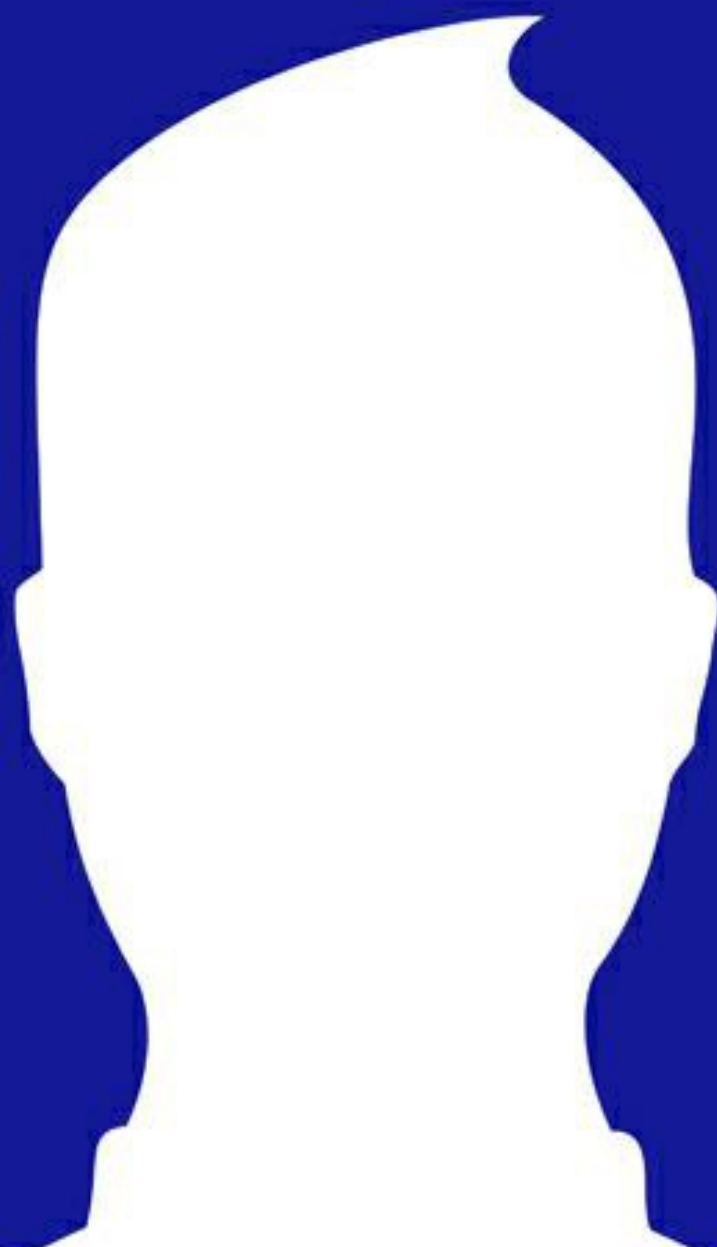


*Оюутны ширээнээс хэрхэн 1 тэрбум хэрэглэгчтэй
агуу интернет компанийг байгуулах вэ?*



Дэвид Киркпатрик

ФЕЙСБҮҮК

Дэлхийг хэрхэн Фейсбук сүлжрэг

0

Фейсбүүк

Зохиолч: Дэвид Киркпатрик

© Энэхүү бүтээлийн эрх нь Монгол Улсын Зохиогчийн Эрхийн тухай хуулиар хамгаалагдсан болно. Бүтээлийг цахим хэлбэрээр түгээх эрхийг bookstore.mn цахим хуудас эзэмших бөгөөд зөвшөөрөлгүйгээр бүтнээр нь буюу хэсэгчлэн хувилах болон бусад ямар нэгэн хэлбэрээр олшруулах, ашиглахыг хориглоно.

www.bookstore.mn

Оршил

Оскар Моралес залхжээ. 2008 он гарсан даруйд түүний төрөлх хот болох Колумбын Барранкуйлла хотод амралтын өдрүүд үргэлжилж байв. Компьютерт нэлээд хорхойтой, боловсон, хүнлэг ааштай, барилгын инженер мэргэжилтэй тэрээр амралтын өдрүүдийг наран шарлагын газраар гэр бүлийнхээ хамт өнгөрөөнө. Гэвч амралтын баяр баясгалан түүнд огт байсангүй. Түүний баяр баяслыг Эмануэл гэх балчир хөвгүүний тухай бодол үгүй хийх ажээ.

Эмануэл нь Колумбын улстөрч Клара Рожасийн дөрвөн настай хүү аж. Тэрээр Колумбын ширэнгэн ойд Клара Рожасийг FARC буюу Колумбын Зэвсэгт хувьсгалт Босогчдод олзлогдсон байхад төрсөн бөгөөд барьцаанд өсөж торнисон гашуун хувь тавилантай хүү юм. FARC нь 2002 онд нийтдээ 700 гаруй хүнийг олзолж авсан ба тэдний дунд Колумбын ерөнхийлөгчид нэр дэвшигч Ингрид Бетанкурт болон Клара Рожас нар багтсан байжээ.

FARC болон олзлогдсон хүмүүсийн талаарх мэдээлэл нь колумбичуудын сэтгэлийн шаналгаа болж, колумб хүн болгоныг эмзэглүүлдэг байлаа. Хүн болгон дотроо энэ аймшигтай дарангуйлагч босогчдын дараагийн алхам юу байх бол гэхээс сэтгэл түгшин, юу хийж улс орныг үймүүлэх болгэсэнүргэлжийн айдастай амьдрах ажээ. Эмануэлийн хэрэг сүүлийн үед сонин хэвлэлээр шуугиан дэгдээгээд байв. Бүр хил залган оршдог Венесуэлийн ерөнхийлөгч Уго Чавез хүртэл FARC-ийн олзонд байгаа Бетанкурт болон бусад олзлогдогсдыг суллах талаар хэлэлцээр хийхийг хүртэл оролдож үзжээ.

Арванхоёрдугаар сард FARC-ийн түрэмгийлэгчид Рожас болон түүний хүү Эмануэл, бас нэгэн олзлогдогчийг Чавезд суллан өгөх гэж байгаагаа зарлажээ. Босогчидтой хийсэн урт удаан дайны хөлд ядарч туйлдсан ард түмний хувьд энэ нь ховорхон ирдэг сайхан мэдээний нэг байлаа. “Хүн болгон гайхамшгийг хүсэж байлаа, хүн болгон “бэлэг”-ийг хүсэж байлаа” гэж Моралес хэлж байв. Харин Эмануэл бол тэдний бэлгэ тэмдэг байсан юм. Бүх ард түмэн, үндэстэн залбирч байв. “Эмануэлд эрх чөлөөг олгооч... FARC-оос өгөх зул сарын бэлэг болгож Эмануэлийг суллаач!” гэгцгээнэ.

Гэвч шинэ жил ирсэн ч Эмануэл суллагдсангүй. Харин нэгдүгээр сарын эхний өдөр Колумбын ерөнхийлөгч Алваро Урибе үндэсний олон нийтийн телевизээр нэгэн олон нийтийг цочирдуулсан мэдэгдэл хийв. Түүний хэлснээр бол Эмануэл нь FARC-ийн мэдэлд огт байгаагүй юм байх. Эмануэл нь Клара Рожасийг олзлогдсон байхад төрсөн нь үнэн. Гэвч хэсэг хугацааны өмнө маш хүнд өвдөж, FARC-ийнхан түүнийг ээж Клара Рожасаас салган нэгэн тариачин гэр бүлтэй суллагдсан байв. Нэг ёсондоо Эмануэл FARCийхны мэдэлд байхгүй байгаа аж.

Ард түмэн тэр аяараа амарч байсан учир шинэ мэдээ мэдээллийг цаг алдалгүй үзэж байлаа. Бүх мэдээлэл нь ээжээсээ холдсон, олзлогдсон эхээс төрсөн, хүнд орчинд өссөн Эмануэл хүүгийн талаар байх аж. Моралесийн гэр бүл нь улс төр, нийгмийн асуудалд идэвхтэй оролцдог гэр бүлүүдийн нэг билээ. “Хүн болгон бяцхан хүүг аюулгүй орчинд байгаад баяртай байлаа. Гэвч бид ёстой хараал идсэн бухимдалтай байсан юм” гэж Моралес надад хэлж байв. “Ёс бус үг хэрэглэж байгаад уучлаарай, тэгэхдээ бид (колумбчууд) FARC-ийнханд

молигодүүлчихсан байсан юм. Тэд яаж өөрт нь байхгүй хүний амиар хэлэлцээр хийж чадаж байна аа? FARC-ийхны хувьд энэ бол арай дэндэнэ ээ. FARC-ийхан хэдий болтол бидэнтэй ингэж тоглох болж байна аа?” хэмээн тэр үргэлжлүүлэн ярих.

Моралес ямар нэгэн юм хийхийг хүсэж байлаа. Ингээд тэр олон нийтийн сүлжээ болох Facebook-ийг ашиглахаар шийджээ. Тухайн үед Facebook нь испани хэлээр орчуулагдаагүй байсан авч энэ нь Моралесийн хувьд асуудал биш байв. Тэрээр боловсролтой олон колумбчуудын адил англиар төвөггүй ярьж, бичиж, ойлгох чадвартай байв. Мөн тэрээр Facebook-ийн эртний хэрэглэгч байсан ба испаниар өөрийн хуудсандаа мэдээлэл үлдээж, их сургуулийн анд найзуудтайгаа харилцдаг байсан юм. Facebook-д ер нь бол өдөр болгон тодорхой хэмжээний цагийг өнгөрөөчихдөг нэгэн байлаа.

Ингээд Facebook-ийн ХАЙХ мөрөнд тэрээр FARC гэсэн дөрөвхөн үсэг бичив. Ямар нэгэн үр дүн илэрсэнгүй. FARC-ийн талаар ямар нэгэн хуудас, бүлгэм Facebook-д байхгүй ажээ. Нарны дор буй бараг л бүх зүйлийн талаар байдаг атал FARC-ийн тухай энд огт байсангүй. FARC нь ямарч колумб хүний уур хилэнг хөдөлгөдөг байсан учир нуугдмал байхаас ч аргагүй. FARCийхан хэдхэн хүнийг бус, бүхэл бүтэн колумб улсыг олзонд оруулчихаад байгаа учир энэ үндэстний зүрхэнд өс хонзонгийн хилэн бадрааж байв. үүнийг зогсоохгүй бол энэ байдал хэдэн зуунаар ч үргэлжилж мэдэх аж.

Ингээд 4-ний өдөр Моралес Facebook-д FARC-ийн эсрэг бүлгэм нээв. Бүлгэмийнхээ товч танилцуулгад тэрээр өөрийн цорын ганц энгийн зорилгоо бичжээ. “FARC-ийн ЭСРЭГ!!!”. Моралес нь компьютер графикт сайн байсан учир бүлгэмийнхээ логог өөрөө хийв. Колумбын тугийг босоогоор тавьж, өнгө тус бүр дээр “Хүн Хулгайлахын Эсрэг, Худал Хуурмагийн Эсрэг, Алан Хядлагын Эсрэг, FARC-ийн Эсрэг!” гэсэн уриа лоозонгоо бичив. “Хэрэв олны дунд байсан бол би яг л хамаг чангаараа энэ хэдэн үгийг орилмоор санагдаж байсан юм” гэж тэр хожим надад тайлбарласан билээ. “FARC-тай тэмцэх цаг ирлээ. Тэвчээрийн хязгаар ирлээ!!!”

Өөрийн шинээр нээсэн бүлгэмдээ ямар нэр өгөх вэ? Facebook дээр бол ихэнхи бүлгэмүүдийн нэр хэвшмэл, нэг хэвийн байдаг. Жишээ нь “Би Жёорж Бушийг үзэн яддаг нэг сая хүнийг олж чадна” гэх мэт мөрийцсөн ч гэх юм уу, эсвэл зугаа цэнгээний, хошин шогийн өнгө аястай байдаг. Харин энэ мэт нэрүүд нь Моралесджаахан хүүхдийх шиг санагдаж байв. Түүний нээх гэж байгаа бүлгэм нь ямар нэгэн тоглоом шоглоом биш. Харин ноцтой, чухал асуудлыг хөндөх учир бүлгэмийн нэр ч гэсэн агуулгатайгаа тохирох учиртай ажээ. “Сая найзууд” гэдэг испани дуу бий. Түүнд энэ дууны “сая” гэсэн санаа нь таалагдав. үүнээс үүдээд “FARC-ийн эсрэг сая хүний санал” гэдэг нэр олов. Улмаар “Дуу хоолой” гэдэг үг илүү алба ёсны сонсогдож байсан тул Моралес бүлгэмийнхээ нэрийг “FARC-ийн ЭСРЭГ САЯ ДУУ ХООЛОЙ - Un Millon de Voces Contra Las FARC” хэмээн эцэслэн шийдэв.

Ингээд тэр шөнө дунд Моралес бүлгэмээ бүрэн нээж дууслаа. Тэрээр бүлгэмээ олон нийтийн болгон зарлажээ. Facebook-ийн дурын хэрэглэгч уг хуудаст зочилж, бүлгэмд нэгдэж болох аж. Түүний Facebook-д өмнө нь бараг зуугаад найз байсан юм. Тиймээс тэр бүх найзаа уриад, үүрийн 03.00 цагийн үед унтахаар хэвтжээ. Маш их ядарсан байв.

Өглөө 09.00 цагт босож өөрийн нээсэн бүлгэмээ шалгав. Гэтэл 500-аад хүн аль хэдийн

элссэн байв!. Моралес “Пөөх!!!” хэмээн дуу алдан амьсгаагаа гаргав. Энэ нь түүний төсөөлж байснаас их амжилт байсан юм! Ингээд тэр тухайн өдөр гэр бүлийнхэндээ өөрийн нээсэн бүлгэмийн талаар хэлж, тэдний найзуудыг элсэхийг урьсан байна. Тэдний ихэнх нь Facebook-ийн хэрэглэгч байсны дээр мөн л адил FARC-ийг үзэн яддаг аж. Ингээд тэр үд дунд ирээд компьютерээ асаан бүлгэмээ шалгатал дахин шинээр 4000 хүн элссэн байлаа.

Тэрээр өөртөө “Наран шарлагын газар хангалттай амарч дууслаа, хангалттай зугаацлаа, хөдлөх хэрэгтэй” гэж хэлэв. Улмаар энэ ажилдаа илүү их анхаарал хандуулан сэтгэл зүрхнээсээ оролцох болсон байна.

Facebook нь wall буюу “Хана” хэмээх гишүүд болгоны үзэл бодол, саналаа солилцдог хэсэгтэй. FARC-ийн эсрэг бүлгэмийн ханан дээр уур хилэн, үнэн сэтгэлээсээ бухимдлаа илэрхийлж бичиж байгаа хүмүүстэй Моралес дотно танилцахаар шийджээ. Тэд өөрсдийн цахим хаяг болон утасны дугаараа солилцон, зөвхөн Facebook гэлтгүй бусад сүлжээгээр ярилцах боломжтой болов.

Гишүүдийн тоо улам нэмэгдэхийн хэрээр гишүүд FARC-д хэр бухимдалтай байгаагаа илэрхийлэхээс гадна FARC-тай хэрхэн тэмцэх асуудлын талаар ярилцаж эхлэв. Ингээд бүлгэм нээгдээд ердөө хоёрхон өдрийн дараа буюу нэгдүгээр сарын 6-нд л гэхэд тэд аль хэдийнэ 8000 гишүүнтэй болсон байсан ба бүгд л Facebook-ийн бүлгэмийн ханан дээр “Ямар Нэгэн Зүйл Хийцгээе” хэмээн бичиж байв.

Тэр өдрийн үдэд Facebook-ээр танилцсан шинэ найзууд, ялангуяа утсаар ярьж дотноссон хэд нь Моралесийг бослого, эсэргүүцэх хөдөлгөөн зохион байгуулах хэрэгтэй гэж ятгаж эхлэв. Ингээд Моралес, Facebook-ийн ханан дээр өөрийн санаагаа бичихэд гишүүд түүнийг нэгэн дуугаар дэмжих нь тэр. Ийнхүү нэгдүгээр сарын 6-ны орой Моралесийн унтлагын өрөөнөөс үүсгэн байгуулсан бүлгэм нь FARC-ийн эсрэг олон нийтийн эсэргүүцлийн жагсаал зохион байгуулахаар болжээ. Он, сар, өдрөө ч тохиролцов. Хоёрдугаар сарын 4-нд буюу бүлгэм нээгдсэний нэг сарын ойн дээрээ жагсахаар болсон аж. Харин хөдөөгийн мужид амьдарч байсан Моралесийн хувьд энэ олон нийтийн жагсаалыг зөвхөн нийслэл хот болох Боготад бус, харин ч орон даяар зохион байгуулах талаар санаа тавьж байв. Мэдээж өөрийн төрөлх тосгон Барранкуйллад ч мөн адил.

Моралес Facebook-ийн функцийг ашиглан “event” буюу “FARC-ийн эсрэг Олон нийтийн Жагсаал” гэх арга хэмжээг нээв. Энэ арга хэмжээг нээснээр, жагсаалыг зохион байгуулагч Моралес болон түүний хамтран зохион байгуулагчид санаанд оромгүй дэмжлэг олж авах нь тэр... FARC-ийн эсрэг бүлгийн Майами, Буенос-Айрес, Мадрид, Лос-Анжелос, Парис гэх мэт Колумбад байдаггүй гишүүд нь хүртэл жагсаалыг дэмжиж байгааг тэд мэдэж авлаа. Ингээд энэ жагсаал зөвхөн олон нийтийнх биш харин глобал, дэлхийн нийтийн жагсаал болох ёстой гэдэгт бүрэн санал нийлж байв. Энэ мэт Колумбад байдаггүй хүмүүс хүртэл жагсаалыг дэмжиж, дуу хоолойгоо нэгтгэж, оролцохыг хүсэж байсан нь энэ жагсаалыг жирийн нэг олон нийтийн жагсаал биш харин олон үндэстний жагсаал болгон хувиргажээ.

Энэ нь нэг ёсондоо түүхэн дэх цахим ертөнцөөс эхлэлээ тавьсан хамгийн онцгой, содон арга хэмжээнүүдийн нэг байсан юм. Бүлгэм нээгдсэнээс яг нэг сарын дараа буюу хоёрдугаар сарын 4-ний өдөр бараг 10 сая хүн FARC-ийн эсрэг жагсаалд Колумбын зуугаад хотод

оролцсон гэж хэвлэл мэдээллийнхэн тооцоо гаргасан байна. Амгалан тайван нийгмийг бусниулагч FARC-ийнханд уур бухимдлаа илэрхийлэх гэсэн нэгэн залуугийн унтлагын өрөөндөө нэг шөнийн дотор эхлэлийг нь тавьсан бүлгэм нь энэ дэлхийн хамгийн том жагсаалуудын нэг болон хувирчээ.

Facebook-ийн шинэлэг байдал нь Моралесийн хөдөлгөөнийг Колумбад анхаарал татуулахад гол туслалцаа үзүүлжээ. Хэдийгээр Колумбын олон зуун иргэн Facebook-ийг аль хэдийнэ хэрэглэж байсан ч олон нийтийн дунд нэр алдар хараахан олоогүй, хэрэглээ багатай сайтуудын нэг байсан юм. Ингээд олон нийтийг хамарсан жагсаал нь хэвлэл мэдээлэлийнхний анхаарлыг татаж, сонин радио телевиз болох гэж буй их жагсаалын үйл явц, төлөвлөгөөг нь нийтэлж эхлэв. Ингэхдээ бүлгэм үүсгэн байгуулагдсан түүх болох “Америкийн Импорт” Facebook-ийг заавал дурдах аж. үүсгэн байгуулагчдыг нь хүртэл “Facebook-ийн хүүхдүүд” гэх ба сонин радио телевизийнхний дунд ч энэ нэрээрээ цоллогдох болжээ.

Бас нэг сонирхууштай, анхаарал татууштай зүйл нь Facebook-ийн олон мянган хэрэглэгч өөрийн жинхэнэ нэрээрээ бүлгэмд элссэн байсан явдал юм. Энэ нь нэг ёсондоо FARC-аас айхгүй байгааг нь илэрхийлж буй хэрэг юм. Жагсаалын өдөр болоход 350 мянган хүн байв. Айдас болон сүрдүүлэг дунд олон жилийг элээсэн Колумбын ард түмэнд Facebook нь аюулгүй, цахим орчинг бий болгож өгсөн бөгөөд цөөхүүлээ биш олуулаа гэдгийг нь мэдрэх боломж олгож, зэвүүцэл, уур хилэнгээ гаргах үүдийг нь нээж өгчээ.

Моралес өөрийн биеэр Барранкуйлла дахь хөдөлгөөнийг удирдахад оролцжээ. Тэрээр 50 мянган жагсагчдыг хүлээж байсан боловч яг товлосон цаг болоход 300 мянган хүн цугларсан байв. Энэ нь бүх хотын хүн амын 15 хувь нь гэсэн үг юм. Энэ хөдөлгөөн нь бүхэл бүтэн Латин Америк даяар телевизээр цацагджээ. Зөвхөн Колумбад гэлтгүй алс холын газруудаар ч жагсаал болов. Дубай, Сидней, Токио гэх мэт... Орон нутгийн телевизийн сурвалжлагад өртсөн нэгэн эмэгтэйтээс телевизийн сурвалжлагч “FARCSийхан таныг ямар нэгэн байдлаар хохироож байв уу?” гэж асуухад тэр эмэгтэй “Тиймээ, хохиролтой, учир нь би колумб хүн” хэмээн хариулж байсан юм. Энэ мэт колумб хүн болгон сэтгэл санааны хохирлыг мэдэрсэн байсан аж.

Ерөнхийлөгч Урибегийн олон жилийн өмнөөс хэрэгжүүлж байсан FARCSийн эсрэг үйл ажиллагаанд Моралесийн жагсаал хөдөлгөөн нь улам их хүчийг өгөв. Жагсаалаас айсан FARC-ийхан жагсаал дөхөөд ирэхэд бямба гаригт нь буюу яг жагсаал болохын өмнө гурван олзлогдогчийг суллахаар болсноо зарласан байна. Тэд бүгд Колумбын улс төрийн зүтгэлтэнүүд.

Ингрид Бетанкурт болон бусад 14 олзлогдогчид нь 2008 оны зургадугаар сард болсон Колумбын армийн амжилттай үйл ажиллагааны ачаар аврагдсан байна. Бетанкурт нь аврагдсанахаа дараа ярилцлага өгч байхдаа “Ширэнгэн ойд FARC-ийн түрэмгийлэгчидтэй хоёрдугаар сарын 4-ний жагсаалыг радиогоор сонссон” хэмээн ярьжээ. Олон мянган жагсагчид “FARC-ийн Эсрэг, ЭРХ Чөлөө!!!” гэж уухайлах нь түүний сэтгэлийг их хөдөлгөсөн гэнэ. Харин түрэмгийлэгчид энэ тухай сонсож чадахгүй радиогоо унтраасан байна...

Оскар Моралес нь надад энэ тухай 2008 оны сүүлээр Манхэттанд кофены мухлагт ярилцан

сууж байхдаа хэлж байсан юм. Түүний зохион байгуулсан бүлгэм, хөдөлгөөн нь түүнийг үндэсний, бас олон үндэстний баатар болгоход хүргэжээ. Өнөөдөр бол тэр өөрийн бүхэл амьдралыг FARC-ийн эсрэг тэмцэх үйл ажиллагаанд зориулах болжээ.

Хэдийгээр Facebook нь улс төрийн зорилгоор нээгдээгүй ч зохиогчид нь анхнаасаа л Facebook-ийн хамрах хүрээг тодорхой хүрээгээр хязгаарлахыг хүсээгүй аж. 2004 онд сайт нээгдсэн эхний хэдэн долоо хоногоос л Харвардын оюутнууд өөрсдийн улс төрийн чиг хандлага, байр сууриа Facebook хуудсаны нүүр зурагт байршуулах хэлбэрээр илэрхийлсээр иржээ. Facebook-ийг хамтран үүсгэн байгуулагч Дастин Москович “Хүн болгон Facebook-ийг өөрийн чухал гэсэн болгоноо илэрхийлэхийн тулд, дургүй зүйлээ эсэргүүцэхийн тулд ашигладаг. Ердөө сургууль дээр гарах жижигхэн асуудлыг хүртэл жижиг гэж гололгүй Facebook дээрээ тавьсаар ирсэн” гэж хэлж байна. Учир нь хүн болгон анхнаасаа энэ сайт нь тухайн хүнийг цахим ертөнцөд илэрхийлэхээр зохиогдсон юм бол үүнийг илэрхийлэх гол хэмжүүрүүдийн нэг нь ямар нэгэн үйл явдалд хандаж буй хандлага, үзэл санаа байх болно гэдгийг дотроо ухаарч байсан болохоор тэр. Тийм л учир жижиг гэж гололгүй сургуулийн маргааныг хүртэл өөрийн хуудсандаа нийтэлцгээж, бүлгэм үүсгэж, үзэл бодлоо илэрхийлсээр иржээ.

