

ELEKTRONSKA KOMUNIKACIJA 2.0: FEJSBUK KAO VIRTUELNA ZAJEDNICA

Apstrakt: *U radu je dat pregled konteksta u kome je nastala društvena mreža "Fejsbuk", kao i njegove opšte karakteristike iz komunikaciono-lingvističkog ugla, s naglaskom na društveni uticaj koji takve "mreže" mogu da imaju. Potom se detaljnije razmatraju nekoliko aspekti "Fejsbuka", kao što su novosti i zid, koji služe da bi se korisnici obavestili o promenama u statusu drugih korisnika, "blogerski" aspekt "Fejsbuka" u obliku statusa i beleški, čime sam korisnik svojim "prijateljima" prenosi detalje iz svog života na manje ili više iscrpan način, časkanje, koje se odvija na veoma sličan način kao i ranije elektronsko časkanje, samo što je ograničeno na komunikaciju među ljudima koji su jedni drugima "prijatelji" na "Fejsbuku", i čačkanje, svojevrsno flertovanje među korisnicima koje igra fatičku ulogu održavanja kontakata. U zaključku, dat je osvrt i na negativne aspekte umrežavanja i komuniciranja na "Fejsbuku".*

Ključne reči: "Fejsbuk", virtuelne zajednice, društveni kapital, zloupotreba

Key words: Facebook, virtual communities, social capital, abuse

Internet je u svakom smislu bio i ostao dinamična i interaktivna pojava koja na potpuno nov i dosad nezabeležen način menja sve ono što se znalo ne samo o jeziku i komunikaciji nego i o društvu i zajednicama. Ko god da se bavi proučavanjem ovih i drugih aspekata interneta, ne može da se osloni na vreme koje će dokazati da je u pravu, nego mora, baš naprotiv, da vodi bitku s njim i iznova osvežava i podmlađuje svoja znanja

iz ove oblasti. Pojava nove generacije načina komuniciranja, ako internet posmatramo iz tog ugla, već se desila, što iziskuje novo obraćanje, nove uvide i nove analize.

Jedna takva novina, sve popularnija među ljudima svih generacija, jeste “Fejsbuk” (eng. *Facebook*). Nastao je 2004. godine kao zatvoren sistem komuniciranja i povezivanja studenata i profesora na Univerzitetu Harvard, u doba kada je svetom vladala groznica “ćaskaonica” i diskusionih grupa, kada se internet s telefonskih centrala selio na mnogo brže kablovske mreže i kada je broj korisnika i vlasnika kompjutera vrtoglavo rastao, a cene opreme vrtoglavo padale. Klima je očigledno bila povoljna za nastanak nove generacije drugačije komunikacije, samo je bilo potrebno malo vremena da se i ovaj sistem, kao i svi drugi pre njega,¹ ponudi javnosti. Naime, “mreža” se s Univerziteta Harvard proširila prvo na druge univerzitete u okolini Bostona, odakle je buknuła i postala dostupna svim studentima, a potom i srednjoškolicima u Americi. Revolucionaran korak dogodio se 26. septembra 2006. godine, kada je “Fejsbuk” postao otvoren za svakog starijeg od 13 godina ko ima otvorenu stvarnu *e-mail* adresu.

“Fejsbuk” je društvena mreža koja omogućava stvaranje virtuelnih zajednica, pri čemu korisnici mogu da se povezuju na osnovu različitih zajedničkih karakteristika. Pored očiglednog i najčešćeg povezivanja, ostvarenog na osnovu pravih poznanstava, korisnici mogu da stupaju u kontakt priključujući se na “mreže” organizovane po gradovima u kojima žive ili u kojima su boravili, po školama i univerzitetima na kojima su diplomirali, po radnim mestima, ali i po zaista raznovrsnim društvenim temama koje ih zanimaju (od problema zaštite životinja i njihovih prava, preko društvenih akcija kao što je, na primer, očuvanje parka u nekom gradu, do grupa poput “Velikog brata”, “Operacije Trijumf”, “48 sati svadbe”, “Menjam ženu” – *Haters Club!*).

