economic Opportunity: Our tools level the playing field so businesses grow, create jobs and strengthen the economy.”*
- *“Build Connection and Community: Our services help people connect, and when they’re at their best, they bring people closer together.”*
- *“Keep People Safe and Protect Privacy: We have a responsibility to promote the best of what people can do together by keeping people safe and preventing harm.”*

(Facebook Australia, 2021)

Denne multifacetterede virksomhed rammer bredt. Dog har Facebooks udvikling gennem platformisering og infrastrukturelisering også udvidet deres grænser. Gennem dette har Facebook ændret den sociale interaktion mellem brugerne og med politiske organisationer, virksomheder og ikke statslige organisationer (Nieborg og Helmond, 2019, s. 197). Facebook skriver selv, at *“Groups is where belonging, connection and community thrive on Facebook and where Aussies connect with a larger community around issues and topics important to them. Connection is strongest when people connect through Groups both online and in the real world, strengthening the social fabric of our communities.”* (Facebook Australia, 2021).

Facebook beskriver her, hvordan de gennem deres grupper kan skabe en følelse af tilhør, forbindelse og skabe et samfund, der trives. Individuer på Facebook danner derfor indbyrdes rum indenfor Facebooks digitale rum gennem sociale processer, som derved kreerer en dybde i Facebook som platform. Denne magt er Facebook altså i besiddelse af og kan gøre med, hvad de vil. Dette har ikke været en del af ACCC's fokus under udarbejdelsen af den nye lovforslaget og har bidraget til konfliktens opståen.

Facebook skriver på deres australske hovedside, at: "*We are committed to providing free access to resources, tools and education, and are investing in local programs and partnerships to support an informed, safe and positive experience online.*" (Facebook Australia, 2021). Her giver de klart udtryk for, at de med deres ressourcer, vil investere og hjælpe i Australien. Dertil omtaler de også handlingen, som brugeren foretager sig, når de går på Facebook. Her forstår Facebook altså det de yder og tilbyder, som en oplevelse for modtageren.

Magtrelationer bliver konstant produceret og reproduceret (Flyvbjerg, 1991, s. 359). Denne tese bliver bekræftet i Facebook-Australien casen, hvor konflikten mellem Facebook og regering bliver udspillet. Denne konflikt er et nyt fænomen, hvor magtrelationen har udviklet sig i takt med den teknologiske indflydelse på samfundet, hvilket også kommer til udtryk i Masseys udlægning af power geometry som resultat af time-space compression (Massey, 1994, s. 146-156). Magtrelationerne kan derfor ikke anses for at være noget statisk, da de hele tiden er under udvikling (Flyvbjerg, 1991, s. 323).

I konflikten kom Facebooks brug af magt til udtryk, da de under regeringens udarbejdelse af lovforslaget offentligt truede regeringen, med at stoppe delingen af australske og internationale nyheder på deres platform: "*Assuming this draft code becomes law, we will reluctantly stop allowing publishers and people in Australia from sharing local and international news on Facebook and Instagram. This is not our first choice – it is our last.*" (Easton, 2020)

Denne trussel blev senere til virkelighed. Facebooks magt ændrede magtbalancen, derfor blev der skubbet til realiteten og dermed også rationaliteten (Flyvbjerg, 1991, s. 323). Denne handling fra Facebook er et eksempel på hvordan Facebook agerer som Super jet-setter, over platformens indbyrdes jet-settere. I dette tilfælde er de indbyrdes jet-settere australiens

brugere i form af privatpersoner og nyhedsmedier. De får frataget kontrollen ved at Facebook, som Super jet-setter, sætter rammerne for hvordan de kan navigere på platformen. Facebooks magt bliver styrket ved at have overhånden i sit eget rums praksis, hvor Facebook har kontrol over mobiliteten i selvsamme rum. Facebook bytter adgang for indhold med Facebooks tjenestevilkår (Facebook tjenestevilkår, 2021), og hvis Facebook ændrer reglerne, så må de indbyrdes jet-settere følge med.