Колумбад болсон үйл явдлын талаар Facebook-ийг үүсгэн байгуулагч Марк Цукерберг “Колумбад болсон үйл явдал нь засаглалын хэлбэр, төр барих арга барил хэрхэн өөрчлөгдөж байгаагийн хамгийн анхны илрэл ба хэрхэн хүчирхэг улс төрийн байгууллага, нам, бүлгэм бий болдгийн хамгийн тод жишээ юм. Энэ мэт зүйл нь улс төрийн зорилготой ашиглагдаж, хүмүүсийн эрх чөлөөнд нөлөөлж болохуйц юм... Магадгүй одоогоос 15 жилийн дараа Колумбад гарсан шиг зүйл өдөр болгон гарахгүй байхыг үгүйсгэх аргагүй” хэмээн хэлсэн байна.

Одоо бол Моралесийн Facebook-ийг үр өгөөжтэй ашигласан дуулиант түүхээс гурван жилийн дараа улс төр гэлтгүй нийгэм эдийн засгийн эсэргүүцэл, дургүйцлээ илэрхийлсэн бүлгэм дэлхийн бараг бүх улсад, интернэт сүлжээ байгаа бүх газарт л бий болжээ. Facebook, Твиттер хамтдаа 2009 оны дундуур болсон Ираны шудрага бус сонгуулийг эсэргүүцсэн бослогод маш том нөлөө үзүүлсэн юм. Нью-Йорк Таймс сэтгүүлийн гадаад асуудлын мэдээллийн эрхлэгч Том Фрийдманы хэлсэнээр бол улс төрд төдийлөн анхаарлаа хандуулдаггүй, аль нэгэн талыг баримталдаггүй хүмүүс одоо өөрсдийн гэсэн нэгдэх газартай болсон гэжээ. Тэр нь цахим ертөнц аж. Facebook-ийн л ачаар Ираний ерөнхийлөгчийн шудрага бус сонгуульд бухимдсан ард түмэн нэгдэж бослого гаргасан. Энэ бослогуудын үеэр нэгэн эмэгтэй азгүйгээр амиа алдахад Facebook-ийн ачаар л энэ тухай видео дэлхий даяар тархаж, Ираны засаглалын харгис хэрцгий байдлыг дэлхий нийтэд таниулсан. Ираны засгийн газар, нэг бус удаа Facebook-ийн нэвтрэх эрхийг улсдаа хаах гэж оролдсон боловч Иранд хэт өргөн тархсан байсан учир төдийлөн амжилт олж чадаагүй юм.

Яаж ийм хурдан Колумбын “FARC-ийн эсрэг” хөдөлгөөн ганц хүн унтлагын өрөөнөөс эхэлснээ А-Я хүртэл зохион байгуулагдаж, сая сая хүнийг хамарсан жагсаал болон хувирав? Яагаад Facebook нь улс төр, нийгмийн амжилттай хэрэгсэл болон хувирсан гэж? Компанийн намтрын эгзэгтэй мөчүүдэд үүсгэн байгуулагч Марк Цукерберг хэрхэн шийдвэр гаргаж компанийнхаа нөлөөг ихэсгэж чадав? Facebook-ийн чухам юу нь 600 сая хүний өдөр тутмын

хэрэглээ болж, амьдарлынх нь чухал хэсэг болгоход хүргэв? Энэ мэт асуултуудын хариуг энэ номондоо багтаасан. Хариултууд нь тодорхой үзэгдлүүдийн дүгнэлтэн орших учир би энэ номоо “Фэйсбүүк Нөлөөлөл” гэж нэрлэхээр шийдлээ.

Facebook нь олон нийтийн сүлжээний цоо шинэ хэлбэрийн хувьд цоо шинэ нөлөөг хувь хүнд ч олон нийтэд ч үзүүлж эхэлсэн байна. Facebook нөлөө нь хэзээ илэрдэг вэ гэвэл сонирхол, асуудал, бухимдлаараа нийлэх хүмүүсийг холбогдоход илэрдэг. Асуудал жижиг том байхаасаа авахуулаад хамрах нөлөө, хүрэх далайц нь ч бас том жижиг гэж хуваагдана. Хоёр гуравхан найзуудын бүлгэмээс эхлээд Колумбад болсон шиг хэдэн сая хүнийг ч гэсэн хамрах жишээтэй. Facebook нь мэдээ мэдээллийг яг л нян мэт хурдан түгээдэг. Facebook дэх мэдээ мэдээлэл нь хүнээс хүнд, бүлгэмээс бүлгэмд дамжих ба хамгийн гол нь бараг бүх хүн нэгэн зэрэг мэдэх боломжтой нь маш том давуу тал юм. Мөн хүнээс хүнд дамжихдаа яг л вирус адил огт төвөггүй. Та огт хичээл зүтгэл гаргалгүйгээр өөрийн хэлэх гэсэн зурвас, мэдээ мэдээллээ бусад хүмүүст явуулж чадна. Энийг таны өмнөөс Facebook-ийн орчин өөрөө хийчихнэ. Яг үүний ачаар л “FARC-ийн эсрэг хөдөлгөөн” мэндэлсэн өдрөөсөө л гэрлийн хурдаар хүчээ авч чадсан юм.

Бүлгэмд элссэн ямарч хүн өөрийнхөө байр суурийг огт төвөггүй, хичээл зүтгэл шаардлагагүй илэрхийлж байв. Бүлгэмд элсвэл хэн ч таныг “FARCийн ЭСРЭГ” гэдгийг ойлгох болно. Бүлгэмд шинээр элссэн гишүүн нь “НАМАЙГ FARC-ийн ЭСРЭГ ГЭДГИЙГ НАЙЗУУДАД МИНЬ ДУУЛГААРАЙ” гэж хэлэх, мэдэгдэх огт шаардлагагүй байв. Тэд зүгээр бүлгэмд элсэхэд л хангалттай. Facebook мэдээллийг нь аваад л тухайн хүний найзуудынх нь NEWS FEED буюу мэдээний агуулахад нь байршуулчихна. Ингээд л тухайн хүний найзууд News Feed-ийг нь хараад л хүсвэл бүлгэмд элсэнэ.

Харин түүний бүлгэмд элссэн нь түүний найзуудын мэдээний агуулахад хадгалагдаж, энэ процесс байнга давтагдах аж. Чухам яг энэ замаар л Моралесийн бүлгэм нэг шөнийн дотор тэгж их тархсан юм.

Радио телевиз хоёр бол одоо болтол ард түмнийг мэдээгээр хангасаар ирсэн. Харин “Facebook-ийн нөлөө”-ний хувьд, жишээ нь Иран болон Колумбын асуудал дээр мэдээллийг түгээх гол хэрэгсэл нь радио телевиз биш, харин хувь хүн өөрөө байв. Хувь хүн хувь хүндээ мэдээлж, мэдээг солилцоцгоосон байв. Ямар нэгэн радио телевизээс сонссон мэдээлэл биш, харин хувь хүнээс сонссон мэдээллээ бие биедээ тараасан байв. Ингэж мэдээлэл солилцоход танд ямарч сэтгүүлч сурвалжлагчийн диплом, илүү дутуу авьяас чадвар хэрэггүй. Твиттер нь арай хязгаарлагдмал функцтэй боловч мөн адил цахим ертөнцөд мэдээлэл түгээх тун хүчирхэг зэвсгүүдийн нэг юм. Твиттер ч гэсэн улс төрийн асуудал дээр мэдэгдэхүйц нөлөө үзүүлж байсан удаатай.

Энэ бүхэн маш их эерэг, эсвэл сөрөг хүчийг дагуулж буй. Яагаад гэвэл Facebook нь хувь хүнд маш их хүчийг өгч байгаа юм. Мэдээ мэдээлэл радио телевизийн гарт байсан бол Facebook бий болсноор хувь хүн илүү их хүчийг захирах болжээ. Харин энэ нь гамшиг тарих хорт аюултай ч байж болзошгүй. Мөн олон нийт, нийгмийн тогтвортой байдлыг ч алдагдуулж болзошгүй юм.

Заавал ноцтой чухал гэсэн зүйл дээр Facebook-ийн нөлөө илэрдэг гэвэл бас худлаа. Жишээ нь

2008 онд Facebook-ийн нэгэн бүлгэм Английн Лийдс хотын төвд маш том хэмжээний усан байлдааныг зохиожээ. Мөн 2008 оны есдүгээр сард 1000-аас олон хүн Мичиганы Гранд Рапидс-д дэрэн байлдааныг зохиожээ. Энэ дэрэн байлдааны талаар гол мэдээлэл нь бас л Facebook-ээр тархсан байна.

Facebook Нөлөө нь худалдаа эрхлэгч бие даан бизнес эрхлэгчдийн хувьд ч хүчирхэг зэвсгүүдийн нэг нь юм. Тэгэхдээ мэдээж тэд хэрхэн зөв ашиглахаа мэдэж л байвал шүү дээ. Энэ талаар номондоо бас өгүүлэх болно. Үүнтэй адилаар Facebook Нөлөө нь олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэлд маш чухал байр суурьтай. Facebook дээр бол хүн болгон зохиогч, засварлагч, продюсер, борлуулагч болж болно. Би энэ номыг бичиж байхдаа бүх мэдээ мэдээллийг өөрийн news feed буюу мэдээний агуулахаас л харж байлаа. Би дэлхий ертөнцөд болж буй үйл явц мэдээ мэдээллийг цаг тухайд нь авч чадаж байсныг энд тэмдэглэх хэрэгтэй байх. Харин би олж авсан мэдээг бүр сүүлд YAHOO NEWS-с ч юм уу, аль эсвэл радио телевизээр цацагдаж байгааг анзаарсан юм.

Facebook нь улам өргөжин тэлж тэрбум хэрэглэгчтэй болж эхэлвэл Face-book Нөлөөний макро хувилбар нь байх болов уу? гэдэг асуулт хэн хэний анхаарлыг татна байх. Энэ нь улс төр, шашны үзэл суртлын мөргөлдөөн үүссэн энэ дэлхийг тэнцвэржүүлэгч, тогтворжуулагч болоход нөлөөгөө үзүүлж чадах болов уу? Дэлхийн бүх улс орон, бүх арьс үндэстэн, бүх шашин шүтлэгтнийг холбосон нийтийн сүлжээ байна гэдэг хэр сайн санаа бол?

Питер Тиел нь Facebook-ийн дэлхийг өөрчлөх потенциал, хүчин чадалд нь огт эргэлзээгүй итгэгсдийн нэг. Тиел нь мэргэжлийн арилжаачин ба газрын тос, валют болон хувьцааны савалгааг амжилттай мэдэрч өөрийн банкны дансандаа тэрбум тэрбум долларыг олчихсон нэгэн. Тэрээр мөн хувьдаа бизнес эрхэлдэг баонлайнаар тооцоо хийх сүлжээ болох PayPal-ийг үүсгэн байгуулагчдын нэг, CEO нь юм. (Хожим нь PayPal-аа eBay-д зарчихжээ). Мөн Тиел нь Facebook-д хөрөнгө оруулалт хийсэн анхны хүн бөгөөд 2004 оны зун гэхэд тэрээр Facebook-ийн удирдлагуудын нэг болсон ба одоог хүртэл ажилласаар байна.

“Хөрөнгө оруулахад хамгийн чухал асуудал нь 21-р зууны эхний хагаст даяарчлал хэрхэн өрнөж байгааг сайтар ажиглах явдал юм” гэж Тиел надад хэлж байсан юм. “Хэрэв даяарчлал өрнөхгүй байгаа бол энэ дэлхийд ирээдүй бараг л үгүй. Техник технологи өндөрт хөгжсөнийг тооцож үзвэл даяарчлал хөгжихгүй байгаагийн шалтгаан нь дайн байлдааныг хурцатгахгүй байх... Харин энэ нь өөрөө буцаад сөрөг нөлөө үзүүлэх болдог. Тийм учир даяарчлал үгүй болж буй дэлхийд ямарч хөрөнгө оруулалт хийх аргагүй” Энэ бол дэлхийн өнөө цагийн агуу хөрөнгө оруулагчдын нэгний бодол. За тэгвэл “Сайн даяарчлалыг дагаад ямар хөрөнгө оруулалт байж болох вэ?” гэдэг асуудал гарч ирэх нь тодорхой. Харин миний хувьд энэ асуултын хамгийн оновчтой хариулт нь ердөө л Facebook”

Над руу 2006 оны зун сурталчилгааны албаны хүн яриад Марк Цукербергтэй уулзахыг хүсэж байгаа эсэхийг асуух хүртэл би Facebook-д тийм ч их анхаарал хандуулдаггүй байсан юм. Надад сонирхолтой санагдсан учир би тэр үед зөвшөөрчихөв. Fortune сэтгүүлийн гол техникийн нийтлэл бичдэг сэтгүүлчийн хувьд би Нью-Йоркт бүх л нэр алдартай, мандаж буй техник технологийн компанийн хүмүүстэй уулзаж учирч байлаа. Харин ердөө 22 настай энэ балчир “хүүхэд”-тэй би анх Гаттопардо гэх Итали зоогийн газар уулзаад ид хүчээ авч буй компанийн CEO гэхэд итгэж чадахгүй байсан юм шүү. Тэрээр жийнс болон судалтай, дээр нь

жижиг шувууны зурагтай футболктой энгийнээс энгийнээр харагдаж байсан юм. үнэхээр итгэмээргүй залуухан хүн байсан. Тэгээд тэр над дээр ирээд “Бид бол үйлчилгээний байгуулга” гэж маш чухал өнгөөр хэлсэн юм. үргэлжлүүлээд “Бид хүн бие биенээ мэдрэх, өөрийнхөө ертөнцийг ойлгоход илүү амар, дөхөм, илүү идэвхтэй байлгах талаар бодож ажилладаг. Бид хэзээ ч хэрэглэгчдийг манай сайт дээр удаан хугацаа өнгөрөөлгөх зорилгоор ажилладаггүй. Бид хүмүүсийг зөв дадал, зөв туршлагатай байлгахын төлөө л ажилладаг” гэв. Ямар ч тоглоом наргианы өнгө аяс ярианд нь мэдрэгдсэнгүй. Ярьж байгаа зүйлдээ бат итгэлтэй, харцаараа миний анхаарлыг татаж чадаж байсан юм.

Түүний яриаг цааш сонсох тусам тэрээр миний урьд нь уулзаж учирч явсан туршлагатай, ажлаа сайн мэддэг CEO хүн шиг санагдаж эхэлсэн юм. Тэгэхээр нь би түүнд нууж хаалгүйгээр өөрийг нь төрөлхийн CEO хүн байна гэж хэлсэн юм. Миний хувьд энэ нь ийм ахархан хугацаанд уулзсан байтугай, ер нь хүмүүст тэр болгон өгөөд байдаггүй дүгнэлтийн нэг юм. Харин үүнийг сонсоод тэрээр баярлах биш харин ч бүр доромжуулсан мэт болон царай нь хувьсхийж, жигшил зэвүүцэл тодорч эхлэв. “Би хэзээ ч компани байгуулах талаар бодож байгаагүй, хүсэл ч байгаагүй” гэж тэр хэсэг хугацааны дараа хэллээ. “Миний хувьд бизнес чухал биш, харин хийж буй ажлаа төгөлдөржүүлэх, бүрэн дуусгах нь чухал” гэж нэмж хэлэв. Энэ мөчөөс эхлэн би Facebook-ийн ирээдүйн амжилтад эргэлзээгүй итгэж эхэлсэн билээ. Энэ ярилцлагын дараа би сэтгүүлдээ жижиг хэмжээний нийтлэл бичлээ. Харин дараа жил нь Цукерберг намайг өөрийнх нь программ хангамжийн платформ руу амжилттай хувьсан шилжсэн түүхийг бичүүлэхээр өөрийн компанидаа урин дотоод үйл ажиллагаагаа танилцуулсны дараа миний Fortune сэтгүүл дэх нэр хүнд өсөж, албан тушаал ч ахисан юм. Энэ мэдээлэл нь Facebook-ийн тухай олон нийтийн ойлголтыг үндсэнд нь өөрчилж чадав. Харин 2007 онд би Facebook нь дэлхийд хамгийн чухал компаниудын нэг болно гэдэгт итгэж эхэлсэн юм. Нөхцөл байдал нэгэнт ийм болсон байхад хэн нэг нь яагаад ном бичиж болохгүй гэж?

Одоо бол Facebook нь 2000 давсан ажилчинтай, Калифорнийн Пало-Алтод байрлаж, 2010 оны байдлаар тэрбум доллар давсан ашигтай ажилласан маш хурдан амжилтад хүрсэн компаниудын нэг болж чадсан юм. Цукерберг нь одоо 26 настай, компанийнхаа CEO хэвээр. өөрийн хурц ухаан, стратегийн заль мэх, шийдвэртэй байдлынхаа ачаар тэрээр компанийнхаа төсөв, хөрөнгө болон удирдлагыг гартаа атгасаар ирсэн байна. Хэрэв түүнээс өөр хүн байсан бол Facebook нь өнөөдөр магадгүй ямар нэгэн интернэтийн монополи бизнесийн охин компани болчихсон байх байсан биз. Цахим ертөнцийн магнатууд нэг биш удаа түүнд олон тэрбум долларын үнээр компанийг нь худалдаж авах санал тавьж байсан. Харин Цукербергд мөнгө биш “ажлаа дуусгах” нь чухал аж. өөрийн компанийг хэнээс ч хараат бус байлгахын тулд тэрээр үргэлж шинийг сэтгэж, шинэ санаагаар баяжуулж, онцлог чанарыг нь арвижуулсаар иржээ.

Facebook нь маш энгийн, цэвэрхэн, бас их эмх цэгцтэй. Цукерберг ер нь л анхнаасаа чамин интерфэйс дизайнд сонирхолтой байсан. өөрийнхөө Facebook хуудсан дээрээ тэр өөрийн сонирхлыг жагсаасныг харахад: ил тод байдал, содон, сонирхол татам зүйлс, хувьсгал, мэдээ мэдээллийн урсгал, минимализм, юм бүтээх... гэх мэтийг бичсэн байх жишээтэй. өөрөө минимализмд сонирхолтой байсан ч Facebook-д илүү юм маш их бий. Face-book нь байнгын мэдээ мэдээлэл л гэсэн үг. Сар болгон бараг 30 тэрбум мэдээ мэдээлэл, зураг, линкүүд

гишүүдийн тусламжтайгаар тавигддаг аж. Магадгүй энэ нь дэлхийн хамгийн том онлайн зураг хадгалах сайт ч байж болох юм. Дор хаяж гурван тэрбум зураг сар болгон нэмэгддэг гэсэн баримт бий. Энэ нь нөгөөх олон зар сурталчилгаа, улс төрийн өдөөн хатгалга, турхиралт, төрсөн өдрийн мэндчилгээ, урилга, статус гэх мэт үйлдлүүдийг оруулахгүйгээр шүү дээ.

Түгээмэл байж болох ч Facebook нь хэзээ ч “нүүр нүүрээ харсан” бодит ертөнцийн харилцааг орлохоор зохиогдоогүй юм. Түүнчлэн олон хүн ч Facebook-ийг ийм зорилгоор ашигладаггүй. Цукерберг болон тэдний хамт олон үргэлж л Facebook-ийг жинхэнэ амьдрал дээр таньдаг (хамт ажиллагсад, хамт сурагсад, хамаатан садан, жирийн найз нөхөд гэх мэт) хүнтэйгээ улам ойртох, улам сайн харьцаатай байлгах талаар бодож, засаж янзалсаар ирсэн. Facebook-тэй ижил үйлчилгээтэй олон интернэт компани байдаг ч Facebook-ийн чухам юу нь тийм онцгой талаар цааш нарийвчлан тайлбарлах болно.

Facebook Нөлөө нь ихэнхдээ жижиг жижиг бүлгэмүүдэд тодорхой зааг хязгаараар илэрдэг. Энэ нь харилцаа холбоог илүү ашиг тустай болгож, найз нөхдийн харьцааг улам өрнүүлж, дотно байдлыг улам бадрааж өгдөг. Таныг ямар нэг уулзалтаасаа хоцрох гэж буйг найзууд тань Face-book статусаар чинь мэдэж болох юм. Та бүх найздаа өөрийн хоцрох мэдээг дуулгах албагүй. үүнийг таны өмнөөс Facebook-ийн программ хийгээд өгчихнө. Анхнаасаа Facebook нь бодит амьдрал дээр бие биенээ мэддэг хүмүүсийн хоорондох харьцааг улам зузаатгах, улам дотно болгох зорилготой зохиогдсон болохоор энэ нь маш хүчтэй олон нийтийн “хэрэгсэл” болж өгсөн юм. Хувь хүмүүсийн бодит амьдрал дээрх харьцаан дээр тулгуурласан сүлжээний сайт ч гэсэн хааяа цоо шинэ харилцааны эхлэлийг ч бас тавьдаг. “Facebook нь жирийн хүмүүсийн цуглах газар, индэр юм” гэж техникийн салбарын эрдэмтэн, зохиолч, хөрөнгө оруулагч Эстер Дайсон хэлж байсан удаатай.

Facebook-тэй өөртөй нь ижил үйлчилгээ үзүүлдэг интернэт компаниудаас ялгаруулдаг олон зүйл бий. Хамгийн гол ялгаралт бол, үнэн бодит мэдээлэл дээр тулгуурласан байдаг нь гол онцлог юм. Жишээ нь, өнөөдөр Facebook-ээр жинхэнэ өөрөөрөө байх нь хэн нэгний дүрийг эсгэхээс илүү чухал юм. Энэ нь бүр анхнаасаа 2004 оны хоёрдугаар сард Харвардад анх нээгдэж байхаасаа л Facebook-ийн өөртөө хадгалж ирсэн чухал онцлогуудын нэг нь юм. Нэрээ нуух, хэн нэгний дүр эсгэх, нууц нэр ашиглах гэх мэт нь цахим ертөнцөд бол хэвийн үзэгдэл, хэвшмэл ойлголт байсан боловч энэ нь Facebook-д маш бага хүрээтэй ба энэ мэт худал хуурмаг байдал газар авах боломж бараг л үгүй. Иймээс та өөрөөрөө л байж бусадтай харилцан нөхөрлөлцөхгүй бол таны найзууд таныг танихгүй ба таны найз болохоос татгалзаж болох юм. За тэгээд бүр цаашлах юм бол заримдаа бусад хүмүүс таныг хэн бэ гэдгийг таны найзуудыг үзэж байгаад дүгнэсний эцэст таних болдог. Нэг ёсондоо таны найзууд бол таны хэн бэ гэдгийг баталгаажуулж өгдөг бас нэгэн гол үзүүлэлтийн нэг юм. Тийм учир энэ мэт тойрсон баталгаажуулах алхамуудыг давахын тулд та өөрийн жинхэнэ нэрийг хэрэглэхээс өөр аргагүй.

Тухайн хүний жинхэнэ дүр төрх танигдан илэрч байгаа явдал нь тухайн хүний хувийн мэдээлэлтэй нягт холбоотой бөгөөд Facebook-ийн зүгээс тухайн хүний хувийн мэдээллийг найдвартай хамгаалж, тухайн хүнд хэрэглэгчийн удирдлагыг гарт нь өгүүлэх учиртай. Гэвч энэ нь тийм амар ажил биш. Цукерберг болон компанийн бусад удирдлагуудын ярьж

байгаагаар тэд энэ талаар маш их анхаарал тавьдаг аж. “Найз хэмээх ойлголт бол үнэн зөв бодит мэдээлэл дээр үндэслэсэн бүртгэл нь тухайн хүний мэдээлэл бүрэн хамгаалагдсан байхын гол түлхүүр юм” гэж Facebook-ийн хувийн мэдээлэл хамгаалах албаны удирдлага хэлсэн удаатай. Хэрэв та онлайнаар харилцаж байгаа хүнээсээ болгоомжилж, эргэлзээ төрж байвал, таны хувийн мэдээлэл баттай сайн хамгаалагдаагүй, аюулд байна гэсэн үг юм. Харин та эргэн тойрныхныгоо мэддэг бол өөрийн мэдээллээ хэнд харуулж, хэнд харуулахгүйгээ удирдаж болно.

Facebook хэрэглэгчдийн хамгийн анхны сэтгэл зовнисон зүйлүүдийн нэг нь болох хувийн мэдээллийн талаар би номондоо бүхэл бүтэн бүлэгт ярилцсан байгаа. Хэн ч 100 хувь хамгаалагдсан гэж боддоггүй. Тийм ч учраас итгэл багатай байдаг байх. Харин Facebook нь энэ мэт маргаантай асуудлыг амжилттай шийдэж чадсан юм. Гэвч дотроо бас л асуудлыг дагуулсаар байна. 2010 онд компани нь сайтын бүтэц, удирдлагыг илүү төгөлдөржүүлэх талаар санаа тавин ажиллаж “хэн таны ямар мэдээллийг харж болох”-ыг удирдаж болох функцыг илүү хялбар, ойлгомжтой, энгийн болгож өгчээ.

