

Facebook

ACHTER DE SCHERMEN

Steven Levy



Inleiding

‘Hallo, ik ben Mark!’

Een introductie is niet nodig. Mark Zuckerberg heeft een van de bekendste gezichten ter wereld. Hij is de CEO van Facebook, het grootste sociale netwerk ter wereld – het grootste menselijke netwerk van welke soort dan ook dat ooit heeft bestaan. En dat netwerk heeft meer dan twee miljard leden, van wie de helft elke dag inlogt. Dat heeft hem tot de op vijf na rijkste man ter wereld gemaakt. En omdat hij Facebook vanuit zijn studentenkamer op Harvard heeft opgericht toen hij pas negentien was, is hij voor jongeren en de nog onontdekte hét voorbeeld van de verbluffende mogelijkheden die geavanceerde technologieën bieden.

Hij is beroemder dan beroemd. En hij is *hiér*.

In Lagos, Nigeria.

Als er nog twijfel zou zijn over wie hij is, deze aardige, bruinharige jongeman met een beetje een raar lachje op zijn gezicht en de gewoonte om bijna nooit met zijn ogen te knippen, is hij gekleed zoals je zou verwachten van iemand als... Mark Zuckerberg! Het kenmerkende T-shirt dat een soort sullige burgerlijkheid uitstraalt, maar ondertussen wel een creatie is van Brunello Cucinelli. (Ze kosten 325 dollar per stuk – hij heeft er een kast vol van, zodat hij nooit hoeft na te denken wat hij aantrekt.) Blauwe spijkerbroek en een paar Nike-schoenen. Precies wat je zou verwachten wanneer de oprichter en CEO van Facebook op zijn gemak aan komt wandelen. Wat wel ongebruikelijk is, is dat niemand had verwacht dat hij hier binnen zou komen lopen, in deze stad, in dit land, op dit continent.

De mensen in de studio van Co-Creation Hub (СсНУВ) op de zesde verdieping zijn allemaal jonge ondernemers die alles op alles zetten om de

enorme weerstand te overwinnen die er is tegen het opbouwen van succesvolle techbedrijven in Lagos, Nigeria. Hun is verteld dat een niet bij naam te noemen directeur van Facebook vandaag, op 30 augustus 2016, langskomt als voorbereiding op een door Facebook georganiseerd bootcamp voor start-ups in de techsector. Ze hadden verwacht dat de mysterieuze gast een van zijn assistenten zou zijn, bijvoorbeeld Ime Archibong, de in North Carolina opgegroeide zoon van Nigeriaanse immigranten, die het land van zijn ouders al eerder had bezocht. Niemand had durven hopen dat Zuckerberg zelf zou komen opdagen.

Facebook had de trip inderdaad zo onopvallend mogelijk voorbereid, alsof het om een geheime operatie van de CIA ging. De voornaamste reden daarvoor waren de veiligheidsaspecten, maar ze wilden ook de verrassing en de vreugde die zijn aanwezigheid zou genereren maximaal benutten. Zuckerberg had nog nooit eerder een voet op dit continent gezet, dus het was hoog tijd. Zuckerberg was doorgevlogen vanuit Italië, waar hij samen met zijn vrouw aanwezig was bij het huwelijk van zijn vriend Daniel Ek, de CEO van Spotify. Na het huwelijksfeest aan het Comomeer had hij samen met zijn gevolg een paar dagen in Rome doorgebracht, waar hij de minister-president en de paus had ontmoet. Vanaf de luchthaven zette hij rechtstreeks koers naar de stoffige buurt Yaba en CCHUB.

De start-upcultuur in Lagos zweeft tussen een onvoorstelbaar optimisme en galgenhumor ten aanzien van de enorm grote obstakels die er zijn om succesvol te zijn of zelfs maar te overleven. Maar dit waren de mensen die Zuckerberg wilde ontmoeten: nerds met een droom. In het gigantische hoofdkwartier dat hij bouwde in Menlo Park, Californië, sierden vele posters de muren als een soort gigantische confetti met technopropaganda. Tientallen daarvan waren voorzien van de tekst: BE THE NERD. Terwijl andere techgiganten hun eerste Afrikaanse uitstapjes wijdden aan filantropische thema's, ruimde Zuckerberg geen tijd in om ondervoede kinderen in afgelegen dorpjes te knuffelen. In plaats daarvan zou hij software-aanbidders ontmoeten.

Heel even lijken de jonge techondernemers als aan hun stoel genageld. Ze zijn achterdochtig en lijken een geestverschijning, een nepfiguur, te zien. Maar als ze eenmaal overtuigd zijn dat hun waarneming juist is, beginnen ze te juichen en rennen en masse naar voren en omringen hun beroemde gast, die zijn vuisten balt. Ze poseren voor selfies met Zuck en

houden ook snel even een verkooppraatje om hun product aan te prijzen.

Zuckerberg benadert hen rustig, blijft glimlachen en kijkt iedereen in de ogen, waarbij hij soms iets te lang lijkt te staren. Hij is duidelijk blij. ‘Dit zijn mijn mensen,’ zegt hij tegen me als we de trap op lopen om nog meer ondernemers te ontmoeten.

Jazeker, ik volg Mark Zuckerberg op de voet tijdens deze trip. Dit is het eerste verslag dat ik maak voor een boek over de opkomst van Facebook.

