

# 社群媒體之監控形成

「分享」意識型態之規訓

# 摘要

## 《中文摘要》

愈來愈多 Facebook 使用者習慣把生活細節放到線上，形成具有脈絡的數位痕跡。而這些數位痕跡就成為可被追蹤、回溯及被監控的資訊。既然監控無所不在，社群媒體的監控是如何得以建構而成，這是本文所關心的面向。為勾勒 Facebook 平台的制度設計是如何讓監控成為可能，本文藉由 Facebook 平台的內隱元素再對照外顯元素進行分析，藉以理解與辨識當中所呈現的監控暗示及意涵。在 Facebook 「誕生、蛻變與成長」、「平台條規與條約」、以及「功能與界面」（個人檔案、時間軸與動態時報、隱私設定）三個分析面向都指向一個結果，那就是 Facebook 致力打造的「分享」意識型態，這包括平台使用條規與界面設計之暗示及意涵，皆讓監控場域得以建構而成。而且，使用者必須遵守平台的遊戲規則，即「分享」，這讓監控得以隱匿在自然不過的「分享」常規而渾然不察覺被規訓。

關鍵詞：分享、社群媒體、規訓、監控

## 壹、前言

監控，自古以來就已存在，誠如 Lyon (1994, 頁 22) 所言：「監控並非新的事件，因為早從沒有記錄的時代開始，人們就以會相互監看的方式監控人們做什麼與理解人們進行某件事的進度，以對人群進行組合或關注」。Lyon (2010) 結合 Bauman 的看法提出了「液態監控」(Liquid surveillance)，他們認為「液態監控」得以解釋如今快速多變的資訊社會以及網路所積累各種資訊串流也能創造出「監控」的可能。循此，監控也從對身體的監控例如暗巷的監視器、行車記錄器、身份證明、醫療記錄等，轉移到資訊的監控之時，就能形成一種參與式、流動、蛻變及人人都可實踐的監控。

自 Web 2.0 出現後，用戶創造內容 (User Generated Content) 如網路書寫、線上相簿、影音平台、社群媒體隨之迅速誕生，尤其 Facebook 更成為大部分人聚集進行社交與互動的場域，誠如報導所言：高達 6 成的台灣人口是 Facebook 每月活躍用戶，其中有 71% 的用戶是每天使用者 (見<http://www.chinatimes.com/newspapers/20130819000085-260204>)。使用社群媒體的人數愈來愈多的情況下，顯而易見地愈來愈多 Facebook 使用者也漸漸習慣把自己的生活細節放到線上，包括個人與生活照、心情故事等，而 Facebook 平台上的打卡功能更讓人們透露自己身在何處等，這些在現實空間所發生的人事物都被一一轉化為數據 (data)，並在 Facebook 上創造了自己的「數據分身」(data-double) 或是第二個自我 (second self)。值得注意的是這些人們在現實生活所發生的人事物一旦被一一記錄在網路空間當中，也就將形成具有脈絡的數位痕跡，換言之，這些數位痕跡是可被追蹤、回溯及被監控的資訊。

過去幾年社會所發生的幾個事件就告訴我們，Facebook 作為監控場域已發生在人們的日常生活，例如有些機構在聘請新職員之前，或是名校招生 (Schaffer, 2013) 的甄選人員，還會到其社群媒體查看申請人等事件已屢見不鮮。就算透過網路交友，不少網民仍會要求對方的 Facebook 帳號，以透過對方的個人檔案及所分享的資訊來判斷對方的人格與愛好等是否合宜見面。台灣或許仍記得 2011 年日本宮城震災之後，立法委員黃昭順的助理趙志勳在 Facebook 上發表仇日言論被解除職務的事件，還有 2012 年一名陳姓員警在執勤時段以手機上網在 Facebook 留言，之後在勤餘以電腦上網發表不當言論，經媒體報導，嚴重影響警察形象，而對言行失當員警作出懲處 (見<http://www.cna.com.tw/news/FirstNews/201203310005-1.aspx>) 等事件。

既然 Facebook 已儼然成為監控場域，那這場域的監控又是如何以及為何能

夠建構而成，這是本文所關心的面向。由於監控不只是微觀技術的具體社會實踐而已，還需由制度設計與權力競奪關係中，方可勾勒出其輪廓，因此，為勾勒 Facebook 此平台的制度設計是如何讓監控成為可能，也即監控此複雜網絡是如何被形構而成，網絡當中的關係和元素是如何運作的，本文藉由 Facebook 平台的內隱（implicit）元素，即平台的使用與條規文本，包括有關 Facebook、使用者說明、隱私設定說明、資訊使用說明、平台新聞等資料，再對照外顯（explicit）元素——功能與界面（個人檔案、時間軸與動態時報）進行分析，藉以理解與辨識當中所呈現的監控暗示及意涵。

## 貳、 文獻探討

### 一、 監控之歷史回溯與演變

Surveillance，源自法文，意為「觀看」（watching over），其 sur 代表「由上而下」，veiller 代表「去看」（to watch），也即對個人或團體的行為、活動或資訊進行監看的行為（Minsky, Kurzweil & Mann, 2013）。Surveillance 之中文譯名一般有「監控」、「監視」、「監測」、「監督」等，至今仍無統一字詞。以會意之甲骨文而言，「監」字的左邊為一睜大眼睛往下看，右邊是器皿，上邊有一小橫，表示器中有水，古人以水為鏡。<sup>1</sup>然而，無論東西方的含義，Surveillance 及監控都帶有由上至下進行監看的意涵。

許多學者（Giddens, 1985; Lyon, 2003; Haggerty and Ericson, 2006; 轉引 Lauer, 2011）皆指出：「監控是現代社會的特質之一」。但是，Lyon（1994，頁 22）就言：「監控並非新的事件，早從沒有記錄的時代開始，人們就以會相互監看的方式，以監控人們做了些什麼與關注人們的進度，以對人群進行組織或提出關注。」Lauer（2011）也同樣認為人類作為地球的生物之一，是懂得善用身體感官的大自然監控機器（surveillance machines）。換言之，監控原來是人類天生就會做的事情，只要能透過觀看就可執行。

就此，歷史家 Ginzburg（1990）指出，早在史前時代的人類，就懂得透過動物的足跡、排泄物、氣味等進行追蹤及獵物。當代社會的人類雖已化身社會動物（social animal）但也懂得觀察他人並投其所好。我們會透過目光、聲音或氣味來表達自己的個性、愛好、社會位置以及對他人友好或拒絕，這就如 Goffman

---

<sup>1</sup> 在線新華字典。上網日期：2013 年 12 月 10 日，取自<http://xh.5156edu.com/html3/14801.html>