Facebook-ийн нөлөө нь нийгэмд үргэлж сайн зүйлийг авчирч байгаа юу гэвэл худлаа. өөрсдийн хувийн амьдралыг олон нийтэд нээлттэй, нийтэд хүртээмжтэй байлгана гэдэг нь юу гэсэн үг вэ? Бид зүгээр л үзэсгэлэнгийн шилэн хоргонд байх ард түмэн, үндэстэн, дэлхий болон хувирч байгаа биш гэж үү? Олон хүн Facebook-ийг амьдралд байдаг жирийн нэг зугаа цэнгээн, хэнд ч хэрэггүй аар саар зүйл мэт хүлээж авах нь элбэг. Ингэж бодох хүмүүс нь Facebook нь харилцааг баяжуулах биш, харин тухайн хүн өөрийгөө сурталчлах зорилготой байдаг гэж боддог. Харин зарим нь Facebook-ийн найзууд нь тухайн хүний бодол болгоныг, хөдөлгөөн бүрийг ажиг судалж байхад яаж хувь хүний дээшлэн дэвжихэд тус болдгийг хараахан ойлгодоггүй. Энэ нь тийм тааламжтай, нийлэмжтэй орчинг бүрдүүлж чадаж байна гэж үү? Facebook-ийн ард бүхэл өдрийг өнгөрөөж байгаа залуу үе маань бодит амьдрал дээр олж авах мэдрэмж, туршлагаас хэт алслагад байгаа юм бишүү? Бид мэдээ мэдээллийн эх үүсвэрээ найзуудаасаа авдаг болохоороо Facebook-ийн найзууддаа хэт итгэж найдаад байгаа гэсэн үг биш үү? Мэдээллийн хэт их ачааллыг Facebook шийдэж чадахгүй бол яах вэ? Бид мэдээллээр хязгаарлагддаг бол яах вэ?

Facebook дээр “Найз байх” гэдэг нь яг юу гэсэн үг вэ? Facebook-ийн хэрэглэгчид дунджаар 130-аад найзтай байдаг. Харин та жинхнээсээ 500 найзтай гэж үү? (жишээ нь би л гэхэд 1150 найзтай). За энэ ч яахав, 5000 найз? Энэ нь Facebook-ийн дээд хязгаар уу? Зарим нэгнийх нь хувьд Facebook нь хуурамч нөхөрлөлийг оршин тогтноулж, тэр хэмжээгээрээ ганцаардлыг нь улам дэмждэг байж болох юм. Хэдийгээр олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр яг энэ асуудлыг ирээдүйд илрэх гол уршгуудын нэг гэж ярьж байгаа боловч одоо болтол энэ үзэгдэл нь тэгж их тархаж байгаа талаар ямар нэгэн мэдээ, тоо баримт алга байна.

Нэгэн удаа би Цукербергтай Facebook-ийн төв оффисоос холгүй орших нэгэн франц зуушны газаряг хаахынх нь өмнө уулзсан юм. Тэрээр надад хэзээ ч стейк фрайт идэж байгаагүйгээ хэлсэн учир би түүнд захиалсан юм. Хаах дөхсөн байсан болохоор бусад ширээнүүд ч хоосорч, бид хоёр кофений ширээн дээр сууж, харин цэвэрлэгээний ажилтнууд шалаа угааж байлаа. Цукерберг урьдын л адил футболк болон жийнстэйгээ л иржээ. Харин тэр өдөр гадаа жоохон сэрүүхэндүү байсан учир дээгүүрээ куртиктай. Би түүнээс анх THEFACEBOOK

(компанийн хамгийн анхны нэр)-ийг байгуулж байхдаа юу бодож байсан болон түүний энэ бодсон бодол төлөвлөгөө нь өнөөдрийн бодит байдлыг хүртэл хэрхэн хувьсан өөрчлөгдөж хөгжиж ирсэн тухай асуусан юм. Түүний хариулт нь “Илтод байдал, илэрхий байх” талаар л байв. Цукерберг нь өөрөө маш илэн далангүй хүн. “Жишээ нь, өөрийгөө коллежид байна гэж төсөөлдөө” гэж хэлээд яриагаа эхлүүлэв. “Та өөрийн бүх цаг хугацааг зөвхөн онол сурахад зориулдаг, тийм үү? Ингээд онол их сураад ирэхээр та юмс зүйлийн талаар илүү хийсвэр ойлголттой болж, хийсвэр бодол таныг дагах болдог. Бүх л юм төсөөлсөн, хийсвэр байгаа биз дээ? Энэ мэтээр бид хийсвэр зүйлд хэт их найдах, итгэх болдог. Гэвч энэ дэлхий ертөнцийг хийсвэрлэл биш харин ард түмэн, хүмүүсээр өөрсдөөр нь удирдуулах хэрэгтэй гэж бодсон юм. Тэгээд энэ санаагаа гол чиг хандлага болгон дагаж, одоо болтол үүнийг Facebook компанийн гол зорилго болгон ажиллаж байна” гэж тэр хариулж билээ.

“Би Дастин [Московиц], Крис [Хьюзес] /Цукербергийн Харвардын дотуур байранд хамтран амьдрагчид/ нар болон надтай хамт компьютерийн хичээлд сууж байсан хүмүүстэй нийгэм хэрхэн улам илэрхий тод болж, энэ бүх мэдээ мэдээлэлд хүрэх гарц нь дэлхий ертөнцийг яаж өөрчлөх талаар олон удаа санал бодлоо солилцож байсан боловч бид хэзээ ч өөрсдийгөө энэ үйл явдлын гол дүрийг бүтээнэ гэж бодож байгаагүй юм. Бид бол зүгээр л энгийн нэг коллежийн бүлэг оюутнууд байсан юм” гээд тэр дараа нь THEFACEBOOK ачааллаж эхлэхэд юу болсон талаар ярилаа.

Бага багаар бүх сургуулиуд нэгдэхийг хүсэж байлаа. Олон ч хүн сонирхож эхэлсэн. Энэ мэтээр улам өргөжиж, бид ч зүгээр л гайхшираад л... Дараа нь бид эхэлсэн ажлынхаа гол гүйцэтгэгч нь байж урагш нь дэвшүүлж өргөжүүлэхийн тулд юу хийж чадах талаар бодоцгоож эхэлсэн. Миний зүгээр л байдаг нэг хэдэн “онц сурлагатан” найзууд дунд Facebook-ийн ачаар бий болсон нийгмийн “илтод” байдал нь энэ дэлхий ертөнцийг өөрчилж чадах нөлөөтэй гэдэг нь тодорхой байсан учраас бидэнд ухрах зам үгүй, бууж өгөх ёсгүй байлаа.

Ингэж хэлээд тэр инээмсэглэсэн юм. Ер нь Марк Цукерберг нь хэзээ ч эрх мэдэлтний өмнө бууж өгч байгаагүй гэвэл зохино. Харвардын захиргаа цахим оюутны сүлжээ байгуулахад нь дургүйцсэнд Цукерберг эсэргүүцэж, бууж өгөлгүй, харин ч өөрийнхөө сайтыг хийж Facebook-ийнхээ эхлэлийг тавьсан нь үүнийг нотлох нэгэн жишээ билээ.

Facebook нь дэлхийг нэгтгэж байна. Энэ нь нэг ёсондоо дэлхий ертөнцийн бүх хүнийг хамарсан (ялангуяа залуу үеийг) соёлын шинэ хэлбэр, шинэ хэв маяг болж эхэлж байна. 19 настай оюутны коллежийнх нь бие даалт болон “даруухнаар” эхлэлээ тавьсан Facebook нь одоо бол техник технологийн ертөнц дэх асар хүчтэй компани болон өргөжиж, орчин үеийн нийгэмд өөрийн байр сууриа аль хэдийн эзлэн, шууд болон шууд бусаар олон хүний амьдралд нөлөөлөх болжээ. Гишүүд нь л гэхэд нас сүүдэр, газарзүйн байршил, хэл соёл, анги давхрага харгалзахгүй Facebook сүлжээнд нэгдсээр байна. Магадгүй Facebook нь дэлхийн түүхэн дэх хамгийн хурдацтай хөгжсөн компаниудын нэг ч байж болох юм. Facebook нь Чили, Норвеги гэх мэт улсуудад АНУ-аас илүү өргөн тархсан, хүмүүсийн хоорондох харилцаа, харилцан нөлөөлөх байдал, худалдаачид бараагаа зарах арга барил, төр засаглал хэрхэн ард түмэндээ хандах гээд олон зүйлд нөлөөлөх болсон байна. үүгээр барахгүй төр засаглалын ажиллагаанд өөрчлөлт оруулсан ба зарим орнуудад эрх чөлөө, ардчилал гэх ойлголтод нь хүртэл нөлөө

үзүүлж эхлээд байна. Facebook нь аль хэдийнэ коллежийн оюутны жирийн нэг зугаанаас хэтэрчээ.

Хэрэв та интернэт хэрэглэдэг л бол Facebook-ийг хэрэглэх нь танд таалагдах нь лавтай. Facebook нь хандалтын тоогоор Google-ийн дараа буюу 2-т орсон хамгийн их зочинтой байдаг сайтуудын нэг ба 600 сая гаруй идэвхтэй хэрэглэгчтэй аж. Интернэт дэх хоёр тэрбум хүний 30 хувь нь Facebook-ийг байнга ашигладаг. Facebook нь 2005 оны намар ахлах сургуулиудыг сүлжээндээ нэмж, 2006 онд олон нийтэд нээлттэй болсон юм. Одоо бол дэлхий ертөнц даяар нийт хүмүүс барагцаалбал 23 тэрбум минутыг зөвхөн Facebook-д өнгөрөөдөг гэсэн тооцоо гарчээ. (Хэрэглэгчдийн зарим нь бүр хэдэн цагаар ч зочилдог) Энэ бүх толгой эргэм амжилтын хажуугаар хэрэглэгчдийн тоо ч гэсэн зогсолтгүй нэмэгдсээр байна. Сар тутам бүх гишүүдийн таван хувьтай тэнцэх гишүүн шинээр бүртгэгддэг гэсэн тооцоо бий. Энэ янзаараа байвал 2013 он гэхэд энэ дэлхийнхүн бүр Facebook-ийн гишүүн болж дуусах хандлагатай. Гэвч ийм зүйл хэзээ ч болохгүй нь илэрхий бизээ. Тэгэхдээ Facebook нь аль хэдийнэ 75 орны хэлээр орчуулагдчихсан, 600 сая идэвхтэй хэрэглэгчтэй, тэдний 75 хувь нь АНУ-аас гадна оршдог гэсэн тооцоо бий. 143 сая америкчууд буюу америкчуудын 46.8 хувь нь Facebook-ийн идэвхтэй хэрэглэгч гэсэн мэдээтэй. Канадын хүн амын 50.5 хувь нь байнгын онлайн байдаг аж. Facebook-ийг хамгийн ихээр хэрэглэдэг орон нь АНУ гэдэг нь тодорхой. Харин хэрэглэгчдийнхээ тоогоор АНУ-ын араас жагсах улсуудыг ихээс нь уруудаж нэрлэвэл: Индонези, Англи, Турк, Франц, Филиппин, Итали, Канад, Мексик, Энэтхэг, Герман гэх мэт улс аж. Facebook-ийн судалгаагаар 2010 оны арваннэгдүгээр сар гэхэд хамгийн хурдацтай тархсан орнуудыг жагсаахад Румын, өмнөд Солонгос, Унгар, Тайланд, Украин, Доминик, Латви, Ирак, Бразил, Эквадор оржээ.

Бусад интернэт болон техник технологийн бизнест хүчээ сорих компаниудыг бодвол Facebook нь хүн гэдэг ойлголтод гүн гүнзгий тулгуурлаж өгсөн юм. Хэрэглэгчтэйгээ хамгийн ойр. Энэ цахим орчин нь амьдралаас илүүг хүсдэг хүмүүст зориулагджээ. Энэ яг л мессеж, и-мэйл, болон утсан холбоо, шуудантай адил хүмүүсийн хоорондоо харилцахын бас нэгэн хэлбэр юм. Интернэт анх дэлгэрээд дэлхий ертөнцийг холбосон сүлжээ олны хэрэглээ болж эхлэхэд хүмүүс анхандаа ирээдүйд хүн болгон өөрийн гэсэн вэб хуудастай болно гэж ярьцгааж байсан. Тэгвэл өнөөдөр энэ нь биелэлээ олжээ. Тэгэхдээ зөвхөн олон нийтийн сүлжээ хэлбэрээр юм шүү дээ. Гэвч энэ мэт хурдацтай өргөжил нь араасаа нийгэм, улс төрийн олон асуудлыг дагуулах нь дамжиггүй. Facebook хүмүүсийн бодит амьдрал дахь харилцаанд хэрхэн нөлөөлөх вэ? Хэдэн зуу, хэдэн сая хүний хоорондоо харилцах хэрэгсэл нь ганцхан компанийн удирдлага доор байна гэдэг хэтэрхий аюултай биш гэж үү? Бид жирийн нэгэн арилжааны компанид итгэн өөрсдийн хувийн мэдээллээ хадгалуулж байгаа нь хэтэрхий гэнэн биш гэж үү? Энэ мэт асуултууд Facebook өргөжин дэвжих бүрийд хэн болгон өөрөөсөө асуух л асуултуудын нэг. Тэгвэл энэ ном нь энэ асуултуудын хариуг олох зорилготой. Мөн та энэ номоос Facebook нь хэрхэн ийм амжилттай компаниудын нэг болсныг олж мэдэх ба Харвардын дотуур байранд амьдрах компьютерийн донтой, дүрсгүй, амрахыг мэддэггүй 19 настай нэгэн залуугаас хэрхэн урган гарсныг ойлгож чадах юм бол та Face-book нь ирээдүйд хаа хол хүрч болохыг мэдэж чадах юм.

1. Эхлэл

“Бид The Facebook-ийг харвардын оюутнуудын нийтийн хэрэглээ болгох зорилгоор нээсэн”

Хоёрдугаар курсын оюутан Марк Цукерберг нь Харвардийн Киркланд дахь оюутны байрандаа 2003 оны есдүгээр сард өөрийн томоос том есөн фут /2 метр 74 см/ урт цагаан самбараа барьсаар орж ирэв. “Тэрлэчихсэн” л юм шиг энэ цагаан самбараасаа сална гэж үгүй. Самбар нь том бөгөөд их өргөн, өөрт бий болох санаануудаа тэрээр энэ самбартаа л буулгах ажээ. Самбар нь дөрвөн хүнийг багтаахаар зайг эзлэх ба харин энэ том зай Цукербергийн унтлагын өрөө явах замын хананд нь л байрлах аж. Компьютерээр мэргэшиж байгаа Цукерберг нь тэмдэглэгээ хийж байна. Энэ самбар тэр чигээрээ томьёо, янз бүрийн тэмдгүүд болон олон өнгийн үзэг бүхий диаграммаас бүрджээ. Цукерберг өрөөндөө зогсон самбартаа бичсэн юмаа удаан гэгч нь ширтэнэ. Маркер түүний гарт, хэн нэг нь зөрөх болоход хананд ойртож араараа зай гаргаж өгнө. Заримдаа тэрээр хэсэгхэн амрахаар унтлагын өрөө рүү явна. “Тэр энэ самбартаа үнэхээр хайртай байсан” гэж түүнтэй хамтран амьдардаг гурван хүний нэг болох Дастин Москович дурссан удаатай. “Тэр үргэлж л өөрийн санаануудыг энэ самбартаа буулгадаг байсан. Бүр бичих санаанууд нь тэр самбарыг тийм ч цэвэрхэн, эмх цэгцтэй харагдуулахгүй байсан ч...”. Түүний ихэнх шинэ санаанууд интернэт дэх шинэ үйлчилгээний талаар байх аж. Тэрээр дуусашгүй их цагийг программийн код бичиж өнгөрөөх ба унтаж амрах нь түүний хувьд гол нь биш. Хэрэв тэр цагаан самбарынхаа урд байхгүй бол түүнийг олоход амархан, компьютерийнхээ дэлгэцэнд ховсдуулчихсан мэт л сууж байна. Эргэн тойронд байх лонхнууд болон, идэж дууссан хоолны савнуудыг тэр хааяадаа л нэг гаргаж хаяна.

Яг энэ эхний долоо хоногт Цукерберг интернэт программ зохиосон байсан юм. Course Match хэмээх жирийн хэн бүхэнд тустай төсөл. Тэрээр үүнийг зүгээр л зугаа болгох үүднээс хийсэн байв. Гол санаа нь оюутнуудад тухайн хичээлд өөр хэн хэн чамтай хамт суух вэ гэдэг дээр үндэслэж сонгоход туслах байв. Та хичээлүүдийн нэр дээр дараад л энэ хичээлийг өөр ямар оюутан сонгосон байна гэдгийг мэдэх боломжтой. Хэрэв хөөрхөн охин Топологийн хичээл дээр сууж байсан бол тухайн оюутан тэр охиныг дараагийн семистерт Дифференциал Геометрийн ангид сурах үгүйг мэдэж болох юм. Аль эсвэл зүгээр л түүний нэрийг хайж олоод түүний сонгосон ангиудыг харж, ямар ямар хичээл сонгосныг нь мэдэж болно. Зуу зуун оюутнууд Course Matchийг ашиглаж эхэлжээ. Нэр хүндэд дуртай Харвардын оюутнуудад бол хэн ямар хичээлд сууж байгаагаас шалтгаалан хичээлүүдийн талаар маш өөр бодолтой байдаг. Ингээд л нэг үгээр хэлбэл Цукерберг тэдний ашиглахыг хүсэж байсан программыг нь бичээд өгчээ.

Охид түүний хүүхэд мэт гэнэн, дэггүй инээмсэглэлд нь автдаг байжээ. Тэр найз охингүй байна гэж бараг үгүй. Охид түүний өөртөө итгэлтэй байдал, хошин зан араншинд дуртай байв. Түүний байгаа байдал нь нэг л тиймэрхүү “Би юу хийж байгаагаа сайн мэдэж байна” гэсэн байртай. Маркийн хийсэн бүх юм нь эерэг үр дагавар авчрах юм шиг, өөрт нь ашигтай гэдгийг эртнээс мэдэрдэг байж. Энэ нь ч үнэн байсан юм.

Хоёр жилийн өмнө Харвардад өгсөн элсэлтийн өргөдөлдөө бүх шагнал, үзүүлэлтээ арайхийн

багтаажээ. Астрономи, физик, эртний хэл гээд л. үүнээс гадна тэрээр туялзуур сэлмийн багтаа үнэ цэнэтэй гишүүн нь байсан бөгөөд франц, еврэй, латин, грек хэлээр уншиж, бичиж чаддаг. (Аялга маань тун тааруу байсан тул ярихыг хүсдэггүй, зөвхөн уншиж бичихийг л илүүд үздэг байсан гэж хошигнодог) Харвардын нэр хүнд түүнийг айлгаж сүрдүүлээгүй юм. Түүнд бараг танил ч биш байв. Тэрээр Phillips Exeter-ийн академид явах гэж байсан юм. Тэрээр Доббс Феррийн ахлах сургуульд хоёр жил сураад л уйджээ. Цукерберг нь дөрвөн хүүхэдтэй айлын хоёр дахь нь ба ганцаараа эрэгтэй. Түүний аав нь шүдний эмч, харин ээж нь сэтгэл зүйч. Гэр бүл нь дүүрэгтээ хамгийн том нь боловч нэлээд даруухан. Маркийн эгч нь түүнтэй адил сурлагадаа сайн нэгэн. (Том эгч Ранди нь одоо Facebook-ийн ахлах маркетер)

Бүх зүйл Киркландын хамгийн жижиг байшингаас л эхлэлтэй. Нэг өрөө нь хоёр тасаг буюу унтлагын өрөөтэй ба тасаг болгон ор болон ширээтэй. Цукербергийн өрөөний хамтран амьдрагч нь Крис Хьюзес гэх цайвар үстэй, царайлаг, түүхийн чиглэлээр суралцдаг нийгэм улс төрд нэн сонирхолтой нэгэн. Цукерберг тэр хоёр давхар ороо буулгажээ. Тэр хоёрын хэн нь ч дээр унтах хүсэлгүй байсан учир ингэжээ. Ингээд хоёр салангид ор нь жижигхэн өрөөний хамаг зайг эзлэнэ. Бөгс эргэх зайгүй болов. Ширээ нь бараг ашиглалт байхгүй, яагаад гэвэл хогоор дүүрчихсэн. Харин өрөөний нөгөө тасагт Дастин Московиц болон Билли Оллсон нар амьдарна. Энэ дөрвөн оюутны ширээнүүд нэг өрөөнд байна. Дөрвүүлээ тус тусдаа ширээтэй учир голд нь хөдлөхөд тун хялбар жижиг сандалтай. Ерөнхийд нь харахад, тэдний өрөө маш эмх замбраагүй. Пиво болон Red Bull нь Цукербергийн байнгын хэрэглээ. Гэхдээ шил лаазыг нь хаятал удна. Хааяа Московицийн найз охин ирж хогийг нь тохиолдлоор хаяхаас нааш тэр лонх лаазнуудаа хаяна гэж бараг л үгүй. Нэгэн удаа Цукербергийн ээж нь тэдний дотуур байранд ирээд хүүгээ хэрхэн амьдарч байгааг харж, нэлээд санаа нь зовон хүүгийнхээ замбараагүй байдалд Московицээс уучлалт гуйсан байна. Ээж нь Московицд “Тэр бага байхдаа асрагчтай байсан юм” гэжээ. Цукерберг нь ээжийгээ дуурайсан зөрүүд боловч тун үнэнч зан араншинтай нэгэн байв. Ихэнхдээ дуу цөөтэй байдаг тэрээр өөрөөнийхөө ахлагч нь байсан юм. Тэр дандаа л шинэ юм сэтгэж, эрэлхийлж байсан болоод тэр. Энэ өрөөнд бүх хүн бодож буй зүйлээ шууд л илэн далангүй илэрхийлнэ. Энэ өрөөнийхөнд хоорондын нууц гээд байх зүйл бараг байхгүй. Бие биенийхээ хувийн амьдралд хошуу дүрэхээсээ илүү тэд хийж буй төсөл бие даалтанд нь хошуу дүрдэг, хийж буй ажлыг сонирхоцгоодог байжээ. Интернэт бол тэдний хувьд ус агаар нь. Компьютерт тийм ч сайн биш Московиц нь үргэлж л цахим ертөнцөд юу чухал вэ, юу чухал биш вэ? Вэб хуудсыг юу сайн болгодог вэ? Юу болгодоггүй вэ? гэх мэтээр Цукербергээс асууж шалгаана. Семистрийн эхэнд Хьюзес нь интернэт болон компьютерт тийм ч их сонирхолтой байгаагүй юм. Харин хичээлийн жилийн дунд болоод ирэхэд тэрээр аль хэдийн сонирхох болсон ба компьютер, интернэтийн талаар хэнээс ч илүү мэдлэгтэй болж, өөрийн санаа оноог дэвшүүлдэг болсон байна. Московицийн өрөөний хүүхэд болох Оллсон ч Хьюзестэй мөн адил. Цукерберг шинэ санаа, интернэт программийн талаар шинэ төсөлтэй ирэхэд өрөөний гурав нь Цукербергд хэрхэн хийх талаар, ямаршуу байх ёстой талаар санаа оноогоо нэмэрлэдэг байжээ.