Som resultat af konflikten fik Facebook to måneder til at forhandle med mediehusene. Dette viser, hvordan magtrelationer ikke er statiske, men produceres og reproduceres konstant (Flyvbjerg, 1991, s.359). Der skabes dermed dialog og videreudvikling, og i det skabes og genskabes magtrelationer også (Flyvbjerg, 1991. S.362). Flyvbjerg beskriver, hvordan denne produktion og reproduktion er vigtig for magtens rationalitet, og for Facebooks magt, og evne til at kunne bestemme rationaliteten, ved at pleje de aktører, der er vigtige i denne sammenhæng (Flyvbjerg, 1991, s.362).

Ifølge Facebook var problemet med lovforslaget, at det misforstod forholdet mellem nyhedsmedierne og de sociale medier. Det anerkendte ikke hvordan Facebooks funktioner virker og som Facebook selv beskrev det misforstår lovforslaget dynamikkerne på internettet. Dette blev beskrevet af Easton, "Australia is drafting a new regulation that misunderstands the dynamics of the internet [...] most critically the relationship between the news media and social media and which one benefits most from the other." (Easton, 2020), samt af Easton i modsvaret i februar 2021 "The proposed law fundamentally misunderstands the relationship between our platform and publishers who use it to share news content." (Easton, 2021b). Facebooks selvforståelse stemmer, således ikke overens med regeringens forståelse af dem. De anså ikke lovforslaget som værende bundet i rationalitet. Facebooks rationalitet kan ikke isoleres fra deres interesse i at lovforslaget ikke skulle gennemføres. Rationalitet er kontekstafhængig, og i denne sammenhæng er konteksten magtkamp, og i kontekst af magt er grænsen mellem rationalitet og rationalisering flydende (Flyvbjerg, 1991, s. 320). Det kan dermed ikke udelukkes at Facebooks forståelse af lovforslaget bundede i rationalisering. Facebooks brug af magt blev gennem rationalisering en fordrejning af rationaliteten i konflikten (Flyvbjerg, 1991, s. 320).

Da Facebook valgte at stoppe delingen af australske og internationale nyheder på deres platform, fik det konsekvenser for vitale instanser som redningstjenester, sundhedsmyndigheder og frivillige organisationer, der delte relevante informationer om Covid-19 pandemien (Prakash, 2021, DR). Facebook markerede deres magtposition ved at anvende dette magtfulde værktøj. Efter fem dage kunne Facebook melde, at de var nået til enighed med den australske regering. De havde accepteret en række ændringer, der imødekom Facebooks bekymringer i henhold til lovforslaget: *"After further discussions, we are satisfied that the Australian government has agreed to a number of changes and guarantees that address our core concerns about allowing commercial deals that recognize the value our platform provides to publishers relative to the value we receive from them."* (Easton, 2021b). Facebook besidder således magten til at definere en ny realitet, men desto mere magt des mindre rationalitet. Facebooks rå magtudøvelse, som fik konsekvenser for deling af relevante informationer om Covid-19 pandemien i Australien, kunne derfor legitimeres på grund af deres magtposition (Flyvbjerg, 1991, s. 321).

Konflikten udspillede sig på det, som kan kategoriseres som en offentlig arena. Medier i hele verden belyste konflikten, og Facebook opdaterede konfliktens status på deres egen platform. I åbne konflikter er det typisk rå magtudøvelse, som praktiseres. Denne magt er særdeles effektiv, da magten er rationaliteten overlegen i konflikten (Flyvbjerg, 1991, s. 323-324). I konflikten blev Facebooks mål om at lovforslaget skulle forkastes dermed mere tungtvejende end rationaliteten, hvilket viser, hvordan konteksten blev mere betydningsfuld end rationaliteten.