Op de benedenverdieping is een programma aan de gang genaamd Summer of Code. Jonge mensen van tussen de vijf en dertien jaar oefenen achter de computer. Hij loopt naar een paar jongens die een pc delen. Ze lijken rond de zeven of acht jaar oud. ‘Kun je me vertellen wat je hebt gebouwd?’ vraagt hij hun, terwijl hij door de knieën gaat om net als de jongens op dezelfde hoogte naar het scherm te kunnen kijken. Daarop zijn knipperende punten te zien die doelgericht in een bepaalde formatie voortbewegen.

‘Een spelletje,’ zegt een van hen.

Zuckerbergs ogen, die normaal al ver openstaan, openen zich nog verder, net als de plastic oogbollen van een groot speelgoedbeest: *Dit is wat hij deed op die leeftijd!*

‘Kun je me vertellen hoe je het hebt gebouwd?’ vraagt hij.

Na nog een paar technische gesprekjes met de kinderen (‘Kun je me de code laten zien?’), vertrekt hij naar de volgende afspraak in zijn agenda: een start-up die Centraal-Afrikaanse engineers traint om technische werkzaamheden te verrichten voor grote bedrijven. Zuckerberg heeft de activiteiten gefinancierd via zijn stichting, die hij zo heeft ingericht dat de stichting op termijn 99 procent van zijn Facebook-aandelen verkrijgt. Zakenreizigers in Lagos bezoeken een buurt als Yaba maar zelden te voet, maar Zuckerberg wilde zelf door de straten lopen. Het trottoir is in slechte staat, het zand en het beton zitten vol met grote gaten die gevuld zijn met modderpoelen. Auto’s en motorfietsen zoeven voorbij. We stappen in hoog tempo langs de hutjes en de winkeltjes, zonder dat iemand doorheeft wat er gebeurt. Een van de kinderen ziet kans om voor de groep uit te lopen om een selfie te maken. Zuckerberg lijkt het niet in de gaten te hebben, terwijl hij aan het hoofd van de stoet kletst met Archibong.

Het tafereel wordt vastgelegd door zijn huisfotograaf, een voormalige fotojournalist van *Newsweek*, die ook met meerdere presidenten is meegereisd. Als deze beelden op internet verschijnen, zal deze korte wandeling

tussen de mensen Zuckerberg geliefd maken in Nigeria. ('Ik dacht dat het gefotoshopt was!,' zei een plaatselijke engineer toen hij de beelden voor het eerst zag.) De volgende dag zal een stukje hardlopen over een brug op dezelfde manier worden gedocumenteerd op social media en zal het beeld van deze techmiljardair als een man van het volk worden verstevigd.

De laatste stop tijdens zijn eerste dag in Afrika is een kleine winkel op een druk kruispunt. Het is een van de vele 'Express Wi-Fi'-winkeltjes die Facebook heeft gefinancierd. Ze bieden de plaatselijke bevolking vanuit winkels of bedrijfjes toegang tot internet voor een gering bedrag. Dit specifieke bedrijfje, waar ook sportweddenschappen kunnen worden afgesloten, wordt gerund door Rosemary Njoku, een vrouw in een zwart gestipte jurk en een hoofddoek. Ze heeft een vriendin bij zich die een lange gele jurk draagt.

De 'volgende paar miljard' toegang tot internet bieden – dat wil zeggen, de mensen in onderbedeelde regio's of mensen die geen toegang kunnen betalen – is de afgelopen jaren een van Zuckerbergs passies geworden. Hij heeft op diverse manieren de verspreiding van internet ondersteund via onder andere exotische technologieën, zoals zelfsturende drones, maar ook via een controversieel plan om mensen gratis databundels te geven met beperkte toegang tot een vast aantal populaire applicaties, waaronder Facebook. Express Wi-Fi is een klein maar veelbelovend aspect van deze droom, genaamd Internet.org.

De vrouw begroet Zuckerberg in een kleine en zeer warme ruimte achter in de winkel – er is nauwelijks voldoende ruimte voor de drie om te praten. Zuckerbergs T-shirt begint zweetplekken te vertonen, terwijl hij de vrouw vragen stelt.

'Ik wil dat je me helpt,' zegt de op vijf na rijkste man ter wereld tegen een vrouw die een klein bedrijfje runt op de hoek van een straat in een van de armste landen ter wereld. 'Welk advies kun je me geven om dit voor jou beter te maken?'

De vraag lijkt Njoku te overvallen, maar ze herstelt zich snel. 'Meer meters.' Zuckerberg kijkt haar vragend aan. 'Meer meters voor de wifi, om een grotere ruimte en meer mensen te bedienen,' zegt ze.

Zuckerberg is een moment stil. 'Wat nog meer?' wil hij weten.

'Hashtags,' zegt ze. 'De hashtag #itsup zodat de mensen weten dat de wifi werkt.'

Zuckerbergs gezicht licht op. ‘Dat is iets wat we kunnen realiseren,’ zegt hij. ‘Dat eerste is nogal moeilijk.’ Hij legt iets uit over de technische mogelijkheden, maar zijn publiek kan hem niet volgen.