Цукерберг, Московиц, Оллсон, Хьюзес нар нь Харвардын хувьд тийм ч ер бусын үзэгдэл биш байлаа. Киркландийн хаалга болгоны ард төрөлхийн авьяаслаг, сод ухаантан оюутнууд өч төчнөөн бий. Энэ л оюутнууд дэлхийг байлдан дагуулна гэдэгт бусад оюутнууд ч эргэлзээгүй итгэчихсэн, тэдний авьяас билгийг биширчихсэн байх нь элбэг. Харин Цукерберг, Московиц, Хьюзес нар зөвхөн санаа, шинэ санаа гэх ганцхан сэдвээр нухацтай хоорондоо ярилцдаг,

байдаг л нэг хэдэн “сурлагатай” оюутнууд байсан юм. Дэлхийг байлдан дагуулах нь тэдний хүсэл зорилго биш, энэ талаар бодох байтугай зүүдлээ ч үгүй явж байсан аж. Гэвч тэдний бачим жижиг унтлагын өрөөнөөс бүхэл дэлхийг өөрчлөх чадвартай санаа гарч чаджээ. Course Match-ийн амжилт Цукербергийг улам зоригжуулж, тэр бас дахин шинэ программ бичих талаар бодож эхэлжээ. Түүний дараагийн төсөл нь аравдугаар сард гарсан ба тэрээр энэ төслөө Facemash гэж нэрлэсэн юм. Энэ нь түүний зүг Харвардийг “харуулахад” хүргэсэн төсөл байв. Ямар учиртай төсөл байсан бэ гэвэл: Оюутны хотхон дахь хамгийн “халуухан хүүхэн”-ийг санал хураалтын журмаар тодруулах интернэт программ байлаа. Шатар тоглогчдыг эрэмблэх аргыг компьютерийн кодоод оруулж, оюутны хотхоны ижил хүйсний хоёр хүнийг хэн нь халуухан болох талаар эрэмблэгээ явуулдаг интернэт программ бүтээжээ. Ингээд тухайн оюутны зураг “халуухан” гэх санал их авах тусам тэрээр бусад “халуухан” гэх санал олон авсан оюутнуудын зурагтай харьцуулагдах аж. Энэ мэтээр явсаар хамгийн халуухан оюутан шалгарах байв. Энэ төслөө бичихийн яг өмнө тэрээр блог дээрээ “..... бол гичий. Түүнийг толгойноосоо авч хаяхын тулд надад ямар нэгэн шинэ санаа хэрэгтэй байна. Түүнийг толгойноосоо авч хаяхын тулд өөр ямар нэгэн юмны талаар бодох хэрэгтэй байна. Надад санаа хэрэгтэй байна” гэж тэмдэглэн үлдээжээ. Найз охиндоо гомдсон шаналал нь түүнийг хотхоныхоо оюутнуудыг “фермийн амьтантай зүйрлэх” санаа олоход хүргэсэн байна. Харин программаа бичиж дуусахад фермийн амьтантай зүйрлэх биш харин хоёр оюутныг хооронд нь эрэмбэлэх болов. Энэ ажлаа тэрээр найман цагийн дотор бичиж, үүрээр дуусгасан байна.

Facemash-д оруулах зургийг Цукерберг Харвардын оюутны дотуур байрны бүртгэлийн сайтаас авчээ. Ихэнхдээ энэ зургууд нь оюутнуудыг ирсэн анхны өдөр шууд авсан байдаг учир зурагнууд дээр оюутнууд эв хавгүй, болхидуу гарсан байх нь элбэг. Цукерберг ингээд Харвардын 12 дотуур байрны наймынх нь бүх оюутны бүртгэлийн зургийг компьютерийн ур чадвараа ашиглан авч чадсан байна. Хожим Харвардын оюутнуудын сонин дээр энэ үйлдлийг “компьютер дайралт” хэмээн нэрлэжээ. Тэр зүгээр л интернэт ашиглан тухайн дотуур байрны вэб хуудсыг хакердсан байв. Цукербергийн найз нь түүнд өөрийн нэвтрэх нэр болон нууц үгийг зээлдүүлсэн аж. (Хожим найз нь ингэсэндээ харамссан юм) өөр нэгэн дотуур байрны оюутнуудын зургийг Цукерберг хотхоных нь нийтийн сүлжээнээс төвөггүй татаад авчихжээ. Хууль бус зүйл хийж байгаа нь түүнийг нэг их зовоосонгүй. Тэрээр ажлаа эхлэхийн өмнө хэн нэгнээс ямар нэгэн зөвшөөрөл авсангүй. Энэ нь түүний дүрэм журмыг уландаа гишгэх дуртайг нь биш, харин зүгээр л түүний дүрэм журамд дэндүү бага анхаарал хандуулдгийг харуулж байна. Facemash-ийг тэр арваннэгдүгээр сарын 2-ны өдрийн үд дунд өөрийн зөөврийн компьютерээсээ ачаалласан юм. Эхлээд тэр өөрийн шинэ найзууддаа Facemash-ийн хаягийг явуулсан байна. Түүний ярьснаар бол тэр зүгээр л өөрийнх нь хийсэн шинэ сайтын алдаа дутагдлыг мэдэж авахын тулд туршилтын журмаар явуулсан аж. Гэвч хүмүүс түүний бүтээсэн сайтыг хэрэглэж эхлээд улмаар зогсоож огт чадаагүй юм. Түүний турших ёстой найзууд нь өөрсдийнхөө найзууд руу явуулснаар Facemash нь оюутны хотхонд маш хурдан тархаж, жинхэнэ “хит” болсон гэнэ.

Ингээд Цукерберг үдэш 22.00 цагийн үед гэртээ ирэхэд Facemash хэрэглэгчид хэт олширсноос үүдэн түүний компьютер гацсан байв. Учир нь түүний сайтаар зочлогсод нь ганцхан Харвардын оюутнуудаар хязгаарлагдаагүй аж. Ингээд хэрэглэгчийн тоо улам газар авах тусам арьс өнгөний үзэл, сексийн асуудлаар Харвардын эмэгтэй оюутнуудын хоёр бүлэг

гомдол мэдүүлжээ. Фуерза Латина болон Харвардын Хар арьстай эмэгтэйчүүдийн клуб. Удалгүй Харвардын дотоод сүлжээ ачааллыг дийлэхээ больж, компьютер, дотоод сүлжээг хариуцсан хэсэг нь Цукербергийн сайтдаа нэвтрэх эрхийг нь хаав. Харвардын сүлжээний албаныхан ингэж хүчээр интернэтийг унтраахад 10.30 цаг болж байв. Энэ хүртэл сайтаар нийт 450 оюутан зочилсон байсан ба 22 мянган хос зурагт саналаа өгсөн байсан юм. Энэ явдлын дараа Цукерберг Харвардын Сахилга бат Хүмүүжлийн зөвлөлийн хуралд Лолесс Хаузын нэвтрэх нэр болон нууц үгээ ашиглуулсан найз, сайт хийхэд нь санаагаа нэмэрлэсэн Билли Оллсон болон дээд давхарт амьдардаг Жое Грийний хамт дуудагджээ. Цукерберг Харвардын дотоод журам зөрчсөн хэргээр буруутгагдсан аж. Учир нь уг сайт хамгаалалтын систем, оюуны өмч болон хувийн мэдээлэл гэх мэт заалтуудыг зөрчсөн болохоор тэр. Зөвлөл түүнийг зөвлөх авахыг зөвлөсөн ба туршилтын хугацаанд суллан бусад хамтрагсадыг нь шийтгэлгүй орхижээ. Хэрэв Цукерберг оюутнуудыг фермийн амьтадтай харьцуулсан сайт хийсэн бол тэр илүү хүнд шийтгэл авах байсан юм. Тэрээр Харвардын эмэгтэй оюутны клубуудад өөрийн хийсэн сайтаа цэвэр туршилтын журмаар илгээсэн, сайт нь тийм хурдан тархана гэдгийг төсөөлөө ч үгүй хэмээн үнэнээ өчиж уучлалт гуйжээ.

Цукерберг болон түүний найзууд Харвардын Сахилга бат Хүмүүжлын зөвлөлөөс Facemash-тай холбоотой хэргээс хялбар мултарсандаа баярлан, бяцхан баяр тэмдэглэж байхад коллежийн багшаар ажилдаг Грийний аав нь ирсэн гэнэ. Хожим Грийн “Миний аав Маркд үнэхээр азтай мултарсан байна гэдгийг тайлбарлаж ойлгуулах гэж зөндөө их хичээсэн. Даанч Марк огт сонсохыг хүсээгүй юм. Тэгээд аав маань надад “дахиж хэзээ ч битгий Цукербергийн ажил, төсөлд нь хамтарч байгаарай” гэж захисан” хэмээн ярьжээ. өнөөдөр харахад энэ хорио нь олон сая долларын үнэтэй хорио байжээ.

Бусад олон хүний хувьд энэ тохиолдол нь тодорхой зүйлийг илэрхийлж байв. Марк олон нийтийн хэрэглэхгүй байж чадахгүй программыг бичиж чадах юм байна гэдгийг харуулсан. Харин энэ бүхэн түүний өрөөний найзуудын хувьд тийм ч гэнэтийн зүйл биш байлаа. Учир нь тэд урьд Microsoft болон мэдээлэл технологийн том том компаниуд Маркын зохиосон “Synapse” гэх мэт программыг авахаар үнэ хаялцаж байсан түүхийг нь мэдэх аж. Түүний ахлах сургуульд зохиож байсан “Synapse” хэмээх программ нь хөгжмийн урсгалыг таньж, тухайн хүнд таарах өөр дуунуудыг санал болгодог программ байв. Цукербергийн найзууд энэ программаа сая сая доллараар зарж болох байсан гэдгийг нь сонсоод гайхшралд орсон байна. Хэрэв энэ мэт зүйл нь биелэлээ олсон бол тэд өрөөндөө хавтгай дэлгэцтэй телевизор авч өгөхийг гуйх байсан болов уу.

Энэ маягаар Цукерберг жижиг жижиг Вэб программ хийсээр л байлаа. Тэрээр нэгэн удаа өөрийн “Аугустийн үеийн урлаг” гэдэг хичээлдээ зориулж жижиг программ зохиосон юм. Эхний семистерт тэр бараг энэ хичээлдээ суугаагүй ба харин семистрийн төгсгөл дөхөөд ирэхэд ангидаа байсан бүх зургийг багтаасан зургийн программ хийж, онлайн тавиад ангийнхаа бусад хүмүүс рүү и-мэйлээр урилга явуулж сэтгэгдэл үлдээхийг хүссэн байна. Ингээд л ангийхан нь сайтыг бүгдээрээ хэрэглэж, харин тэр өөрөө шалгалтын өмнөх орой бичсэн сэтгэгдэлийг сайтар судалж уншаад маргааш нь шалгалтандаа оржээ. Шалгалтандаа ч онц авах нь тодорхой. Тэрээр мөн Six Degrees of Harry Lewis гэдэг жижиг хэмжээний программыг өөрийн хайртай компьютерийн шинжлэх ухааны профессорын хүндэтгэлд бичсэн гэнэ. Харвард Кримсон гэх оюутнуудын сонины материалыг ашиглан тэрээр

оюутнуудын хоорондох холбоог олж, энэ нь хэрхэн профессор Левистэй холбогдож байгааг харуулдаг программ зохиожээ. Жишээ нь, программ руу ороод Харвардын дурын оюутны нэрийг бичихэд тухайн оюутан профессор Левистэй ямар шугамаар холбогдож байгааг харж болдог байв. үүнээс гадна Цукерберг бусад хүмүүсийн программ, төсөлд нь тусалдаг байлаа. Fasemash-ийн шуугианы дараа Цукерберг Харвардын Хар арьстай эмэгтэй оюутнуудын клубын веб хуудсыг хийж өгөхөд нь тусалжээ. Мөн төгсөх ангийн гурван оюутантай хамтран танилцах, нийгэмших зорилготой Harvard Connection гэдэг сайт дээр ажиллаж байсан байна. Тэр гурван оюутанд үдэшлэгийн урилга, хөнгөлөлттэй шөнийн клубын тасалбар, танилцах гэх мэт функцыг багтаасан шинэлэг сайтын санаа байв. Гэвч төгсөх ангийн гурван оюутан нь программистууд биш байсан юм. Хоёр нь ихэрүүд ба усан завийн спортоор хичээллэдэг, нэлээд амжилттай яваа тамирчид. Тайлер болон Камерон Винклевосс ба тэдний найз Дивя Нарендра нар юм. Програмын хэл мэдэхгүй учраас тэд Цукербергт төлбөр төлж сайтынхаа кодийг бичүүлэх санал тавьсан байжээ.

“Жижиг жижиг программ бичих нь зүгээр л миний хобби байсан юм” гэж Цукерберг одоо хэлдэг. “Тухайн жил би бараг том жижиг 12 ажлыг гараасаа гаргаад байсан юм. Мэдээж би энэ ажлуудынхаа алин дээр ч бүрэн тогтож, дагнаагүй...” Түүний хэлж байгаагаар ихэнх программууд нь хүмүүсийн хоорондох нийтлэг харилцаа, найз танилаа олох ба хүмүүс хоорондоо ямар шугамаар холбогддог талаар байжээ.

Цукербергийн олон нийтийн сүлжээний сайт хийх сонирхол нь урьд жилийн зунаас л төрсөөр байжээ. Тухайн үед тэрээр Харвардын Бизнесийн сургуулийн оюутны байранд өөрийн хоёр найзтайгаа амьдарч байв. Тэдний нэг нь Synapse гэгч хөгжмийн төрөл тодорхойлдог программыг Цукербергтэй хамтдаа хийсэн Адам Д’Анжело (тухайн үед Калифорнын Мэдээлэл Технологийн сургуульд сурч байсан) ба нөгөөх нь Харвардын програмын ангид суралцдаг Кан-Шинг Жин нар байв. Энэ гурван найз “Интернэт дэх програмын ертөнцийн ирээдүй юу байх вэ? Интернэтэд ирээдүйд ямархуу төрлийн программ ашигтай вэ?” гэх мэтийн талаар чамгүй их ярилцсан. Д’Анжело урьд жил нь өөрийн зохиосон програмыг вэбд ачаалласан байсан юм. Энэ нь Buddy Zoo гэх ба хэрэглэгчдийг өөрийн мессенжерийн найзуудын хуудсыг бусад найзуудын хуудсыг ачаалласан хүмүүстэй харьцуулах зорилгоор тавьдаг программ байв. Хэн хэн ямар найзуудыгаа хуваалцсан байгааг харж болох ба таны найзуудын хуудаснаас таны нийгмийн байр суурь, үзлийг тодорхойлж болдог ач холбогдолтой байв. Тухайн үед AIM буюу зурвас илгээх программ нь Америкийн залуу үеийнхэн тэр чигээрээ хэрэглэдэг харилцааны хэлбэр байсан ба мянга мянган хэрэглэгч өөрсдийн найзуудын хуудсыг BUDDY ZOO дээр байрлуулж байв. Ингэснээр BUDDY ZOO нь хэсэгхэн хугацаанд чамгүй амжилт олж чадсан аж. Д’Анжелод ашиг олох сонирхол байгаагүй учир тэр энэ ажлаа төд удалгүй хаясан байна. Энэ сайтынхаа ачаар тэд мөнгө олоогүй ч ололттой тал нь тэднийг цааш зөв чигт чиглэхэд тусалсан юм.

Өвлийн амралтын үеэр Цукерберг өөр нэг төсөл дээр анхаарлаа төвлөрүүлэн өдөр шөнөгүй кодоо бичин суув. Тэрээр энэ ажлаа түргэн дуусгах гээд нойр хоолгүй шамдан ажиллаж байлаа. өрөөний найзууд нь бусад ажилд нь анхаарал хандуулдаг байсан боловч энэхүү махран суух ажлыг нь төдийлөн тоосонгүй. Ингээд нэгдүгээр сарын 11-нд Цукерберг REGISTER.COM-д 35 долларын хураамж төлөн шинэ THEFACEBOOK.COM гэдэг хаягийг өөрийн нэр дээр бүртгүүлжээ. Энэ сайт нь Цукербергийн өөрийнх нь хийж байсан

CourseMatch болон Facemash-ийн санаануудыг нийлүүлсэн ба Friendster гэх сайтаас ч гэсэн санаа нэмэрлэжээ. Friendster нь хувь хүмүүсийн хуудсыг агуулах ба тухайн хүмүүс өөрсдийн хобби, дуртай хөгжим, хувийн мэдээллийг бөглөж найзуудын сүлжээг үүсгэдэг олон нийтийн сүлжээ сайт ажээ. Энэ мэт сайт нь хүмүүсийн танилын холбоо, нийгмийн сүлжээг бий болгодог ач холбогдолтой байсан байна.

Friendster нь тухайн үеийн олон нийтийн ихэнх сүлжээ сайтын адил шинэ танил, эсрэг хүйстэнтэйгээ танилцах, болзох, хайр дурлалаа эхлүүлэхэд зориулагдсан байв. Энэ нь тухайн оны өмнөх жил Харвардыхныг ёстой жинхэнэ шуугиулж хуйлруулсан сайт байв. Гэвч удалгүй Friendster нь дэлхий даяар алдаршиж олон үндэстний болон хувирснаар Харвард дахь хаанчлалаа дуусгасан юм. Ингэж гэв гэнэт өргөжсөн нь техникийн ачааллыг хэт их болгож, сайтыг улам удаан хэрэглэхэд илүү хэцүү болгосон байна. өөр нэгэн содон олон нийтийн сүлжээ сайт нь MySpace.com юм. Урьд жилийн наймдугаар сард Лос Анжелост ачааллаж эхэлсэн. Маш хурдацтай өргөжиж, хоромхон зуур сая хэрэглэгчтэй болж амжсан ч Харвардыхны хувьд тийм ч их сэтгэгдэл төрүүлээгүй сайт.

Харвард нь олон сарын турш Цукербергийн Facemash-даа ашигласан танилцуулга буюу бүх дотуур байрны оюутны танилцуугыг нэгтгэн нэгэн том хайлтын систем бий болгох гэж эрмэлзэж байжээ. Ийм ажил хийнэ гэдэг шинэ зүйл байлаа. Коллежид “Нэгдүгээр Курсийнхны Бүртгэл” хэмээх хэвлэмэл танилцуулга байсан ба үүн дээр зөвхөн бүртгэж л авдаг байж. Оюутнууд маш өргөн тэмдэглэгээ хийдэг байсан аж. Хөвгүүд хамгийн хөөрхөн оюутны зургийг дугуйлчихсан байх жишээтэй. Friendster дэлгэрснээс хойш оюутнууд уг программ дээр хийж болдог бүх л үйлдлийг сургуулийхаа цахим танилцуулгын хуудсанд хийхийг хүсэж байжээ. Гэвч тэд яаж гэдгийг ойлгоогүй байсан юм. Харвардын удирдлагад энэ мэт зүйл нь тийм ч их ажил биш байв. Сан-Францискогийн нэгэн залуу Friendster-ийг хийж болоод байхад бүхэл бүтэн Харвардын удирдлага яагаад чадахгүй гэж? Энэ мэт өдөөн хатгалт оюутнуудын дунд маш их байлаа. Тухайн жил олон коллежид оюутнууд танилцуулгаа онлайн болгох талаар сургуулийн удирдлагаас хүсэж байв. Crimson л гэхэд онлайн цахим танилцуулга хийнэ гэдэг санааг хамгийн их дэмжиж байв. Харин гол шалгуур нь оюутнууд өөрийнхөө мэдээллийг өөрсдөө удирдаж байх ёстой аж. Тухайн намар нь Цукерберг графикийн онолоор математикийн хичээлд суудаг байв. Харин семистер төгсөх үед оюутнууд ангиараа хоолонд орсон ба бүгд л цахим танилцуулга хэрэгтэй байгаа талаар ярьж байжээ. Ингээд л Цукерберг гэртээ ирэнгүүтээ тэдний хүсэж байсан зүйлийг хийгээд өгчихсөн байна.

Түүний хийсэн энэ сайт нь Харвардын удирдлагуудын санааг огт авч хэлэлцээгүй юм. Учир нь тэд дандаа л нэгдсэн танилцуулгын систем хийнэ гэж ярьдаг байсан. Гэвч хувийн мэдээллийг хэрхэн нийтлэх вэ гэдэг асуудлыг шийдэж чадахгүй байв. Тэдний бодож байснаар хувийн мэдээллийг сургуулийн захиргаа хөндөхгүй байх нь хууль ёсны шалтгаан болж байжээ. “Хэрэв зөвхөн хэрэглэгч өөрийнхөө мэдээлэл болон зургийг өөрийн хүслээр оруулсан бол Facemash-ийг тойрсон асуудлууд гарахгүй байлаа!” гэж Crimson сонин бичиж байжээ. Хожим Цукербергийн ярьж байгаагаар Crimson сонины facemash-ийн талаарх нийтлэл дэх ганцхан өгүүлбэр л түүнийг Facebook ямархуу байх ёстой талаар хэлээд өгсөн гэнэ.

Энэ л энгийн ойлгомжтой санаа болон оюутнуудын бодит мэдээлэл дээр үндэслэсэн

танилцуулга хийх Цукербергийн хүсэл Facebook-ийн гол тулгуур нь байв. “Бидний хүмүүсийг Харвардтай илүү ихийг хуваалцаасай гэж бодсондоо л үүнийг хийсэн юм. Сургууль дээр болж буй үйл явдалтай хүмүүс илүү холбоотой, илүү мэдээлэлтэй байгаасай гэж бодсон юм” гэж Цукерберг хожим өгүүлжээ. Түүний Харвардын оюутнуудад зориулсан сайт нь Friendster шиг танилцах, болзох зорилготой сайт биш, ерөнхийдөө маш энгийн харилцааны хэлбэр байсан юм. Гол санаа нь та танилуудынхаа талаар үргэлж мэдээлэлтэй байж, хаана юу хийж, тэдэнд юу тохиолдож буй талаар үргэлж мэдээлэлтэй байхад орших аж. Тиймээс энэ нь бодит амьдрал дээрх харилцааг дэмжих зорилготой сайт ажээ. Цукербергийн зарим найзын ярьж буйгаар түүний энэ шинэ сайт нь өөр шиг нь бүрэг ичимхий хүмүүст мөн зориулагдсан байж. Хэрэв та бусадтай харилцахдаа тийм ч сайн биш бол энэ бүхнийг илүү амар болгох цахим хуудас хийж яагаад болохгүй гэж? Facebook нь нэг чухал санаагаа өөр нэгэн эх үүсвэрээс нэмэрлэжээ. Энэ нь “холын зурвас” гэх ба AIM-н бүх хэрэглэгч компьютер дээрээ байхгүй, эсвэл завгүй байхдаа тавьдаг байсан жижиг өгүүлбэр, үг юм. Энэ богинохон, идэвхтэй өгүүлбэрүүд нь AIM-н хэрэглэгчдийн тухайн үеийн байдлыг илэрхийлдэг байлаа. Хэдийгээр хэт богинохон байсан ч энэ “холын зурвасууд” нь мөн адил тухайн хүний шашин, улс төрийн байр суурийг илэрхийлчихдэг чадалтай зүйл байв. Энэ мэт “холын зурвасууд” нь Цукербергд тун чухал, гүн ач холбогдолтой байжээ. Тэрээр бүр өөрийн найзуудын “холын зурвасууд” нь өөрчлөгдөхийг цаг алдалгүй мэдэгдэж байдаг жижиг хэмжээний программ хүртэл зохиосон байна.

Facebook нь ингээд AIM-н “холын зурвас” болон тэдний байнга өөрчлөгдөж байхыг мэдээлдэг дохионы хослол байхаар бодогджээ. Ингээд та өөрийнхөө тухай мэдээллийг тавьснаар найзууддаа юу хийж байгаагаа байнга мэдэгдэх ба таныг найзууд тань дагах, “мөрдөх” боломжтой болж байгаа юм. (өнөөдрийн Facebook-ийн статус нь AIM-н холын зурвасуудын нэгэн хэлбэр юм)

CourseMatch болон Facemash нь хоёулаа Цукербергийн унтлагын өрөөнөөс, түүний интернэтэд холбогдсон зөөврийн компьютерээс ачаалсан билээ. Гэвч CourseMatch-ийн амжилт түүний хатуу дискийг гэмтээж, үгүй хийсэн байна. Энэ үед Цукерберг өөрт хэрэгтэй маш олон чухал файлуудаа алдсан аж. Харин Facemash-ийн хувьд тэрээр өөрийн өрөөнөөсөө Харвардын сүлжээг ашиглан ачаалсан нь хамгийн том алдаа байж. Тиймээс одоо Цукерберг энэ хоёр алдаагаа дахин давтахыг хүссэнгүй. Онлайнаар олон хайлт явуулсны үндсэн дээр тэрээр Manage.com-д өөрийн кредит картаар бүртгүүлэн сар бүр 98 доллар төлж өөрийн нэрээр компьютер сервер дээр зайтай боллоо. Энэ нь юу гэсэн үг вэ гэвэл Facebook-ийн бүх л өгөгдөл нь энэ серверт хадгалагдах ба энэ цахим орчноос ачаалагдах юм. FACEMASH шиг энэ нь одоо www.HARVARD.edu-ийн нэг хэсэг биш, харин бүр тусдаа THEFACEBOOK.COM гэсэн бие даасан сайт болжээ. Анхнаасаа бүрэн итгэлтэй байгаагүй ч Цукерберг энэ бүхэн жирийн нэгэн хэсэг хугацаанд зугаацаад хаях ажил биш гэдгийг дотроо таамаглаж байсны үндсэн дээр ийнхүү илүү чухал хандсан байх.