Definition af Facebook, som samfundsaktør

Gennem Masseys teori har vi analyseret os frem til, hvordan Facebooks digitale rum har ændret sig, og hvorfor denne ændring sker. Derudover har vi gennem Deans forståelse af Governmentality og Flyvbjergs forståelse af magt og rationalitet analyseret, hvordan Facebooks magt kan forstås. Teorierne har givet os værktøjerne til at definere en forståelse af Facebook som samfundsaktør.

Facebook har skabt en teknologisk platform, som muliggør socialisering, der ikke er begrænset af tid og rum. Dette blev fremtrædende i tilføjelsen af virksomhedernes mulighed for at oprette deres egne profiler samt oprettelse af grupper. Dette gav, i kombination med udviklingen af messenger og købet af Instagram, mulighed for at Facebook kunne favne flere af brugernes behov for nyheder og socialisering samt udtrykke deres verdensopfattelse. Dette ses også i personificering af platformen, ved tilføjelse af væggen og gruppefunktionen. Her kan brugerne skabe en virtuel identitet, som kan være med til at forme de rum, der udvikles på Facebook.

Derudover skal Facebook også forstås som en virksomhed, der søger at profitmaksimere ved konstant at udvikle platformen med forskellige funktioner, der har til hensigt at fastholde og maksimere brugernes tid på platformen, samt tiltrække nye brugere.

Facebook kan, som tidligere nævnt, forstås som en Super jet-setter, hvilket betyder, at de har kreeret en platform, der muliggør, at de har en kontrol over kommunikation, nyheds distribuering og socialisering i det virtuelle rum. Dette kombineret med en brugerbase på næsten 3 milliarder brugere (Tankovska, 2021), giver dem en stærk magtposition, da det tager karakter af vital infrastruktur i en public service-sammenhæng. Dette stemmer overens med den selvopfattelse, Easton giver udtryk for. Med dette menes, at Facebook ser sig selv, som en katalysator for andre virksomheders udvikling og en fremmede faktor for den demokratiske debat (Easton, 2020). Dette bunder i den mulighed Facebook giver virksomheder til at få eksponeret deres indhold for en stor gruppe mennesker, der ikke nødvendigvis er i landet, virksomheden arbejder fra. Facebooks udøvelse af time-space compression, via sin udvikling, gør at brugerne på platformen har klart nemmere adgang til information og socialisering på et globalt plan.

De ovenstående aspekter har en konsekvens i form af power geometry, da funktionerne og rumskabelsen giver muligheder, men også begrænsninger. Dette betyder, at Facebook via sin udvikling, vist i registrantanalysen, har taget en position, som giver dem en stor magt kapacitet. Facebook har skabt en let tilgængelig socialisering i et virtuelt rum samt dannet rumliggørelse af platformen, så den favner muligheden for udveksling af viden og diskussion. Facebook vil forblive Super jet-setter, da det er dem der sætter rammerne og regulerer indhold. Dette giver mulighed for at andre aktører på platformen kan tage rollen som jet-setter, i de inddelte rum.

Denne definition af Facebook giver en forståelse af, hvorfor konflikten mellem den australske regering og Facebook opstod. Konflikten kan beskrives som en rationalitetskonflikt. Regerings forståelse af Facebook er som nævnt tidligere bundet i en definition af Facebook, som en virksomhed. Rationalet er således, at Facebook udelukkende søger profitmaksimering. Regeringen ser derfor forholdet mellem de australske nyhedsmedier og Facebook som værende ulige, hvilket kalder på statslig indblanding, da de underbyder de australske nyhedsmedier. Facebooks rationale bunder derimod i, at de forstår sig selv som værende mere end en virksomhed. Rationalet er derfor at regeringens lovforslag ikke anerkender Facebooks egentlige rolle i det australske samfund og derfor heller ikke forstår, hvilken magt Facebook besidder. Definitionen vi er kommet frem til af Facebook, er som værende mere end en virksomhed, der udelukkende søger profitmaksimering. Maseys teori, med udgangspunkt i rum og power geometry, viser hvordan Facebook kan forstås som et socialt og digitalt rum. Facebook får en social dybde, som ikke kan ses ud fra et virksomhedsperspektiv. Brugernes sociale interaktioner danner rum inden for Facebooks rum, og deres relationer er fyldt med socialt differentieret magt og afgøres af deres tilhørsforhold til de givne rum. Facebook muliggør et digitalt verdensrum, hvor de optræder som Super jet-setter og platformens indbyrdes jet-settere må følge med.