(1959)所指，我們在所有的社會互動與溝通當中，皆是給予(give)與放出(give off)訊息。而這類的體現監控(embodied surveillance)為我們非正式及非系統性地辨識(identify)、區分(classify)與監視(monitor)他人的模式，原來就深深地根植於所有的社會控制當中，由此可見，監控的歷史，就如人類的歷史一樣久遠(Lauer, 2011)。

1870年至1880年之間，調查罪案的偵查員從人體特徵及隨身物品進行偵查的機制開始，監控就開始出現在官方機構(Ginzburg, 1990)，接著，藉由偵查畫像、照片、筆跡、指紋等也能尋出當事者的當代技術也漸漸降臨，再演變到DNA、地理定位系統、人造衛星等高科技的誕生。我們得以知道新科技、新媒介的誕生讓人類身體與感官獲得了延伸，也讓監控展現全新模式。然而，媒介的誕生，把監控的歷史複雜化了(Gates and Magnet, 2007)。換言之，監控變得無所不在，也變得幾乎人人都可以執行。

George Orwell 在 1949 年撰寫了一本與監控有關的反烏托邦小說《1984》當中從未出現的老大哥(Big Brother)——為政府在每個家庭與工作場所裝置無法關上的電幕，進行了無所不在嚴密監視人民舉動的情節，是如何地適用於當代社會而讓 Lyon (2002) 感到驚訝，就連政治家 Theodore Lowi 也曾對資訊革命的興起提出《1984》時代即將降臨的警戒(Lyon, 2002)。從國家層面對人民進行監控的實踐，已屢見不鮮。Gandy (2002) 就舉例，政府曾透過新科技的使用(如：資料挖掘, data mining)進行不同模式的監控，包括在國防部蒐集鉅量數據、甚至是美國國內稅收署也是一處主要的個人資訊蒐集中心，而政治人物也採用電腦運算的監控模式影響公眾意見，以鞏固他們的政治地位。

監控並非被國家或商業隱匿的體制下才會發生的事情，而是在當代生活的人們之日常生活都可以被監控，例如：通話記錄、信用卡購物、走在街上、甚至是看醫生、出國旅行等。Gandy (1993) 就舉例，電腦科技可辨識溢散的及去中心化的資訊，例如個人交易數據，以便區分消費者的喜好。監控無所不在，且具有歷史性，而且，早已融入人們的日常生活。就連手機的攝像功能也具有被監控的可能，Kittler (1999) 曾提出手機攝影(phonograph)捕捉及儲存了人們平日不留意的生活空間與事物之例子，Gitelman (1999) 就認為手機攝影是作為證據證明事件的新監控科技。就此 Staples (2000) 指出，事實上人們的生活每日都呈現出混合式的檢查(checking)、觀看(watching)、記錄(recording)與分析(analysing)，導致人們經常認為他們凡到任何地方或做任何事情都會留下痕跡(trails and traces)並習以為常。Rose (1999, 頁 234) 也認同，監控是一種專門設計於(designed in)人們日常生活的機制。

## 1、 新監控模式

對著名監控研究學者 David Lyon (2002) 而言，監控是一種針對個人資訊關注，並且由一群人對一群人進行監視及控制的行為，然而，監控並非全然的負面及令人膽怯，在當代社會當中，監控代表了日常生活的方便，效率與安全（例如國安）。而網際網路的出現，讓監控的意涵面臨了改寫，Magnet 與 Gates (2009) 認同網際網路及新傳播資訊科技讓消費者追蹤技術（consumer-tracking techniques）越來越易於執行。尤其 Web 2.0 之後，網路書寫、社群媒體之誕生，人們紛紛把生活細節放到線上，還包括個人照、生活照等，Facebook 平台上的打卡功能更讓人們透露自己身在何處，這些都被一一記錄在網路空間形成具有脈絡的數位痕跡，也是可被追蹤、回溯及監控的資訊。王佳煌 (2001) 就稱網路是混沌監視（chaotic surveillance），因為它是一種結合現代國家監視、生產監視與消費監視，是種「防不勝防」的新形態。也因此，Lauer (2011) 直言：「新媒介讓新證據誕生了（New media produce new evidence）」。

傅柯(1977, 1984)曾套用邊沁的全視景監獄，舉出全景敞視主義(Panopticism)來隱喻權力，提出在監控底下的囚犯被固定在厚實的圍牆裡動彈不得，這讓權力得以進行不費吹灰之力的監管。然而，現代社會因電傳速度科技的出現，讓監控也同樣得以突破時空的界限來施展權力，例如行動電話的監控能力，讓權力者開展的監控技術演變為無需固定時空的「後全景敞視」(post-Panoptical)，例如人們必須隨時隨地接聽電話或是被聯繫得到，在某種情境就是高塔上的控制(Bauman, 2000)，簡言之，液態現代性的當下，後全視景監獄已不再藉由固態時空才得以實現。Nellis (2009) 也提醒我們在當代社會進行監控經驗的探究，必須跨越視覺的場域(field of visibility)以及肉眼可見的(ocular)，因為新形態的監控科技足以檢測到人們的存在、也可以蒐集數位化數據以及辨識人們的聲音。由此可見，當身體被資訊化的時候，監控也就從身體轉移到對數據的監控。

Lyon (2010) 曾說：「今日的監控並無固定形態，因為監控會蛻變與異變(In a word, today's surveillance does not keep its shape: it morphs and mutates)。」他進一步解釋：就如閉路電視的監控，被 Norris 與 Armstrong (1999) 歸類為可延伸的異變(expandable mutability)；在 1990 年代，英國教育系統就出現一種蒐集學生日常作息資訊的「功能蠕變機制」(function creep)，記錄他們幾點到學校，哪位學生在學校吃午餐、哪位學生需要額外的協助等；而今日的客戶關係管理(Customer Relationship Management)就演變成一種「目的蠕變機制」(mission creep)，因此，監控不但是蠕變及滲透的，它還是會串流的，尤其從在地到國際，例如：適地性服務載具(location based device)以及跨國購物系統等。所以

說，個人資訊也就從一個數據庫，流動到另一個數據庫。

也因為個人數據得以被蒐集及使用，這讓許多機構持續地每日監控着人們的一舉一動，而 Bauman 與 Lyon (2012) 提出的「液態監控」(liquid surveillance) 也代表了身體與物質空間的消解，數據成為自己的「數據分身」(data-doubles) 永久地存活在數位空間；但有趣的是他們認為數據「分身」在線上空間所獲得的機會與選擇卻又比真實的自己還要顯著。這或許可解釋為：透過網際網路的無疆界、多元及無法估計的可能，讓被固著在某個空間的使用者可以在網路無限擴展自己的分身。

然而在現時代，新舊監控模式又同時顯現在社群媒體如 Facebook，似乎又讓舊時代的監聽及跟踪 (snooping and stalking) 再度上演，尤其企業、犯罪控制機構及國安組織都把 Facebook 視為主要的資訊交流中心。新聞報導也指出，Facebook 在 2013 年上半年首份「全球政府索資報告」指出，多國政府要求 Facebook 提供資料數量超過 2 萬 5000 多筆，其中美國要求最多。台灣提出共 229 筆要求，包括 329 名用戶的帳戶資料（見 <http://www.cna.com.tw/news/FirstNews/201308280025-1.aspx>）。