Virtuelne zajednice nisu novina na internetu, već postoje od samih početaka elektronske komunikacije. Da bi se definisala virtuelna zajednica, potrebno je prethodno definisati zajednicu shvaćenu na tradicio-

¹ Za više detalja o istorijatu komunikacije na internetu videti: Radić-Bojanić, B. *Neko za chat?! Diskurs elektronskih ćaskaonica na engleskom i srpskom jeziku*. Novi Sad, 2007, str. 9–13.

nalani način. Autori koji su pisali o virtuelnim zajednicama² slažu se u tome da tradicionalnu zajednicu prvo definiše lokacija: ljudi koji dele isti prostor ispunjavaju prvi uslov da čine zajednicu. Osim zajedničkog prostora, ljudi koji čine zajednicu moraju da dele i jezik, da imaju razvijene različite društvene uloge, da znaju granice svoje zajednice, da imaju rituale, posvećenost zajednici, pravila, norme i standarde zajednice. Kada se govori o virtuelnim zajednicama, prvo što se uočava jeste odsustvo zajedničkog fizičkog prostora ljudi koji čine zajednicu shvaćenu u tradicionalom smislu. Sve zajednice su, osim onih koje su zasnovane na kontaktu licem u lice, zamišljene.³ Virtuelnu zajednicu mogu da čine ljudi koji se možda nalaze u istom gradu, a možda i na drugom kraju sveta. Ono što ih povezuje, stoga, nije lokacija, nego interes za datu temu i jezik koji je jedini način da učesnici obznane svoje prisustvo.⁴

“Fejsbuk”, kao jedna od velikog broja postojećih elektronskih društvenih mreža, svojim korisnicima daje mogućnost da, praveći “elektronski profil”, grade virtuelnu mrežu prijateljstava i poznanstava, i da na taj način prevaziđu jaz između elektronskog i vanelektronskog sveta. Za razliku od ranijih virtuelnih zajednica (diskusione grupe, “časkaonice”), u kojima je pravac ostvarivanja kontakta išao od elektronskog sveta ka vanelektronskom, što znači da su se ljudi prvo upoznavali na internetu a potom u stvarnom životu, tendencija na “Fejsbuku” je obrnuta: korisnici koji već imaju ostvarene društvene ili poslovne kontakte u vanelektronskom svetu, povezuju se i preko ove “mreže”, te svoj društveni odnos realizuju na još jednom nivou.⁵

² Baym, N. The emergence of on-line community. In: Jones, S. (ed.) *Cybersociety 2.0: Revising computer-mediated communication and community*. London, New Delhi, 1998.

Crystal, D. *Language and the Internet*. Cambridge, 2001.

Rheingold, H. *Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. 1993; www.well.com/user/hlr/vcbook (postavljeno 1996. godine, poslednji pristup 2. avgusta 2009. godine)

³ Baym, op. cit, str. 38.

⁴ Radić-Bojanić, B. Virtuelne zajednice kao jezičke zajednice. *Teme*, XXX/1, Niš, 2006, str. 60.

⁵ Ellison, N. B, Steinfield, C. & Lampe, C. The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students’ use of on-line social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. 2007; <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> (postavljeno 2007. godine, poslednji pristup 27. jula 2009. godine)

Ovo, doduše, nije jedini način i pravac ostvarivanja kontakta, već može zaista da dođe do uspostavljanja isključivo virtuelnog poznanstva među ljudima koje je povezalozajedničko interesovanje za datu temu ili problem.

Tako društveni kapital (eng. *social capital*) – koji obuhvata resurse nastale povezivanjem ljudi koji grade trajne mreže odnosa⁶, vezivno tkivo koje drži svaku zajednicu na okupu – igra veoma bitnu ulogu i na internetu. Uprkos ranijim tvrdnjama da je internet velika pretnja društvenom kapitalu mnogih zajednica, jer korisnike odvlači od međuljudskih kontakata u vanelektronskom svetu, dokazano je da elektronski kontakti i komunikacija mogu da dopune ili, čak, zamene međuljudske kontakte za koje korisnici nemaju vremena, te da ih ojačaju i nadograde.⁷ Istraživanja⁸ su pokazala da “Fejsbuk” ima pozitivan uticaj na društvenu dobrobit studenata, pošto se ispostavilo da studenti koji imaju nizak stepen samopoštovanja i visok stepen nezadovoljstva životom, ostvaruju, putem “Fejsbuka”, različite društvene veze i kontakte, čime povećavaju svoj društveni kapital. Te veze najčešće uspostavljaju s drugim studentima, poznanicima koje sreću na “kampusu” ili žurkama, jer veze s rodbinom i bliskim prijateljima već postoje, tako da novostvoreni kontakti pružaju nove perspektive i prilike za druženje i razmenu iskustava. Pored novih poznanstava, studenti mogu da obnove i stara, jer im “Fejsbuk” pruža mogućnost da pronađu nekadašnje zaboravljene prijatelje iz srednje škole ili detinjstva, čime mogu da osnaže stare veze i dodaju ih novim, što nadalje opet uvećava njihov društveni kapital.