Энэ бүхэн жирийн нэг зүйл биш, илүү ирээдүйтэй зүйл байсан гэдгийг Цукерберг гадарлаж байсны бас нэгэн баталгаа ньтэрээр бизнест нэлээд авьяастай залуу болох Эдуардо Саверинтай гэрээ хийсэн явдал юм. thefacebook-ийнхээ 1/3-ийг өгөөддоронд нь санхүүтэй холбоотой асуудалд туслах талаар гэрээ хийжээ. Саверины хувьд Facebook хэрхэн ашиг авчрах талаар бодох ёстой байлаа. Бразилийн бизнесийн магнат, баян айлын хүү Саверин нь шатар

гайхалтай сайн тоглодог байсан ба найзуудынхаа дунд “математикийн сод ухаантан” гэж алдаршсан нэгэн. Ингээд хоёр оюутан хоёулаа тал талаас тус бүр 1000\$-ийн хөрөнгө оруулалт хийхээр болсон байна. Жое Грийний ярьж байгаагаар Цукерберг түүнийг ч бас санхүүгийн тал дээр хамтрахыг гуйсан аж. Харин түүний аав профессор Грийн Facemash-тай холбогдсон хэргээс болж Цукербергд дургүй болсон байв. Тиймээс тэр Цукербергийн энэ саналд татгалзсан хариу өгчээ. Харин одоо тэрүүнийгээ “Тэрбум долларын алдаа” хэмээн даруухан хошигнолоор дурсан суудаг ажээ.

2004 оны хоёрдугаар сарын 4-ний өдөр Марк Facebook сайт руугаа оров. Нүүр хуудсан дээр нь: “Facebook нь коллежийн оюутнуудын цахим сүлжээний сайт юм. Бид Facebook-ийг Харвардын оюутнуудын хүсэлтээр нээв. Та Facebook-ийг ашиглан сургуулийнхаа хүүхдүүдийг хайх, ангид чинь хэн хэн байгааг мэдэх, өөрийн найзуудын сүлжээг харах, найзуудын найзуудыг харах боломжтой” гэж бичсэн байжээ. Цукербергийн өөрийнх нь бүртгэлийн дугаар 4, эхний 3 нь туршилтын журмаар нээсэн бүртгэл байсан юм. Тав дахь дугаарыг Хьюзес, зургаад Московиц, харин долоод Саверин бүртгүүлсэн байна. Цукербергийн ангийх нь найз Андроу МкКолум нь интернэтээс хайж олсон Аль Пачиногийн зургийг засаж янзлаад 0 болон 1-ээс бүрдсэн фон хийж өгснөөр Facebook-ийн лого нь бэлэн болжээ.

Сайт ч ачаалсан эхний өдрөөсөө л маш хурдацтай тархсан байна. Хамгийн анхны хэрэглэгчид болох Цукербергийн Киркланд дахь байрны хөршүүд нь өөрсдийн найзууд руугаа и-мэйл явуулан сайтад нэвтрэхийг санал болгож, найз болохыг урьсан байна. Энэ мэтээр хүн болгон өөр өөрсдийн найзуудыг урьсаар гэрлийн хурдаар тархжээ. Ингээд л Facebook нь ёстой сенсаац, том тэсрэлт болов. Бүтэн сайн өдөр буюу ачаалж эхэлснээс дөрвөн өдрийн дараа 650 гаруй оюутан элссэн байв. Харин даваа гараг гэхэд энэ тоо 300аар нэмэгдсэн байна. Facebook нь Харвардын оюутнуудын гол ярианы сэдэв болж байлаа. Оюутнууд зогсоо зайгүй хэрэглэж байв. Бүртгүүлэхийн тулд та өөрийн хуудсыг үүсгэж, өөрийн зургаа хийж, хувийн хэсэгхэн мэдээллийг ачааллахад л хангалттай байлаа. Мөн та найз залуутай (бүсгүйтэй) эсэхээ ч мэдээлэх боломжтой байв. Ганц бие, найзтай, аль эсвэл хосоо хайх...

гэсэн хэдхэн хувилбараас сонголтоо хийхэд л хангалттай. Мөн та өөрийн утасны дугаар, и-мэйл хаяг, AIM-н хаягаа ч хавсаргах боломжтой. Ямар ямар хичээл сонгосон (CourseMatch-аас авсан санаа), дуртай ном, кино, хөгжим, клуб, улс төрийн үзэл (хэт ардчилсан, ардчилсан, консерватив, хэт консерватив) гэх мэт, мөн өөрийн дагаж мөрдөж явдаг эшлэлээ хуваалцаж болох байв. Ингээд харвал Facebook нь өөрийн гэсэн агууламж, мэдээ огт байгаагүй юм. Энэ нь зүгээр л хэрэглэгчдийнхээ хийсэн мэдээллээр баяждаг интернэт программ гэсэн үг. Хувийн мэдээллээ удирдах нь анхнаасаа Цукербергийн хадгалж ирсэн сайтын онцлогуудын нэг байсан. Харин бүртгүүлэхэд шаардагдах гол шалгуур нь harvard.edu гэсэн и-мэйл хаяг. Энэ нь зөвхөн Харвардын оюутнууд л Facebook-ийг ашиглаж болно гэсэн үг юм. Harvard.edu гэсэн и-мэйл хаягаар бүртгүүлэх нь хэрэглэгчийг заавал жинхэнэ нэрээрээ бүртгүүлэхэд хүргэдэг байв. Энэ мэт оюутны жинхэнэ нэрээ ашиглаж бүртгүүлэх, дүр төрхийг нь таних явдал нь Facebook-ийг Friendster, MySpace гэх мэт интернэт “мангас”-уудаас илүү гарахад хүргэсэн аж. Thefacebook хэрэглэгч өөрийнх нь хувийн мэдээллийг хэн харж болох вэ гэдгийг яг таг тохируулж чаддаг байснаараа онцлог болж чаджээ.

Ингээд та өөрийн хуудсаа нээсэн бол коллежийн амьдрал таны өмнө нээлттэй байна гэсэн үг. Гэхдээ бага зэрэг хязгаарлагдмал. Бусдыг найзаар урьсан бол өөрийн найзуудын сүлжээг тусгай диаграммаар харах боломж бас Facebook-д байдаг ажээ. Тантай холбогдсон бүх хүнийг хэрхэн холбогдож байгааг харах боломжтой. Мөн та роке буюу найзууд руу “нудралт” явуулж болох байв. Роке дээр дараад л найзуудын чинь хуудсан дээр таны роке дарсан тухай мэдээлэл нь очих болно.

Хожим “Роке” функцыг яг яах гэж хийсэн талаар Цукербергээс асуухад “Бид ямар нэгэн төвлөрсөн зорилгогүй функц хийвэл хөгжилтэй байх гэж бодсон. Тэгэхээр оролдоод л бай. Учир нь хэн ч биднээс тайлбарыг авч чадахгүй. Хааяа юунд зориулагдсан нь мэдэгдэхгүй юм хийж бүтээх зугаатай байдаг шүү дээ” гэж хэнэггүйхэн хариулсан юм. Энэ мэт олон үйлдэл Facebook-ийг бусдаас онцгой болгож залуусын дунд амархан нэр хүндтэй болгосон юм. Сонирхож буй хүнс: эрэгтэй, эмэгтэй? Найз залуу (бүсгүйтэй) юу? Хэнийг хайж байна? Эдгээр асуулттай холбоотойгоор та хэн нэгнийг нударлаа гэхэд нөгөө хүн тань эргээд таныг нудрах зэрэг нь хайр дурлал, бэлгийн амьдралыг илэрхийлсэн байх жишээтэй. Тэгэхдээ үүнд муу зүйл гэж юу байна? Энэ чинь коллеж шүү дээ! Коллежийн оюутнуудын амьдралд энэ мэт нь байдаг л асуудал! Зарим нэг нь танилцах, хосоо олох зорилгоор ашиглаж байхад зарим оюутан нөгөө талд Facebook-ийг маш өгөөжтэй ашиглаж байлаа. Янз бүрийн бүлгэм нээж, үдэшлэг, уулзалт зохион байгуулахдаа ашиглаж байв.

Facebook-ийн өөр нэг боломж нь COURSEMATCH-тай адил тухайн оюутны ямар хичээлд суудгийг мэдэж болдог нэмэлт функц байсан юм. Facebook-ийг анх ачааллахад Харвардад дараагийн семистрийн анги сонголт хийх долоо хоног болж байсан юм. Оюутнууд энэ долоо хоногийг “туршилтын долоо хоног” гэх ба оюутан болгон дурын ангидаа сонирхон сууж болдог, таалагдвал тэр хичээлийг дараагийн семистертээ сонгодог, үгүй бол сонголгүй дураараа хаяж болдог. Харин Харвардын оюутнууд тухайн ангид өөртэй нь хамт хэн сууж байна вэ гэдэг дээр түшиглэж сонголтоо хийх нь элбэг. Тийм учир Цукербергийн Facebook-дээ оруулж өгсөн “хэн ямар хичээл сонгосон талаарх” нэмэлт функц нь Харвардын оюутнуудад маш их тустай байжээ. үүнийг эртнээс мэдэж байсан Цукерберг чухам яг энэ “туршилтын долоо хоног”-оор л Facebook-ээ ачаалласан ба энэ функцын ачаар Харвардын оюутнууд дунд амархан тархжээ.

Facebook нээгдсэнээс хойш Цукербергийн хайртай цагаан самбар нь өөр зориулалттай болов. Тэр самбар дээрээ Facebook-ийн тархацыг харуулсан диаграмм зурах ба өдөрт хэдэн хүн нэмэгдэж байна, хэн хамгийн их найзтай байна гэдгийг мөрдөх аж.

Тухайн сарын 9-ний өдөр буюу даваа гарагт Харвардын оюутны сонин болох Crimson-д Цукерберг ярилцлага өгчээ. Тэр “Сайтын гол санаа, агуулга нь хэрэглэгчийг найзуудтайгаа улам холбоотой байж, найзуудыгаа илүү мэдэж туршлагажих” гэсэн байв. Харин өөрийн Facemash-тай холбоотой хэргээс болгоомжилсон тэрээр “Болгоомжтой байж, хувь хүний өмч болон зохиогчийн эрхийг зөрчихгүй байх нь хамгийн чухал” гэж хэлжээ. Crimson сониныхон түүний байр суурийн талаар хэсэг судалсны эцэст нэгэн нийтлэлдээ “Цукерберг ямар нэгэн ашиг олох зорилгоор сайтаа нээгээгүй аж. Би хэнд ч хэн нэгний и-мэйл хаяг юмуу, ямар нэг мэдээллийг зарахгүй гэж тэр хэлж байсан удаатай. Мөн “Би Харвардыг төгсөгч оюутнуудыг сонирхож байгаа компаниудын хайлтын систем бүхий сайт хийе гэж бодож байсан.

Гэвчүүнийг эхлүүлээгүй. Учир нь бүх зүйлийг илүү ноцтой, чухал болгоод, сэтгэл ханамжийг үгүй хийж байсан болохоор тэр. Facebook-ийг хийх нь бизнес бус, сэтгэл ханамж ихтэй байлгах учраас л би хийсэн. Миний хувьд хийж буй ажлаасаа сэтгэл ханамжийг олж авах нь мөнгө ашиг олохоос илүү чухал” гэж хэлсэн нь түүнийг ашиг орлогын төлөө ажиллаагүй гэдгийг нь батлах бизээ” хэмээн бичжээ.

Магадгүй Facebook нь Харвардын оюутны байрны танилцуулгыг орлож болох ч анхнаасаа үүнээс ялгарч ирсэн нэгэн илэрхий том онцлогтой. “Оюутны дотуур байрны танилцуулга” сайтад коллежийн эхний өдөр байрандаа орохоор ирсэн оюутнуудын эв хавгүй, өнгө үзэмж тааруу зургийг тавьсан байдаг бол Facebook дээр хүн болгон өөрийгөө сайн талаас нь харуулах гэсэн, өнгөлөг зураг тавьдгаараа ялгарах аж. Crimson-д ажилладаг оюутан Амелиа Лестер (одоо бол Нью-Йоркер сэтгүүлийн ерөнхий редактор) Facebook-ийн талаар хоёрдугаар сарын 17-нд бичсэн хоёрдахь нийтлэлдээ “THEFACEBOOK.com нь хүмүүсийг романтик, дотно харилцаанд уруу татах зорилготой бүтээгдээгүй ч ажил дээр илүү олон зүйлүүд мэдрэгдэж байна. Хэн нэгэнд сээтэгнэх гэх мэт зүйлс thefacebook-ээс урган гарч байна” гэжээ.

Бие биетэйгээ өрсөлдөх хүсэл нь Facebook-ийн анхны өдрөөс л ил болсон зүйлүүдийн нэг. Facebook ачаалласан эхний өдрөөс л хэрэглэгчид нь найзуудтайгаа харилцаатай байж, олон мэдээлэл цуглуулж, мэдээллээс хоцрохгүй байхыг илүүд үзэхийн оронд найзуудын тоог чухалчлах болов. Одоо ч гэсэн энэ үзэгдэл хэвээр байна.

Facebook ачаалласан эхний долоо хоногт Харвардын оюутны тэн хагас нь бүртгэгдсэн ба хоёрдугаар сарын төгсгөл гэхэд бүх оюутны 3/4 нь Facebook-ийн хэрэглэгч болсон байв. Гэвч Facebook-ийн хэрэглэгч нь ганцхан оюутнууд байсангүй. Бүртгэхэд тавигддаг гол шалгуур нь harvard.edu гэх и-мэйл хаяг ба энэ нь ганцхан оюутнуудад бус, Харвардын ажилчид болон төгсөгч нарт ч байдаг. Тиймээс цэвэрлэгч, тогоочоос эхэлээд нобелийн шагналтай профессорууд хүртэл Facebook-д бүртгүүлэх боломжтой байжээ. Харин зарим оюутан Харвардын ажилчид энэ сүлжээнд байх ёсгүй гэсэн байр суурьтай. Тэгэхдээ тухайн үед тийм ч олон ажилчид бүртгэгдээгүй байсан юм. Төгсөгчид 1000 орчим байсан ба ихэнх нь сургуулиа төгсөөд удаагүй байгаа хүмүүс. Гурван долоо хоногийн дараа Facebook нь 6000 хэрэглэгчтэй боллоо.

Ажил нь өргөжин дэвжихийн хэрээр Марк Facebook-ийг амжилттай явуулахад туслалцаа хэрэгтэй гэдгийг ухаарч эхэлжээ. Тийм учраас тэрээр өөртөө хамгийн ойр байсан найзууд болох хамтран амьдрагчдаасаа тусламж гуйв. Facebook ачаалласнаас долоо хоногийн дараа тэр Дастин Московицтэй хамтран ажилах гэрээ байгуулжээ. Энэ үйл явдлаас хойш жилийн дараа Марк Дастинтай хэрхэн хамтран ажиллах болсон түүхээ ярьсан байна.

Өрөөний маань найз ирээд:

-Сайн уу. Би чамд тусламаар байна.

-Найзаа, чи чинь программийн хэл ч мэддэггүй шүү дээ.

Гэтэл тэр буцаж яваад “Тэнэгүүдэд зориулсан PERL” гэдэг номыг долоо хоногийн турш

судлачихаад ирсэн.

-За, одоо бэлэн!

-Юу? Facebook чинь PERL дээр ч бичигдээгүй шүү дээ!

Бидний дунд ийм яриа өрнөсөн ч би Дастинд Facebook-ийн таван хувийг эзэмших эрх өгч хамтран ажиллахаар болсон юм” өөрийнхөө эзэмших 70 хувиас таван хувийг нь Дастинд эзэмшүүлж, Саверины 30 хувь руу огт ороогүй байна. Ийнхүү программын хэл мэддэггүй байсан Московиц техникийн талаас биш, сайтыг бусад хотхонд дэлгэрүүлэх үйл ажиллагааг хариуцан ажиллах болов.

Бүр ачааллаж эхэлсэн эхний хоёр долоо хоногоос л Харвардаас өөр сургуулийн оюутнууд Цукербергээс хэзээ өөрсдийнх нь сургуулиудад Face-book нээлттэй болох талаар и-мэйлээр асууж байжээ. Харвардаас илүү өргөн хүрээг хамрах нь Цукербергийн толгойд анхнаасаа л орж байсан бодол. Хамгийн энгийн баталгаа л гэхэд нүүр хуудсан дээр нь хүртэл “Коллежийн оюутнуудын цахим сүлжээ” гэсэн байдаг. Зөвхөн “Харвардын” бус, бусад бүх коллежийн оюутнуудын гэснээс нь дүгнэвэл үйлчилгээ нь Харвардаар хязгаарлагдахгүй гэдгийг тодхон харж болно. Ийнхүү Московиц шинэ сургуулиудыг нэгтгэх ажлыг хариуцуулахаар болоход тэрээр дуртайяа хүлээн авч “Тийм ээ, улам өргөжье” хэмээн санал нэгтэй зөвшөөрсөн байна.

Московиц ч Цукербергийг код бичих бүрт нь хажууд нь байж, сурахыг үнэхээр хичээж байлаа. Тэрээр тийм ч амжилттай сураагүй ч цөхрөлгүй хичээн зүтгэдэг сайн зан чанараа бусдад таниулж өгсөн юм. “Марк ч заримдаа тэвчээргүйтэж, бухимдаж эхэлдэг. Харин Дастин бол тэс ондоо. Тэр бага багаар урагшаа тэмүүлсээр л байдаг” гэж нэгэн найз нь хэлжээ. Нугаршгүй тэвчээртэй тууштай зан чанарыг нь мэддэг Киркландын оюутны байрны найзууд нь түүнийг “бух” хэмээн хочилдог байв. Юу ч тохиолдож байсан урагш зүтгэдэг болохоор нь тэр.

Цукербергийн одоо ярьж байгаагаар бол Facebook-ийн амжилтад Московицийн оролцоо үнэлэшгүй их байсан гэнэ. Московиц бусад сургуулийн оюутан, ажилчин, төгсөгчдийг элсүүлэхийн тулд и-мэйл хаяг нь хэрхэн бүртгэгдсэн байдаг талаар судлах хэрэгтэй болдог аж. үүний үндсэн дээр бүртгэлийн журмыг шинэчлэдэг байв. Ингэсний дараа тэрээр оюутнуудын үзэх хичээлүүдийг мэдэх ёстой ба оюутны байрыг нь хүртэл судалдаг байжээ. Мөн тухайн сургуулийн оюутнуудын сонинтой тухайн хүнийг холбох хэрэг гардаг байв. Учир нь Facebook нь сургуулийн сонин дээр гарсан, тухайн оюутантай холбогдолтой бүх л мэдээллийг уг оюутны хуудас руу холбож өгдөг функцтэй байсан. Ингэж тухайн оюутан өөрийн анги болон өөртэй нь холбоотой сургуулийн сонинд гарах мэдээллийг цаг тухайд нь facebook-ийн хуудсан дээрээ авдаг нэгэн сайн талтай байв. Даанч энэ нь олон нийтэд нээлттэй болсноос хойш хаягдсан юм. Энэ мэт жижиг сажиг ажлыг хийхэд хагас өдрийг авдаг байсан боловч Цукерберг болон Московиц нар бүх хичээлдээ бүрэн суухын хажуугаар ажлаа амжуулан Facebook-дээ олон сургуулийг нэмэж хурдан тархааж чаджээ. Колумбын сургуулийн оюутнуудад Facebook нь хоёрдугаар сарын 25-нд нээлттэй болсон ба дараа өдөр нь Стэнфордын оюутнуудад, Иелийн оюутнуудад 29-нд нээлттэй болжээ. Колумбын оюутнуудад эхэндээ тийм ч идэвхтэй тархсангүй. Харин Стэнфорд бол Facebook-ийг алдрын

оргилд гаргасан сургуулиудын нэг байв. Стэнфордод нээгдсэнээс ердөө долоо хоногийн дараа л Stanford Daily сонинд “Thefacebook нь хотхон дунд яг л нян адил хурдан тархаж байна. Долоо хоногийн дотор Стэнфордын 2981 оюутан бүртгэгдсэн” гэсэн мэдээлэл бичигдэж байсан байна.

Цукерберг нь ярилцлага өгөх, олон нийтийн өмнө илтгэл тавих тун дургүй байсан боловч Stanford Daily сонинд олон удаа ярилцлага өгсөн юм. “Магадгүй тэнэг сонсогдож болох юм. Гэвч би хүмүүсийн амьдралыг сайжруулах дуртай. Ялангуяа нийгэмших талаар нь шүү дээ” гэж ярилцлага өгж байжээ. Сайт нь сар болгон 98 долларын өртөгтэй байсан учир тэр ямар нэгэн бизнес болгоход огт яараагүй байна. Мөн “Магадгүй бид зар суртачилгаа тавих замаар мөнгө олж болох юм. Харин одоо бол маш хямд өртгөөр үйл ажиллагаагаа явуулж байгаа учир сайтаараа бизнес хийхэд хараахан яарахгүй” гэж байжээ.

Энэ мэт олон ярилцлагыг тэр өгөхийг хүссэнгүй. Гэвч Facebook-д нэмэгдэж байгаа сургууль болгоны сонин нь Цукербергээс ярилцлага авах сонирхолтой байв. Харин Цукерберг болон тэдний багийнхан олон коллеж, сургуулийг нэмэхийн хэрээр олон удаа ярилцалга өгөх хэрэг гарах болох нь илэрхий. Тиймээс Цукерберг энэ асуудлаас гарах гарцыг амархан олов. Тэр бас нэгэн хүнийг Facebook-ийн үүсгэн байгуулагчдын эгнээнд нэгтгэв. Энэ нь хамтран амьдрагч, сайн найз Крис Хьюзес байсан ба Facebook-ийн хэвлэл, мэдээллийн төлөөлөгчийн үүргийг хүлээв. Ингэж компанийн хууль ёсны үүсгэн байгуулагч дөрвөн хүн ийнхүү бүрдэв. Facebook нь тухайн үед 10000 идэвхтэй хэрэглэгчтэй болсон байсан ба ачаалласнаас ганцхан сарын дотор энэ нь чамгүй сайн амжилт байв.

Facebook нь Харвардад хоромхон хугацаанд амжилт олсон ч Цукерберг өөрийнхөө сайтыг ямар нэгэн бизнес тал руу чиглүүлэхийг хүсэхгүй хэвээр байв. Харин тэрээр, төрөлхийн CEO хүн шиг загнаж, бусад сургуулиудад түгээхдээ өөрийн гэсэн тусгай стратеги тактикаар хөдөлж байлаа. Эхлээд Колумб, дараа нь Стэнфорд, тэгээд Иел гэсэн дарааллаар явсан нь ч тодорхой шалтгаантай байжээ. Өнөөдөр түүний хэлж байгаагаар бол энэ хэдэн сургуулиудад оюутны өөрийнх нь нийтийн цахим сүлжээ Facebook-ийг очихоос өмнө байсан байна. Тэгээд тэр өөрийнхөө “бүтээгдэхүүн”-ийг энэ оюутны сүлжээ аль хэдийн оршин тогтносон сургуулиудад туршиж үзэхээр шийдсэн нь тэр байж. Энэ алхам нь Цукерберг Facebook-ийн өрсөлдөх чадварыг шалгаж үзсэн хэрэг байв. “Хэрэв Facebook энэ сургуулиудын хувийн цахим сүлжээг ардаа орхиж, оюутнуудых нь хэрэглээ болж чадвал би Facebook-ийг бусад сургуулиудад ч гэсэн амжилттай нэвтрүүлж чадна гэдэгт итгэлтэй болох юм” гэж хожим тэр ярилцлага өгсөн удаатай.

Стэнфордод Цукербергийн “бүтээгдэхүүн” гэрлийн хурдаар тархсан байна. Стэнфордийн оюутнуудын цахим сүлжээ болох CLUBNEXUS нь Facebook-ийг нэвтэрсний дараа бараг л ажиллагаагүй шахам болсон гэнэ. Стэнфордын оюутнууд Facebook-ээс өөрсдийнх нь хүсэн хүлээж байсан яг тэр л зүйлийг олж харж чаджээ. “Энэ нь ямар нэгэн тайлбар шаардагдах зүйл биш байв. Бүгдэд ойлгомжтой, дээр нь маш ашиг тустай” гэж 2005 оны төгсөгч хэлсэн байна.

Харин Колумбын хувьд Адам Голдберг гэгч оюутан Facebook-ийг Колумбад нээлттэй болохоос сарын өмнө CUCommunity гэх цахим сүлжээг нээсэн байжээ. Дөрвөн долоо хоногийн дараа Facebook-ийг Колумбын сургуульд нээгдэхэд CUCommunity нь аль хэдийн

1900 сурагч болон 6700 оюутан идэвхтэй хэрэглэгчтэй болж, чамгүй амжилт олсон байжээ. Колумбад ноёрхлоо тогтоосон CUCommunity-ийн амжилтыг эвдэх гэж Facebook нэлээд хэдэн сарыг зарцуулсан юм. Удалгүй Facebook-ийн адил CUCommunity ч бусад их дээд сургуулиудад тархаж эхэлсэн. Харин Иелийн хувьдоюутнууд нь мөн л хоёрдугаар сарын 12-нд танилцаж, хосоо олох зорилго бүхий YALESTATION гэх сүлжээг ачаалласан байжээ. Хэдийгээр YALESTATION нь Facebook-ийг бодвол арай бага функцтэй байсан ч хормын дотор сургуульдаа танигдаж чадсан сүлжээ байв. Тухайн үед Иелийн бүх оюутны 60 хувь нь YALESTATION-д нэгдсэн байжээ.