何以社群媒體如 Facebook 可以執行監控？boyd (2007) 就指出，線上社群媒體具有四種特質：具持久性、可被搜索、可被複製以及隱匿閱聽眾 (invisible audiences)。舉例而言，Facebook 使用者在自己的塗鴉牆發文，其文本就立即被轉化為數位文本在線上空間留下了數位痕跡，其他擁有相同特質的平台也包括部落格、論壇文章、留言、線上相簿等。而人們例如工程師只需透過搜尋平台輸入關鍵字，或是透過編碼程式的運算，就能把這些數位文本一一撈取儲存，而且網路文本暫時不含侵權的局限，因此其他使用者也可透過複製、修改等動作，賦予原本全新的意義。對於隱匿閱聽眾，boyd 認為普遍上人們以為 Facebook 上的傳播，只有自己好友名單才能接收，然而，事實上人們的閱聽眾人數更龐大，凡有能力上網的使用者都有機會成為他們的閱聽眾。但是，Facebook 使用者卻對這件事毫無感覺，因為他們是隱匿的。因此，社群媒體也就因此產生了許多道德恐慌，被監聽的情景甚至陰謀論 (Bruce, 2007; Greenop, 2007; Roush, 2006; Marks, 2006; 轉引 Albrechtslund, 2008)。

Marwick 與 boyd (2011) 認為大部分社群媒體使用者並不在意政府或機構對他們的 Facebook 進行監控，但是，對於他們生活的重要人物例如老闆、父母等，卻非常在意。這就使得使用者在 Facebook 所展現的數據分身以及所留下的數位痕跡都是經過自我監視 (self-monitor)，以便平衡他們在前台及後台的形象 (boyd & Marwick, 2011; Marwick, 2010)。而此自我監視對 Trottier (2011) 而言，就是一種被內化的社群監控 (social surveillance) 實踐，他認為 Facebook 使

用者因為知道會被監控，所以先進行自我監控。總的而言，Facebook 不但被國家視為資訊中心，也被商業虎視眈眈，甚至身邊所有人都可以透過 Facebook 對他人、甚至對自我進行監視之時，令本文更加好奇的是社群媒體如 Facebook 之監控 (surveillance) 到底是如何形成以及為何能夠形成？這肯定是一個未被打開的黑箱子。

## 參、 研究設計

為勾勒 Facebook 此平台的制度設計是如何讓監控成為可能，並把監控理論放在社群媒體加以概念化，本文認為首先必須藉由拆解平台背後所隱藏的意識型態，再從各方面蒐集足夠證據以證明監控之形成。

在研究設計方面，首先藉由 Facebook 平台的內隱 (implicit) 元素包含 Facebook 原則 (<https://www.facebook.com/principles.php>)、使用者說明 (<https://www.facebook.com/legal/terms>)、隱私設定說明 (<https://www.facebook.com/about/privacy>)、資訊使用政策 (<https://www.facebook.com/about/privacy/your-info>)、Facebook 部落格 (<https://blog.facebook.com/archive.php>) 等公開文本資料進行論述分析，再對照外顯 (explicit) 元素——功能與界面 (個人檔案、時間軸與動態時報) 進行分析。逐一探究 Facebook 如何「告訴」使用者如何使用該平台，功能與界面如何「界定」使用模式，進一步推測 Facebook 如何讓監控得以形成。

## 肆、 Facebook 之監控與規訓

### 一、 誕生、蛻變與成長

Facebook 由 Mark Zuckerberg 等人在 2004 年創建，初始目的為讓一班來自哈佛大學的學生有個互動平台，最後平台藉由開放其他學校的學生使用，漸漸讓更多不同學校及同學的加入與使用 (boyd & Ellison, 2007)。隔年，Facebook 進一步開放讓高中學生及一些上班族使用。直到 2006 年，Facebook 開放給 13 歲以上並擁有身份證號碼的群眾使用，才算完全地公開其平台。Facebook 早期獲得 Napster 創辦人之一的 Sean Parker 資助，之後還獲得 PayPal 創辦人之一的 Peter Thiel 注資，但最令人矚目的卻是微軟在 2007 年注資，微軟擁有 Facebook 股份的 1.6%，兩家公司的合作為針對 Facebook 的廣告服務技術 (見



<http://www.microsoft.com/en-us/news/press/2007/oct07/10-24facebookpr.aspx>)。每當 Facebook「犯錯」，眾人直接把矛頭指向 Facebook，事實上公眾或許有所忽略 Facebook 的背後有許多網路科技大公司在支撐，默默地分享 Facebook 的成功與盈利。

Facebook 使用人數從 2006 年正式開放的 1200 萬人（每月活躍使用者），在短短三年時間增加 30 倍人數（3 億 6000 萬人）（見<http://www.statista.com/chart/870/facebook-s-remarkable-user-growth/>）。直到 2013 年 9 月 30 日，Facebook 全球的每月活躍使用者已達到 11 億 9000 萬的人數，達 18% 年增長率，也就是全球人口每 7 人當中就有 1 人是 Facebook 使用者，以及行動裝置每月活躍使用者也達到了 8 億 7400 萬人，獲 45% 年度增長率（Facebook, 2013）的驚人增幅。Facebook 活躍人數增加率比起往年有逐年紓緩的現象，但是，智慧手機的普及與便攜性以及無所不在的網路連結，將讓 Facebook 成為行動科技的必須。所以說，Facebook 在智慧型手機滲透率再進一步普及的時代，將會有意想不到的新轉變。

Facebook 並非網路首個社群媒體平台，在 1997 年至 2001 年之間一個以「六度分隔理論」（six degrees of separation）或「小世界效應」為概念的平台 SixDegrees.com 早已誕生（見<http://en.wikipedia.org/wiki/SixDegrees.com>）。此平台讓使用者設立親人、朋友及相識者的好友名單，並向這些朋友發訊息，而朋友的朋友也會被邀請加入這個平台。某種程度而言，它確實與現今社群媒體特質很像。隨之，類似的社群媒體平台 Friendster 在 2002 年誕生，接著還有較為人知的 MySpace、Hi5 等平台也陸續出現。無論如何，這裡欲強調的是 Facebook 並非一夜之間誕生，而是類似平台早已出現在網際網路。