Pored pitanja virtuelne zajednice, od velikog značaja je i pitanje identiteta i načina na koji se korisnici predstavljaju drugima. Zbog prirode društvenih mreža koje korisnici ostvaruju ili kojima se pridružuju, veoma je verovatno da su lične informacije koje o sebi daju mnogo tačnije od onog što stavljaju u “profile” u “časakaonicama” ili diskusionim grupama, pogotovo zato što su kontakti na “Fejsbuku” zasnovani na stvarnim kontaktima u vanelektronskom svetu.

⁶ Ibid.

⁷ Hampton, K. & Wellman, B. Neighboring in Netville: How the Internet supports community and social capital in a wired suburb. *City & Community*, 2 (4), 2003, pp. 277–311.

⁸ Ellison et. al, op. cit.

Svaki korisnik može da dopuni svoj “profil” željenom količinom informacija, što znači da se ovaj raspon kreće od najosnovnijih podataka (ime, prezime i datum rođenja), do veoma detaljnih (bračno stanje, adresa, posao/fakultet, *e-mail* adresa, politički i verski stavovi, omiljeni filmovi itd.), što prvenstveno zavisi isključivo od toga koliko svako želi da s drugima podeli detalje o svom životu. Informacije navedene u “profilu” omogućavaju svakom korisniku da se poveže s drugim korisnicima koji su naveli slične ili iste podatke u svom “profilu”, čime krug poznanstava može, ali i ne mora, da se proširi.

S komunikacijske tačke gledišta, najinteresantnija osobina “Fejsbuka” nesumnjivo je mogućnost integrisanja različitih dosadašnjih načina oblika komunikacije na internetu (“blogova”, časKANja, “mejliranja”) s novim interaktivnim, multimedijalnim i vizuelnim sadržajima koji su pripadali domenu “veb” stranica. Ukratko, svaki korisnik ima mogućnost da u okviru svog “profila” na “Fejsbuku” koristi sledeće opcije, putem kojih komunicira s ostalim korisnicima koje ima navedene kao “prijatelje” u svom “profilu”: *zid* (eng. *Wall*), osnovnu postavku na “profilu” svakog korisnika na kome on sam, ali i drugi, može da ostavlja poruke; *novosti* (eng. *News Feed*), stranicu zajedničku svima onima koji se nalaze u istoj “mreži”, na kojoj može da prati ne samo sopstvene nego i tuđe novosti; *beleške* (eng. *Notes*) i *status* (eng. *Status*), kao dve opcije “blogerske prirode”; *fotografije* (eng. *Photos*); *čačkanja* (eng. *Pokes*), aplikaciju koja omogućava korisnicima da jedni druge virtuelno “čačkaju”, tj. zadirkuju na različite načine; i *poklone* (eng. *Gifts*), aplikaciju koja služi za slanje virtuelnih poklona drugim korisnicima.

Novosti predstavljaju osnovnu stranicu, drugačiju za svakog korisnika, pošto svako ima različite “prijatelje” na svom “profilu”. Na toj “veb” stranici, korisnik može da vidi najnovije aktivnosti koje njegovi “prijatelji” stavljaju na svoje individualne “profile”, u rasponu od promena statusa, preko rođendana i drugih događaja (okupljanja, žurke, proslave), do zanimljivih slika i “linkova” ka muzičkim sadržajima (najčešće je u pitanju “sajt” *You Tube*). Svaki korisnik koji pripada “mreži prijatelja” može da komentariše postavljene aktivnosti, a drugi mogu da odgovaraju, što se vrlo često pretvori u prijateljsko “prepucavanje” i nadmetanje u dosetljivosti. Nasuprot tome, mnogo korisnika žalilo se da *novosti* pružaju suviše informacija pretrpanih

različitim sadržajima koje neko možda ne želi da prati, što je rešeno uvođenjem opcije biranja sadržaja koji se pojavljuju na stranici *novosti* svakog korisnika. Osim toga, naročito izražen problem kod korisnika koji imaju više stotina “prijatelja” na svom “profilu” jeste to što *novosti* olakšavaju drugima praćenje tuđih aktivnosti, kao što su promene statusa ili veze, razgovori s ostalim korisnicima ili gledanje tuđih fotografija. Iako “Fejsbuk” nudi mogućnost stavljanja oznake “privatno” na neke od sadržaja, to nije moguće uraditi sa svim onim što se pojavljuje na stranici *novosti*.