Dette betyder, dermed ikke at Facebooks magtudøvelse i konflikten alene var bundet i rationalitet. Flyvbjergs magt og rationalitets perspektiv gav en forståelse for at Facebook, qua deres, magtposition kunne legitimere brugen af magt, hvilket fik konsekvenser for deling af relevante informationer om Covid-19 pandemien. I dele af konflikten blev magten dermed et

medie for rationalisering, derfor skete der ligeledes en fordrejning af rationaliteten (Flyvbjerg, 1991, s. 337).

Analysen giver dermed en forståelse af Facebook som samfundsaktør. Denne forståelse af Facebooks magtposition gør, at hvis ikke deres brug af magt bunder i rationalitet, kan det have konsekvenser for demokratiske spørgsmål. Dette leder op til følgende diskussion.

Facebooks magtposition i verdenssamfundet

I denne konflikt, har Facebooks hovedargument ligget i den tidligere nævnte misforståelse regeringen havde af Facebook og nyhedsmediernes relation. Den magtposition som Facebook gennem deres udvikling har opnået, har medført en form for monopoldannelse på viderebringelsen af informationer i form af nyheder, venner og familie opdateringer. De store techgiganter, der danner dette monopol, kan ses at skabe en ulighed mellem de gamle etablerede nyhedskilder de nye. Dette har skabt en mulighed, der i høj grad benyttes af, over 50% af den australske befolkning (Hughes, 2020). I den relation, der ligger mellem de store techgiganter og nyhedsmediernes, ses der en skævvridning i det lukrative incitament. Selvom en gængs opfattelse kan være, at techgiganterne har den største gevinst, er denne ikke nødvendigvis optjent gennem nyhedstjenesterne. Det udgør i nogle tilfælde, som for eksempel Facebooks, en relativt lille del. Det har til formål at være en essentiel del af demokratiet, idet de videregiver essentielle oplysninger. Techgiganterne har altså en samfundsmæssig og demokratisk værdi, som i dag er afgørende for både nyhedsmediernes og befolkningen. Der er en stor del af den information, der i dag opsøges, som er at finde gennem store techgiganter. Derfor kan en regulering af disse, som ikke omfavner den relation der allerede er mellem techgiganter og nyhedsmediernes, have en betydning for, hvordan og hvis overhovedet nyheder skal distribueres i fremtiden. Hvis nationer eller andre parlamentariske instanser skal ind og bestemme, kan techgiganter modsvar være magen til det i Australien. Dette vil betyde at brugere i fremtiden ikke vil kunne finde nyheder på sociale medier.

Denne magtposition giver techgiganter, der i det senmoderne samfund i høj grad er præget af teknologi, en mulighed for at viderebringe den viden til deres brugerbase, der stadig vokser. Med denne viden bliver brugeren mere oplyst og har derfor mulighed for at træffe bedre beslutninger. Denne magt er ikke i alle henseende en negativ begrænsning for de nationale nyhedsmediers konkurrenceevne, men også en eksponeringsplatform for disse virksomheder og ejer i mange tilfælde egenskaben til at kunne oplyse.