Гэвч Цукерберг өөрийн сайтыг “далавчтай” гэдэгт хэнээс ч илүү итгэлтэй байв. Тиймээс ч тэр сайтынхаа тархацыг тэлж, найман сургуулийн нэгдэл болох Айви Лийгэд сайтаа нээжээ. Харин Дартмуф болон Корнеллд гуравдугаар сарын 7-нд нээлттэй болгосон байна. Цукербергийн багын найз нь Дартмуфийн Оюутны зөвлөлийн гишүүн нь байсан юм. Энэ найз нь бүх оюутантай холбогдох и-мэйл хаягийн системийг ашиглан Facebook-ийг тараахад тусалжээ. Дартмуфийн бүх оюутан руу Facebook-ийн урилга явуулахад 22:00 цаг болж байсан ба тухайн шөнө л гэхэд 4000 оюутны 1700 нь хэрэглэгч болж, нэг л шөнийн дотор гайхамшигтай хурдан тархсан байна. Тархацын хурд Цукербергийг үнэхээр гайхшруулж байсан учир ярилцлага өгөх дургүй тэр Дартмуфийн оюутны сонинд баярласандаа хөөрөн ярилцлага өгч байсан удаатай. Мөн Стэнфордод амжилттай нэвтрэхэд түүний багын найз Доббс Ферри нь тусалсан байна. Тэрээр Стэнфордын сүлжээнд орох хэрэглэгчийн нэр болон нууц үгийг хэлж өгсөн ба оюутнуудын и-мэйл хаягийн бүртгэлд хүртэл нэвтрэх асуудал дээр тусалсан аж. Ингээд л АНУ-н өнцөг булан бүрээс Цукербергд өөрийнх нь сургуульд сайтаа нээхийг гуйсан и-мэйл байнга ирдэг болов. Дахиад долоо хоногийн дотор өдөржин хичээлтэй байдаг Харвардын дөрвөн оюутан маань Facebook сайтаа Массачусетсийн Мэдээлэл Технологийн сургууль, Пенсилваниягийн их сургууль, Принстоны их сургууль, Броун болон Бостоны их сургуулиудад нээж чаджээ. Гуравдугаар сарын дунд гэхэд нийт хэрэглэгчийн тоо 20 мянгад хүрэв. Удалгүй Facebook-ийн багийнхны эгнээнд Цукербергийн ахлах сургуулийн найз, Synapse программыг хамтран бүтээж байсан Адам Д’Анжело нэгдэв. Адам Д’Анжело нь Московицэд шинэ сургууль нэмэх үйл явцын код бичих ажилд нь тусалдаг байжээ. Найман сургуулийг холбосон Айви Лийгэд Facebook жинхэнэ утгаараа өргөн хэмжээгээр тавигджээ. Учир нь энэ мэт том сургуулиудаас л жинхэнэ “найзуудын сүлжээ” бий болох байв. Жишээ нь ахлах сургуулийн найз нар хоорондоо холбогдох гэх мэт.

Өнөөг хүртэл Facebook дээр тухайн сургуулийн оюутнууд зөвхөн өөрийн сургуулийн оюутнуудын хуудсыг харж болдог байв. Хувийн мэдээллээ хэн харж болохыг хэрэглэгч дураараа засаж янзалж болох байсан ч ихэнх оюутан үүнийг ашигладаггүй, хайхралгүй өнгөрөөдөг байв. Жишээ нь Харвардын дурын хэрэглэгч өөр нэгэн дурын хэрэглэгчийн хуудсыг үзэж болдог боловч Харвардын хэрэглэгч Стэнфордын хэрэглэгчийн хуудсыг үзэж болдоггүй байв. Харин Facebook-ийн хувьд илүү өргөжин дэвжихийн тулд энэ мэт сургуулиудын цахим ертөнцөд бие биеэсээ ангид байхыг болиулах хэрэг гарч, сургуулиуд хооронд нь холбох хэрэг гарах нь тэр. Чухам энэ л Facebook-ийн хэрэглэгчдийн яг хүсэж байсан зүйлийн нэг байлаа. Ингээд Цукерберг болон Московиц нар ярилцсаны эцэст энэ мэт холбоо нь хоёр талаас харилцан зөвшөөрөлцсөний үндсэн дээр бий болох учиртай гэж боджээ. Энэ үеэс өнөөдрийг хүртэл Facebook нь яг энэ дүрмээр явж байгаа юм. “Хэрэв чи миний найз болох юм бол би чиний найз болно!”

Хэрэглэгч ихсэх тусам өртөг нь даган ихэссээр л...

Харин өртөг ихсэх тусам Цукерберг зар сурталчилгаа тавьж ашиг олох талаар бодох болов. Crimson сониныхон хүртэл “Ирээдүйд сайтан дээрээ зар сурталчилгаа тавих нь бидэнд таалагдаж ч магадгүй юм” гэж бичсэн нь түүнд ихийг бодогдуулж байлаа. Гуравдугаар сарын төгсгөл гэхэд Facebook 30 мянга гаруй идэвхтэй хэрэглэгчтэй болтлоо өргөжиж, manage.com-д таван сервер ашигласны хөлс болгож 450 доллар төлдөг болжээ. Цукерберг болон Саверин нар компанидаа дахиад 10000 доллар тус тус хөрөнгө оруулахаар болжээ. Энэ үед Саверин сайтдаа жижиг зар сурталчилгаа авдаг болсон ба хөдөлгөөнт үйлчилгээний байгууллагуудтай гэрээ хийсэн байна. Футболк болон коллежийн оюутнуудад хэрэгтэй бусад зүйлсийг сурталчлах болов. Энэ мэт сурталчилгаанууд нь сайтад дөрөвдүгээр сард л анх харагдах болсон юм.

Facebook-ийг ямар нэгэн асуудалгүй ажиллуулахад улам л хүндрэлтэй болж байв. Мянга мянган хэрэглэгч нэгэн зэрэг онлайн байж болох ба энэ нь серверийг заримдаа гацаахад хүргэдэг байв. Ингээд Цукерберг болон Московиц нар шинэ сургууль нэмэх асуудлаа одоо гарч байгаа алдаанууд, сайтыг удаашруулж байгаа хүчин зүйлүүдийг засаж залруулах хүртэл түр хойшлуулжээ. “Бидний өргөжилт серверийн багтаамжаас шууд хамаарч байсан юм” гэж хожим Московиц дурсдаг. “Бид зүгээр л болж буй бүх үйл явдалд тохируулан хурдтай ажиллаж, сайтаа сайжруулахад цаг хүрэлцдэггүй байв” гэсэн юм. Харин аз болж тэд энэ асуудлыг шинэ хэрэглэгчдийг түр хугацаанд хорих маягаар шийдэж чаджээ. Facebook багийн хоёр программист нь сайтыг хурдан бөгөөд саадгүй ажиллуулахад анхаарлаа хандуулан өдөржин шөнөжин суун шинээр кодлоно. Харин Московиц Цукерберг болон 25 милийн зайтай орших Калтекд байрлах Д’Анжело нараас шинэ зүйл сурахыг хичээж байв.

Цукерберг одоо бол тухайн үед Московицийн сэтгэл зүрхээ зориулан ажиллаж байсанд нь үнэхээр сэтгэл хангалуун байдгаа үргэлж бахархан ярьдаг. “Дастин бүх л зүйлийг маш чухалчилж авч үздэг байлаа. Би түүн дээр очоод хэнэг ч үгүй “Хөөе, энэ сургуульд өөр цахим сүлжээ орох гэж байгаа гэдгийг сая сонслоо” гэж хэлэхэд тэр “үгүй ээ, тийм байх учиргүй” гээд л өдөржин шөнөжин тухайн сургууль дээр ажилладаг байлаа. Тэр бол ёстой ажилч шоргоолж, хөдөлмөрч робот шиг л хүн. Харин өнөөдөр Facebook-ийг “төсөл” байсан гэдэг утгаар нь харвал би тийм ч их сэтгэл зүрхээ зориулж ажиллаагүй байсан санагддаг. Учир нь би бүх зүйл ингэж хол явна, миний бүтээгдэхүүн ийм том зүйл болтлоо өсөн дэвжинэ чинээ бодоогүй байсан юм. Би ихэнхдээ энэ чинь хөгжилтэй шүү дээ гэсэн байр суурьнаас ханддаг байлаа. Мөн бусад хичээлүүдээ ч таслая гэж ер нь боддоггүй байсан болохоор жижиг сажиг ажилд цаг төдийлөн гаргадаггүй байв. Харин Дастин бидэнтэй нэгдсэнээр үнэхээр их өөрчлөлтийг авчирсан юм” гэж Цукерберг одоо дурсан ярьдаг.

Цукербергийн багийнхан MySQL гэх мэт нээлттэй эх программ хангамж, болон Apache гэх мэт үнэгүй вэб хэрэгсэл ашиглаж сайтаа бүтээсэн нь бүхэл үйл ажиллагааг бүгдэд бололцоотой болгож, хамгийн хямд зардлаар босгоход тус болсон байна. Гэвч программ хангамж нь үнэгүй байлаа гээд ажиллуулахад ч энгийн, амархан байсан гэсэн үг биш. Цукерберг программ, код бичих тал дээр Московицаас илүү туршлагатай байсан ч тэр энэ мэт программуудыг урьд нь хэзээ ч ачааллаж үзээгүй байв. Тэр бүх зүйлээ хийх явцдаа сурчээ. өдөр болгон өдрийн тал буюу дөрвөн хичээлд суудаг, тэрнийх нь дөнгөж ганцхан нь

компьютерийн ухааны хичээл байсан ч тэр бие даан бүгдийг бага багаар сурч чаджээ.

Цукербергт эхлээд шинэ юм туршиж үзэх ганцхан хүслэн байсан боловч түүний ур чадвар нь хурдан тархацтай вэбсайт хийхэд бүрэн боломжтой, хангалттай байсан юм. “Гоц санаа, гоц ухаан, тэгээд эрмэлзэл байхад л амжилтад хүрнэ гэж бодож огт болохгүй. үүнээс гадна “азтай” байна гэдэг нь маш чухал” гэж Дастин Московиц байнга хэлдэг. “Харин Маркийн хувьд тэр энэ гоц ухаан, эрмэлзэл, аз гэгч гурван зүйлийг гурвууланг нь өөртөө багтаасан хүн юм. Тэр зөв цагт, зөв газар, зөв хүнтэй байсан тохиолдол нь дэндүү их. Тэр онцгой санаа олохоороо түүнийгээ биелүүлэхийн тулд уйгагүй зүтгэдэг. Харин зарим хүн эхлээд зөвхөн сургуулиа төгсөх ёстой гэж урдаа тавьдаг шүү дээ. Тэгвэл Марк бол “санаа”-г илүүд үздэг байсан юм. Санаагаа биелүүлэхийг чухалчилдаг байсан юм” гэсэн байна.

Facebook-ийн гайхамшигтай амжилт нь олон талаараа коллежоос эхэлсэнтэй холбоотой. Коллеж бол хүний амьдралдаа хамгийн их нийгэмшдэг, өөрийн нийгмийн байр суурийг хамгийн их тодорхойлдог газар шүү дээ. Московиц яг энэ зүйлийн талаар статистикийн хичээлдээ зориулсан эсээ бичихдээ Facebook-ийн тоо баримт дээр тулгуурлан бичсэн байна. Түүнд “Ихэнхдээ ямар ч хоёр оюутан дундын нэг танилаар холбогдож болдог аж. Энэ нь Facebook нь коллежид тийм хурдацтай тархсаныг тайлбарлаж чадна” гэж тайлбарлажээ. Тэр Facebook-ээс олж авсан энэхүү тоо баримтныхаа ачаар бүтэн семистер сайтынхаа ажлыг хийгээд статистикийн хичээлдээ суугаагүй чонц үнэлгээг авсан байна.

Харвард нь Цукербергт ажил нь амжилттай өөдлөн дэвшихийн бүхий л нөхцөлийг хангах ажээ. Московицийн хэлж байгаагаар бол Харвардад вэб сайт хийнэ гэдэг байдаг л нэгэн үзэгдэл гэнэ. Бүр “Хөрөнгө оруулалт, анхны хөрөнгө нь гайхшруулахаар их байсан ч гэсэн энэ нь байдаг л зүйлүүдийн нэг. Тэгэхээр “миний өрөөний хүүхэд янз бүрийн айхтар том сайтуудыг хийдэг “ гэж хэлбэл хэн ч нээх тоож үздэггүй, бараг онигоо болохоор байсан юм” гэжээ. (Хамгийн энгийн жишээ л гэхэд Винклевоссийн ихэрүүд ба Наренда нар ч гэсэн оюутны цахим сүлжээ хийхээр ажиллаж байсан юм)

Харвардын Цукербергт бэлэглэсэн өөр нэгэн бэлэг нь түүний өрөөний хамтран амьдрагч нар нь. Цукербергийн хамтран амьдрагч нар ч гэсэн онцгой, бусдаас илт ялгарахаар хүмүүс. Жишээ нь Московиц шиг хэдэн цагаар ч хамаагүй тасралтгүй ажиллаж чадах оюутантай нэг өрөөнд байна гэдэг бас л ховор тохиолдол. Московиц, Цукерберг хоёр сургуулийн эхний өдөр л байрандаа орохдоо анх танилцсан. өөрийн нугаршгүй зүтгэлтэй программист өрөөний анд болох Московицийг Цукерберг ердөө байдаг нэгэн хичээмтгий ажилсаг хүн бус, харин Facebook-ийн мэдээлэл, технологийн салбарын ерөнхий инжнерээр олон жил ажиллуулсан юм. Харин Крис Хьюзесийн хувьд зөвхөн Facebook-ийн хэвлэл мэдээллийн төлөөлөгч хийгээд зогсохгүй 2008 онд Ерөнхийлөгчийн сонгуулиар Барак Обамагийн кампанит ажилд гол үүргийг гүйцэтгэсэн бас нэгэн онцгой дүр төрх байв.

Мэдээж Facebook-ийн энэ бүх амжилт Харвардтай нягт холбоотой гэдэг нь илт. Харвард хэмээх сүрдмээр бас биширмээр сургуулиас үүссэн гэдэг нь хэн бүхний сонирхлыг татах нь тодорхой. Харвард гэдэг нь бүхэл газар, бүх л салбарт хүлээн зөвшөөрөгдсөн байгууллага. Харвардтай холбоотой байна гэдэг тухайн зүйлийг улам үнэ цэнэтэй болгож өгдөг. Харвардаас эхээ авсан нийтийн цахим сүлжээнд элсэнэ гэдэг нь өөрийгөө өндөрт үнэлдэг хүн болгоны илэрхий сонголт байв. Харвард гэдэг нэр нь нэр хүнд, сүр хүчийг араасаа

дагуулж байсан юм.

Мэдээж үүнийгээ дагаад Харвардын оюутнууд ч гэсэн нэр хүнд, статусын асуудал дээр хэт эмзэг ханддаг. Энэ сүлжээ нь тухайн оюутны нийгмийн зорилго болон амжилтыг тодотгож өгдөг байлаа. Цукербергийн эртний найз, бас ангийнх нь анд Сем Лессин Facebook-ийн анхны хэрэглэгчдийн нэг. Түүний хэлж байгаагаар Харвардын оюутнуудын нэр хүнд, олон нийтийн дундах өөрсдийнх нь байр суурь, далд өрсөлдөөн нь Facebook-ийн амжилтад нэлээд хэмжээгээр нөлөөлсөн байх нь. Учир нь Харвардын оюутнууд байр суурь, нэр хүндийн асуудал дээр маш санаа тавьдаг ба хэрэв тэд өөрсдийн хуудас болон найзуудын сүлжээг цахим хэлбэрт орохоор болбол Харвардад сурдаг элитүүд нь үргэлж нэгт байх ёстой гэдэгтэй холбоотой аж. Facebook нээгдсэнээс хоёр долоо хоногийн дараа Crimson сонинд Facebook-ийн талаар Амелиа Лестерийн бичсэн нийтлэлийг сөхөж үзвэл “Харвардын оюутнууд өөрсдийгөө илэрхийлэх, өөрсдийн нэр хүндийг батлах гэж хамгийн хэцүү, өөрт зовлонтой замаар явдаг нь тийм ч гайхахаар зүйл биш. Бидний олонх нь ахлах сургуульд сурсан зүйл, CV-гээ бичээд л танилцуулгад авч явдаг. Гэхдээ найз нөхдийн хувьд энэ нь асуудалтай. Тэгвэл Facebook нь яг үүнийг шийдвэрлэж чадаж байна. Энэ нь бусдад танигдах, дэлхий ертөнцөд яагаад та чухал вэ гэдгийг харуулах боломж юм. өөрөөр хэлбэл, энэ нь Харвардын оюутнуудын хамгийн сайн хийж чаддаг, хийх хамгийн дуртай зүйлүүдийн нэг юм” гэсэн байдаг.

Facebook-ийг яагаад заавал Харвардаас эхэлсэн тухай өөр нэгэн “бүүдгэр” домог бий. Энэ “домог”-оор бол Цукерберг нь хулгайч ба Facebook нь Харвардын бүлэг оюутнуудын санаа байсан юм байх. Хамгийн ихээр үүнд гомдоллож байгаа нь Винкелвоссын ах дүү нар бөгөөд тэдний найз Наренда нар аж. Энэ гурвын ярьж байгаагаар Facebook нь тэр чигээрээ тэдний хийхээр зэхэж байсан harvardconnection гэх нийтийн сүлжээ сайтын санаа аж. Харин тэр гурав программистууд биш байсан учир Цукербергийг хөлсөлж ажиллуулахаар болж ямаршуу сайт байх талаар санаагаа түүнд хэлсэн гэнэ. Ингээд 2-3 сар Цукерберг тэдний сайт дээр ажилласны эцэст амжилт олохгүй гэдэг шалтгаанаар хамтран ажиллахаас татгалзаад, тун удалгүй өөрийн Facebook-ийг хийчихсэн гэнэ. Энэ “домог” нь хожим түүний дөнгөж өндийж байсан компанийн хувьд нэлээд “үнэтэй” төлөөс болсон юм.

2004 оны дөрөвдүгээр сард сайт анх мэндлээд хоёр сар болж байхад менежер Саверин (Одоо Facebook-ийн ерөнхий санхүүг хариуцагч албан тушаалтай) Facebook-ийг бизнес чиглэл рүү нь хөтлөхийг хүсчээ. Тэрээр өөрийн ахлах сургуулийн байрлах Флорида мужид хязгаарлагдмал хувьцаат компани /ХХК/ байгуулав. Хамтран эзэмшигч нь Цукерберг, Московиц нар.

Хэдийгээр сайтын эхний хэдэн долоо хоногт орлого өчүүхэн байсан ч түүний компанид хөрөнгө оруулах хүсэлтэй хүмүүс Цукерберг рүү тасралтгүй утасддаг болов. Тэд ер бусын хурдтай өргөжин тэлж байгаа шинэ сайтын талаар сонссон ба бүгд л түүний цагаар биш секундээр өргөжин тэлэх компаниас хэсэгхэн ч болов хувьцаа эзэмшихийг хүсэж байлаа.

Түүний ангийн найз болох Лессиний аав нэрт эдийн засагч байсан ба семистрийн төгсгөлд Цукербергийг Нью-Йоркоор дагуулан явж хэвлэл мэдээллийн салбарт нэр хүндтэй, амжилттай яваа гэгдэх хөрөнгө оруулагч, эдийн засагч нартай уулзуулсан байна. Энэ мэт жижиг уулзалтад нэгэн бизнесмен Цукербергээс Facebook-ийг 10 сая доллараар худалдан

авах санал тавьжээ. Тухайн үед Facebook нь мэндлээд дөнгөж дөрвөн сар болж байсны дээр тийм ч их орлогогүй байсан ч Цукерберг дээрх саналыг хүлээж авалгүй, шууд татгалзжээ.

2. Пало-Алто

“Үүсгэн байгуулагч, эзэн, удирдагч хийгээд төрийн дайсан”

2004 оны хавар буюу Харвардын семестрийн төгсгөл үед Facebook нь улам л завгүй болсоор байв. Тавдугаар сарын төгсгөл гэхэд Facebook нь 34 сургуульд үйл ажиллагаагаа явуулж байсан ба бараг 100.000 хэрэглэгчидтэй болтлоо өргөжсөн байжээ.

2004 оны зургадугаар сард санхүү хариуцсан Саверин нь банкны данс нээж өөрөөсөө 10.000 долларыг хөрөнгө хэлбэрээр оруулж мөн энэ дансандаа зар сурталчилгааны орлогоо хийх болсон байна.

Энэ явдлаас сарын өмнө Саверин нь Y2M гэдэг нэгэн фирмтэй холбогдсон байв. Y2M нь коллежийн сонин, болон веб сайтуудад зар сурталчилгаа зардаг байгууллага байв. Саверин тэднийг Facebook-д зориулж зар сурталчилгаа зарах талаар ярилцахаар уулзалтанд урьсан байжээ. Саверин Цукерберг хоёрын улирлын шалгалт болон компанийн бичиг цаасны ажлаас болж уулзалт хэд хэдэн удаа хойшлогдсон байна. Ингээд арай гэж нэг Y2M-ынхантай уулзахад, тэдний төлөөлөгч Тришиа Блак, Цукербергийн авчирсан Facebook-ийн нэг өдрийн хандалтын индикаторыг үзээд нүдэндээ итгэсэнгүй. Урьд өмнө нь харж байгаагүй их ачаалалтай коллежийн сайтын хандалтын индикатор байсан нь тэр аж. “үгүй ээ, та хэд алдаатай тооцоо гаргаж байгаа байхаа, арай л бодит биш байна” гэж хэлэхэд Цукерберг өөрийнх нь хяналтын программыг хүмүүсийнх нь хамт Facebook дээр хэдэн өдрийн турш ажиллахыг санал болгожээ. Тэд ч зөвшөөрөв.

Ингэж хэдэн өдөр ажилласны дараа үнэхээр итгэмээргүй дүн гарах нь тэр. Цукербергийн үзүүлэлт нь алдаагүй байжээ. Тришиа болон тэдний хамтран ажиллагсад үнэхээр гайхаширалд оров. Y2M удалгүй зар сурталчилгаануудаа байрлуулах болсон ба 30 хувийн шимтгэл авахаар гэрээг байгуулжээ. Тэдний хамгийн эхний зар сурталчилгаа түрээслэгч байгууллагуудын нэг Mastercard байсан юм. Тэд оюутнуудад зориулсан кредит картны реклам тавьдаг байжээ.

Facebook нь үнэхээр алмайруулам үр дүнг зар сурталчилгааны зай түрээслэгч байгууллагууддаа авчирдаг байлаа. Хэрэв бусад сургуулийн сайтуудад зүгээр сурталчилгаа тавих хэрээр мөнгө өгдөг байсан бол Mastercard-ынхны хувьд зөвхөн оюутан шинэ картны гэрээг байгуулбал л мөнгө төлөхөөр гэрээ байгуулжээ. Тухайн үед Facebook нь 12 сургуульд үйл ажиллагаагаа явуулдаг байв. Mastercard энэ гэрээгээ пүрэв гаригийн өдрийн 17 цагаас эхлэх болсон аж. Тэгтэл зөвхөн нэг өдрийн дотор л гэхэд Mastercard нь 4 сарын турш авдаг байсан захиалгаасаа хоёр дахин их захиалгыг хүлээж авах нь тэр. Ингэж амжилт олсны гол шалтгаан нь Face-book яг тохирсон хүмүүсийнхээ өмнө зөв сурталчилгааг тавьсанд оршиж байсан юм. Учир нь Facebook-ийн ихэнхи хэрэглэгчид нэртэй сургуульд сурдаг чинээлэг оюутнууд аж. үр дүнд нь Mastercard Facebook хоёр нь цаашид хамтран ажиллахаар болсон билээ. Y2M-ийн удирдлагууд Facebook-ийн чадамжинд бүрэн найдах болж, томчуудтай өрсөлдөхүйц тоглоомын дүрмийг өөрчлөгч компаниудын нэг болж чадна гэдэгт итгэжээ. Иймээс нэгэн өдөр гэнэтийн санал тавив. Блак болон Y2M-н удирдлагууд Цукербергтэй уулзаж хөрөнгө оруулалт хийж болох талаар асуужээ. Залуу CEO -ийн тавьсан нэг шаардлага

нь хэрэв Y2M нь Facebook-д 25 сая доллартай тэнцэх хөрөнгө оруулалт хийнэ гэдэгтэй санал нийлбэл бодож үзэх гэсэн байв. Y2M харзнахаар боллоо.