Zuckerberg 在 2004 年推出的首版 Facebook，原名叫 thefacebook.com，他在設計此平台的時候曾以 Friendster 為模本。Zuckerberg 從大學時期構思的 Facemash、thefacebook 直到今日的 Facebook，其實都在環繞著「分享」的意識型態，並藉由社群性平台作為分享之助力，進而創造出鉅量資訊。Facebook 使用者欲使用此免費平台，他們首先必須「分享」個人資料，包括電郵、帳號名字、個人照、年齡、性別等，以換得在平台上的社交活動。而 Facebook 上許多功能（設計機制）都是環繞著「分享」此意識型態，鼓勵使用者頻密地進行訊息內容的揭露。這些內容可以是個人心情動態、圖文、影音連結、甚至是地點的打卡等，換言之，Facebook 的所有機制都在「提醒」使用者必須分享自己的日常生活。誠如 Facebook 原則所言：「Facebook 主要為讓人們具有分享的能力，以創造更開放與更緊密連結的世界。Facebook 將作為人們用於與朋友和家人保持連結，發掘世界所發生之事，以及分享和表達他們所關心的。」（見

<https://www.facebook.com/principles.php>)

van Dijck (2013) 指出，「分享」在 Facebook 的意義並非單純是平台的編碼運算或是具有社會性的品牌策略，而是一場文化的戰役，因為這場戰役代表的是一個在線上社交活動與溝通所誕生的全新規範與秩序，例如按鍵之簡易、無損 (frictionless) 特質，讓「分享」此常規迅速地擴展於線上空間。總言之，Facebook 致力打造的「分享常規」，讓使用者無意識地留下了許許多多可被脈絡化的數位痕跡，亦如 Bauman 與 Lyon (2012) 提出的「數據分身」被永久地留在數位空間當中；史前時代的人類透過動物足跡追蹤及打獵，那現代的監控系統則透過人們留下的數據分身進行無所不在的監控行動。

## 二、同意被「收編」的隱藏機制

當使用者決定加入 Facebook 之時，也就必須遵從此平台所設置的一切規範。使用者註冊時，必須填寫基本人口資料，如：姓名、電郵、年齡、性別、生日日期等，也包括住址、電話號碼、職業、興趣，甚至還有感情狀態等。雖然說網路空間為開放且透明的空間，但由於 Facebook 是一個商業主導的免費平台，因此擁有者所建設的規範，就成為了 Facebook 的規範，也就是所有使用者必須遵守的條規，這包括：要使用或登入 Facebook 之前，「必須」遵守實名制的模式，不得在 Facebook 提供任何虛假個人資料，或未經允許為他人建立帳號，也不能建立一個以上的個人帳號，並且還必須保持最正確和即時的聯絡資料。換言之，要使用 Facebook 就必須接受此平台上所列的一切條規：

「我們打造 Facebook 的目的在於讓世界變得更加開放且透明…在達成目標的過程中，Facebook 設立了幾個特定的原則做為指引。只有法規限制、技術和與時俱進的社會規範會使上述目標的達成受到約束。因此我們建立了這些原則，做為使用 Facebook 服務之權利與義務的基礎。」（見<https://www.facebook.com/legal/terms>）

一旦加入 Facebook，使用者就會被平台上的運算機制 (computational institution) 不斷提醒更新個人動態、分享圖文或影音內容、在粉絲頁按讚、與他人互動等。boyd 及 Ellison (2007) 也認同，使用者這時候就會被 Facebook 不斷地鼓勵，把他們生活中的朋友加入成為「好友名單」。這在某種程度而言，讓使用者在平台上的自我揭露形成具有愉悅感的自我展演，因為 Facebook 上的朋友名單是透過使用者自己的決定與篩選而形成的。所以說，這是奠基於人類最原始的「交換」模式而演變，從最早期的「物物交換」，到網際網路時代的虛擬交易，直到社群媒體也存在一種交換，例如透過自我揭露與展演獲得社會資本、自我

滿足、愉悅感、歸屬感、存在感等。

持不同看法的 van Dijck (2013) 則認為，所有免費的社群媒體平台都是在迫使用者做事，例如成為內容提供者，以換取平台上的人氣。因為人氣可作為社群媒體的過濾指標，以刪除那些不活躍的使用者，所謂不活躍就是不在平台上分享。傅柯的《規訓與懲罰》曾指出，對統治者而言，與其消滅一個肉體，不如使肉體變的有用；於是，訓練、矯治成為懲處的目的，規訓出柔順而有用的肉體成為處罰真正的目標。因此，與其不斷地訓練使用者什麼可以做、什麼不可以做來規訓 Facebook 的使用者，以「什麼應該做」來達到被要求的角色及行為，就是 Facebook 隱藏機制不會明白告訴使用者的陰謀。

針對 Facebook 使用者的所有資訊（包含個資及動態內容）如何被使用的問題，也就是這些數位痕跡、數據分身如何被監控，Facebook 的「資料使用政策」（見<https://www.facebook.com/about/privacy/your-info>）指出：「只要您使用或執行 Facebook，我們就會接收有關您的資料…」。換言之，一旦加入 Facebook，就難逃被 Facebook 監控的機會，這包括：查看他人的動態時報、傳送或接受訊息、搜尋朋友或粉絲頁、所有的點擊動作（包括按讚、留意、分享）、使用手機版應用程式、透過 Facebook 進行各種購買等。針對照片及影音內容，Facebook 還會蒐集拍攝時間、日期、地點，透過臉部辨認（face recognition）建議使用者應該標籤（tag）好友，甚至打卡（check-in）顯示出去了哪個地點，因 Facebook 也啟動了地理定位系統（GPS）辨識使用者的所在城市。總言之，使用者會被 Facebook 進行監控的途徑（如下）：

- 無論電腦、手機或其他載具，只要安裝了 Facebook，也就一起安裝了接收器。此接收器以多種形態出現，包括：IP 位址、透過使用者行動電話號碼進行資訊接收、網路服務、作業系統、瀏覽器、地理定位系統等。
- Facebook 遊戲、應用程式、網站的社交外掛程式（非 Facebook 網站的留言欄位及按讚按鍵）以及 Cookie。這些資訊能蒐集使用者造訪網站的日期和時間、所在的網址或 URL、IP 位址、瀏覽器、電腦操作系統及使用者 Facebook 用戶編號。

對於這一切看似提供使用者客製化（customized）資訊的新技術，Facebook 指出：「我們整合手上關於您、您的朋友和其他人的資訊，才能提供並建議各種服務和功能…藉以告知您和您的朋友附近有哪些人和活動，或是提供您可能感興趣的優惠。我們也會整理出關於您的資料，為您刊登可能與您更息息相關的廣告或其他內容。」在這些優良服務的背後，Facebook 事實上是在蒐集使用者的資