På den anden side, kan man se Facebook, som en ny, markant og ikke demokratisk magtfaktor, der går på tværs af landegrænser og regeringer. Facebook har, qua deres rumstruktur en legitimitet fra deres brugerbase på 2,8 milliarder, der overgår selv de største nationalstater i verden. Vi ved fra registrantanalysen at Facebook egenhændigt kontrollerer hvad deres brugere ser og oplever på deres platform. Facebook har skabt et ikke demokratisk styringsregime bestående af deres helt egne teknikker, procedurer samt rationale for hvad, der er 'godt' for deres brugere at blive eksponeret for. Dette styringsregime kan eksistere side om side med de demokratisk valgte regeringer i den vestlige verden. Ud fra vores casestudie ved vi, at konflikten opstår, når nationalstater, på egen hånd, forsøger at regulere og kontrollere bestemte procedurer og teknikker indenfor Facebooks rumstruktur og derved udfordre deres praksisregime. Denne magtkamp mellem Facebook og den Australske regering kan ende ud i en nedlukning af store dele af Facebooks services indenfor Australien. En sådan nedlukning har store konsekvenser for den digitale infrastruktur i landet og udgør et grundlæggende demokratisk problem, da en stor del af den australske befolkning generelt får deres nyheder og informationer gennem Facebook. Omfanget af Facebooks magt blev især synliggjort, da retningslinjer og pressemøder omhandlende Covid-19 også blev gjort utilgængelige for Facebooks australske brugere.

Facebook har, som multinational techgigant, igennem de sidste 15 år fået positioneret sig som en markant magtfaktor på globalt såvel som nationalt plan. Facebooks legitimitet fra deres enorme brugerbase udkonkurrerer enhver nationalstats forsøg på omfattende regulering af den digitale platform. Med Flyvbjergs argumentation om generalisering ud fra et enkeltstående casestudie, må det konkluderes at ingen nationalstat kan udøve omfattende regulering imod

Facebook. Deres enorme magt indenfor vidensdistribuering, samt legitimitet fra deres brugerbase, udkonkurrerer den parlamentariske magt, som vestlige regeringer har fra deres befolkning. Regulering af Facebook og andre multinationale techgiganter skal, ud fra vores undersøgelse, koordineres på et overstatsligt niveau, såsom EU. Et samlet EU vil stå stærkere i forhandlinger med Facebook, da det ville være utænkeligt, at Facebook ville udelukke samtlige EU-borgeres adgang til deres services, eftersom de udgør næsten 15% af Facebooks globale brugerbase (Tankovska, 2021). En sådan udelukkelse ville have enorme konsekvenser for Facebooks økonomi og dermed deres magtposition.

Konklusion

Vi kan konkludere, at definitionen af Facebook som blot et socialt medie og virksomhed er ufuldstændig. Ud over at være et socialt medie og en virksomhed, skal Facebook forstås som et digitalt rum, der muliggør socialisering, der ikke er begrænset af tid og geografi. Dette har skabt en brugerbase på næsten 3 milliarder brugere, hvor Facebook, som Super jet-setter, har kontrol over online kommunikation, nyheds distribuering og socialisering i det virtuelle rum. Facebook indtager dermed en placering i den globale infrastruktur, som deres eget praksisregime med en betydelig magtrelation til næsten halvdelen af jordens befolkning. Denne magtrelation udfordrer den klassiske parlamentariske magtrelation, som findes i vestlige demokratier. Der findes nu en ikke demokratisk valgt samfundsaktør med førhen uset stor magt over for befolkningen.

Derfor kan vi konkludere, at en ufuldstændig forståelse af Facebook leder til konflikt, hvilket kom til udtryk i Australien-Facebook casen. Den australske regering ville regulere Facebook, da de anså forholdet mellem de australske nyhedsmedier og Facebook som værende ulige. Facebook blev dermed misforstået, da regeringen ikke anerkendte deres position i det australske samfund. Ud fra konflikten kan vi konkludere, at Facebooks kontrol over online kommunikation og nyhedsdistribuering kan bruges som et magtfuldt værktøj. Dette brugte de i konflikten, hvilket tvang regeringen til genforhandlinger.

Vi kan dermed konkludere, at denne definition af Facebook som samfundsaktør kan bidrage til forståelse af, hvordan Facebook kan håndteres i fremtidige konflikter.