De volgende dag organiseert Zuckerberg een bijeenkomst voor alle plaatselijke softwareontwikkelaars. Hij doet dit graag, veel liever dan een lezing houden of doorgezaagd worden door journalisten in een een-op-een-setting. Hij vertelt zijn publiek vol trots dat Facebook een satelliet heeft gebouwd waarmee de dekking van internet zal worden uitgebreid naar vele nog niet bediende gebieden in Afrika, inclusief Nigeria. De resultaten zullen snel zichtbaar worden, omdat er al een lancering met een SpaceX-raket staat gepland. Inderdaad, het bedrijf van Elon Musk.

Een van de vooraf bij de moderator ingediende vragen is hoe gemakkelijk – of moeilijk – het is geweest voor Zuckerberg om op te schuiven van de totale controle die een softwareontwikkelaar heeft naar het vagere domein van het leiden van een bedrijf. Mist hij de tijd dat hij alleen maar hoefde te programmeren?

‘Ik ben een engineer, net als de meesten van jullie,’ zegt hij. ‘En voor mij komt dat neer op twee echte principes: het eerste is dat je elk probleem benadert als een systeem. En elk systeem kun je verbeteren. Hoe goed of slecht iets ook is, je kunt het altijd beter maken. Dat geldt voor het schrijven van codes, het bouwen van hardware, maar ook wanneer je systeem een bedrijf is.’

Hij vertelt dat Facebook de problemen op het gebied van bedrijfsvoering of cultuur op dezelfde manier benadert als een programmeur problemen oplost. ‘Het leiden van een bedrijf verschilt niet zoveel van het schrijven van codes, waar je werkt met verschillende functies en subroutines... Ik denk dat er iets heel fundamenteels plaatsvindt in de mindset van een engineer.’

Later die dag bezoekt Zuckerberg een entertainmentstudio in een district dat Nollywood wordt genoemd. Een aantal Nigeriaanse beroemdheden – acteurs, dj’s, musici en komieken – hebben zich verzameld om hem te ontmoeten. Terwijl hij de gebouwen bezoekt en de mensen ontmoet, vergeet Zuckerberg niet zijn obsessie van dat moment na te blijven jagen en vraagt hij of creatievelingen en beroemdheden kiezen voor Facebook of Instagram, de mobiele fotodeeldienst die hij in 2012 heeft gekocht en tot nu toe nog wordt geleid door zijn oprichters. Ze lijken allemaal Instagram te prefereren boven Facebook. ‘Maar Facebook is groter,’ zegt hij, omdat hij niet al te blij lijkt met de antwoorden die hij krijgt.

Op een gegeven moment, als de zaal vol is en mensen hem op een informele manier vragen mogen stellen, brengt een van de Instagram-sterren *The Social Network* ter sprake, de film uit 2010 waarvan de makers beweren dat daarin het echte verhaal van Facebook wordt verteld. Omdat Zuckerberg in die film wordt afgeschilderd als een samenzweerderige maffe slimmerik die het bedrijf heeft opgericht omdat hij geen lid kon worden van een fancy Harvard-eetclub, en omdat vrouwen hem afwezen, zou je kunnen verwachten dat hij dit onderwerp niet bepaald leuk zou vinden. Zeker niet omdat hem wordt gevraagd of hij Facebook echt heeft opgericht omdat een vrouw hem had gedumpt.

‘Mijn vrouw haat dat gedeelte in de film,’ zegt hij met zijn schuchtere lach. ‘De werkelijkheid is dat wij allang aan het daten waren. Dus het idee dat ik Facebook ben begonnen om meisjes te krijgen, maakt haar boos.’ Korte stilte. ‘Het is dus niet waar.’

Op zijn vierde en laatste avond in Nigeria nodigt Zuckerberg me uit op zijn hotelkamer om de avond door te brengen met hem en een paar van zijn reisgenoten. De groep is verhuisd van Lagos naar een bewaakt hotelcomplex in de hoofdstad, Abuja. Hier zal Zuckerberg nog de president ontmoeten voordat hij het land verlaat. (De jonge CEO heeft al zo vaak wereldleiders ontmoet – als waren het collega’s, omdat het grote wereldwijde publiek van Facebook ook hem een forse achterban oplevert – dat mensen het vaak hebben over ‘het buitenlandbeleid’ van het bedrijf.) Het was een lange dag geweest, om vier uur op om met een privévliegtuig naar Kenia te vliegen, waar hij een twee uur durende safari deed, ondernemers ontmoette en lunchte met functionarissen. Aan het einde van de middag zaten hij en zijn gevolg weer in het vliegtuig. Op dat moment vernam Zuckerberg dat de SpaceX-raket, die de satelliet vervoerde die hij gloedvol had aangekondigd als een internetredder voor het worstelende land, was ontploft op het lanceerplatform, een dag voor de geplande lancering. Om tijd te besparen was de satelliet van Facebook al tijdens de test geplaatst, waardoor hij verloren ging in de vuurzee.

Zuckerberg was woedend op Musk. (Facebooks eigen motto *Move fast and break things* – handel snel en maak dingen kapot – geldt niet voor raketlanceringen.) Hij maakte gebruik van een natuurlijke uitlaatklep voor zijn woede, een medium dat hij eigenhandig toegankelijk had gemaakt voor een groot deel van de mensheid: Facebook. Tegen het advies van zijn

pr-mensen in plaatste hij een furieus bericht dat al snel verscheen in de feed van velen van zijn 118 miljoen volgers:

Ik ben op dit moment in Afrika en het stelt mij zeer teleur te moeten vernemen dat een lanceerfout van SpaceX ervoor heeft gezorgd dat onze satelliet is vernietigd. Hij zou zoveel ondernemers en andere mensen op dit continent connectivity hebben geboden.