Энэ мэт асуудал дээр Цукерберг нь хайхрамжгүй мэт хандахыг эрмэлзэх нь элбэг. Тэр ихэнхдээ аливаадцөөн үг хэлэхийг хичээх ба энэ нь хоосон магтаал, хуурсан гуйлтуудтай нүүр тулахаас сэрэмжилдэг байв. Тэрээр Y2M-ийн саналд тийм ч дуртай байгаагүй бөгөөд яагаад гэвэл Facebook-ийн ирээдүйг хангалттай сайн дүрсэлчихсэн байжээ. Харин энэ дүрслэл нь “мөнгө” гэдэг зүйлтэй тийм ч их огтлолцохгүй байлаа. “Бид дэлхийг өөрчилнө өө” гэх үгсийг нь Блэк тодхон санах аж. “Миний бодоход бид дэлхийг илүү нээлттэй, илэн далангүй орчин болгож чадна гэж бодож байна”. Энэ л үгийг Цукерберг дараа дараачийн жилүүдэд улам их хэлдэг болсон юм.

Цукербергийн хувьд хэрэглэгчдээ тухтай, аятай байлгах нь зар сурталчилгаа зарах замаар мөнгө олохоос илүү чухал байлаа. Тэрээр зар сурталчилгааг зөвшөөрдөг ч зөвхөн өөрийнх нь хатуу шаардлагыг биелүүлэхийг шаарддаг байжээ. Сурталчилгаа тавигчид нь зөвхөн стандартчлагдсан баннеруудыг ашиглах ёстой байв. Тусгай санал тавих албан байгууллагуудын зар сурталчилгаа тавихыг нь зөвшөөрдөггүй байв. Y2M-ийн төлөөлөгч болох Жошуа Айверсон:

-Марк хэзээ ч сурталчилгааг хүсдэггүй байсан. Харин Эдуардо бол төрөлхийн бизнесмен учир ашиг олж болох нүх сүвийг анхнаасаа л эрж хайж байсан. Тэгэхдээ мэдээж орчин үеийн веб мангасуудын хувьд зар сурталчилгааны талаар бодохгүй байна гэдэг бол хамгийн “худлаа” асуудал гэжээ.

Y2M нь Цукербергийг Аризонагийн их сургууль гэх мэт олон оюутантай газар луу Facebook-ээ тэлэхийг ятгаж байлаа. Гэвч тэр найман сургуулийг нэгтгэсэн Айви Лийг шиг юмуу аль эсвэл зөвхөн өөрсдийг нь нэмэхийг хүссэн и-мэйл явуулсан сургуулийг л нэмнэ гэдэгт эрс шийдэмгий байлаа. Энэ нь Facebook-ийн үйлчлэх хүрээг хумин, бусдаас “тансаг онцгой” болгож байв. Учир нь, хаана ч байдаг юм үнэ цэнээ алдаж, хог мэт болдгийн адилаар тэр Facebook-ийг улиг болсон сайт болгохыг хүссэнгүй. Зар сурталчилгаа захиалагчид нь ч хүртэл Facebook рүү нэвтрэн өөрсдийн зар сурталчилгааг харж чаддаггүй байв. Учир нь Цукерберг зөвхөн тухайн сургуулийн ажилчин, төгсөгч болон оюутан л бүртгүүлдэг байхаар сайтаа тохируулсан байсан учраас тэр. Энэ мэт сурталчилгааны зай түрээслэгч нь хүртэл өөрсдийн сурталчилгаа хаана байрлаж хэрхэн харагдаж байгааг нэвтэрч нүдээрээ үзэж чадахгүй гэдэг нь үнэхээр хаана ч сонсогдоогүй зөвхөн Facebook-д л байх зүйл байв.

Гэвч энэ сурталчилгаа тавигч байгууллагуудад тавих хатуу шаардлагуудыг эс харгалзан Блэк нь Facebook-ийн бяр чадалд хангалттай итгэх болжээ. Ингээд Y2M-ийн Facebook-ээс хувьцаа авах гэж оролдсон нь бүтэлгүйтэхэд Блэк нь Саверинтай хамтран ажиллах болсон байна.

Энэ үеэр Цукерберг алдаа гаргахгүйг их хичээх болов. Ганц туулай хөөгөөд алдах нь дэндүү харамсалтай. Тэрээр Facebook-ийн амжилтанд тийм ч амархан хууртчихсангүй. Яг үнэндээ, тэрээр энэ ажил нь амжилт олно гэдэгт ихэд найдаж байсан хэдий ч ингэж их хурдацтай урагшилна гэж огт бодоогүй юм. Тэрээр одоо болтол Facebook-ийг ажлуудынхаа нэг төдийгүй жирийн нэг нь биш ихээ сонирхолтой зугаагаа гаргадаг төслүүдийн нэг л гэж хардаг байв. Хичээлээсээ бусад ихэнх цагийг Facebook-д зориулж байсан бөгөөд нэг

авьяаслаг программист оюутан Андрю МкКолумтай хамтран Wirehog гэдэг өөр төсөл эхлүүлэхээр шийджээ. Цагтаа шуугиан тарьж байсан дуу, хөгжим интернэтэд ачаалладаг сайт болох Napster-аас санаа аван өгөгдөл ачааллагч үйлчилгээний сайт нээхээр шийджээ. Хэрэглэгчид зөвхөн дуу солилцоод зогсохгүй дүрс, бичлэг зэрэг олон төрлийн цахим өгөгдлийг байрлуулах, солилцох боломжыг зөвхөн найзуудын хооронд олгох юм. Эдгээр нь эцэстээ шууд Facebook-тэй холбогдох ёстой. Facebook дээр найзууддаа дуу, дүрс, бичлэгээ үзүүлж, солилцмоор байвал эл сайтыг ашиглах байв.

Цукерберг зарын вэб сайтаас Пало-Алто гэдэг газар байдаг фермийн зориулалттай байр олж, зунжин түрээслэхээр болов. Тэр ийнхүү Калифорн руу очих болсон нь хэд хэдэн шалтгаантай. Андрю МкКолум Пало-Алтогийнх бөгөөд тэр Electronic Arts хэмээх тоглоомын ертөнцийн “акул” компанид зун ажиллах болсон болохоор Wirehog төслөө дуусгахын тулд тэрэнтэй ойрхон байх хэрэг гарлаа. Найз Адам Д’Анжело ч Пало-Алтод ирэхээс татгалзахгүй байв. Гэвч түүнийг Калифорни руу дуудсан хамгийн том дуудлага нь Пало-Алто гэх энэхүү “техник, технологийн хот” өөрөө байв. “Пало-Алто бүх мэдээлэл технологийн “акул” компаниуд цугларсан оньсого таавраар дүүрэн хөндий шиг л санагдсан.” гэж Пало-Алтод ирснээс хэдэн сарын дараа хэлж ярилцлагандаа дурдаж байжээ. “Тэгээд би яг л дүрсгүйтэн, очиж шалгаж үзмээр санагдсан юмдаа!”

Дастин Московицийн тусламж хэрэгтэй байсан тул Калифорни руу цуг явахыг гуйжээ. Уул нь Московиц Харвардын компьютерийн лабораторид үйлчлэгчийг хүлээж авдаг референтийн зуны ажилд аль хэдийн орсон байлаа. Дастин хэзээний чадалтай хүмүүсийн нэг болсон байв. Түүний шоргоолж мэт ажиллах чадвар хийгээд програмчлалын талаархулам улам арвижих мэдлэг, туршлага нь Facebook-ийн өдөр тутмын үйл ажиллагаанд зайлшгүй хэрэгтэй байв. Цукерберг Харвардын компьютерийн лабораторид ажилласнаас их цалин амласнаар түүнийг ятгаж чадсан юм.

Цукербергийн өрөөний найз, мэдээллийн төлөөлөгч Крис Хьюзес бас л Францад зуны хөтөлбөрт хамрагдчихсан байсан бөгөөд Пало-Алтод бүр сүүлд л нэгдэх байв. Түүний Хойд Каролинагийн гэр бүл нь тийм ч чинээлэг биш айл байсан учир энэ мэт аз, зориг туршсан асуудалд нэлээд эмзэг ханддаг байжээ. Харин угийн чинээлэг айлын хүү болох Саверины хувьд Пало-Алто руу явж чадахгүй хувийн шалтгаануудтай байв. Тэрээр Нью-Йорк явахаар төлөвлөсөн сурталчилгааны болон хөрөнгө оруулагч олон фирмтэй аавынхаа эрх мэдэл, танил талыг ашиглан танилцаж авахыг хүсэж, тэдэнтэй уулзах төлөвлөгөөтэй байсан байна.

Шон Паркер уцаартай байв. Пало-Алтод үнэхээр халуун байсан тул биеийн хүчний ажил хийхэд тэвчишгүй ажээ. Гэвч түүний түрээсийн хугацаа нь дуусаж, тэрээр халаасандаа багахан мөнгөтэй хоцорсон байв. 2004 оны зургадугаар сар. Тэр найз охиныхоо байшингийн хажууд өөрийн машинаас хайрцагтай зүйлс буулган зогсоно. Түүний машин нь цав цагаан BmW 5 байх бөгөөд тэрээр энэ машинаа “цаг сайхан” байхад авсан аж. Паркер өөрөө ч ганган нэгэн. Түүний буржгар бөгөөд цайвар үс нь өөрт нь тун зохидог. Нас залуу /24-тэй/ туранхайдуу учир загварлаг хувцасладаг. өнөөдөр хөлсөндөө зууралдсан ч үнэтэй футболк өмссөн байлаа.

Урдуур өнгөрөх банди нарыг тэрээр ажиглан зогсов. Түүний буулгаж байгаа хайрцаг дотор маш үнэтэй компьютерийн төхөөрөмжүүд байжээ. Тэрээр энэ банди нарыг гадаад байдлаас

нь дүгнэж, дургүйхэн зогсоно. Энэ халуун өдөр бүгд л малгайтай цамц өссөн байсан нь үнэхээр хачирхалтай санагдав. Хэдэн хулгианууд аятай. Тэгтэл хамгийн намхан нь яг өөдөөс нь алхаж яваа харагдана.

“Паркер!” гэж баярласан байртай түүнийг угтан ирэх нь тэр. “Шон, би Марк байна аа, Марк Цукерберг”. Шон Паркер хэсэг гайхан зогссоны эцэст гэнэт түүнийг санаж эхлэв. Энэ хүн хоёр сарын өмнө Нью-Йоркод уулзаж байсан залуу байв. Түүнийг энэ зун Калифорнид очих гэж байсныг ч санажээ.

Цукерберг хамт явж байсан дөрвөн найзыгаа танилцуулав. Бүгд гудамжны хулгианууд биш, Харвардын оюутнууд байлаа. Facebook-ийн буржгар үст, хамтран байгуулагч Дастин Московиц, Анджо МкКолум болон түүний шинэ Wirehog дээр хамтран ажиллаж байгаа найз, тэгээд Facebook багийнхны зуны турш ажилуулахаар хөлсөлж авсан Харвардын шинэ оюутан Эрик Шултинк, Стефен Давсон-Хаггерти нар байв. Хөвгүүд машингүй учир бараг хоёр км гаруй газар алхаж, хүнсний дэлгүүр орчихоод явж байгаа нь тэр байв. Тэд эндээс холгүй байр түрээслэсэн байжээ. Цукерберг ч Паркерийг байрандаа урьсан байна. Ингээд хэдэн цагийн дараа манай “ганган” залуу тэдний байрлах 819 Ла Женифер Вай-д зочлов.

Шон Паркер Facebook-ийн богино намтар дахь хэрүүл маргааны эзэн болж үлдсэн түүхтэй. Тэрээр өөрийнхөө насны хэнээс ч илүү интернэтийн туршлагатай нэгэн байжээ. 1999 онд интернэт ертөнцөд Напстерийг үндэслэгч Шон Фаннингтэй шуугиан тарьж байсан удаатай. Харин Напстертэй тийм ч удаан зууралдаагүй бөгөөд жилийн дараа Напстераас гарч, өөрийн Плаксо гэх интернэт компанийг хэсэг хүмүүстэй хамтран байгуулжээ. Ажил төрөл нь ч амжилттай урагшилж, мянга мянган хэрэглэгчтэй болсон байна. Гэвч санхүүгийн ивээн тэтгэгчидтэйгээ дахиад л хэл амаа олж чадсангүй. Компанийг нь хамтран үүсгэн байгуулагчид буюу эдийн засаг, санхүү хариуцсан хүмүүс нь түүний хэнэггүй, төлөвлөгөөгүй байдаг занд дургүй байжээ. Хэдийгээр тэр “галзуу” ухаантай, сийрэг толгойтой гэгддэг байсан ч түүний болгоомжгүй байдал, ажил хэрэгч бус зан чанар нь хамтран ажиллагсдад нь таалагддаггүй байв. Мөн түүний шоу цэнгээнтамьдрал нь ч ялгаагүй. Тэрээр компанийхаа ямар нэгэн ажлыг дуусгахын тулд нойр хоолгүй, өдөржин шөнөжин компани дээрээ байдаг ч дууссаныхаа дараа ор сураггүй хэд хоногоор ч хамаагүй алга болчихдог байв. Ингээд энэ байдлыг удаан тэвчээгүй хамтрагчид нь Паркерийг халсан байна. Тэд хувийн мөрдөгч хөлслөн түүнийг халах шалтгаануудыг баримтжуулж байжээ.

Паркер Цахиурт Хөндийн (silicon valley) олон захирал, амжилттай яваа бизнесменүүдийн адилаар нийтийн сүлжээ сайт нь маш том бизнес, хөрөнгө болно гэдэгт итгэлтэй явдаг байжээ. Тиймээс ч 2003 оны намар Цахиурт Хөндийн хамгийн том хөрөнгө оруулагчид нийтийн сүлжээний дээд зэрэглэлийн дөрвөн сайтад 36 сая доллар зориулсан байв. Friendster, LinkedIn, Spoke, Tribe гэх мэт. Гуравдугаар сарын төсгөлд буюу Facebook нь дөнгөж Стэнфордод дэлгэрээд байх үед Паркер гэнэт Цукерберг рүү и-мэйл явуулсан байна. Тэрээр өөрийн Напстерийн түүхээрээ анхаарлыг нь татсан ба Цукербергийг Сан Франциско, Пало-Алтогийн “нийтийн сүлжээ сайтын” утга учир, энэ сайтыг цаана орших хүч чадал, бизнесийн ач холбогдлыг ойлгодог нөлөө бүхий хүмүүстэй холбож өгөх саналыг тавьжээ. Тэрээр и-мэйлдээ LinkedIn болон Трайб нарын захирлуудыг танина гэсэн ба тэд ирээдүйд нийтийн сүлжээ сайтуудад хэрэг болох түлхүүр санааг хамтдаа худалдаж авсан талаар

дурдсан байна. Паркер энэ санаа нь Facebook-ийн эсрэг ашиглагдахгүй байх талаар анхаарч үзэх хэрэгтэй гэсэн бөгөөд ер нь тэд уулзах зайлшгүй шаардлагатай байгаа талаар бичжээ. Саверин түүн рүү хариу бичиж, тэд Нью-Йоркт уулзахаар болсон байна.

Дөрөвдүгээр сард Паркер тэр хоёртой уулзахаар Нью-Йоркт ирэв. Уулзалтад Цукерберг найз охин Присцилла Чантай ирсэн байсан ба Саверин ч гэсэн найз охинтойгоо ирсэн байлаа. Цукерберг сандарч, мөн баярлаж байв. Учир нь тэрээр интернэтэд гарсан “том тэсрэлт”-үүдийн нэг болох Напстери-ийг зохиогчдийн нэгтэй уулзана гэхээс дотроо догдлон суух ажээ. Харин Паркер Цукербергийн хоромхон хугацаанд амжилт олон гарч ирсэнд нь түүнийг гайхан биширч байлаа. Ингээд яриандаа Цукерберг Facebook-ийн ирээдүйн талаар тээж буй бодлоо ярьсан байна. Паркерийн бодож төсөөлж байснаас гүн бодолтой, бүх юмыг дуустал нь бодсон хүн байв. Цукербергт “Тялс хэдэн юм хийчихээд, хэдэн доллар олчихоод арилаад өгөө” гэсэн бодол байгаагүй юм. Тэр Facebook-ийг “хурдан баяжих дамжаа” мэтээр огт хандаагүй байв. Харин түүний бодол нь яг л “ямар нэгэн соёлын үнэ цэнийг бүтээгээд, дэлхийг хамрах гэж хичээнэ” гэсэн байр суурьтай байсан юм. Тэрээр коллежийн оюутан, түүний хувьд дэлхийг хамрах гэдэг нь коллежоо байлдан дагуулахтай л ижил мэт шүү дээ. Паркер Цукербергийн бодол, төлөвлөгөө үнэхээр гайхамшигтай, амбицитай, зорилготой, бат бэх байсныг одоо ч санадаг аж. Ингээд уулзалтын төгсгөлд Паркер өөрийн банкны дансаа гаргаж ирэн зоогийн төлбөрийг төлөв.

Нью-Йорк дахь уулзалт түүнд гүн сэтгэгдэл төрүүлсэн учир энэ явдлаас хоёр сарын дараа, Цукерберг Паркертай Пало-Алтод гудамжинд таараад түүн дээр шууд л очсон байна. Түүний хувьд Паркер Facebook-ийн яг юу хийж байгаа талаар жинхэнэ утгаар нь ойлгож чадах цөөн хүний нэг юм шиг санагдсан ажээ.

Facebook-ийн ажил хэрхэн өрнөж байгаа талаар танилцуулаад мөн Харвардын найзуудаа Паркертай танилцуулахаар ойр орших ресторанд дагуулан оров. Тэд ресторанд ийнхүү ярин сууж байхад Паркер өөрийнхөө хувийн хуульчаас яаралтай дуудлага хүлээж авчээ. Муу мэдээ иржээ. Плаксогийн удирдах зөвлөл Паркерийн эзэмших Плаксогийн хувийн бараг талийг нь шахуу өгөхгүй болсон шийдвэр гарсан байна. өөрөөр хэлбэл, тэр Плаксогоос “жийгдэж” байсан хэрэг аж. Хэрэв Плаксо нь олон нийтийнх болж өргөжөөд, эсвэл гурвдагч этгээдэд зарахаар болсон бол Паркер их мөнгө олохгол боломжоо алдаж байв.

Паркер ууртай байлаа. Тэр молигодуулжээ. Facebook-ийн залуучууд түүний энэ мэдээг түүнтэй адил сэтгэл эмзэглэн хүлээн авч байлаа. Энэ яриа нь энэ шөнийн гол сэдэв болон үргэлжлэв. Хэдийгээр хөрөнгө оруулагчид аль эртнээс л Facebook-ээс өчүүхэн ч гэсэн хувь авах гэж оролдон Цукерберг рүү өдөр шөнөгүй утасдаж байгаа ч тэр хөрөнгө оруулагчидтай харилцах туршлага байхгүй байсан юм. Харин Паркерийн азгүй түүх нь түүнд нэгийг бодогдуулж байв. Яг энэ үе нь Facebook-ийн бат биелэлээ олох үе байсан ба ирээдүйд тун чухал үе байсан юм. Тийм учир Цукерберг түүнээс олон зүйлийг суралцаж чадна гэж бодов. Ингээд Паркерийг Цукербергбагтаа нэгдэхийг урьжээ. Ингэж Паркер тэдний багт оров. Харин тухайн оны есдүгээр сар гэхэд л Цукерберг Паркерийг компанийн ерөнхийлөгчийн албан тушаалд томилсон юм.

Паркер ер нь маш өвөрмөц, удирдагч хүн. Тэр байтугай Цахиурт Хөндийд ч түүн шиг хүн олоход бэрх. “Нялх” программист болон сийрэг толгой Паркер нь АНУ-ын шилдэг далай

судлаачийн хүүхэд байв. Тэрээр хүүхэд насаа ихэнхдээ Виржиниад өвчинд баригдан өнгөрөөжээ. Тиймээс л тэр ихэнх цагаа ном унших болон программчлал сурахад зориулсан байна. 1995 онд Freeloader гэх Вашингтоны анхны интернэт компаниудын нэгд ажилд орсон. Харин 1999 онд ахлах сургуулиа ч төгсөөгүй байхдаа Шон Фаннингт Napster-ийг бүтээхэд нь тусалжээ. Энэхүү хөгжим ачаалладаг сайт нь 2001 он гэхэд 26 сая хэрэглэгчтэй болж, оргил цэгтээ хүрсэн юм. үнэгүй дуу хөгжим тавих нь энэ сайтын цорын ганц шинэлэг зүйл биш байв. Энэ сайт нь хэрэглэгчид өөр хэрэглэгчидтэй шууд холбогдож болдог цоо шинэ интернэтийн үйлчилгээг танилцуулж байсан анхны сайтын нэг. Ямар нэгэн eBay, Yahoo, Microsoft гэгч дундын дамжлага байхгүй шууд л хэрэглэгчээс хэрэглэгчид... Гэвч Napster нь том том хөгжмийн студи, уран бүтээлчдийн зохиогчийн эрх, худалдаалах хууль гэх мэт олон асуудалтай шууд нүүр тулж байлаа. Харин Паркер удирдлага нь өөрчлөгдөж, систем шинэчлэгдэхэд дахиад л ажлаасаа халагдах нь тэр. Гэвч хамгийн гайхмаар зүйл нь Паркер тэр үед дөнгөж 20 настай байсан явдал юм.

Хөгжмийн “акулууд” зохиогчийн эрхийг зөрчиж байгаа шалтгаанаар Napster-ийг шүүхэд өгсөн байна. Энэ нь Napster-ийг хаагдахад хүргэжээ.

Ингээд үүний дараа Паркер хоёр найзтайгаа Плаксогоо байгуулсан байна.

Өөрийн ажилд хэнэггүй ханддаг байсан ч Паркер жинхэнэ оюуны хөдөлмөр эрхлэгч, бизнесмэн хүн байв. Түүнийг бизнес-артист гэхэд хэн ч дургүйцэхгүй биз. Facebook хуудсандаа тэрээр өөрийгөө “эрлийз” хэмээн бичсэн байдаг. Тэрээр бизнес, түүх, эдийн засаг гэх мэтийг маш нарийн дүрслэн боддог аж. Урлагийн хүний нүд, дэврүүн сэтгэлээр тэр дэлхий ертөнцийг илүү сайхан газар болгохын төлөө, ийм өнцгөөс харахыг хичээдэг аж. Харин түүний нүднийх нь хараа үнэхээр муу. Хэрэв тэр өөрийн линз юмуу, нүдний нимгэн шилээ мартсан бол заавал хэн нэгний тусламжтайгаар олно. Хараа муу учир хүний туслалцаагүй олно гэж бараг л байхгүй. Тэр бас их сайхан хүүхнүүдтэй л найзалдаг.

Ханана цадна гэдгийг мэддэггүй уншигч, улс төрд гүн сонирхолтой, өөрөө өөртөө багш нэгэн. Түүний Facebook хуудас нь Т.С.Элиот, Бертнард Рассел, Алберт Камус гэх мэт хүмүүсийн хэлсэн үгүүдээр дүүрэн. Түүний ярих дуртай сэдэв нь бизнес-төрх, бизнес байдал, замнал ба хэрэв хэн нэгэн жаахан ч гэсэн сонирхвол тэрээр энэ яриагаа үргэлжлүүлэн ярьж, өөрийн онолоо Гутенбергээс хойшхи мэдээлэл технологийн хөгжлийн түүх дээр түшиглэж нотлон залхтал ярина. Тэр маш хурдан бөгөөд эрчтэй ярих дуртай ба Цукербергтэй адил “санаа”-нуудын талаар санал бодолоо солилцох дуртай байжээ. Шон Паркертай цуг ажиллана гэдэг нь Цукербергийн хувьд Харвардынхаа унтлагын өрөөнд найзуудтайгаа “тэнэгтэж, тоглож” байсан үеэс тийм ч өөр биш. Харин гол ялгагдах зүйл нь тэр хоёрын ихэнх яриа зөвхөн Facebook-ийг амжилттай болгох талаар байх аж.

Залуучууд ингээд амьдралын шинэ хэмнэлдээ маш хурдан дасчээ. Нойргүй шөнө, тасралтгүй кодчиллол... Ширээнүүд нь компьютер, кабелийн утас, модем, камер болон лааз, лонх, аяга, хоолны саваар дүүрэн. Цукерберг бусдаасаа хамгийн сүүлд унтдаг байв. Тэр үдээс өмнө ажлаа бараг хийдэггүй байсан ба шөнө бол нэлээд суудаг байжээ. Түүний “оффис”-тоо өмсөх хувцас нь тун энгийн, унтлагын өмд, тэгээд футболк.

Ингээд тэд нийтийн том зааландаа зөөврийн компьютерээ тавин ажиллаж эхлэхэд бараг

шумуул нисэх чимээ сонсогдом чимээгүй, нам гүм орчин үүснэ. Яагаад гэвэл тэд ярих хэрэг гарвал мессенжерээр л харьцдаг байжээ. Цукерберг болон Москович нар шиг “донтон”-гууд нь код бичихдээ бараг л мансуурлын байдалд орон орчноос тасарч, хийж буй ажилдаа гүн автах дуртай байдаг учраас ямар нэгэн харилцан яриа, хөгжим, телевиз гэх зүйлүүд анхаарлыг нь сарниулахгүй байх нь чухал ажээ.