訊並分享給合作夥伴、廣告商、製作應用程式與遊戲的商家、甚至是 Facebook 的營運執行長 Sheryl Sandberg 也說：「每個人都想瞭解朋友的喜好，看看好友喜歡哪些東西。這也是我們將廣告與朋友搭配的原因。我們不都是這樣嗎？透過來自朋友分享的訊息以及介紹他們喜愛的事物，成為我們發現新產品、新服務的最佳管道...」（見<https://www.facebook.com/notes/403570307130>）。言下之意就與 Lyon（2008）提出之監控元素不謀而合，這包括：Facebook 對資訊的蒐集是具有目的性的、例行的、系統化的以及專一的，雖然此監控仰賴着數據與資訊的匯總，但監控大部分都是指涉那些可被辨識的個人之數據被蒐集、儲存、傳遞、檢索、比較、撈取及進行買賣的行徑。

如果使用者想退出 Facebook，還有「停用」及「刪除」兩種選擇。所謂「停用」就是帳號持保留狀態，所有資料仍存在 Facebook 數據庫當中。選擇「刪除」帳號的話，帳號資料也並非立刻從數據庫當中被刪除，因為 Facebook 指出：「刪除帳號通常需要一個月的時間，但是有些資訊可能會保留在備份複本中，並且保留最長達 90 天。除非您確定再也不想重新啟用帳號，否則請不要刪除帳號。」（見<https://www.facebook.com/about/privacy/your-info>）。van Dijck（2013）就指出，要退出社群媒體並非簡單的事，因為退出者會面對那些活躍於社群媒體的同儕的壓力，也同時得面對已成形的「分享」常規，例如在 Facebook 上傳照片是所有人都在做的事情。而如今越來越多商家鼓勵 Facebook 使用者必須打卡才能享有優惠的情況下，作為社會規範體制外的一群就經常得面對社會排除的狀況。簡單而言，在此平台上處於高塔的最高點者就是 Facebook 擁有者，他們有權拒絕與阻止某使用者的加入。雖然只要不加入 Facebook，約束也無法跨越。然而，在社會大趨勢都在使用 Facebook 的情境下，退出 Facebook 某種程度也需要協商與勇氣。

### 三、無止境「分享」的功能與界面

傅柯認為一些貌似客觀真理的論述（discourse）往往只是權力的工具；而且權力不單可從外面壓迫我們的主體性，它更可以從內在建構和塑造我們的主體性。我們姑且相信 Zuckerberg 開創 Facebook 的理念論述至今不變，即：「讓人們具有分享的能力」，從此論述我們得以看到 Facebook 施展的權力，就是要建構 Facebook 的「分享常規」。

Facebook 的界面功能和設計，可看出其主軸就是要讓使用者進行不同層次

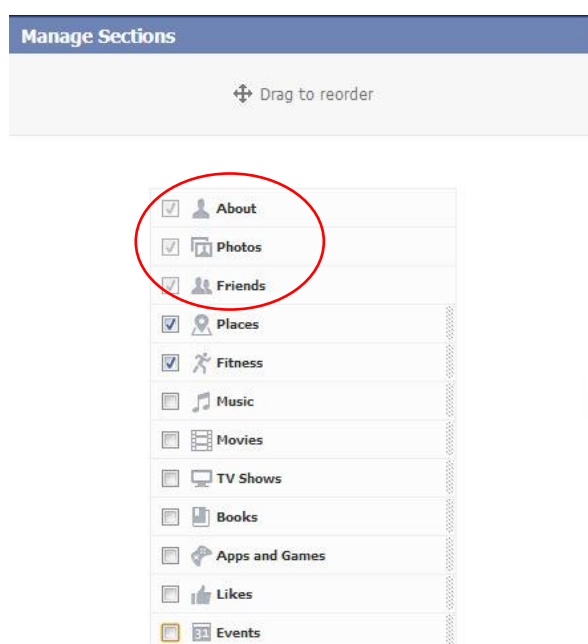
的「分享」。本文將從 Facebook 最主要的三個功能與界面：個人檔案、時間軸與動態時報、隱私設定進行探討。

## (一) 個人檔案

在 Facebook 的個人檔案 (Profile) 當中，第一層次的「分享」就如 Goffman 曾提出的給予 (give)，也就是使用者與他人互動時，刻意給予他人的印象。換言之，要使用 Facebook 平台，使用者必須提供名字、性別、年齡、聯絡方式包括電郵、手機號碼等個人資料，作為使用者與 Facebook「分享」的第一層次。

第二層次為使用者決定分享哪些資料給他人 (讓他人看見)，但事實上卻無法在此層次進行絕對的控制，因為 Facebook 認為最基本的「關於我」(About) 包括：(一) 基本資料當中的性別、血型、出生年月日等，(二) 居住地、(三) 就職與就學資料，照片 (Photos) 以及朋友圈 (Friends) 是無法具有隱藏選擇的 (圖一)。

第三層次的分享則取決於使用者意願，包括心情、影音、圖文、針對某事物的喜好 (例如電影、餐廳) 以及誰可以接收訊息等，調整這些資訊的揭露層次則可到隱私設定、或在近況更新 (status) 欄位右下角進行調整，總言之，Facebook 為使用者設計了可在各個路徑對資訊分享進行調整與控制的功能，但是，也因為路徑太多導致如迷宮一樣，容易讓使用者不小心迷失方向。



圖一：個人檔案控制頁面

個人檔案，就是人的非人再現物（non-human representation），換言之，此數據分身所代表的就是使用者本身。使用者欲在 Facebook 進行互動，首先必須先把使用者欲扮演的角色建構好。Goffman（1959）將互動的領域分為前台（frontstage）與後台（backstage），並以「人生如戲，社會是一座舞臺」來闡釋人際互動的過程。他認為人際的互動是前台行為，前台代表符合情境的規範要求，因此，人們會有意識地操控和調節姿態的傳送，以引起別人的有利反應，並藉此確保自己的自我概念，維持自我形象。換言之，Facebook 個人檔案的界面制度與設計就呼應了 Trottier（2011）所指的社群監控（social surveillance）實踐之形成，因他認為 Facebook 使用者知道會被監控，所以先進行自我監控。所以說，一旦選擇加入 Facebook，「Facebook 使用者」就得在行為和外表上維持這一社會群體的標準，也就是 Facebook 所鼓吹的「分享常規」，也包含平台應該做與不應該做的事情。

Facebook 的遊戲規則是自成一格的，遊戲者就算不遵守，Facebook 也會千方百計（例如電郵提醒）引導遊戲者進入場域，再透過同儕壓力、已成社會規範的連結性、社會與虛擬互動等手法規訓遊戲者留守此場域。所以說，一旦同意加入 Facebook，使用者就得「分享」基本個人資料、照片及朋友圈，這些資訊都會公開展露給使用者的朋友圈與非朋友圈的其他使用者。這是因為 Facebook 希望「強制」使用者透過公開個人資料來增加朋友圈、讓他人找到並加為好友。或許，也為了商業利益，因為這些基本資料就是行銷市場調查當中最普遍的「人口資料」。