In de hotelkamer die avond is Zuckerberg echter vrolijk. Hij is veel meer ontspannen en aardiger wanneer hij wordt omringd door mensen die hij goed kent. Op de tafel staan grote porties lokale gerechten. Hij neemt grote teugen uit een blik Nigeriaans bier. Hij maakt grapjes met Archibong en zijn fotograaf. Maar bij het noemen van de naam Musk valt hij heel even stil. Nou ja, bijna een volle minuut.

‘Ik denk dat ik door de vijf fasen van rouw ben gegaan,’ zegt hij. Nog een stilte. ‘Misschien niet de fase van acceptatie.’ Heeft hij al met Musk gesproken? Weer een stilte, deze keer langer en donkerder. ‘Nee,’ zegt hij eindelijk.

Dan gaat het gesprek weer over de trip en fleurt hij op. Ik vraag hem naar zijn verhaal over Facebook en de technische mindset. Hij wil het graag nog een keer uitleggen en verklaart dat zijn eigen voorkeur om dingen vanuit een technisch perspectief te zien uitermate belangrijk is geweest bij de benadering van het bedrijf. ‘Er is zo’n fundamenteel iets, dat je op jonge leeftijd naar iets keek en dacht: *Dat kan beter. Ik kan dit systeem ontleden en het beter maken.* Ik kan me herinneren dat ik daaraan dacht toen ik jong was; het drong pas veel later tot me door dat dit niet de manier is waarop iedereen naar dingen kijkt. Ik denk dat dit de technische mindset is; het is misschien nog wel meer een waardenset dan een mindset.’

Bij Zuckerberg gaat het vooral over delen, en hij zegt vaak dat de wereld een betere plek wordt als mensen hun ervaringen met elkaar delen. Tot nu toe vindt zijn filosofie gretig aftrek en wordt Facebook op handen gedragen, getuige het nog nooit vertoonde grote aantal deelnemers, zijn vermogen om mensen samen te brengen en zelfs zijn potentie om serieuze problemen op een eenvoudige manier bespreekbaar te maken. Facebook kreeg waardering als aanjager van de bevrijdende Arabische Lente. De privacyperikelen hebben, ondanks de kritiek van activisten en toezichthouders, het sprookje van Facebook nog niet doorgeprikt. En ondanks het

duistere portret dat geschetst wordt in *The Social Network*, wordt Zuckerberg over het algemeen gezien als de moedige oprichter die voor gelijkheid staat en graag hardloopt, of het nu door de straten van Lagos is of op het door smog omgeven Tiananmenplein in Beijing.

‘Een van de dingen die mij deugd doen, is dat ik op deze trip met echte mensen heb kunnen praten,’ zegt hij. ‘Ik was in Rome en sprak daar met de paus en de minister-president; ik bedoel, dat zijn geweldige mensen, maar ik was blij dat ik hier kon praten met een heleboel ontwikkelaars en engineers.’

Hij was gek op Nigeria, en Nigeria was gek op hem. De president gaf de volgende verklaring uit:

In onze cultuur zijn we niet gewend om succesvolle mensen zoals u te zien verschijnen. We zijn er niet aan gewend om succesvolle mensen te zien joggen en zweten op straat. We zien succesvolle mensen meestal alleen in ruimtes met airconditioning. We zijn blij dat u succesvol bent, maar tegelijkertijd eenvoudig genoeg bent gebleven om te blijven delen.

Je zou kunnen zeggen dat Zuckerberg op de trip naar Nigeria op zijn best was. Hoe kon het leven voor hem nog beter worden? Hij was goed op weg om de wereld te verbinden op een manier die nog nooit door een ander mens was gedaan, zelfs niet door de Romeinse keizers die hij zo bewonderde. Het bedrijf dat hij had opgericht in zijn studentenkamer was een goudmijn; hij had nooit ergens anders gewerkt, maar had nu het volledige beslissingsrecht over een van 's werelds meest waardevolle bedrijven. Zijn gezicht stond op talloze tijdschriftencovers. Hij was door *Time* verkozen tot Persoon van het Jaar. Eerder dat jaar was hij uit een enquête gekomen als ‘de populairste CEO in de techindustrie’.¹ Hij was gelukkig getrouwd en na een aantal ontmoedigende miskramen (nieuws dat hij deelde op Facebook) schonk zijn vrouw hem een schattige dochter. Zelfs zijn huisdier, een ruwharige Hongaarse schapshond wiens witte vacht dreadlocks leek te hebben, had een eigen fanclub. En zoals dat gaat met problemen, waren Elon Musks geexplodeerde satelliet en zorgen over Internet.org niet helemaal onoverkomelijk. Kortom, Facebook had zich ontwikkeld tot een van de grootste Amerikaanse succesverhalen. Mark Zuckerbergs wereld leek perfect.

Wat kon er misgaan?

Amper twee maanden nadat Mark Zuckerberg was teruggekeerd uit Nigeria, werd Donald Trump verkozen tot president van de Verenigde Staten. Het was een schok voor velen, met name de vele mensen die de andere kandidaat, Hillary Rodham Clinton, steunden.