Zid, osnovni prostor na “profilu” svakog korisnika, mesto je na kome “prijatelji” datog korisnika mogu da ostavljaju poruke koje će biti vidljive i svim drugim korisnicima sa spiska “prijatelja” (v. primer 1). Pored poruka, od 2007. godine “Fejsbuk” nudi mogućnost ostavljanja različitih vrsta multimedijalnih sadržaja, te se često dešava da ili sam korisnik, ili njegovi “prijatelji”, “okače” na *zid* zanimljivu ili smešnu fotografiju uz komentar, omiljenu pesmu ili spot, ili možda neki interesantni “link”. Svako s liste “prijatelja” ima mogućnost da navedeni sadržaj pogleda ili poslušaa, kao i da ostavi komentar. Istovremeno, to se sve vidi i na stranici *novosti* svakog s liste “prijatelja”, što ponekad može da izazove prezasićenost sadržajima i nezadovoljstvo korisnika.

Primer 1.

<p>NN1 <i>Asidur, mis 'im stvaaaarno! Čenejske studije si ostavila meni u amanet? Taki o 'ma da si poslala apstrakt! ;))))))</i></p>
<p>NN2 <i>prva međunarodna interdisciplinarna višestudijska konferencija "jezik, rakija, otadžbina, armija" ja predsedavam sekcijom "nisam majstor da napravim bure" izlažem rad pod naslovom "suzama sam lepila tapete kad majstori odoše a ostaviše mi dete"</i></p>
<p>NN3 <i>Cuvam se za apstrakt kada mi bude preticalo inspiracije, trenutno mi svu ubise... Za Jezik i rakiju pokusacu da preporucim plenarne govornike, ali i za to mi treba vise inspiracije, da slucajno ne napravim gresku</i></p>
<p>NN2 <i>Mislím da jezik i rakiju NN4 pokriva s lakoćom, naročito pošto je on kaniing linguist. ja bih NN3 i sebe zadužila za armiju, pošto upravljamo svaka svojom na svoj način, dok bih otadžbinu ostavila otvorenom za sugestije i beli šengen. shvatíte kako hoćete :DDD</i></p>

NN1

Pozdravljam ovakvu vašu bezobalnu stručnu i naučnu imaginaciju! Tako treba! Plenarno i sa merakom. Ja ću, s obzirom na svoje preferencije, sebi rezervisati temu "Ironični diskurs šardonea u kreativnom pregnuću Alanis Moriset"

Svako ima mogućnost "blogovanja" na svom "profilu", i to na dva načina. S jedne strane, korisnik može da objavljuje duže tekstove s proizvoljnim sadržajem u odeljku pod naslovom *beleške*, a drugi mogu da uključe opciju da dobiju svaki novoobjavljeni tekst čim izađe. Pored toga što zaista može da piše "blog" u odeljku *beleške*, korisnik može da poveže taj odeljak sa svojim "blogom" s nekog drugog "sajta" i integriše informacije koje objavljuje tamo sa svojim profilom na "Fejsbuku". S druge strane, korisnici mnogo češće koriste opciju "mikrobloga", u obliku opisa sopstvenog *statusa*, gde je osnovno pitanje koje "Fejsbuk" postavlja: "Šta ti je na umu?" (*What's on your mind?*). Iza imena samog korisnika može da se upiše ostatak izjave, što može da čini koherentnu rečenicu (npr. *Biljana Bojanić se vratila iz pakla betanije. nazad za 4 nedelje.*), ali ovo ne mora da bude slučaj (npr. *Biljana Bojanić ljubinka, sine, ide tata u rat. treći. svecki.*). Naposljetku, svi drugi korisnici koji se nalaze na spisku "prijatelja" mogu da komentarišu trenutni ili raniji status (v. primer 2), čime se i osnažuju međuljudske veze i povećava razmena iskustava.

Primer 2.

NN1

back to the saltmines (status)

NN2

Život više nije sladak?