## （二） 時間軸與動態時報

「早期的 Facebook 界面只讓使用者展示一張照片以及個人檔案，更早期的 Facebook 甚至沒有塗鴉牆（wall），而是一個非常簡單的文本欄位…Facebook 改變很多，我們也不斷地提升這個平台…但當我們作出改變時，卻經常收到人們憤怒的電郵叫我們換回以前的界面…我們是越變越好的，例如照片、活動、團體以及塗鴉牆等都讓 Facebook 變成更有趣的平台…我們的目的是提供一種工具，一種讓人們知道及了解周圍的他人正在做什麼事情的工具，而我們的改變就是為了要達到這個目的，所以說，無論我們提出什麼新東西，它們的作用一樣不變。」（Zuckerberg, 2006 年 8 月 30 日，見<https://www.facebook.com/notes/2207522130>）

Facebook 後期在界面設計的轉變，例如 2011 年年底推出的時間軸 (Timeline)，讓使用者界面從基本資料包括名字、照片、何時上大學等，也就是大部分人在陌生人介紹自己的前 5 分鐘「介紹文」，轉變到一個猶如述說着自己的生命故事的界面呈現(見[https://www.facebook.com/note.php?note\\_id=10150289612087131](https://www.facebook.com/note.php?note_id=10150289612087131))。例如：何時出生、何時上學、在哪家學校求學、何時結婚、對象是誰、喜歡看什麼電影、聽什麼音樂、朋友群有幾個人、誰是親密朋友 (Close Friend)、哪些是使用者有興趣的粉絲頁等等。換言之，這種改變也將讓 Facebook 的資訊蒐集從基本的「介紹文」擴展至豐富的「生命故事」，因此，使用者所需分享的資訊就隨著界面的轉變而越來越多。但是，使用者卻未曾去在意這些轉變所帶來的風險。不像早期 Facebook 在 2007 年推出 Beacon 公司的做法，這次是採取了隱秘與迂迴的方式，即把界面改為「時間軸」這猶如讓使用者述說「生命故事」的界面，但事實上 Facebook 還是進行同樣的行動——監控使用者「分享」的資訊。

Goffman(1959)的戲劇論指出互動的層面有二：一為物質道具 (physical props)，包括身體姿態、空間物品；另一為印象整飾 (impression management)，作為角色互動的基礎，此二層面為人們作為角色創造與展演的重要元素。從本文分析得以看出，Facebook 的界面：個人檔案、時間軸，甚至是動態時報，正好為使用者精心打造讓他們得以表演的舞台。

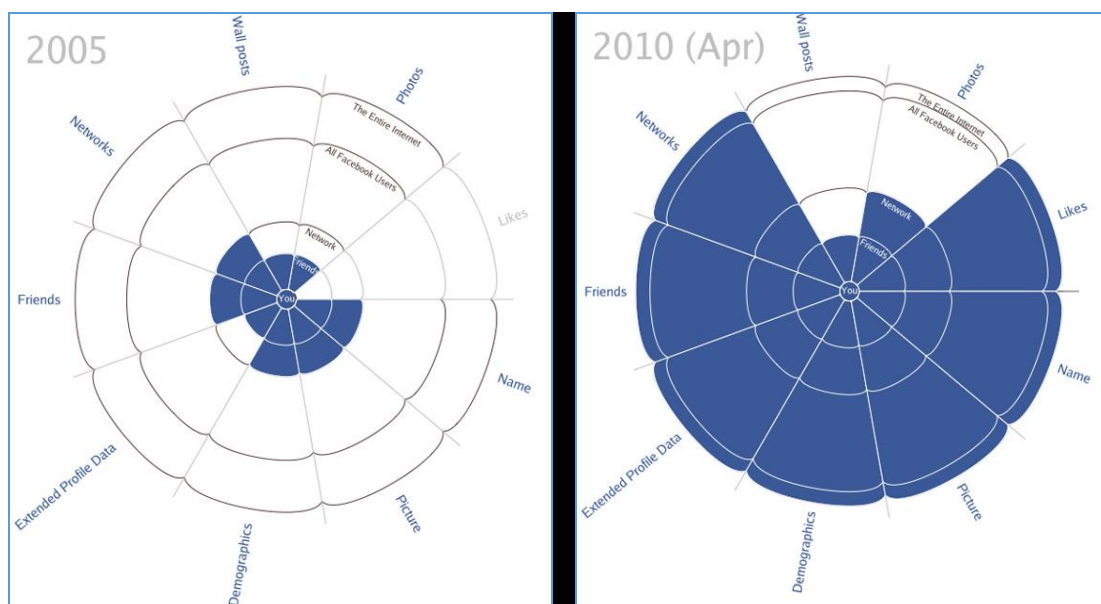
界面上的功能如：動態時報 (發圖文、影音、打卡、分享心情)、相簿、個人檔案的愛好展示 (音樂、電影、書籍、人物、運動、美食等) 都是使用者人生舞台的道具，讓使用者飾演各種各樣的角色，例如愛泡夜店的派對女王會有許多派對狂歡的照片；熱愛民主、和平的文青就會不時發布自己出席反核遊行、對社會事件發表批評等的角色展演。換言之，Facebook 提供了一個讓使用者展演的舞台，舞台上各式各樣的道具協助使用者更好地展演自己，那 Facebook 就能擔任製作人把一部又一部自導自演的「生命故事」，賣給有意購買的合作公司。

### (三) 隱私設定功能

雖然 Facebook 一直聲稱提供使用者許多控制資訊、設定隱私的功能，但是 Stutzman、Grossy 與 Acquistiz (2012) 一項針對 Facebook 隱私之歷史演變的研究，自 2005 年開始進行，也就是 Facebook 仍未開放給更多公眾之時直到 2011 年，透過檢視 5076 個 Facebook 使用者的個人檔案數據發現，使用者其實不斷地在管理自己於線上的隱私，但是，社群媒體的權力，卻實在地影響了他們的努力，讓資訊揭露與隱私設定都功虧一簣，原因就是：界面的改版。

他們的分析指出，使用者一直以來不斷地進行資訊的控制，但 2009 年至 2010 年的數據卻指出這段時間的資訊揭露有突然暴增的現象，因為 Facebook 在界面改版的的時候，把所有使用者的設定都改為預設，新版面讓使用者在短時間內無法搞懂如何設定隱私，而且 Facebook 界面經常改版，常讓使用者措手不及。因此這些學者就認為社群媒體的權力展現，在此時此刻展露無遺，是 Facebook 控制了整個結構，也進一步影響了這場域的能動者。Cohen (2011) 指出，Facebook 這突如其來的改變接獲美國聯邦通訊委員會 (Federal Communications Commission) 的投訴，要求 Facebook 把隱私設定修改得更易於使用。