Litteraturliste

ACCC. (2020a, Juli 31). Australian news media to negotiate payment with major digital platforms. Australien.

- <https://www.accc.gov.au/focus-areas/digital-platforms/draft-news-media-bargaining-code>

ACCC. (2020b, Maj 19). Mandatory news media bargaining code concept paper. Australien.

- <https://www.accc.gov.au/media-release/australian-news-media-to-negotiate-payment-with-major-digital-platforms>

ACCC. (2021). Draft news media bargaining code. Australien.

- <https://www.accc.gov.au/focus-areas/digital-platforms/news-media-bargaining-code/concepts-paper>

Australia, F. (2021). Australien.

- <https://australia.fb.com>

Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. (1996). *Refleksiv sociologi*. København: Hans Reitzels.

Bunz, M. (2009, Oktober 27). Facebook users protest over news feed.

- <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/oct/27/new-facebook-newsfeed-protest>

Covert, A. (2014, Februar 19). Facebook buys WhatsApp for \$19 billion.

- <https://money.cnn.com/2014/02/19/technology/social/facebook-whatsapp/index.html>

Dean, M. (2010). *Governmentality, magt og styring i det moderne samfund*. Forlaget sociologi.

Delica, K., & Mathiesen, A. (2007). Historiserende feltanalyse. In L. Fuglsang, P. Hagedorn-Rasmussen, & P. B. Olsen, *Teknikker i samfundsvidenskaberne*. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Devito, M. A. (2016, Maj 16). From editors to Algorithms . *Taylor Francis online*.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2016.1178592?scroll=top&needAccess=true>

Dye, J. (2010, August 13). Facebook's 'like' revolution. *Proquest*.

- <https://search-proquest-com.ep.fjernadgang.kb.dk/ibss/docview/606991320/fulltext/B36E0C14D7604886PQ/1?accountid=13607>

Easton, W. (2020, August 31). An Update About Changes to Facebook's Services in Australia. Australien.

- <https://about.fb.com/news/2020/08/changes-to-facebooks-services-in-australia/>

Easton, W. (2021a, Januar 21). Our response to Australia's proposed news media laws. Australien.

- <https://australia.fb.com/post/our-response-to-australias-proposed-news-media-laws/>

Easton, W. b. (2021b, Februar 17). Changes to Sharing and Viewing News on Facebook in Australia. Australien.

- <https://about.fb.com/news/2020/08/changes-to-facebooks-services-in-australia/>

Elcock, W. (2016, April 29). GT Explains: The Evolution of Facebook Messenger as a Platform.

- <https://www.guidingtech.com/58143/gt-explains-evolution-fb-messenger/>
https://soeg.kb.dk/discovery/fulldisplay?docid=cdi_pubmedcentral_primary_oai_pubmedcentral_nih_gov_6380457&context=PC&vid=45KBDK_KGL:KGL&lang=da&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Primo%20Central&tab=Everything&query=any,contains,The%20political%20economy%20of%20Facebook's%20platformization%20in%20the%20mobile%20ecosystem:%20Facebook%20Messenger%20as%20a%20platform%20instance.&offset=0

Facebook. (2011, December 6). Tell your story with Timeline.

- https://www.facebook.com/note.php?note_id=10150289612087131

Facebook. (2013, Januar 15). Introducing Graph Search Beta.

- <https://about.fb.com/news/2013/01/introducing-graph-search-beta/>

Facebook. (2021). Tjenestevilkår.

<https://www.facebook.com/legal/terms>

Flyvbjerg, B. (1991). *Rationalitet og magt*. Akademisk Forlag.

Foucault, M. (1977-1978). Security, Territory, Population. In M. Foucault, *Foucault's Lectures at the Collège de France*. . Palgrave Usa.

Fuchs, J. (2020, September 10). How Facebook Ads Have Evolved [+What This Means for Marketers].

- <https://blog.hubspot.com/marketing/history-facebook-adtips-slideshare>

Harvey, D. (1989). *The conditions of postmodernity*. London: Routledge.