Voor Facebook werd de schok nog groter, omdat er collectief met een vinger werd gewezen richting Menlo Park, Californië, waar het bedrijf zijn uit de kluiten gewassen hoofdkwartier had. Bijna vanaf het moment dat de peiling van *The New York Times* niet langer Clinton als mogelijke overwinnaar aanwees maar Trump, hadden de politiek commentatoren het over 'het Facebook-effect' als een mogelijke verklaring voor een onmogelijk geachte uitkomst. In de weken voorafgaand aan de verkiezingen waren er al berichten over zogenaamd nepnieuws, of desinformatie die opzettelijk verspreid zou zijn met gebruikmaking van de algoritmen van Facebook. Dit nepnieuws zou wijdverspreid zijn op de News Feed, dat een belangrijke bron van nieuws was geworden voor miljoenen gebruikers. De onjuiste berichten – of overdrijvingen van triviale misstappen die werden gepresenteerd als kwaadaardige samenzweringen – leken op een overweldigende manier stemmers te hebben ontmoedigd om op Hillary Clinton te stemmen.

En toch geloofde bijna niemand bij Facebook, inclusief een verrassend aantal voormalig medewerkers van de Republikeinse Partij die het bedrijf had aangesteld op de communicatie- en beleidsafdeling, dat Trump kans op de overwinning had.

Facebooks populaire *chief operating officer* Sheryl Sandberg, een fervent aanhanger van Clinton, stuurde haar dochter die avond vroeg naar bed en beloofde haar wakker te maken om het historische moment te kunnen meemaken dat de eerste vrouwelijke president van de Verenigde Staten haar acceptatiespeech hield.

De kleine meid werd die nacht niet wakker gemaakt en sliep de hele nacht door. Sandberg wordt er nog steeds emotioneel van als ze erover praat.

Op het hoofdkwartier van Facebook waren de mensen de volgende dag geschokt.² Op de bijeenkomst met het voltallige personeel waren er mensen die huilden. Er verschenen interne discussiegroepen op het platform waarin mensen zich afvroegen of Facebook een factor was geweest in de resultaten – en in welke mate. Toch leek het idee dat Facebook *verantwoordelijk* was voor deze uitkomst volkomen idioot.

Twee dagen na de verkiezingen verscheen Mark Zuckerberg op een conferentie in Half Moon Bay, ongeveer vijftig kilometer ten noorden van de Facebook-campus. Hij zou daar op het podium worden geïnterviewd door de organisator, David Kirkpatrick, een auteur die zes jaar eerder een boek over Facebook had geschreven. Natuurlijk vroeg hij Zuckerberg naar de beschuldiging dat Donald Trump wellicht geprofiteerd had van de des-informatie die op Facebook circuleerde via de gepersonaliseerde News Feed van zijn gebruikers.

Zuckerberg wees die gedachte van de hand. 'Ik heb enkele van die verhalen gezien waarover gesproken wordt rondom deze verkiezingen,' zei Zuckerberg. 'Persoonlijk denk ik dat het een rare gedachte is dat het nepnieuws op Facebook, dat overigens maar een zeer klein gedeelte is van de content, de verkiezingen op een of andere wijze heeft beïnvloed.'³

Terwijl ik daar in dat hotel deelnam aan de conferentie, leek deze opmerking van Zuckerberg op dat moment geen grote blunder. De opmerking over de 'rare gedachte' was onderdeel van een langer en goed doordacht antwoord, en Kirkpatrick vroeg er niet op door. Het blijft onduidelijk of hetgeen er gebeurde op Facebook een significante invloed had gehad op de verkiezingen in 2016.

Maar in de daaropvolgende twee jaar, toen mensen meer te weten kwamen over Facebook en de manier waarop het bedrijf werkte, ontstonden er toch serieuze zorgen over de rol van Facebook. En niet alleen tijdens de verkiezingen, maar ook in de politiek in het algemeen, en in de gehele *wereld*. Telkens weer werd er verwezen naar Zuckerbergs verklaring van de 'rare gedachte' om aan te geven dat Zuckerberg geen enkel idee had, of zelfs loog, over de schade die zijn bedrijf aanrichtte. Na maanden van kritiek zou Zuckerberg uiteindelijk zijn excuses aanbieden voor die opmerking.

En voor nog veel meer.

Terwijl de verkiezingen een keerpunt waren voor Facebook, zouden velen zeggen dat het een afrekening was die al veel eerder had moeten plaatsvinden. In de ogen van de critici werden de dingen die Facebook ophemelde als de meest gekoesterde prestaties van het bedrijf nu ontmaskerd als kwetsbaarheden. De enorme gebruikersdatabase die ooit werd gezien als een wereldveranderend *kumbaya* was nu het alarmerende bewijs van excessieve macht. De mogelijkheid om een stem te geven aan de men-

sen die niet gehoord werden, werd nu blootgelegd als een systeem dat ruim baan gaf aan het oorverdovende geluid van haatgroepen. De mogelijkheid om politieke vrijheidsbewegingen te organiseren, was nu een dodelijk gereedschap voor onderdrukkers. De blij parameters die zorgden voor leuke plaatjes die ons vermaakten en een goed gevoel gaven, werden nu gezien als een algoritmisch zetje in de rug voor desinformatie...

In het jaar dat volgde liep de reputatie van Facebook flinke schade op.

Facebook is racistisch... Facebook steunt genocide... Facebook is een haat-machine... Facebook vernietigt onze aandachtsspanne... Facebook helpt de nieuwswereld om zeep...