另一方面，無論 Facebook 使用者如何努力地進行資訊控制與管理，其資訊最終還是會落入未曾露臉的第三者，例如與 Facebook 合作的應用程式 (app) 開發商、商家、政府以及 Facebook 公司自己，因此他們 (Stutzman, Grossy & Acquistiz, 2012) 的研究主要強調使用者在隱私設定與主體性之拉鋸戰，以及整個環境對這些選擇的形塑。因為隨著時間的演變，使用者被揭露的資訊也將會越來越多，也漸漸地形成一種常規的時候，所謂「沉默的聆聽者」所能蒐集到的資訊也將越來越多，監控也就越來越易如反掌。由 Matt Mckeen (2010) 透過資料視覺化圖表 (圖二) 勾勒出 2005 年至 2010 年 Facebook 的預設隱私設定 (見 <http://mattmckeen.com/facebook-privacy/>) 顯示，使用者把隱私設定設在預設 (Default setting) 的欄位在 5 年之間增加許多，例如 2005 年使用者的名字、照片、人口資料 (性別、年齡等)、朋友名單及朋友網絡等，只有自己的朋友才看得見，但 2010 年卻是整個網際網路的使用者都可看見。



圖二：2005 年與 2010 年 Facebook 預設隱私設定 (來源 Mckeen, 2010)



另外，本文透過登入 Facebook 檢視「隱私設定與工具」頁面，發現選項的選擇性非常少。換言之，使用者只能在 Facebook 制化的機制下，進行隱私設定及資訊揭露的控制，例如：電話號碼的設定只有 3 種選擇，即：「所有人」、「朋友的朋友」及「朋友」，並無「不被任何人看見」的選項，其他功能如：「誰可以使用你所提供的電子郵件找到你？」也只有區區 3 種選擇（圖三）。Zuckerberg 在 2011 年 11 月 30 日曾在 Facebook 部落格說過：「我開創 Facebook，就是為了讓人們分享與連結。但是要能做到分享與連結之前，人們必須擁有對自己的資訊完全掌握的能力。因此，只要人們可讓自己的頁面保持隱私，人們才會覺得安全，分享與連結才會活躍。我們讓大家都覺得在 Facebook 上分享生活的真實故事是一件舒服的事情...」（見<https://www.facebook.com/notes/10150378701937131>）Facebook 表面上確實讓使用者感覺舒服，但一旦使用者仔細檢視平台機制所隱藏的監控行徑，將發現 Facebook 其實是提供了具有局限的隱私控制選擇。

若把傅柯對權力的分析隱喻再度放到 Facebook 界面與功能來看，平台嚴密地、連續地、固定地使用無形的權力創造了屬於 Facebook 場域的秩序。而此秩序也就是平台的遊戲規則，深深地穿透了主體的自我再現的思考，規訓了使用者無意識地依據 Facebook 的整個設計結構遊走。

#### 隱私設定與工具

誰可以看到我的東西？	誰可以查看你往後的貼文？	朋友	編輯
	檢查所有你被標註的貼文和內容		查閱動態紀錄
	限制你設定和「朋友的朋友」以及「公開」分享貼文的分享對象？		限制過去的貼文
誰可以與我聯絡？	誰可以傳送交友邀請給你？	朋友的朋友	編輯
	我希望將誰的訊息過濾到收件匣？	基本過濾功能	編輯
誰可以搜尋我？	誰可以使用你所提供的電子郵件找到你？	朋友	編輯
	誰可以經由你提供的電話號碼搜尋你？ 這適用於那些無法看到你的電話號碼的人。		關閉
	名字搜尋你的動態時報？	朋友	編輯
	搜索引擎連結到你的動態時報嗎？	關閉	編輯

圖三：電子郵件、電話號碼皆無法設為「不被任何人看見」。

## 伍、 結論與討論

Facebook 之監控 (surveillance) 到底是如何形成以及為何能夠形成？經由本文透過 Facebook 的功能與界面發現，在 Facebook 創建歷史、平台條規與條約、以及功能與界面（個人檔案、時間軸與動態時報、隱私設定）三個分析面向當中，都指向一個結果，那就是 Facebook 致力打造的「分享」意識型態，讓分享成為常規，而致使監控場域得以建構而成。身處場域的人們一旦同意加入 Facebook，就必須遵守「分享」的遊戲規則，這讓監控形成為一種自然不過的事情，而人們渾然不察覺。

我們必須理解，網路空間並非中性、無重力的真空環境，它是一個經由許多權力相互作用、角逐而成的一種共同意識型態，網路空間中的霸權產生了一個廣為社會接受的文化意識型態，並馴化了網際網路使用者，使之從未察覺自己已被牽制（劉燕青，2003）。van Dijck（2013）也同意，科技增加人類社會行動，但也有人認為它造成了科技無意識（technological unconscious）——編碼運算那隱秘的一層成為了影響社會性的黑盒子，因為幾乎所有的平台都指向一種價值或宗旨：分享常規。

Zuckerberg 從大學時期構思的 Facemash、thefacebook 直到今日的 Facebook，都在建構着「分享」意識型態，並藉由社群性平台作為分享之助力，進而創造出鉅量可商業的資訊。一旦選擇加入 Facebook 成為「Facebook 使用者」就得遵守此場域自成一格的遊戲規則，一舉一動都必須維持標準常規，也就是 Facebook 致力在其原則與理念不斷強調的：「讓人們具有分享的能力」。簡言之，此平台不斷透過功能與界面設計，編碼運算，與其他網站無縫跨平台（以 Facebook 帳號登入其他網站）、甚至利用使用者朋友圈等利器來建構 Facebook 認為非常重要的「分享常規」。在使用者不會去翻找的「資料使用政策」上，Facebook 就開宗明義指出具有監控意涵的論述：「只要您使用或執行 Facebook，我們就會接收有關您的資料...」。

雖然網際網路或 Web 2.0 誕生之後的分享常規並非單純由 Facebook 所建構，但也因為網民愈來愈習慣此意識型態，而讓「分享常規」迅速地成為平台的規範，讓越來越多 Facebook 使用者漸漸習慣把生活細節放到線上，一一記錄在網路空間當中，形成具有脈絡的數位痕跡。而這些數位痕跡是可被追蹤、回溯及被監控的資訊。換言之，一旦加入 Facebook，就難逃被 Facebook 監控。Raynes-goldie（2010）也認為 Facebook 使用者從平台獲得他們想要的好處，並以此好處來交換自身的隱私權。雖然無論使用者多麼努力地調整隱私設定，但只要 Facebook 一修改界面，讓之前調整好的資訊揭露與隱私設定都功虧一旦。

在 Facebook 上分享圖文、心情、生命故事才是符合場域當中的常規，任何不符合結構的都不被允許。Miller（2011，頁 186）就指出，Facebook 崛起只有短短幾年，但使用者似乎非常明白場域的遊戲規則，一旦不遵守就被道德壓力及被催逐「侍候」。Facebook 使用者事實上毫無意識自己成為了權力的運載工具，讓分享常規化成為 Facebook 施展權力的主要效應與陰謀。雖然說，只要不加入 Facebook，權力也就無法跨越，但是我們必須理解支撐 Facebook 平台背後的其他科技大公司，他們有一些曾透過壟斷手法稱霸市場，讓使用者毫無逃脫，我們不清楚在如此強大又隱匿的勢力底下要如何抗戰。還有逐年暴增的 Facebook 使用者人數，以及分享常規迅速鑲嵌在人們的日常生活等情境也已降臨，因此使用者必須時時保持醒覺，因為抵抗還需極大的力氣與勇氣。