NN1

biće sutra kad ga zabiberimo :D

Jedna od najnovijih stvari koje je "Fejsbuk" ponudio svojim korisnicima u aprilu 2008. godine jeste mogućnost ćaskanja s drugim korisnicima. Iako ovo na prvi pogled zvuči kao već viđeno i pomalo otrcano "skajpom", "mesindžerom" i "mIRC-om", značajna razlika u odnosu na navedene programe za simultanu komunikaciju leži u tome da korisnici "Fejsbuka" mogu da ćaskaju samo s ljudima koji im se nalaze na listi "prijatelja". Pored toga, bitno je da su obe osobe istovremeno prisutne na "Fejsbuku" i da su obe voljne da ćaskaju, što se vidi po tome da li su uključili ili

isključili tu opciju. Drugim rečima, neko može da bude prisutan na “Fejsbuku”, da čita *novosti*, komentariše, gleda slike ili sluša muziku, ali opcija *ćaskanja* može da bude isključena, čime taj korisnik postaje nevidljiv za druge. Iako ovakav pristup simultanoj komunikaciji zvuči kao ograničavanje opcija korisnicima u upoznavanju novih ljudi i komuniciranju s njima, suština i jeste u tome. Naime, opcija *ćaskanja* na “Fejsbuku” samo je pomoćno sredstvo izgradnje virtualne zajednice i način produblјivanja već postojećih prijateljstava, a ne novi prozor u svet. Strastvenim “ćaskačima” već su poznati i programi i “ćaskaonice”, koje im nude pregršt mogućnosti za nova poznanstva i iskustva, pa se od “Fejsbuka” ni ne očekuju revolucionarni potezi u tom smislu, premda su i sami vlasnici “sajta” najavili da je u toku integrisanje “Fejsbuka” s drugim programima za simultanu komunikaciju.

Pored opisanog sinhronog komuniciranja, postoji i mogućnost za asinhronu razmenu poruka, veoma nalik *e-mailu*. Naime, korisnici imaju mogućnost da pošalju poruku jednoj ili više osoba koje se nalaze na njihovoj listi “prijatelja”, ali ne i drugim korisnicima. Signal za novopristiglu poruku obično se vidi na samom vrhu stranice, pored reči *Inbox*, a korisnik otvaranjem novopristigle poruke može da vidi i sve druge koje su joj prethodile (v. primer 3), što olakšava kontekstualizaciju komunikacije i praćenje razmene informacija.

Primer 3.

NN1

Joј, nije valјda zbog komplikacija u trudnoći? Nadam se da nije ništa ozbilјno. Možda sad budeš imala vremena napisati nam koju riječ. U subotu smo vjerovatno na okupu kod NN3 mame.

Pozdrav

NN2

Nije to, sve je u redu, nego sam stvarno umorna i treba mi odmora. onda mi je dr rekao – ajde ti desetak dana malo odmori, odspavaj, šetaј i nemoј ići na posao, pa ćemo da zatvorimo bolovanje. jeeee :) ne brini se...

puno pozdrava za sve tri i setite me se u subotu na makar 1 minut :)

NN1

Ne brini, svaki put si ti jedna od tema razgovora. NN3 obično kaže: E sad bi NN1...

Druge mogućnosti koje “Fejsbuk” nudi su, između ostalog, *ćaćkanje*, svojevrsno flertovanje među korisnicima koje, u stvari, igra fatičku ulogu održavanja

kontakata, zatim najava događaja kao što su žurke ili rođendani, što su svojevrsni podsetnici “prijateljima” u istoj “mreži”, te davanje poklona, tj. virtuelno slanje malih crteža uz koje korisnik može da pošalje “prijatelju” i prikladnu poruku. Svi navedeni načini ostvarivanja kontakata među “prijateljima” igraju značajnu ulogu izgradnje društvenog kapitala, a umnogome podsećaju na “emotograme” i njihovu funkciju u elektronskim “ćaskaonicama”: u situaciji kada korisnici nemaju nove informacije koje bi mogli da podele s drugima, a stalo im je da održe kontakt, osmeh ili, u slučaju “Fejsbuka”, *čaćkanje*, dovoljno je da “prijateljima” daju do znanja da su prisutni i da misle na njih. Tako na “Fejsbuku” korisnici mogu jedni druge virtuelno da *čačkaju* na različite načine: mogu zajedno da “ispeku” kolač, zajedno da “pronevere” novac, da se “igraju” doktora, da bace “polarnog medveda” jedan na drugog, da jedni druge “spotiču” i da se “bocakaju kašiljuškama” (kombinacija kašike i viljuške). Osim toga, oni mogu jedni drugima da “pošalju” poklone u obliku srca, balona ili bombona, ali i u obliku smrdljive čarape, čizme u stražnjicu, baklave i tufahija, Noama Čomskog ili najuzbudljivijeg šopinga! Očigledno je da mašti na “Fejsbuku” nema kraja ni granica, te da virtuelni svet lišen tereta telesnog dozvoljava poigravanja čiji se završetak ne nazire.

Naposletku, na “Fejsbuku” je moguće osnivanje različitih grupa i “mreža” kojima korisnici mogu da pristupe. Unutar njih može da dođe do diskusija, razmene informacija, fotografija i video-snimaka, organizovanja različitih događaja itd. Raznovrsnost kategorija grupa zaista je velika; kreće se od zdravlja i dobrobiti, preko istorije, do grupa koje su nastale isključivo radi zabave. Uz svaku grupu na početnoj stranici stoji opis (npr. ime grupe: *Sacuvaj život! STOP brzom vožnji i nasilju na ulicama!* ili: *Da li je 5 minuta tvog života toliko dragoceno da moraš da dodaš gas? Da li razmišljaš kada voziš još nekoga u kolima? Da li ćeš stvarno biti faca kada ugrožavaš svoj i tuđi život? Prijatelji, ova grupa nije startovana bez potrebe, širite priču i makar pokušajte da urazumite neku budalu za koju znate da radi gore navedeno...*), broj članova (koji korisniku ako se pridruži grupi mogu postati “prijatelji”), teme za diskusiju (npr. *U znak sećanja na našeg prijatelja...*), fotografije i video-snimci vezani za temu grupe.

Na kraju, umesto zaključka, u razmatranjima o “Fejsbuku” dotaknute su i negativne strane ovog feno-

mena. I kritičari i sami korisnici svesni su potencijala zloupotrebe koji leže prvenstveno u činjenici da mnogo podataka koje korisnici ostavljaju na svojim “profilima” na “Fejsbuku” vrlo lako mogu da padnu u ruke različitim organizacijama koje se bave istraživanjem tržišta ili reklamiranjem, ali i pojedincima koji žele da “ukradu” nečiji identitet. Neke klauzule o privatnosti informacija na “Fejsbuku” su sporne, naročito ona koja se tiče toga da “Fejsbuk” može da daje ili prodaje podatke o svojim korisnicima kompanijama s kojima saraduje, iako sami zvaničnici tvrde da se to nikada nije desilo. Pored toga, činjenica da nijedan korisnik ne može da zatvori i izbriše svoj “profil”, čak i ako ne želi više nikada da koristi ovu “mrežu”, nameće konstataciju da će svi podaci o tom korisniku ostati na “Fejsbuku” zauvek dostupni svima koji znaju kako da ih pronađu. Dosta se ljudi žalilo na to da njihovi poslodavci koriste ovu činjenicu kao sredstvo diskriminacije, naročito ako su u pitanju različiti “nestašluci” iz mladosti koje su korisnici objavili na svom “profilu” misleći da će podaci ostati tajni i privatni. Istini za volju, svaki “profil” može da se “očisti” ručno, tj. pojedinačnim brisanjem svake stavke, svakog komentara ili svake fotografije, što može da bude veoma dugotrajan i mučan posao, zbog čega mnogo korisnika to i ne želi da radi. Takođe, u samom “Fejsbuku” ostavljena je mogućnost da “profili” nekih korisnika budu zatvoreni bez objašnjenja, što predstavlja jednu vrstu cenzure. Naime, dešavalo se da ukoliko neko provodi suviše vremena na “Fejsbuku”, ostavlja suviše poruka, dodaje previše “prijatelja”, ostane bez naloga! Apsurdno je to što se u “Fejsbuku” nigde jasno ne kaže koji su kriterijumi i ograničenja koje korisnici treba da poštuju da im “profil” ne bi bio zatvoren.

Kao što je slučaj sa svim drugim pojavama na internetu, i za “Fejsbuk” treba sačekati i videti šta će budućnost doneti. On može da bude samo jedna od mnogih “mreža” koje će se polako gasiti i nestati u toku narednih nekoliko godina, ali može i da ostane izuzetan potencijal izgradnje elektronskog društvenog kapitala i jedna od najrazvijenijih “mreža” na kojima nastaju različite virtuelne zajednice. Sve ukazuje na to da će se verovatno desiti ovo drugo, iako izbijanje skandala vezanog za privatnost informacija i proneveru poverenja korisnika može zauvek da učini “Fejsbuk” omraženim mestom.