En de bom barstte in 2018, toen het nieuws naar buiten kwam dat Facebook had toegestaan dat de persoonlijke gegevens van bijna 87 miljoen gebruikers in handen waren gekomen van het bedrijf Cambridge Analytica, dat de data vermoedelijk gebruikte om kwetsbare stemmers te benaderen met desinformatie. Facebook was in één klap niet langer het meest bewonderde bedrijf, maar het meest bespote.

Op drie continenten besloten overheden tot onderzoek naar het bedrijf. Hun benadering werd steeds vijandiger, omdat ze zagen dat Facebook treuzelde of volstrekt onbuigzaam bleek. Over de hele wereld richtten onderzoeksjournalisten hun pijlen op Facebook, en er ging bijna geen dag voorbij of er kwam wel een voorbeeld van hun wangedrag naar buiten. De zorgen over de privacy, die de Federal Trade Commission (FTC) ertoe hadden gebracht een enorme boete op te leggen en in 2011 een schikkingsovereenkomst (een zogenaamde Consent Decree) met het bedrijf te sluiten, kwamen weer bovendrijven. Facebook kreeg een boete van vijf miljard dollar opgelegd wegens het schenden van deze overeenkomst. De beschuldiging dat Facebook een giftige aandachtsspons is, werd geuit in het Congres en tijdens talkshows op televisie. Nog erger waren de berichten dat Facebook (en zijn dochteronderneming WhatsApp) willens en wetens desinformatie verspreidde die aanzette tot genocide in Myanmar en andere regio's.

In 2019 zouden overheidsorganen over de hele wereld Facebook karakteriseren met termen die meestal gereserveerd waren voor terroristische organisaties of drugskartels. In het verslag van een parlementair onderzoek in Groot-Brittannië werd Facebook een 'digitale gangster' genoemd. De Nieuw-Zeelandse privacytoezichthouder, John Edwards, twitterde dat de

leiders van het bedrijf ‘moreel failliete pathologische leugenaars’ waren. De CEO van Salesforce, Marc Benioff, vergeleek de giftige gevolgen van Facebook met die van de sigarettenindustrie.

Ondertussen bleven de omzet en winst stijgen. Dat wakkerde de zucht naar sancties en regelgeving nog meer aan. Toen de presidentsverkiezingen van 2020 vorm begonnen te krijgen, riepen steeds meer kandidaten, in navolging van wetgevers en toezichhouders, dat Facebook moest worden opgedeeld. Het was niet eens zozeer dat Facebook mogelijkerwijs de hand zou hebben gehad in de resultaten van een controversiële verkiezing: de aanklacht was dat Facebook de democratie zelf aan het vernietigen was!

In de drie jaar die voorbij waren gegaan sinds de verkiezingen van 2016, was de reputatie van Facebook gekelderd. Er zijn andere bedrijven die gigantische blunders hebben begaan en ook ooit de lieveling van de pers en investeerders waren. Denk maar aan Enron en Theranos.

Maar de crisis bij Facebook was uniek. Het begon met een glorieus idealistisch doel: de wereld verbinden. Maar deze aanname was overdreven optimistisch en het bedrijf joeg zijn naïeve, utopiaanse – en onmiskenbaar met eigenbelang doorspekte – doel na met een tragische minachting voor de gevolgen. Voor de critici was Facebook een zakelijke versie van Gatsby, maar dan in de eenentwintigste eeuw. Het bedrijf sprong namelijk achteloos om met privileges en had alleen maar oog voor zijn eigen behoeften en geneugten.

En toch is er iets te zeggen voor de volharding van het bedrijf dat het goede wat ze doen opweegt tegen al het slechte dat ze aanmoedigen – dat laatste geven ze nu ook zelf toe. Miljarden mensen zitten nog steeds op Facebook, en zijn ook actief op de zusterbedrijven Instagram en WhatsApp. Ze maken nog steeds deel uit van ons leven, misschien wel meer dan ooit.

In Nigeria zag ik al dat Facebook een van de meest interessante bedrijven is in de geschiedenis, in de manier waarop het zakendoet en gebruikmaakt van technologie. Maar tijdens de daaropvolgende drie jaren dat ik verslag deed, ontdekte ik dat ik bezig was met het meest gecompliceerde, dramatische en polariserende verhaal dat ik ooit had gemaakt.

Gelukkig bleef Facebook steeds met mij in gesprek.

Ik ontmoette Mark Zuckerberg voor het eerst in maart 2006. Op dat moment was ik hoofdredacteur technologie bij *Newsweek* en werkte ik aan een omslagartikel over een fenomeen dat Web 2.0 werd genoemd, een fase

in de internetwereld waarin nieuwe bedrijven ontstonden die plannen hadden om mensen met elkaar te verbinden. De bedrijven waarover we schreven waren Flickr, YouTube – toen nog een onafhankelijke start-up – en MySpace, de voorloper in het relatief nieuwe veld van sociale netwerken. Ik had ook gehoord van een hip, nieuw bedrijf dat opvallend succesvol was door zich te richten op universiteiten. Ik wilde daar iets meer over weten, zodat ik erover kon schrijven en een citaat van de oprichter kon opnemen. Hij zou die maand spreken op het PC Forum, een conferentie waar ik regelmatig naartoe ging. Ik nam contact op met Facebook om te zien of ik Zuckerberg kon ontmoeten.

We hadden afgesproken dat ik Mark zou ontmoeten als hij net was gearriveerd. We konden dan tijdens de lunch praten. Ik wist niet veel over hem en was niet voorbereid op wat er zou gebeuren.

Toen we aan elkaar werden voorgesteld, werd ik niet gehinderd door het feit dat hij er nog jonger uitzag dan zijn eenentwintig jaar. Ik had al eerder zulke jonge broekies ontmoet in de jaren dat ik verslag deed van hackers en techbedrijven. Maar wat mij wel verontrustte, was zijn reactie toen ik hem in mijn ogen een paar simpele vragen stelde over wat zijn bedrijf deed.

Hij staaarde naar me. En zei niets. De tijd leek stil te staan, terwijl de stilte voortduurde.

Ik stond perplex. Deze gast is de CEO, toch? Heeft hij een of andere aandoening? Is hij autistisch, zoals sommigen later zouden speculeren? Had ik iets geschreven waardoor hij mij nu haatte?

Ik wist toen nog niet dat dit normaal gedrag was voor Zuckerberg. Hoewel ik me daar op dat moment niet van bewust was, was ik lid geworden van de broederschap van mensen die verbijsterd waren over Mark Zuckerbergs stiltes, waardoor het leek alsof hij in een trance zat.

In de daaropvolgende jaren lijkt Zuckerberg het probleem onder controle te hebben gekregen en gaf hij ook best prettige interviews. (Op bepaalde momenten echter is die verstarde blik er weer. Een van Facebooks leidinggevendenden noemt het ook wel ‘het oog van Sauron’. Anderen die hem goed kennen zeggen dat hij op zulke momenten aan het nadenken is, en waarschijnlijk op zo’n hoog niveau dat de wereld voor hem even stilstaat.) Maar op dat moment vond ik het verbijsterend en bracht het me van mijn stuk. Ik keek over de tafel naar de persoon die hij had meegenomen, voor-

malig durfkapitalist Matt Cohler, die nu voor zijn bedrijf werkte. Aangename lach, maar hij hielp mij niet uit de brand.

In dit specifieke geval slaagde ik erin de stilte te doorbreken door van onderwerp te veranderen en Zuckerberg te vragen of hij iets wist over het PC Forum. Hij zei van niet en ik vertelde hem de geschiedenis van dit belangrijkste platform in het tijdperk van de personal computer. Een plek waar Gates en Jobs tegen elkaar tekeergingen met een lach op hun gezicht en een mes in hun vuist. Toen hij die korte geschiedenis had aangehoord, leek hij een beetje te ontgooien en tijdens de rest van de lunch was hij in staat om te praten over het bedrijf dat hij had gestart in een studentenkamer. Hij deelde echter nog niet het nieuws over de baanbrekende ontwikkelingen waar hij en zijn team op datzelfde moment aan werkten in een kantoor op de tweede verdieping van een gebouw in Palo Alto. De Open Registration en de News Feed zouden zijn bedrijf tot grote hoogte stuwten en de naam Zuckerberg zou worden toegevoegd aan het rijtje legendes van het PC Forum.

Ik deed verslag van Zuckerberg en zijn bedrijf terwijl het groeide van start-up naar grote speler. In augustus 2007 schreef ik voor *Newsweek* een omslagartikel over Facebook. Ik richtte me daarin vooral op de verschuiving van universiteitswebsite naar een dienst waarmee hij probeerde de hele wereld te verbinden. Toen ik in 2008 fulltime ging werken voor *Wired*, deed ik vaak verslag van Facebook. Ik regelde een fotoshoot voor een cover met Zuckerberg en zijn rolmodel Bill Gates. We deden een interview voor het twintigjarig bestaan van *Wired*. Als Facebook een nieuw product lanceerde, kreeg ik het vaak vooraf te zien en kon ik erover praten met de CEO. Ik praatte met hem over de zoekfunctie, virtual reality, over de gedoemde Facebook-telefoon, over de NSA die inzicht wilde in de data van techbedrijven en over zijn droom om goedkoop internet aan te bieden in ontwikkelingslanden. Toen ik op het platform Medium de publicatie Backchannel startte, liet ik me leiden door het ritme van Facebook en schreef ik over het algoritme achter de News Feed en Facebooks KI-team.

Maar het was een eenvoudige aankondiging van het communicatieteam van Facebook dat me deed beseffen dat de brede ambitie van het bedrijf alleen kon worden gevangen in een uitgebreid boek. Dat nieuws was dat er op één dag een miljard mensen hadden ingelogd bij Facebook.

Ik werd er stil van. In een tijdsbestek van vierentwintig uur was een

aanzienlijk deel van de wereldbevolking actief geweest op het netwerk van Mark Zuckerberg.

Dat was nog nooit vertoond. Zo af en toe was er wereldwijd alleen zo'n groot publiek voor bijvoorbeeld de uitzending van een Wereldbekerfinale of een ander groot evenement. Maar dan bestond de massa uit alleen toeschouwers. Dit waren mensen die hadden ingelogd op een enkelvoudig interactief platform. En die miljard mensen was geen uitschieter. Dit was een gebruikelijk aantal, want Facebook was op weg om nog meer mensen van over de hele wereld voor zich te winnen.