Hughs, C. (2020, September 20). News source used by consumers in Australia as February as of 2020. Australia.

- <https://www-statista-com.ep.fjernadgang.kb.dk/statistics/588441/australia-news-sources/>

Krop, K. (2009). Registrantanalyse: Historiseringen af et felt via dokumenter. In O. Hammerslev, J. A. Hansen, & I. Willing, *efleksiv sociologi i praksis: Empiriske undersøgelser inspireret af Pierre Bourdieu* (pp. s. 173-189). Hans Reitzels Forlag.

Massey, D. (1994). A global sense of place. In D. Massey, *Space, Place and Gender* (pp. 146-156). Cambridge: Polity Press.

Meade, A. (2021, February 16). Google and Facebook: the landmark Australian law that will make them pay for news content.

- https://www.theguardian.com/technology/2021/feb/16/google-and-facebook-the-landmark-australian-law-that-will-make-them-pay-for-news-content?fbclid=IwAR11KUKx5c13tjtR2smWU6y-W9tbyKOU3vp_2uyVhfCkvUoZy5DN3xFnNj8

Nieborg, D. B., & Helmond, A. (2019, Marts). The political economy of Facebook's platformization in the mobile ecosystem: Facebook Messenger as a platform instance. *Sagepub.com*.

- <https://www.guidingtech.com/58143/gt-explains-evolution-fb-messenger/>
https://soeg.kb.dk/discovery/fulldisplay?docid=cdi_pubmedcentral_primary_oai_pubmedcentral_nih_gov_6380457&context=PC&vid=45KBDK_KGL:KGL&lang=da&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Primo%20Central&tab=Everything&query=any,contains,The%20political%20economy%20of%20Facebook's%20platformization%20in%20the%20mobile%20ecosystem:%20Facebook%20Messenger%20as%20a%20platform%20instance.&offset=0

Nielsen, J. (2021, Februar 22). Penge fra Facebook kan føre til polarisering af danske medier. Danmark.

- https://www.altinget.dk/artikel/penge-fra-facebook-kan-foere-til-polarisering-af-danske-medier?SNSubscribed=true&ref=newsletter&refid=forsiden-tirsdag-morgen-230221&utm_campaign=Altinget.dk&utm_medium=e-mail&utm_source=nyhedsbrev

Prakash, T. (2021, Februar 18). Facebook lukker for nyheder i Australien: 'Jeg tror, det bliver for sølvpapirs- og klaphatte'. Danmark.

- <https://www.dr.dk/nyheder/udland/facebook-lukker-nyheder-i-australien-jeg-tror-det-bliver-soelvpapirs-og-klaphatte>

Segall, L. (2012, April 9). Facebook acquires Instagram for \$1 billion.

- https://money.cnn.com/2012/04/09/technology/facebook_acquires_instagram/?iid=EL

Social science Bites. (2013, Januar 2). Doreen Massey on space. London, England.

- <https://www.socialsciencespace.com/2013/02/podcastdoreen-massey-on-space/?fbclid=IwAR3H0eyTskR0svXrq2hsRjnP1abLs3D9WxNcSw-lcFcYHsCwgh18u-LDIJQ>

Tankovska, H. (2021, Maj 21). Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2021.

- <https://www-statista-com.ep.fjernadgang.kb.dk/statistics/588441/australia-news-sources/>

Thualagant, N. (2019). Kontekstualiserede casestudier. In C. J. Kristensen, & M. A. Hussain, *Metoder i samfundsvidenskaberne*. Frederiksberg: Samfundslitteratur .

Triantafillou, P. (2019). Analyse af dokumenter og dokumentation. In C. J. Kristensen, & M. A. Hussain, *Metoder i samfundsvidenskaberne*. Samfundslitteratur.

Vascellaro, J. E. (2009, August 11). Facebook acquires start-up FriendFeed.

-<https://www.wsj.com/articles/SB124993350820120361>

Bilag: