

**O** SCAR MORALES BOL ZNECHUTENÝ. Bol vo svojom rodnom meste Baranquilla v Kolumbii, kde trávil dovolenku po Novom roku 2008. Tento stavebný inžinier, ľudomil s talentom na počítače, trávil dni so svojou rodinou na neďalekých bukolických plážach. Ale ani na dovolenke nedokázal, ako väčšina ľudí v krajine, vypustiť z hlavy všetky zlé myšlienky a zaoberal sa utrpením malého chlapca, ktorý sa volal Emmanuel.

Emmanuel bol štvorročný syn známej kolumbijskej právničky Clary Rojasovej, ktorá bola už šesť rokov rukojemníčkou v kolumbijskej džungli. Narodil sa v čase, keď ju zadržovali gerily revolučných ozbrojených síl Kolumbie, ktoré svet pozná aj pod skratkou FARC, čo sú začiatkové písmená názvu tohto hnutia v španielčine. Povstalci z FARC zadržovali dokopy sedemsto rukojemníkov, vrátane kandidátky na prezidentku Kolumbie Ingrid Betancourtovej, ktorú uniesli spolu s Rojasovou počas ich spoločnej kampane v roku 2002.

Situáciu s kolumbijskými rukojemníkmi s napätím prežívala celá krajina. Všetci sa rovnako obávali toho, čo ešte môže smrtonosná revolučná armáda vykonať, aby spôsobila v krajine rozvrat. V bulvárnej tlači výrazne dominoval Emmanuelov prípad. Prezident Hugo Chavez zo susednej Venezuely sa už istý čas pokúšal rokovať s hnutím FARC o prepustení Betancourtovej a ostatných rukojemníkov. Potom koncom decembra kolumbijské gerily oznámili, že Rojasovú, jej syna Emmanuela a ešte jedného rukojemníka Chavezovi odovzdajú. Pre štát, ktorý bol z desaťročia trvajúceho boja s násilníkymi revolucionármi už vyčerpaný, to bola jedna z mála pozitívnych správ. „Ľudia túžili po darčeku, po zázraku,“ hovorí tridsaťdvaročný Morales. „A Emmanuel bol symbolom zázraku. Túžila po ňom celá krajina, ktorá prosila: ‚Prosím, dovoľte Emmanuelovi získať späť svoju slobodu. Chceli by sme to ako vianočný darček od FARC.‘“

Keď však prišiel nový rok, Emmanuel ešte stále nebol na slobode. A potom, niekedy začiatkom januára, sa v celoštátnej televízii objavil kolumbijský prezident Alvaro Uribe, aby priniesol šokujúcu správu. Vyšlo najavo, že Emmanuel ani nebol v rukách FARC! Vysvitlo, že vážne ochorel, ľudia z FARC ho vzali

jeho matke Clare a nechali ho u jednej roľníckej rodiny. A tak sa nečakane dostal do rúk vlády.

Obyvatelia krajiny si ešte stále užívali povianočné voľno a mali dosť času sledovať správy, ktoré boli len o úbohom, chorom a opustenom Emmanuelovi. Moralesova politicky angažovaná rodina, ktorá trávila dni na pláži, debatovala o tom, čo sa bude diať. „Ľudia boli šťastní, pretože dieťa bolo v bezpečí, ale boli neskutočne nasr...," hovorí Morales. „Prepáčte mi, že som chcel použiť toto slovo, ale mali sme pocit, že FARC nám ublížil. Ako sa len mohli opovážiť vyjednávať o živote dieťaťa, ktoré ani nemali? Ľudia mali pocit, že už toho bolo príliš veľa. Ako dlho sa FARC ešte s nami chcel zahrávať a klamať nám?“

Morales cítil obrovské nutkanie niečo urobiť. Začal na Facebooku. Aj keď táto stránka ešte nemala španielsku verziu, Moralesovi to neprekážalo. Ako každý vzdelaný Kolumbijčan hovoril plynule anglicky a už viac než jeden rok tam mal svoj profil, zdieľal informácie v španielčine a spájal sa so svojimi priateľmi z vysokej a strednej školy. Tráviť čas na Facebooku bol pre neho každodenný rituál.

Do vyhľadávača na stránkach Facebooku napísal štyri písmená „FARC“ a stlačil enter. Neobjavili sa žiadne výsledky. Žiadne skupiny. Žiadna aktivita. Nič o krutosti. Skupín, ktoré sa venovali takmer všetkému pod slnkom, bolo na Facebooku neúrekom. Po hnutí FARC však na ňom nebolo ani stopy. Ľudia sa na FARC síce hnevali, ale sa aj veľmi báli. Na život v zajatí strachu a hnevu si však už zvykli. Rukojemníkom povstaleckých geríl tak bola už mnohé desaťročia celá krajina.

Moralesa celý deň zamestnávala dilema, či svoj názor na Facebooku verejne prejavíť alebo nie. Rozhodol sa, že zariskuje a štvrtého januára vytvoril skupinu proti FARC. „Bola to terapia na môj hnev," hovorí. „Musel som ho vyjadriť.“ Niekoľkými slovami opísal poslanie skupiny – postaviť sa proti FARC. Ako aj Morales sám priznáva, je „závislý od počítačov“ a počítačová grafika je pre neho hračkou, takže navrhol logo vo forme vertikálnej verzie kolumbijskej vlajky. Pokryl ju štyrmi jednoduchými výzvami, ktoré boli napísané veľkými písmenami. Šli zhora nadol a písmo každej nasledujúcej bolo o niečo väčšie ako tej predchádzajúcej – UŽ ŽIADNE ÚNOSY, UŽ ŽIADNE KLAMSTVÁ, UŽ ŽIADNE ZABÍJANIE, UŽ ŽIADNY FARC. „Malo to vyvolať dojem, že kričím, ako keby som stál v dave," vysvetľuje. „Nastal čas bojovať proti FARC. Prípád s Emmanuelom prekročil už hranice únosnosti.“

Ale ako mal nazvať túto skupinu? Na Facebooku je bežné dávať skupinám názvy ako „Stavím sa, že nájdem milión ľudí, ktorí nenávidia Georga Busha“. Moralesovi sa však tento druh názvov nepáčil. Používali ich mladí

ľudia. Toto nebola súťaž. Toto bolo vážne. Ale páčil sa mu nápad s miliónom. Jedna známa španielska pieseň sa volá „Milión priateľov“. Milión ľudí proti FARC? Slovo *hlasy* znelo lepšie. Milión hlasov proti FARC – Un Millon de Voces Contra Las FARC. To bolo ono!

Morales vytvoril skupinu 4. januára po polnoci. Bola verejná, takže ktokoľvek na Facebooku sa k nej mohol pridať. Vo svojej vlastnej sieti mal približne sto priateľov a pozvánku do skupiny poslal všetkým z nich. Bol unavený. O tretej ráno šiel spať.

Nasledujúci deň sa o deviatej ráno pozrel na svoju skupinu. Pridalo sa k nej už tisícpäťsto ľudí! „Vaaaaaaau!!!“ Morales kričal od radosti. Táto reakcia bola oveľa lepšia, ako očakával! Ešte v ten deň porozprával na pláži svojej rodine o skupine a požiadal ich, aby aj oni do nej pozvali svojich priateľov na Facebooku. Väčšina jeho príbuzných Facebook už dychtivo využívala a tiež nenávidela FARC. Keď sa Morales neskoro popoludní vrátil domov, jeho skupina mala už štyritisíc členov.

„Vtedy som si povedal: ‚Dobre, už žiadna pláž, žiadne túlanie sa po vonku.‘ Bol pripravený venovať sa svojej skupine naplno. ‚Cítil som to ako: ‚Ach, môjbože! Toto chcem! Skupinu angažovanú do šírenia poslanca.‘“

Skupina na Facebooku má niečo ako nástenku („wall“), na ktorej jej členovia môžu zdieľať svoje myšlienky, ako aj diskusné fóra, ktoré umožňujú organizované, dlhodobé konverzácie medzi viacerými členmi. Morales sa onedlho spriatelil s niekoľkými ľuďmi, ktorí prispievali obzvlášť aktívne. Vymenili si kontakty, aby si mohli zasielať okamžité správy či komunikovať na Skype, a čísla na mobilné telefóny, takže mohli pokračovať v konverzácii, aj keď neboli pripojení.

Ako sa zvyšoval počet Kolumbijčanov, ktorí sa do skupiny pridali, jej členovia začali hovoriť nielen o tom, ako ich FARC rozčuľoval, ale aj o tom, čo by s tým mali robiť. Šiesteho januára, teda keď skupina fungovala viac ako 24 hodín, sa ľudia na stránke začali zhodovať na tom, že by mali spraviť niečo aj mimo sociálnej siete. Keď skupina dosiahla počet osemtisíc členov, na stránkach diskusného fóra sa čoraz viac objavovalo „SPRAVME NIEČO“.

Šiesteho januára, neskoro popoludní, presvedčili Moralesa jeho noví priatelia na Facebooku, obzvlášť dvaja, s ktorými hovoril cez telefón, aby ohlásil demonštráciu. Keď svoj nápad zverejnil na Nástenke a aj na diskusnom fóre, ľudia ho prijali s nadšeným súhlasom. Kým deň skončil, skupina, ktorá stále pôsobila len z Moralesovej spálne, sa rozhodla zorganizovať celonárodný pochod proti FARC. Mal byť 4. februára, mesiac po vzniku skupiny. Morales, ktorý bol zvyknutý, že je z takýchto vecí vynechaný, keďže žil v provinčnom

meste, trval na tom, aby sa pochod uskutočnil nielen v hlavnom meste v Bogote, ale aj na mnohých ďalších miestach v celej krajine, samozrejme, vrátane jeho rodného mesta Barranquilla.

A tak Morales inicioval Celonárodný pochod proti FARC. On a jeho spoluorganizátori, z ktorých niektorí boli rovnako pohltení projektom ako sám Morales, okamžite dostali reakcie z miest, odkiaľ to vôbec nečakali. Členovia skupiny z Miami, Buenos Aires, Madridu, Los Angeles, Paríža a z ďalších namietali, že táto demonštrácia by mala byť globálna. Morales si ani len neuvedomil, že sa do jeho skupiny pridali aj ľudia, ktorí žili mimo Kolumbie. Títo kolumbijskí emigranti boli na Facebooku sčasti aj preto, aby zostali v kontakte s domovom. Okrem toho sa chceli aj aktívne zapojiť do Moralesovho hnutia. Pochod proti FARC sa stal celosvetovým fenoménom.

Všetko, čo nasledovalo, bolo jedným z najvýnimočnejších príkladov aktivít, ktoré vo svete vznikli a diali sa vďaka digitálnej technológii. Štvrtého februára pochodovalo proti FARC podľa odhadov kolumbijskej tlače v stovkách miest v Kolumbii približne 10 miliónov ľudí. Ďalšie dva milióny ľudí pochodovali v mestách na celom svete. Hnutie, ktoré vyvolala znepekujúca polnočná facebookovská hláška zo spálne jedného rozrušeného mladíka, prerástlo do jednej z najväčších demonštrácií na svete, aká sa kedy konala.

Vďaka tomu, že Facebook bol úplnou novinkou, pomohol Moralesovej demonštrácii v Kolumbii upútať pozornosť verejnosti. Hoci niekoľko stotisíc Kolumbijčanov už Facebook používalo, medzi priemernými obyvateľmi sa ešte bežne nevyskytoval. Takže keď tlač začala písať o plánoch istej skupiny Kolumbijčanov demonštrovať, články sa sústreďovali hlavne na prekvapujúci vplyv tohto čudného „virtuálneho tovaru“ z amerického dovozu a na „deti Facebooku“, ako ich novinári a televízni či rozhlasoví reportéri nazývali. Hoci boli Morales a jeho spoluorganizátori zväčša čerství tridsiatnici, krajina žasla nad tým, ako je možné, že takí mladí ľudia nemajú z FARC strach.

Keď kolumbijský prezident Alvaro Uribe a ďalší kolumbijskí politici videli, že na Facebooku vzniká vzbura, robili všetko pre to, aby zabezpečili jej úspech. Veliteľ miestnej vojenskej jednotky zabezpečil po niekoľkých dňoch Moralesovi troch telesných strážcov a auto, v ktorom sa potom viezol aj štvrtého februára. Dobrovoľníkov, ktorí organizovali demonštrácie, podporovali aj starostovia a miestna samospráva v celej krajine, od ktorej museli mať demonštranti na protestné pochody povolenie.

Pozoruhodné však je, koľko Kolumbijčanov sa na Facebooku pridalo ku skupine pod svojím pravým menom. Do dňa konania demonštrácie ich bolo 350-tisíc. Napriek desaťročiam strachu a zastrašovania sa Facebook pre mladých ľudí v Kolumbii stal jednoduchým, digitálnym spôsobom vyjadrenia spoločného masového odporu.

Aj po tom, ako sa správy o pochode objavovali v tlači každý deň a webová stránka sa stala kľúčovým nástrojom na propagáciu, Facebook ostal hlavným informačným centrom. „Facebook bol naším hlavným stanom,“ hovorí Morales. „Bol našimi novinami, naším hlavným velením, laboratóriom – bol všetkým. Facebook to všetko pre nás predstavoval a to až do posledného dňa našej vzbury.“

Morales sa dobrovoľne podujal koordinovať miestnu demonštráciu v Barranquille. Očakával, že príde približne 50-tisíc ľudí. Nakoniec ich prišlo 300-tisíc, čo bolo 15 percent z celkového počtu obyvateľov mesta. Zaplnili viac než 10 mestských blokov. Presne na poludnie prečítal Morales vyhlásenie, na ktorom sa skupina spoločne dohodla. Pochod odvysielala televízia v celej Latinskej Amerike. Demonštrujúci sa stretli dokonca aj na takých odľahlých miestach ako Dubaj, Sydney a Tokio. V správach miestnej televízie sa v tlačeni demonštrácie v Bogote jednej ženy opýtali, či aj ju osobne FARC poškodil. Ona na otázku odpovedala: „Áno, pretože som Kolumbijčanka.“ Morales a členovia jeho skupiny zahrli na citlivú strunu frustrácie, ktorá bola zakorenená hlboko v psychike celého národa.

Aj keď tlak prezidenta Uribeho zohral pri oslabení FARC najvýznamnejšiu úlohu, demonštrácie priniesli svoj vlastný efekt. Ako signál, že gerily si jasne uvedomovali hroziaci štrajk, v sobotu pred jeho konaním oznámili, že prepustia troch rukojemníkov, všetko bývalých kolumbijských kongresmanov, ako gesto „ľudskosti“. Ingrid Betancourtovú a štrnásť ďalších rukojemníkov zo zajatia vyslobodila kolumbijská armáda v júli 2008. Počas rozhovorov spomenula, že 4. februára, obklopená ľuďmi z FARC, počúvala v džungli rádio. Povedala, že ju to hlboko dojalo, keď počula, ako demonštrujúci jednohlasne volali: „Už žiadny FARC! Sloboda! Sloboda!“ To už príslušníci gerily nemohli zniesť a rádio vypli.

Oscar Morales mi o tomto rozpráva v kaviarni na Manhattane koncom roka 2008. Keď to hovorí, jeho hlas sa zasekáva. Objavujú sa slzy. Jeho skupina a protestná demonštrácia z neho urobili národnú a medzinárodnú celebritu. Ale jeho presvedčenie a záujem, ktoré poháňali vytvorenie Un Millon de Voces Contra Las FARC, ostáva stále nažive. Dnes venuje celý svoj život kampani proti FARC.

**H**OCI FACEBOOK NEBOL VYTVORENÝ AKO POLITICKÝ NÁSTROJ, jeho tvorcovia veľmi skoro zistili, že má v tejto oblasti zvláštny potenciál. Počas prvých týždňov po jeho spustení na Harvarde v roku 2004 študenti začali šíriť svoje politické názory tak, že nahrádzali svoje profilové fotografie textom, ktorý obsahoval politické vyhlásania. „Ľudia to v tom čase používali, aby protestovali proti čomukoľvek, čo bolo dôležité,“ hovorí spoluzakladateľ Facebooku Dustin Moskovitz. „Dokonca aj keď ich rozčúlila len nejaká drobnosť, ktorá sa týkala školy.“ Ľudia si od začiatku intuitívne uvedomovali, že ak mala byť táto služba spôsobom na vyjadrenie ich skutočnej identity online, tak potom súčasťou tejto identity boli aj ich názory a záujem o veci, ktoré sa okolo nich diali.

„Kolumbijská záležitosť,“ hovorí zakladateľ Facebooku Mark Zuckerberg, „vôbec ako prvá ukázala, ako sa vládna moc mení a ako sa môžu sformovať silné politické organizácie. Tieto veci môžu skutočne vplývať na slobodu a práva ľudí, čo je mojím spôsobom záležitosťou vlády... O päťnásť rokov sa budú možno diať udalosti, ktoré sa teraz stali v Kolumbii, takmer každý deň.“

Dnes, len niekoľko rokov po Moralesovom obrovskom úspechu, je možné nájsť aktivity a protesty podporované Facebookom v každej krajine a komunite, kde sa táto služba uchytila – a to je takmer každá krajina na svete. Facebook spolu so službou Twitter zohrali v polovici roku 2009 slávnú úlohu v revolte proti výsledkom volieb v Iráne. Ako to napísal Tom Friedman, autor stĺpčiekov o zahraničnom dianí pre *New York Times*, „prvýkrát sa stalo, že poslušní ľudia, ktorí boli vždy uviaznutí medzi autoritatívnym režimom s pravidlami štátu a islamistami s pravidlami mešity, majú teraz svoje vlastné miesto, kde sa môžu stretávať a plánovať svoje aktivity na získanie moci: sociálne siete.“ Bol to práve Facebook, kde porazený iránsky kandidát na prezidenta Mir Hossein Mousavi odkázal svojim nasledovníkom, keď si myslel, že nastal ten správny čas, aby vyšli do ulíc. A keď počas týchto protestov prišla tragicky o život jedna mladú ženu, bol to Facebook, kde sa video s jej vraždou objavilo, aby mohlo byť zdieľané na celom svete ako symbol útlaku zo strany iránskej vlády. Iránska vláda, ktorá bola znepokojená, sa niekoľkokrát pokúsila prístup na Facebook zrušiť. Ale v krajine bol tak rozšírený, že spraviť to bolo veľmi komplikované.

**A**KO JE MOŽNÉ, ŽE KOLUMBIJSKÉ anti-FARC hnutie sa od hlášky na Facebooku zo spálne jedného muža rozrástlo do demonštrácie miliónov ľudí v uliciach tak rýchlo? Prečo by sa mal Facebook stať jedinečným efektívnym

nástrojom politických aktivít? Ako posilnili jeho vplyv rozhodnutia, ktoré urobil zakladateľ stránky Zuckerberg v kľúčových momentoch v histórii spoločnosti? Čo je na Facebooku také neobvyklé, že sa tak rýchlo stal bežnou súčasťou životov viac než šesťsto miliónov ľudí na celom svete? Ako to odhalia stránky tejto knihy, mnoho odpovedí je v súbore javov, ktoré ja nazývam Facebook efekt.

Ako úplne nová forma komunikácie, Facebook smeruje k doteraz nevídaným medziľudským a spoločenským následkom. Facebook efekt nastáva, keď sieť navzájom spojí ľudí, často neočakávane, kvôli spoločnému zážitku, záujmu, problému alebo udalosti. Toto sa môže stať v malom alebo veľkom rozsahu – od skupiny dvoch, troch ľudí alebo rodiny až k miliónom, ako to bolo aj v Kolumbii. Informácie sa šíria cez sieť Facebooku ako vírus. Myšlienky sa na ňom môžu šíriť cez rôzne skupiny a informácie sa tak dostanú k množstvu ľudí v rovnakom čase, šíria sa od jednej osoby k mnohým ďalším jedinečnou rýchlosťou – ako vírus alebo mémy. Môžete posilať správy ďalším ľuďom, dokonca aj keď sa o to vyslovene nepokúšate. Je to spôsob, akým Un Millon de Voces Contra Las FARC rástol tak rýchlo už od prvej noci, keď vznikol.

Už len samotné prihlásenie do Moralesovej skupiny znamenalo, že každý z členov verejne vyhlásil: „Áno, som proti FARC.“ Nový člen nemusel Facebooku zadať: „Informuj o tom mojich priateľov.“ Stačilo, že sa pridá ku skupine. Facebook vzal túto informáciu a umiestnil ju v Novinkách priateľov tejto osoby. A potom, keď sa ku skupine pridali aj oni, Facebook oznámil túto správu v Novinkách *ich* priateľov. Čokoľvek, čo v ľuďoch prebudí ich drienajúce potreby alebo túžby, ako Moralesova kampaň proti FARC, sa môže šíriť ako vírus rýchlosťou svetla a rozšíriť skupinu o množstvo členov už v priebehu jednej noci.

Šírenie informácií patrilo kedysi vo veľkej miere do pôsobnosti elektronických médií – rozhlasu a televízie. Ale prípady v Kolumbii a Iráne ukazujú, že vplyvom Facebook efektu začínajú šíriť informácie obyčajní ľudia. Nemusíte vedieť nič zvláštne, nemusíte mať ani zvláštne zručnosti. Aj Twitter je služba, ktorá má síce obmedzenejší rozsah funkcií, ale tiež do veľkej miery umožňuje, aby sa informácie šírili internetom vďaka akémukoľvek jednotlivcovi. A tiež má významný politický vplyv.

A toto všetko môže pôsobiť ako konštruktívna alebo deštruktívna sila. Facebook dáva jednotlivcom na celom svete moc, ktorá je porovnateľná s oficiálnymi inštitúciami, a to môže viesť aj k veľmi ničivým zmenám. V niektorých spoločnostiach môže destabilizovať inštitúcie, ktoré by sme mnohí z nás

radšej zachovali bez zmeny. Ale taktiež dáva prísľub – ako sa to prejavuje v Egypte, Sýrii, Indonézii a aj inde – predstavuje výzvu pre dlhotrvajúce represívne štátne postupy. Facebook uľahčuje ľuďom organizovať sa.

Samozrejme, neexistuje žiadny dôvod, prečo by mal Facebook organizovať ľudí len pre závažné dôvody. V polovici roku 2008 skupina ľudí na Facebooku zorganizovala veľkú vodnú bitku v centre anglického mestečka Leeds. A v septembri 2008 viac než tisíc ľudí strávilo približne dvadsať minút ohadzovaním sa vankúšmi v americkom Grand Rapids, v štáte Michigan. O vankúšovej vojne sa dozvedeli na Facebooku. Verejné masové vankúšové vojny sa na celom svete stali „cool“ spôsobom toho, ako mladí ľudia, posilnení Facebookom, vypúšťajú paru.

Facebook efekt môže byť rovnako silným nástrojom aj pre marketérov. Ale len ak dokážu pochopiť, ako ho vyvolať. Toto je téma, ktorú budeme skúmať do väčšej hĺbky neskôr. Facebook efekt má potenciálny vplyv aj význam médií. Na Facebooku môže byť každý používateľ redaktorom, každý môže vytvárať obsah, byť producentom či distribútorom. Na Facebooku môže byť ktokoľvek čímkoľvek. Facebook efekt okamžite vyvoláva zblížovanie sa ľudí, či už cez ich rovnaké záujmy, Novinky, obľúbené pesničky alebo prostredníctvom zdieľania videa z YouTube. Keď som pracoval na tejto knihe, stalo sa, že som všeobecnému daniu vo svete nevenoval pozornosť. Potom, keď som sa pozrel na Facebook, tak len náhodou som si všimol, že v mojich Novinkách na Nástenke sa objavilo: „Dow stúpol o 3,5 percent.“ Bola to informácia, ktorú zdieľal môj priateľ. V minulosti by som takúto informáciu získal asi len z Yahoo News alebo z rozhlasu či televízie.

Obchod s hrami, ktorý má dôležitý význam vo vývoji Facebooku, už výhody efektu virtuálneho presieťovania ľudí využíva. Niektoré hry hrá až 50 miliónov používateľov mesačne. Predchádzajúca generácia si mohla vybrať len z PlayStation, Xbox a Nintendo Wii. Teraz však už všetky konzoly na videohry majú zabudované aj pripojenie na Facebook.

Ako Facebook rastie a blíži sa k počtu jedna miliarda členov, je potrebné položiť si otázku, či by nemala existovať aj makro verzia Facebook efektu. Mohol by sa stať nástrojom spojenia sveta, plného politických a náboženských sporov, ktorému hrozí kolaps životného prostredia a ekonomiky? Komunikačný prostriedok, ktorý spojí ľudí všetkých krajín, všetkých rás, všetkých náboženstiev, by nemusela byť zlá vec, však?

Neexistuje horlivejší fanúšik ako je Peter Thiel, ktorý by veril, že Facebook má potenciál spojiť svet. Thiel je majstrovský kontrarián, ktorý zarobil miliardy na svojich hedžových fondoch, keď stavil správne na oblasť

ropy, obeživ a akcií. Je taktiež podnikateľom, spoluzakladateľom a bývalým CEO spoločnosti PayPal, ktorá zabezpečuje služby online platieb (ktorú predal spoločnosti eBay). Bol úplne prvým ozajstným investorom, ktorý vložil koncom leta 2004 peniaze do Facebooku a odvtedy je členom predstavenstva tejto spoločnosti.

„Ak sa v prvej polovici 21. storočia zamýšľate nad investovaním, najdôležitejšou otázkou je, ako prebehne globalizácia,“ povedal mi Thiel. „Svet nebude mať budúcnosť, ak sa ľudia nespoja. To sa však rozhodne neudeje, pokiaľ sa budú medzi sebou hádať a bojovať. Ak navyše zväzíme, na akej úrovni sú dnes technológie, ľudia svet nespoja, ale vyhodia ho do povetria. Potom ani nebude existovať spôsob, ako investovať.“ Toto je inšpirujúca myšlienka jedného z najväčších investorov. „Prichádza teda otázka, do čoho je najlepšie investovať, aby sa svet spojil, globalizoval sa. Facebook možno najviac vystihuje to, čo mi v súvislosti s týmto napadne.“



**O** FACEBOOKU SOM MAL PREHLAD len okrajovo, kým mi koncom leta 2006 nezavolať človek z oblasti vzťahov s verejnosťou a nespýtal sa ma, či by som sa nestretol s Markom Zuckerbergom. Vedel som, že to bude zaujímavé stretnutie, takže som súhlasil. Ako hlavný autor článkov o technológiách pre časopis *Fortune* v New Yorku som sa bežne stretával s lídrami rozličných technologických spoločností. Ale keď sa vtedy len 22-ročný Zuckerberg so mnou stretol vo vychytenej talianskej reštaurácii Il Gattopardo v centre Manhattanu, bolo spočiatku ťažké prijať fakt, že ako CEO je na čele technologickej spoločnosti s rastúcim významom. Mal oblečené džínsy a tričko s kresbou malého vtáčika na strome. Vyzeral tak neveriteľne mlado! A potom prehovoril. „Sme užitočná vec,“ povedal vážnym hlasom a použil pri tom vážne slová. „Snažíme sa pomôcť ľuďom pochopiť svet. Nechceme, aby na našich stránkach trávili čo najviac času. Snažíme sa sprostredkovať im pozitívne zážitky a chceme, aby za svoj čas strávený na Facebooku dostali maximum.“ Nezdalo sa, že žartuje. Snažil sa usmerniť moju pozornosť na svoju spoločnosť a jeho víziu. A podarilo sa mu to.

Čím dlhšie som počúval, tým viac mi znel ako jeden z úspešných a oveľa starších riaditeľov, manažérov či podnikateľov, s ktorými som pravidelne pri mojej práci hovoril. Tak som mu povedal, že vyzerá ako skutočný líder. Považoval som to za obrovský kompliment, taký, ktorý som nepustil z úst len

tak hocikedy. Ale on sa tváril urazene. Zvraštil tvár a vyzeral znechutene. „Nikdy som nechcel viesť spoločnosť,“ povedal o niekoľko minút. „Pre mňa je podnikanie dobrým prostriedkom na uskutočnenie vecí.“ Po zvyšok rozhovoru potom hovoril už len o veciach, o ktorých dokázu hovoriť len cieľavedomí a vizionárski lídri. Od tejto chvíle som si bol istý, že Facebook bude čím ďalej, tým viac dôležitejší. Po stretnutí som napísal článok pod názvom „Prečo je Facebook dôležitý“. Nasledujúci rok sa môj záujem o túto spoločnosť prehĺbil. Zuckerberg ma pozval do svojej spoločnosti, aby som pre *Fortune* napísal exkluzívny článok o transformácii Facebooku na platformu pre softvérové aplikácie vyvinuté externými vývojármi. Toto oznámenie začalo meniť vnímanie Facebooku vo svete. Do konca roku 2007 som začal veriť, že Zuckerbergova spoločnosť sa stane jednou z najdôležitejších na svete. Ak sa tak malo stať, nemal by o tom niekto napísať knihu?

Dnes má spoločnosť Facebook 2000 zamestnancov, sídlo v Palo Alto v štáte Kalifornia a výnosy, ktoré v roku 2010 presiahli jednu miliardu amerických dolárov. Zuckerberg má dvadsaťšesť rokov a stále je jej CEO. Vďaka svojmu odhodlaniu, strategickým vedomostiam a dostatočnému šťastiu, má v rukách absolútnu kontrolu nad financiami aj samotným vedením spoločnosti. Ak by ich nemal, Facebook by bol dnes už určite súčasťou niektorej z obrovských mediálnych a internetových spoločností. Záujemcovia o kúpu Zuckerbergovi opakovane ponúkali ohromujúce sumy peňazí – miliardy! Ale on chce „uskutočňovať veci“ a presvedčať čím ďalej tým viac ľudí, aby jeho služby používali. Nie je jeho prioritou na tejto činnosti zarobiť. Tým, že udržiava spoločnosť nezávislú, napĺňa ju vlastnými ideálmi, osobnosťou a hodnotami.

**F**ACEBOOK OD SVOJHO VZNIKU NA INTERNÁTNEJ IZBE vyzerá stále jednoducho, čisto a nepôsobí preplnene. Zuckerberg sa dlho zaujímal o elegantný prepojený dizajn. Vo svojom osobnom profile na Facebooku vymenúva svoje vlastné záujmy: „otvorenosť, zlomy vo veciach, revolúcia, tok informácií, minimalizmus, vytváranie vecí, oslabovanie túžby za všetkým, na čom nezáleží“. Napriek záujmu tvorcu o minimalizmus, Facebook obsahuje veľa vecí, ktoré smerujú k nadbytočnosti. Každý mesiac pribudne približne 30 miliárd informácií, ktoré jeho členovia zdieľajú – vrátane odkazov na webové stránky, nových záznamov o činnosti používateľov, fotografií atď. Je to zďaleka najväčšia stránka na zdieľanie fotografií na internete, napríklad s viac než tromi miliardami novými pridanými fotografiami každý mesiac. A to sme ešte nespomenuli nespočetné triviálne oznamy, závažné vyhlásenia, politické provokácie, narodeninové gratulácie, flirtovanie, pozvania, urážky, vtipné

hlášky, neslušné hlášky, hlboké myšlienky a samozrejme štuchnutia. Na Facebooku sa zdieľa veľa vecí, na ktorých asi ani nezáleží.

Aj keď je Facebook populárny komunikačný prostriedok, nevznikol so zámerom nahradiť osobnú komunikáciu. Mnohí ho takto ani nepoužívajú. Zuckerbergov tím ho koncipoval výhradne ako nástroj upevňovania vzťahov medzi ľuďmi, ktorí sa reálne poznajú – medzi priateľmi z reálneho života, známymi, spolužiakmi alebo kolegami z práce. Práve v tomto sa Facebook líši od ostatných podobných služieb a, ako to už bolo v tejto knihe naznačené, spájanie sa ľudí, ktorí majú niečo spoločné aj v realite, predstavuje pre túto firmu osobitú skupinu výziev do budúcnosti.

Facebook efekt sa najčastejšie prejavuje v každodennej sfére, na dôvernej úrovni medzi členmi malej skupiny. Môže komunikáciu zefektívniť, pestovať dôverné vzťahy, zblížovať ľudí. Niektorí z vašich priateľov sa o vás veľa dozvedia z vašich aktuálnych statusov, napríklad aj to, že sa chystáte na nákupy. Neposielate im túto informáciu. Robí to softvér Facebooku. Odpovedia vám, že sa tam s vami stretnú a oni sa tam naozaj objavia.

Keď sa Facebook používa tak, ako bol pôvodne navrhnutý, čiže uľahčuje zdieľanie informácií medzi ľuďmi, ktorí sa už poznajú zo skutočného sveta, môže mať účinnú emocionálnu silu. Je to nový druh komunikačného nástroja, ktorého základy sú v skutočných vzťahoch medzi jednotlivcami a ktorý im umožňuje navzájom komunikovať moderným spôsobom. Takáto komunikácia môže viesť tak k radosti, ako aj k bolesti, ale nepopierateľne pôsobí na smerovanie života používateľov Facebooku. „Facebook je prvá internetová platforma pre ľudí,“ hovorí Esther Dysonová, expertka na technológie, publicistka a investorka.

Od ostatných internetových podnikaní, ktoré Facebooku predchádzali, ho odlišujú aj niektoré ďalšie faktory. Po prvé, je v podstate aj v skutočnosti založený na skutočnej identite. Na Facebooku je v súčasnosti dôležité byť samým sebou, a tak tomu bolo aj pri uvedení tejto služby na Harvarde vo februári 2004. Anonymita, hranie sa na niekoho iného, pseudonymy a prezývky boli na webe vždy bežné. Ale tu hrajú len veľmi malú úlohu. Ak si vytvoríte novú osobnosť alebo príliš preženiete spôsob, akým sa prezentujete, Facebook vám prinesie len veľmi málo výhod. Kým nekomunikujete s ostatnými sám za seba, vaši priatelia vás buď nespoznajú, alebo si vás medzi svojich priateľov nepridajú. Ľudia na Facebooku si vašu identitu overia aj tak, že si prezrú váš zoznam priateľov. A oni zasa vašim pridaným priateľom tiež potvrdia vašu identitu. Aby ste naštartovali proces tohto cyklického potvrdzovania, musíte používať svoje skutočné meno.

To, čo úzko súvisí s uvádzaním skutočnej identity, je nastavenie úrovne ochrany súkromia na stránke a možnosť, aby si mieru zverejňovania údajov o sebe mohol každý používateľ kontrolovať sám. Nie vo všetkom to funguje, ale Zuckerberg a ostatní predstavitelia spoločnosti tvrdia, že im na tom veľmi záleží. „Mať sieť navzájom poprepájaných priateľov a zachovať si skutočnú identitu je kľúčom k bezpečnosti,“ hovorí Chris Kelly, dlhodobý riaditeľ pre záležitosti ochrany súkromia, ktorý z Facebooku odišiel v roku 2009, aby kandidoval na generálneho prokurátora v štáte Kalifornia (prehral v primárkach). „Dôvera v internet záleží aj na tom, či máte stálu a známu identitu.“ Ak máte pochybnosti o tom, s kým online komunikujete, vaše súkromie je ohrozené. Ale ak viete, s akými ľuďmi ste cez Facebook v spojení, môžete si spomedzi nich vybrať, s kým a v akej miere chcete informácie o sebe zdieľať.

Otázka súkromia, na ktorú sa detailnejšie pozrieme v jednej z nasledujúcich kapitol, už od začiatku priťahuje veľký záujem používateľov Facebooku. Mali často pocit, že nebolo dostatočne chránené a pravidelne sa búrili, aby to dali najavo. Facebook v týchto diskusiách zvyčajne dobre ustál. Ale otázka súkromia ľudí stále znepokojuje, a to nielen používateľov Facebooku, ale, ako sa o tom presvedčíme, aj Zuckerberga. Vie, že dlhodobý úspech Facebooku bude pravdepodobne určený tým, ako dobre bude chrániť súkromie svojich používateľov. Spoločnosť sa pustila do zjednodušovania a zlepšovania ovládania Facebook konta tak, aby si používateľ mohol sám určiť, kto o ňom aké informácie vidí.

Spoločenské zmeny, ktoré spôsobuje Facebook efekt, nebudú vždy pozitívne. Ako ovplyvňuje naše životy, že ich stále viac žijeme verejne? Meníme sa na národ – a svet – exhibicionistov? Mnohí Facebook využívajú len ako priestor na zdieľanie radosti z maličkostí, ktorú zažívajú. Považujú ho viac za platformu narcistických prejavov ako za prostriedok komunikácie. Iní sa zasa pýtajú, ako môže ovplyvniť osobnostný vývoj jednotlivcov, ak ich činy a dokonca aj myšlienky neustále sledujú a komentujú priatelia. Môže to viesť až k tomu, že sa ľudia budú správať a myslieť podľa toho, ako sa správa a myslí väčšina? Strácajú mladí ľudia, ktorí trávajú dni na Facebooku, schopnosť spoznávať a zažívať radosti zo skutočného sveta? Nespoliehame sa náhodou až príliš na našich priateľov, čo sa týka informácií? Sú informácie to jediné, čím je Facebook pre nás užitočný? Boli by sme bez Facebooku menej informovaní?

Čo to v skutočnosti znamená „byť priateľmi“ na Facebooku? Priemerný používateľ Facebooku ich má približne 130. Môžete však mať až 500 priateľov,

ako aj mnohí majú. (Ja ich mám 1150, ale ja píšem knihu o tejto spoločnosti.) Čo tak 5000? Čo je na Facebooku maximum? U niektorých môže Facebook vytvárať falošnú predstavu spoločenského styku a časom zvýšiť pocit osamelosti. V súčasnosti však máme málo informácií, aby sme mohli ukázať, aký závažný tento problém môže byť. A keďže elektronické médiá budeme využívať aj v nasledujúcich rokoch, určite sa ľudia touto otázkou budú zapodievať.

**R**AZ SOM S ZUCKERBERGOM SEDEL v skromnom francúzskom bistre, neďaleko ústredia Facebooku, bolo krátko pred záverečnou. Povedal mi, že ešte nikdy predtým nejedol steak s hranolkami, takže som ho presvedčil, aby si ho objednal. Ako sa ostatné stoly vyprázdňovali, objednali sme si kávu a zamestnanci začali umývať podlahu. Zuckerberg bol, ako vždy, oblečený v tričku, ale keďže bolo trochu chladno, mal na sebe ďalší zo svojich obľúbených kusov oblečenia – flaušovú zapínaciu mikinu. Spýtal som sa ho, čo si myslel, že robí, keď vytvoril Thefacebook (pôvodný názov spoločnosti) a ako sa jeho názor od tých časov zmenil. Jeho odpoveď bola celá o transparentnosti. Je to dosť pochopiteľné, Zuckerberg sám je až neobyčajne úprimný.

„Predstavte si samého seba – ste na vysokej,“ začal. „Tráivate všetok svoj čas študovaním teórií, mám pravdu? O veciach rozmýšľate abstraktným spôsobom. Máte svoje ideály. Chuť meniť veci. Dolieha to na vás z každej strany: O svete by mali rozhodovať obyčajní ľudia. Mnohé z týchto vecí ma naozaj tvarovali. A mnohé z nich Facebook presadzuje.“

„So spolubývajúcimi Dustinom Moskovitzom, Chris Hughesom a niekoľkými ľuďmi z prednášok z informatiky sme sa zvykli rozprávať o význame transparentnosti a všeobecnej informovanosti obyvateľstva. Rozoberali sme názor, ako by sa dali meniť všetky záležitosti veľkého sveta, keby mali ľudia prístup k informáciám a cez internet ich navzájom zdieľali, dali jeden druhému o dôležitých veciach vedieť. Ale nemali sme vôbec žiadnu predstavu o tom, že by sme v tom my mohli hrať nejakú úlohu... Boli sme len skupinou detí z výšky.“ Potom opísal, čo sa stalo, keď spustil Thefacebook: „Išlo to postupne, len sme si povedali: ‚Ach, viac škôl ho chce‘ a ‚Dobre, viac typov ľudí ho chce‘... Šírilo sa to samé a my sme sa len s úžasom prizerali. Potom nám ale jedného dňa napadlo, že by sme mohli mať vedúcu úlohu pri tom, aby sa naše predstavy o transparentnosti a rozhodovaní o svete aj reálne uskutočnili a presadili... Boli sme však len skupina priateľov, kaviarenských intelektuálov, ktorí sa o tom rozprávali v škole – o tom, ako by vzájomná informovanosť ľudí zmenila spôsob fungovania sveta a štátnych inštitúcií.“

Ale povedali sme si: „Hej, možno iní ľudia to nepresadzujú, a možno je na to potrebná práve taká skupina ľudí, ako sme my, ktorá vyrastala s týmito názormi a v ktorej sa formujú také hodnoty, aby to presadila. Možno by sme to nemali vzdať.“ Zasmial sa.

Mark Zuckerberg nebol nikdy typ človeka, ktorý by sa podriadil autoritám. Facebook začal ako jeho vlastná revolta proti neochote Harvardu vytvoriť online album fotografií študentov. Ale to, čo vytvoril, mení jednotlivca na autoritu. Hodnota Facebooku je v profiloch a činnostiach ľudí. Facebook im dáva moc na úkor inštitúcií. Je to moc, o ktorú sa Zuckerberg pri tvorení Facebooku podelil so všetkými používateľmi tejto sociálnej siete.



**F**ACEBOOK SPÁJA SVET. Stal sa premostujúcou všeobecnou kultúrnou skúsenosťou pre ľudí na celom svete, obzvlášť pre mladých. Napriek svojim skromným začiatkom, keď bol vytvorený ako vysokoškolský projekt deväťnásťročného študenta, stal sa technologickou veľmocou s nebývalým vplyvom na moderný život, tak verejný, ako aj súkromný. Jeho členská základňa zahŕňa všetky generácie, všetky geografické oblasti, jazyky aj spoločenské triedy. V skutočnosti môže byť najrýchlejšie rastúcou spoločnosťou akéhokoľvek druhu v dejinách. Facebook je dokonca väčší v krajinách ako sú Čile a Nórsko, než v Spojených štátoch. Mení spôsoby komunikácie a vzájomného pôsobenia ľudí, marketingové stratégie, vládne kampane a dokonca aj to, ako fungujú spoločnosti. Mení charakter politického aktivizmu a v niektorých krajinách začína pôsobiť na procesy demokracie samej. Už to nie je len hračka pre študentov na vysokej škole.

Ak je človek pripojený k internetu, s najväčšou pravdepodobnosťou využíva aj Facebook. Po Googli je to druhá najčastejšie navštevovaná stránka a v novembri 2010 počet jeho aktívnych používateľov prekročil 600 miliónov. V súčasnosti oveľa viac ako 30 percent z dvoch miliárd používateľov internetu na celom svete používa Facebook pravidelne. Na jeseň 2005 bol Facebook spustený aj pre stredoškolských študentov a svetu sa otvoril na jeseň roku 2006. V súčasnosti na ňom trávajú používatelia na celom svete približne 23 miliárd minút každý deň (mnohí používatelia trávajú na Facebooku celé hodiny každý deň.) A dokonca aj napriek jeho rastu, počet ľudí, ktorí ho používajú, rastie ohromujúcou rýchlosťou – približne o 5 percent mesačne. Keby počet ľudí na Facebooku a internete rástol neustále rovnakou

rýchlosťou, do konca roku 2013 by každá jedna osoba na svete, ktorá by bola online, bola na Facebooku.

Samozrejme, to sa nikdy nestane. Ale Facebook už teraz funguje v 25 jazykoch a približne 75 percent jeho aktívnych používateľov je mimo Spojených štátov. Facebook aktívne využíva približne 143 miliónov Američanov, alebo 46,8 percent celkovej populácie, čo sú informácie podľa *Facebook Global Monitor*, uverejnené na InsideFacebook.com. Znie to pôsobivo. Ale používa ho aj 50,5 percent populácie Kanady. Najväčší počet používateľov Facebooku je stále v Spojených štátoch, ale ďalších desať krajín v rebríčku je z rôznych častí sveta. V poradí sú to Indonézia, Spojené kráľovstvo, Turecko, Francúzsko, Filipíny, Taliansko, Kanada, Mexiko, India a Nemecko. Desať krajín, v ktorých počet používateľov počas roka do konca novembra 2010 rástol najrýchlejšie, boli podľa *Facebook Global Monitor* Rumunsko, Južná Kórea, Maďarsko, Thajsko, Ukrajina, Dominikánska Republika, Lotyšsko, Irak, Brazília a Ekvádor.

Táto stránka sa nepodobá na žiadnu inú webovú stránku alebo podnikanie v oblasti technológií, pretože Facebook je len a len o ľuďoch. Je to platforma pre ľudí, aby zo svojho života viac vyťažili. Je to nová forma komunikácie, tak ako ňou boli rýchle zasielanie správ, e-mail, telefón a telegraf. Keď World Wide Web začínal, ľudia zvykli hovoriť, že každý by mal mať časom svoju vlastnú webovú stránku. V súčasnosti sa to už deje, ale ako súčasť sociálnej siete. Facebook spája tieto stránky jednu s druhou takým spôsobom, ktorý nám umožňuje robiť úplne nové veci.

Ale tento rozsah, rýchlosť rastu a prenikanie do spoločnosti vyvolávajú komplikované spoločenské, politické, regulačné a strategické otázky. Ako bude Facebook meniť interakciu používateľov v skutočnom svete? Ako budú represívne vlády reagovať na túto novú formu posilnenia obyvateľstva? Nemala by byť takáto silná služba regulovaná? Čo si vlastne máme myslieť o úplne novej forme komunikácie používanej stovkami miliónov ľudí, ktorá je ovládaná jednou spoločnosťou? Riskujeme našu slobodu tým, že zverujeme také množstvo informácií o našej identite jednej komerčnej entite? Napätie okolo týchto otázok bude rásť, ak bude Facebook šíriť svoj vplyv na stále väčšej časti zemegule.

Cieľom tejto knihy je preskúmať tieto otázky. Ale len vtedy môžete porozumieť tomu, ako sa stal Facebook takou úžasnou spoločnosťou a kam by sa až mohol dostať, keď pochopíte, ako sa to celé začalo na internáte v Cambridge, v štáte Massachussets, ako nápad neposedného a bezočivého devätnásťročného chlapca.