## 參考文獻

### 中文部分

- 王佳煌（2001）。〈資訊科技與監視宇宙〉，〈東吳社會學報〉，10：1-35。
- 劉燕青（2003）。〈網路空間的控制邏輯〉，〈資訊社會研究〉，5：283-303。

### 英文部分

- Albrechtslund, A. (2008). Online Social Networking as Participatory Surveillance. *First Monday*, 13(3), retrieved on January 7, 2014, from <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2142/1949>.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. & Lyon, D. (2012). *Liquid Surveillance: A Conversation (PCVS-Polity Conversations Series)*. United Kingdom: Polity Press.
- boyd, d. (2007). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life, *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume* (ed. David Buckingham). Cambridge, MA: MIT Press.
- body, d. & Ellison, N.B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- boyd, d. & Marwick, A. (2011). *Social Privacy in Networked Publics: Teens' Attitudes, Practices, and Strategies*. Presented at the Privacy Law Scholar's Conference, Berkeley, CA.
- Cohen, D. (2011). *Facebook's Rumored Privacy Settlement With FTC Is Much Ado About Nothing*. Retrieved on January, 1, 2014, from [http://allfacebook.com/facebook-privacy-3\\_b66580](http://allfacebook.com/facebook-privacy-3_b66580)
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, Sheridan A. (trans.). New York: Vintage.
- Foucault, M. (1984). Panopticism. In Paul Rabinow (ed.), *The Foucault Reader*, pp.

179-187. New York: Pantheon.

Facebook (October 30, 2013). *Facebook Reports Third Quarter 2013 Results*. Retrieved on December 24, 2013 from [http://investor.fb.com/common/download/download.cfm?CompanyID=AMDA-NJ5DZ&FileID=701545&FileKey=df5fec07-6b36-46e6-b2f9-a4a38253969c&FileName=FB\\_News\\_2013\\_10\\_30\\_Financial\\_Releases.pdf](http://investor.fb.com/common/download/download.cfm?CompanyID=AMDA-NJ5DZ&FileID=701545&FileKey=df5fec07-6b36-46e6-b2f9-a4a38253969c&FileName=FB_News_2013_10_30_Financial_Releases.pdf)

Gandy, O. (1993). *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information*. Boulder CO: Westview Press.

Gandy, O. (2002). *Data mining and surveillance in the post-9.11 environment*. For presentation to the Political Economy Section, IAMCR Barcelona, July, 2002.

Gates, K. & Magnet, S. (2007). Communication research and the study of surveillance. *Communication Review*, 10: 277–293.

Ginzburg, C. (1990). *Clues: Roots of an evidential paradigm*. In *Myths, Emblems, Clues*, Tedeschi J and Tedeschi AC (trans.). London: Hutchinson Radius, pp. 96–125.

Gitelman, L. (1999). *Scripts, Grooves, and Writing Machines: Representing Technology in the Edison Era*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.

Kittler, F.A. (1999). *Gramophone, Film, Typewriter*, Winthrop-Young G and Wutz M (trans.). Stanford, CA: Stanford University Press.

Lauer, J. (2011). Surveillance history and the history of new media: An evidential paradigm. *New media & society*, 14(4):566–582.

Lyon, D. (2002). Everyday surveillance: Personal data and social classifications. *Information, Communication & Society*, 5(2): 242-257.

Lyon, D. (2008). Surveillance Society. *Talk for Festival del Diritto, Piacenza, Italia: September 28 2008*.

Lyon, D. (2010). Liquid surveillance: The contribution of Zygmunt Bauman to surveillance studies. *International Political Sociology*, 4 (4): 325–338.

- Magnet, S. & Gates, K. (2009). *The New Media of Surveillance*. London: Routledge.
- Marwick, A. (2010). *Status Update: Celebrity, Publicity and Self-Branding in Web 2.0*. Dissertation, New York: New York University.
- Marwick, A. & boyd, d. (2011). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 13 (1): 114–133.
- Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity.
- Minsky, M, Kurzweil, R. & Mann, S. (2013). The Society of Intelligent Veillance, Proceedings of the IEEE ISTAS 2013, Toronto, Ontario, Canada, pp13-17.
- Mckeeon, M. (2010). *The Evolution of Privacy on Facebook*. Retrieved on January 8, 2014 from <http://mattmckeeon.com/facebook-privacy/>.
- Nellis, M (2009). Surveillance and confinement: Explaining and understanding the experience of electronically monitored curfews. *European Journal of Probation* 1(1): 41-65.
- Raynes-goldie, K. (2010). Aliases, creeping and wall cleaning: Understanding privacy in the age of Facebook. *First Monday*, retrieved on January, 8, 2014 from <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2775/2432>.
- Rose, N. (1999). *Powers of Freedom: Reframing Political Thought*. Cambridge, New York and Melbourne: Cambridge University Press.
- Schaffer, R. (2013). More College Admissions Officers Checking Applicants' Digital Trails, But Most Students Unconcerned. Kaplan Test Prep Online Pressroom, retrieved on January 12, 2014, from <http://press.kaptest.com/press-releases/kaplan-test-prep-survey-more-college-admissions-officers-checking-applicants-digital-trails-but-most-students-unconcerned>
- Staples, W. G. (2000). *Everyday Surveillance: Vigilance and Visibility in Postmodern Life*. Lanham MD: Rowman and Littlefield.
- Stutzman, F. , Grossy, R. & Acquistiz, A. (2012). Silent Listeners: The Evolution of Privacy and Disclosure on Facebook. *Journal of Privacy and Confidentiality*, 4(2), 7-41.

Van Dijck, José. (2013). *In The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York, NY: Oxford University Press.

# **An Analysis of surveillance in social media: a disciplined sharing ideology**

## **ABSTRACT**

Facebook users are getting used to post their private life stories on-line, and these contextualized digital traces can be retrieved, stored and surveilled. This article concerns on how surveillance is constructed in social media, hence, by analysis the implicit and explicit elements of Facebook, such as The rise and growth of Facebook, Platform's term of service, and platform's features and interface design of Profile, Timeline and News Feed, and Privacy control. The results of the analyses showed that, it is the "sharing" ideology that promoted by Facebook enables surveillance. All Facebook users have to comply with platform's rule, which is "sharing", and it enables surveillance hide beneath the sharing normativity and users are normally unconscious that they are being disciplined.

**Keywords: social media, surveillance, share, discipline**