Zuckerberg sprak al enige tijd over het verbinden van de hele wereld. Maar met deze mijlpaal leek het alsof we zijn bewering serieus moesten gaan nemen. Facebook zou dagelijks records gaan breken voor het samenbrengen van de grootste verzameling mensen ooit. Mensen die plezier zouden maken met vrienden, bekenden, contacten en anderen die ze in levenden lijve nooit zouden herkennen. En ze zouden reageren op berichten, nieuwsartikelen plaatsen, spullen kopen en verkopen, politieke bewegingen in gang zetten en, in sommige gevallen, hun gelijken pesten, idioote internetmemes verspreiden en terroristen rekruteren.

Hoe was dat allemaal mogelijk? Ik vroeg het me af. Wat waren de gevolgen hiervan? Was Facebooks nog immer jeugdige leider wel toegerust om dit ongeëvenaarde fenomeen te managen, om alle complicaties in goede banen te leiden die zouden voortvloeien uit het vervullen van zijn droom om de wereld te verbinden? Was überhaupt iemand daar wel toe in staat, laat staan deze aparte gast die geneigd was om stil te vallen tijdens conversaties?

Ik besloot daarom diep in Facebook te duiken, idealiter met medewerking van het bedrijf. Na gesprekken die een paar maanden duurden ging het bedrijf, inclusief Zuckerberg en Sandberg, akkoord. Ze deden iets wat ze nog nooit hadden gedaan en gaven me toegang tot hun medewerkers, en bovendien moedigden ze voormalig Facebookers aan om ook met me te praten. En natuurlijk sprak ik met mensen die nooit bij Facebook hadden gewerkt, maar wel met het bedrijf samenwerkten als partners, concurrenten, critici, klanten, ontwikkelaars, toezichhouders, gebruikers en financiers.

Ondanks de enorme pr-problemen waar het bedrijf na de verkiezingen van 2016 mee te maken kreeg, hield Facebook zich aan de afspraken met mij. Ik zette mijn regelmatige bezoeken aan de campus voort en werd na

verloop van tijd herkend door de receptionisten van de verschillende gebouwen als ze mijn ID controleerden en me voorzagen van een bezoekerspas. Na ons bezoek aan Nigeria interviewde ik Zuckerberg zes keer: in zijn glazen kantoor, lopend op het dak van het hoofdkantoor, in Lawrence, Kansas en in zijn huis in Palo Alto.

Het is duidelijk dat na de verkiezingen van 2016 en de crises zoals nepnieuws, staatsgesponsorde manipulatie, livestreamen van zelfmoorden en slachtpartijen, ongeremde verspreiding van haatberichten, Cambridge Analytica, datalekken, privacyschendingen, voortijdig vertrek van medewerkers en Mark Zuckerberg die naar verluidt Twitter CEO Jack Dorsey een halfgare geit voorschotelde,⁴ het sprookje van Facebook drastisch was gewijzigd.

Maar dit is wat ik heb ontdekt: het gekwelde Facebook van na de verkiezingen was in geen enkel opzicht anders dan het bedrijf van voor de verkiezingen. Het was in alle opzichten een voortzetting van wat Mark Zuckerberg vijftien jaar eerder was begonnen in zijn studentenkamer. Het is een bedrijf dat zowel voordeel heeft bij als problemen ervaart door zijn eigen geschiedenis, zijn honger naar groei en zijn idealistische en beangstigende missie. Zijn gewaagde gedrag – en dat van zijn leider – heeft ertoe geleid dat het bedrijf zo succesvol is geworden. En die vermetelheid kwam met een heel hoge prijs.

Vrijwel elk probleem waarmee Facebook werd geconfronteerd in de rampzalige periode na de verkiezingen was het gevolg van twee dingen: de unieke aard van de missie om de wereld te verbinden en de gevolgen van zijn roekeloze haast om dat voor elkaar te krijgen. De problemen die Facebook plaagden in de afgelopen drie jaar waren vrijwel allemaal ontstaan uit beslissingen die genomen waren in de beginjaren, grofweg tussen 2006 en 2012. Toen werden er belangrijke keuzes gemaakt om vooral met de snelheid van het licht te kunnen handelen om de wereld te verbinden, met de impliciete intentie om eventuele schade op een later moment te repareren. Facebook geeft nu toe dat de schade veel groter bleek te zijn dan verwacht en dat het niet zo gemakkelijk is om die te repareren. En al die tijd benadrukken Mark Zuckerberg en zijn team dat Facebook nog steeds een overtuigende kracht is die veel goeds in de wereld teweegbrengt, ondanks de schandalen.

Op een bepaalde manier past het verhaal van Facebook in een groter

verhaal over hoe digitale technologie onze levens de afgelopen decennia heeft veranderd. Niet alleen Facebook, maar alle grote techgiganten die ons dagelijks leven transformeren, worden momenteel vol scepsis onderworpen aan intense en kritische blikken. Die grote techbedrijven waren in hoge mate gebaseerd op het idealisme van hun oprichters, maar worden nu gezien als onderdeel van een pact met de duivel: de wonderen die ze leveren hebben een prijs, namelijk onze aandacht, onze privacy, ons respect. En nu zijn we bang voor hun macht.

En dat geldt met name voor Facebook, dat het dictaat van zijn leider volgde: 'Move fast and break things'... en ze maakten inderdaad dingen kapot. Tijdens de laatste interviews die ik met hem had, legde hij uit hoe hij dingen zou gaan repareren.

Dit is het verhaal van Facebook. En dat begint natuurlijk met Mark Zuckerberg.