Московиц болон Паркер нэгдэж, дээрээс нь Цукербергийн өөрийн авьяас чадварыг ашиглаад жинхэнэ шилэгдмэл баг гарч ирж байв. Москович бол өөрөө хувь хүний хувьд хичээнгүй, оролдогойтой, хэт хийсвэрлэн бодох дургүй, бодит байдалтай уялдуулан шийдвэр гаргадаг, хувьсах чадвартай бодь хүн байсан юм. Чухам ийм л хүн ямар нэгэн шинэ ажил эхэлж, энэ ажил амжилттай үргэлжлэхэд хамгаас хэрэгтэй байдаг ажээ. Түүний нуруун дээр Facebook нь ямар нэгэн алдаагүй ажиллах ба шинэ сургуулийг амжилттай нэмэх, түүний өгөгдлийг оруулах үүрэг ноогддог байв. Хэрэв хэрэг гарвал системийнхээ ямар нэгэн алдаагүй ажиллагааг хангахын тулд тэр хэдэн өдрөөр ч хамаагүй ажиллаж чадах нэгэн ажээ.

Харин Паркерын хувьд бизнес эдийн засаг, интернэт гээд аль аль салбарт нэлээд туршлага хуримтлуулчихсан, дэлхий ертөнцийн хахир хатуу, бузар булхай болгоныг мэддэг нэгэн байлаа. Цукербергийн багийнхан бүгд оюутан учир тэдэнд яг л энэ Паркер шиг орчлон хорвоог “хүүхдийн” бус “том хүний”, “бизнесмэн” хүний нүдээр хардаг нэгэн хамгаас хэрэгтэй байв. Цахим ертөнцөд ч гэлтгүй тэрээр бодит амьдрал дээр компанийн харилцаа холбоог хариуцан ажиллах болжээ. Пало-Алто шиг мэдээлэл технологийн хотод тэрээр маш олон танилтай байсан ба юу хийвэл тэдний чихийг дэлдийлгэх вэ гэдгийг сайтар мэддэг байв. Хэдийгээр тэр үрэлгэн, мөнгө л олдвол сайхан хоол идэж, үсээ засуулж, ганган хувцаснд үрчихдэг байсан ч тэрээр ажлаа хэнээс ч илүү хийдэг нэгэн. Шөнөжин бүжиглэж, шоудаж, маргааш нь шартан уулзалтаасаа бага зэрэг хоцрох тохиолдол байдаг ч Паркер л Facebook-ийг төлөөлөн бусадтай харилцаж чадах хамгийн хэрэгтэй хүн байсан юм. Цахиурт Хөндийн ихэнх том компаниуд Facebook-ийн талаар сонсоод “секс дутагдсан” коллежийн оюутны “тэнэг” танилцах сайт л гэж боддог байсан бол Паркерийн нэр нь Facebook-д жин дарж, даац өгдөг байлаа. Учир нь Паркер Цахиурт Хөндийд аль хэдийнэ Napster-аараа нэрд гарчихсан байсан болохоор тэр.

Нэгэн хүн Цукербергт Паркерийг ажилд авах хэрэггүй гэж зөвлөжээ. Учир нь Паркерийн хайнга хойрго зангаас нь болсон байх. “Паркерийн хувьд хүүхэн болон шоу нь гол дутагдал” гэж Цукербергт өөр нэгэн хүн хэлсэн байна. Гэвч Цукерберг шийдвэрээ өөрчлөөгүй ба түүнд “Надад урьдны түүх хамаагүй, би хангалттай сонссон, гэвч Паркерийн туршлага болон сэтгэхүй нь түүний ямар ч алдаа дутагдлыг зүгээр өнгөрөөхөд хүргэнэ” гэжээ. Паркер Напстерийг хийхэд тусалсанаас гадна Friendster-ээс багахан хувьцаа эзэмшигч, түүний үүсгэн байгуулагчийн сайн найз нь байж. Тэрээр Facebook-ийг сайжруулан засварласан Friendster болгоно гэдэг байжээ.

Ингээд ийм хоёр хамтрагчтай байхад Цукербергт хамгаас сайн хийдэг ажил л үлдэх нь тэр. Facebook “юу” байх ёстой ба ямар зүг хэрхэн хөгжих хэрэгтэй талаар бодох л үлджээ. Харин тэрээр Wirehog-д өөрийгөө зориулах талаар илүү их сонирхолтой байжээ. Сонин тохиолдлоор Цукерберг Facebook-ийг тийм ч идэвхтэй хэрэглэдэггүй байв. Энэ үед Facebook-ийг үүсгэн байгуулагчид болон ажилчид ч тийм өргөн хэрэглэдэггүй байсан юм.

Харин энэ зун Московицтэй хамт ажиллах хөлсний оюутнууд нь хүмүүс Facebook-ийг чухам яг яаж ашигладаг талаар мэдээлэл цуглуулжээ. Энэ мэдээллээс харвал зарим хэрэглэгч 100, заримдаа бүр 1000 хүний хуудсаар өдөр болгон зочилдог гэнэ. Чухам ийм л хэрэглэгчдийн төлөө тэд сайтаа бүтээж байсан юм.

Wirehog төсөл дээрээ ажиллаагүй байхдаа Цукерберг Facebook-дээ зориулсан шинэлэг нэгэн функцийг хийж байв. Энэ нь мэдээллийг гар утасны SMS ашиглан авч болох арга байв. Өөрөөр хэлбэл, Facebook-ийн гар утасны загвар гэж хэлж болох юм. Хэрэглэгч нь m@Thefacebook.com руу сонирхсон хэрэглэгчийнхээ нэрийг тусгай кодуудын хамт илгээснээр найзуудын мэдээлэл, утасных нь дугаарыг гар утсан дээрээ SMS хэлбэрээр авч болдог функц байжээ. Гэвч энэ нь жирийн хэрэглэгчдэд хараахан өргөн дэлгэрч чадаагүй юм. Учир нь энэ функцийг ашиглахын тулд яаж хэрэглэх заавар болох олон багц цаастай явах хэрэг гардаг байжээ. Тиймээс олон нийтэд түгээгүй байна.

Ажил ч үдээс хойш болон оройн цагаар маш эрчтэй өрнөнө. Бүх хүн ажиллаж байх ёстой. Хэрэв хэн нэг нь “Хүүе, өлсөөд байна, гялс юм идчихээд ирье” гэж хэлэх л юм бол Марк ууртайгаар “үгүй ээ! Түгжигдчихсэн гэж бодоод ажлаа хий! Ажлаа бүрэн дуусгаагүй цагт ширээний араас хэн ч босож болохгүй!” гэж хэлдэг байв.

Хүүхэд шиг гэнэн царай болон төрөлхийн бүрэг ичимхий зангаасаа үл хамааран Цукерберг албан ёсоор бүх зүйлийг хяналтандаа байлгаж, хариуцлага үүргийг нь хүлээж байдаг. Facebook-ийн бүх хуудасны доод талд нь жижиг туузанд “Марк Цукербергийн бүтээл гэсэн” бичиг бий. Сайтын нүүр хуудасны “тухай” хэсэгт тэрээр өөрөө “үүсгэн байгуулагч, Удирдагч, Захирал, Төрийн дайсан” гэдгээр бичигджээ. Харин Московиц нь түүнтэй харьцуулахад харцангуй ичгэвтэр цолоор цоллогдсон байна. “Хяналтад байдаг программист, Хөлсний Алуурчин”. Саверины хувьд “Бизнес, Харилцаа холбоо, зар сурталчилгаа” гэсэн байна.

Цукерберг өөрийн төрөлхийн удирдах авьяас чадвараа эртнээс л олон нийтэд харуулсан байна. Шон Паркер: “Ямар нэгэн байгууллагын захирал нь толгойдоо ШИЙДВЭРИЙН МОД-той байх хэрэгтэй байдаг. Хэрэв асуудал тэгж эргэвэл бид ингэж ажиллах болно, харин өөр тийшээ хэлбэлзвэл ингэж хувьсан өөрчлөгдөнө гэдгийг эртнээс төлөвлөчихсөн байх хэрэгтэй. Харин Марк бол энэ мэт асуудлыг зүгээр л өөрийн зөн совингоор бүгдийг бэлэн байлгадаг нь түүнийг төрөлхийн удирдагч гэдгийг нь батална” гэж хэлжээ. Тэр мөн хамтран ажиллах найзуудын адил хөгжилдөх, зугаатай байх дуртай, өөрөө гол алиагчийн дүрийг бүтээх нь ч элбэг. Ингэж хөгжилдөж суусан ч тэрээр “хөлөг онгоцоо” залан бага багаар урашилсаар л байдаг ба ахмад нь байх юу юунаас илүү дуртай.

Зарим үед Цукерберг шууд утгаараа “далайн дээрэмчдийн онгоц”-ны ахмад болох нь их. Хэн нэгэнтэй мэтгэлцэхээрээ ч юм уу, гүн бодолд дарагдахаараа нуруугаа үүрэн өрөөгөөр холхих нь ихэсдэг аж. Энэ байранд түүний эзэмшдэг цөөхөн зүйлийн нэг нь түүний гэрээсээ авчирсан туялзуур сэлэм юм. Цукерберг энэ сэлмээ өөрөөсөө нэг их холдуулалгүй газар тавьчихдаг байв. Байн байн сэлмээ аван агаар дээр хий савах нь их. Ингээд маргалдаж, мэтгэлцэж, мөрийцөөд болохгүй болохоор сэлмээ нэг гартаа барин нөгөө гараа ардаа эвхсээр өмнө нь очоод “Асуудлыг шийдэх хэрэгтэй байна” гэдэг байжээ. Энэ нь Московицийн уурыг үнэхээр их хүргэдэг байв. “Би иймэрхүү юманд их уур хүрдэг, тэвчиж чаддаггүй юм” гэж ярина. Бидний өрөө хамаагүй жижиг өрөө байсан, би яг л нэг болгоомжтой ээж нь юм шиг

аашилдаг байв. Тэрийг ч хагаллаа, энийг ч унагаалаа гээд л. Харин түүний сайхан зан нь хөдөлвөл үүнийгээ бүр хэдэн цагаар ч хамаагүй давтан хийдэг байжээ. Ингээд дараа нь төд удалгүй Московиц болон бусад нь ярилцаж байгаад түүний энэ туялзуур сэлмийг гаргаж хаясан байна.

Тэдний хөлсөлж байсан байр нь бассейнтай. Нэг орой Цукерберг Паркертай бассейныхаа хажуугаар ярилцан алхаж явав. Цукерберг сэлэмтэйгээ байсан ба Паркерийн өмнөөс хэдхэн сантиметрийн зайтай сэлмээ савчин ярина. Харин Паркерын хувьд нүүрэнд шүргэх шахуу салхи татуулан сэлэм эргүүлэх хүнийг хараад төвлөрч чадахгүй зогсоно. Яг энэ үеэр Цукерберг Паркерт хандан:

-Чи тэгээд энэ бүхэн үнэхээр хол явна гэж бодож байна уу ?

-Тийм ээ, итгэж байна. Хэрэв бид өөр хэн нэгэнтэй өрсөлдөөд, эсвэл буруу замаар удирдаад, эсвэл Friendster дээр гарсан шиг серверүүдээ нэг л унтрахад хүргэхгүй л бол бид амжилтад хүрч чадна гэжээ.

Калтечийн найз болох Адам Д'Анжело энэ байшинд орших хамгийн авьяастай, хамгийн ур чадвартай программист байсан юм. Тэрээр Facebook-ийн хэрэглэж байсан Web суурьт программийн хэлэнд PHP, JavaScript, HTML-ийн сонирхолтой, мэргэшсэн нэгэн юм. Гэвч Адам нь Facebook-д тийм ч их анхаарал хандуулсангүй. Өөрийн төсөл дээр л шуурхай ажиллаж байлаа. Адам Д'Анжело карпал тунелийн синдромтой байсан аж. Компьютер дээр юм бичихэд гар болон хуруу нь өвддөг байжээ. Тийм учир тэр өөрийн шаардлагыг хангахын тулд нэгэн шинэ программыг урлаж байсан юм. Агаар дээр гараа хөдөлгөхөд видео камер хөдөлгөөнийг нь таниж текст болгон хувиргах программ аж. Энэ нь дэндүү их ур чадвар ухаан шаардсан төсөл байжээ. Харин цаг хугацаа өнгөрөх тусам тэр энэ төсөлдөө цаг бага зарцуулах болсон ба ихэнхдээ МкКолум болон Цукерберг нартай хамт WireHog дээр ажиллах болсон байна.

Ингээд инженерүүд сайтыг сайжруулж, функцыг нь нэмэгдүүлэхээр шамдан ажиллаж байхад Паркер Facebook-ийг компани болгох талаар бодож эхэлжээ. Тэрээр өөрийн Плаксо-г нээхэд хамтран ажиллаж байсан хуульчийг авчирсан байна. Мөн компанийн технекийн үйл ажиллагааг хянах удирдагчийг хайж байлаа. Энэ нь интернэт компанийн хувьд суурь болж өгөх хүн бөгөөд өгөгдлийн төв болон серверүүд зөв ажиллаж байгааг хянах үүрэгтэй юм. Ийм хүн байхгүйгээр тэдний өнөөдрийг хүртэл хийж байсан ажил нь өөр нэгэн гадаад эх үүсвэр рүү яваад байсан аж. Паркер түүний “Харвардын залуу найзууд” нь “цахим сүлжээний бизнес удирдлага” гэх талаар огт мэддэггүйг саяхан мэдэв. Ингээд Паркер eBay-д ажиллаж байсан хуучин танил Танер Халисиоглуг ажилд авсан байна. Тэрээр Сан Хосед байх өөрийн гэрээсээ ажиллаж байлаа.

Паркер Facebook-ийн гол нүүр царай, төлөөлөгч нь болж байв. Гудамжны төгсгөлд том модны дор байшингийнхаа урд тансаг машин зогсоох нь бүгдийн анхаарлыг татдаг байв. Гаднаас харан дүгнэх хүний нүдэнд бол энд ямар нэгэн баян залуу л байна даа гэж бодох аж. Benchmark Venture Capital компанийхан үнэт цаас хөрөнгө оруулах талаар асуусан байна. Харин хариулт нь бас л тодорхой байсан юм. Одоохондоо үгүй. Тэгсэн ч Facebook нь улам их мөнгийг ойрын ирээдүйд олох шаардлагатай байв. Иймээс Паркер хөрөнгө оруулагчдыг

өөртөө татах асуудал дээр бас л санаа тавин ажилладаг байв.

Google компанийн удирдлагууд хүртэл тэдэнтэй хамтарч ажилах, бүр Facebook-ийг худалдаж авах саналыг ч хүртэл тавьж байлаа. Цаг арай эрт байсан ч Пало-Алтод ямар нэгэн юм буруу яваад байна даа гэдэг сэжгийг Google аль хэдийнэ авсан байжээ. Цукерберг болон Паркер нар нь дээд зэргийн анхааралтай, зальтай ажиллахгүй бол болохгүйд хүрэв. Учир нь Цахиурт Хөндийд интернэт, мэдээлэл технологийн мангас компаниуд жижиг компанийг залгих нь байдаг л үзэгдэл. Хэрэв Цукербергийн багийнхан “өөрийн юм”-ыг хүсэж байсан бол тэд хамгийн гол нь хэнээс ч хараат бус байх ёстой байв. Гэлээ ч тэдний хийж байгаа зүйл Google-ийн хийж байгаагаас тэс ондоо байсан юм. Цукербергийн сайт нь хүмүүсийн тухай байсан бол Google нь өгөгдөлийн тухай байв.

Цаг нь ирэхэд хөгжсөөр байгаа шинэ төсөл болох Wirehog-ийн талаар Паркер Цукерберг хоёр ярилцав. “Шинэхэн ерөнхийлөгч” Wirehog-ийг гэрлийн хурдаар өсөж байгаа Facebook-ийн ажилд маш их садаа хийж байна гэж үзжээ. Мөн Napster -тэй холбоотой түүх нь түүнийг улам хашир болоход хүргэсэн байна. Хөгжим, хөгжмийн компаниудтай орооцолдох хүсэлгүй болжээ. Тиймээс ч тэрээр Napster-ийн түүх давтагдаж магадгүй хэмээн сэжиглэж, wirehog-ийн инженер болох МкКолумтай хамт Лос-Анжелес явж Эдгар Бронфмантай уулзсан байна. Тэр бол Warner Music Group-ийн CEO байв. Мөн Warner bros-ийн төлөөлөгч Том Валлийтай ч бас уулзсан байна. Том Валлий нь Паркерийг Napster-ийн хэргээс болж сайн мэднэ. Тиймээс шууд л энэ сайт (wirehog) нь мөн адил хууль зөрчиж байгаа, тийм ч сайн санаа гэж бодохгүй байгаагаа хэлжээ. Wirehog-ийг ачааллах нь маш эрсдэлтэй алхам байв. Учир нь өрсөлдөгч компаниуд сайн хуульчийг ашиглан Wirehog-ийг буруутгахдаа Facebook-ийг хамт унагачихаж мэдэх аж. үүнээс болгоомжилж байсан Паркер хэчнээн хичээнсэн ч Маркийг ятгаж дийлсэнгүй.

Үнэхээр сайн удирдах ур чадвар гэдэг нь хэзээ үгүй гэж хэлэхээ сайн мэддэг, харин үгүй-гийн хязгаар хаана байхыг дотроо төсөөлж байх нь түүнээс ч илүү чухал. Нэн ялангуяа бараа бүтээгдэхүүний тал дээр шүү дээ. Бүхнийг өөрийнхөөрөө хийнэ гэж угаасаа бүтэхгүй. Харин энэ нь Маркийн мэдэж байгаагүй зүйлийн нэг байв. Энэ хичээлийг Марк сурч авсан юм.

Зогсоо зайгүй ажиллах нь хамгийн гол нь байсан нь ойлгомжтой. 20 гаруйхан настай найзууд тусдаа байр хөлсөлдөг учраас үдэшлэг зохиохгүй байна гэж байхгүй. Тэдний ихэнх нь хичээл номын, компьютерийн “донтон”ууд байсан ч зугаацаж хөгжилдөх дуртай нь ойлгомжтой. Стэнфорд ердөө миль ч хүрэхгүй зайд байлаа. Зөвхөн Стэнфордын оюутнуудыг сонгон суртачилгаа явуулах функцыг ашиглан Цукербергийн багийнхан Facebook-ийн үдэшлэгийнхээ урилгыг тараажээ.

Байдаг л нэгэн үдэшлэг болов. Согтууруулах ундаа болон шар айргаар дүүрэн. үдэшлэг шоу нь Паркерийн бас нэг сайн хийж чаддаг зүйл байсан юм. Багийнхны дунд Паркер ганцаараа 21 хүрсэн байсан тул архи пивоны асуудлыг тэр шийдэхээр болов. Харин Марк огт архи уухгүй, Паркерийн хэлснээр “Марк бол миний амьдралдаа харж байсан архи уудаггүй цор ганц хүн” байсан гэдэг.

Тэдний хамгийн дуртай тоглоом нь Бейрүт (пиво-теннис) гэдэг тоглоом байлаа. Хоёр буюу түүнээс дээш хүн тоглож болдог тоглоом аж. Дундаа аягатай шар айргаа тавих ёстой ба

ширээн дээр ойлгон бие биенийхээ аягатай шар айраг руу теннисний бөмбөг оруулах учиртай гэнэ. Эсрэг талын аяганд оруулж хожвол нөгөө тал нь түүнийгээ уух ёстой байдаг. Ингээд л хожигдсон баг нь бараг “тасраад” гарна даа.

Бейрүт нь Facebook болон Харвардад маш алдартай байсан учир Цукерберг болон түүний найзууд олон нийтийн Бейрутын тэмцээн зохиохоор болжээ. Facebook-ийнхэнхотхон болгоныг хооронд нь тоглуулах санаатай байсан ба хожсон хоёр баг нь Нью-Йоркт 10000 долларын шагналтай тэмцээнд оролцох ёстой байв. Бүртгэлийн хураамж 10 доллар байсан бөгөөд зар тараасан өдрөөс л мянга мянган оюутан бүртгүүлсэн байна. Гэвч Facebook зар гаргаснаас ердөө дөрөв хоногийн дараа коллежуудын захиргаанаас гомдол гаргаж, тэмцээнийг зохиохгүй байхаар шийдвэрлэсэн байна.

Facebook-ийн багийнхны хөлсөлдөг байшин нь тэдний хувьд нийтийн байр адил байв. Тэд байнга бассейныхаа дэргэд мах шаран гадаа сууна. Заримдаа орой болтол сууж, шуугилддаг учраас хөршүүд нь их уурладаг байлаа. Хэрэв хэн нэг нь охин дагуулан ирвэл өрөөнийх нь хүүхэд нь гудсаа аван гарах, эсвэл диван дээрээ очоод унтдаг байжээ. Мөн таних танихгүй охид залуус ч тэднийд хэдэн өдрөөрхөгжилдөж байгаад гарч болдог байжээ.

Ийм хүмүүсийн нэг нь Паркерийн найз Аарон Ситтиг юм. Тэрээр урьд нь Napster-ийн Macintosh-ийн хувилбарыг бүтээхэд гар бие оролцож явсан. (Macster гэдэг байсан ба хожим Napster тэднийг худалдаж авсан аж). Тухайн үед Аарон бас л дуу хөгжим сонирхогчдод зориулсан Imeem хэмээдэг сүлжээ сайт дээр ажиллаж байв. Facebook-ийнхний байшингаас холгүйхэн оффис нь байдаг. Тэрээр даруухан, чадварлаг програмист бөгөөд график болон типографийн талаар ихэд сонирхдог аж. Паркер түүнийг энд урьсан гол шалтгаан нь Аароныг Facebook-ийн график дизайны асуудал дээр туслана гэж найдаж байсан юмсанж.

Гэвч Цукербергт Ситтиг тийм ч санаачлагатай санагдсангүй. Паркер: "Би Маркт Аароныг гайхалтай програмист гэдгийг ойлгуулах гэж ихэд хичээсэн авч Аарон зүгээр л компьютер дээрээ хэдэн фонт, үсгээр тоглож өдрийг өнгөрөөдөг байсан юм. үүнийг нь харсан Марк дандаа л “Энэ хэн юм, ямар ч хэрэггүй л хүн байна шүү дээ. Тэр юу ч хийхгүй байна” гэж үглэдэг байв. Тэр хийх юмгүй холхих Аароныг ажлын уур амьсгалыг эвдэнэ хэмээн боддог байсан нь гарцаагүй. (Аарон жилийн дараа л Facebook-д ажиллахаар болсон юм. Тэрээр хожим Цукербергийн хамгийн итгэлт хүмүүсийн нэг болжээ.)

Хааяа ч болов кодчилал, сэлэм эргүүлэлт, энэ тэндхийн бизнес уулзалт гэхчлэн амьдралын нэгэн хэмнэлийг эвдэж юм уун, кино үзэж, компьютер тоглоом тоглоход үнэхээр сайхан байв. “Halo” бол тэдний байнга тоглодог тоглоом. Залуус нэг удаа Том Крузийн тоглосон бүх киног прокатлан авч бүгдийг нь үзэж байсан удаатай.

Магадгүй тэд Интернэтэд хувьсгал авчирсан програмыг бүтээж байсан байж болох юм, гэвч тэд хүүхэд хэвээрээ л байлаа.

Долуулаа болсон болохоор тэдэнд Паркерийн ганган машинаас илүү том машины хэрэг гарснаар тэд машин худалдан авчээ. Намар нь буцна гэж бодож байсан учир гурван сарын дараа эргүүлээд зарчихна гэж тооцож хэдхэн зуун доллараар 12 жил эдэлсэн ногоон форд эксплорер авчээ.

Эдгээр зугаа цэнгэл хөгжилдөөн дунд Facebook нь жирийн нэг зугаа биш, харин чухал бизнес болон өргөжиж байгаа нь бүгдэд анзаарагдаж эхэлжээ. Тэр зун ямар ч шинэ сургууль нэмээгүй байхад хэрэглэгчдийн тоо улам л ихэссээр байсан нь залуусыг "айлгаж" эхлэв. Иймд Цукерберг Facebook-ээ техник болон бизнесийн аль аль талаас нь урагшлуулахад нэлээд юм хийх хэрэгтэйгээ сайтар ойлгож авав. Шинэ хичээлийн жил эхлэх дөхсөн нь хэд хэдэн зүйл дээр онцгой анхаарах дохио болов. Хичээлийн жил эхлэж, шинэ хэрэглэгчид олноор нэмэгдэнэ гэдэг нь нөгөө л сервер болон програмын ачааллах чадварыг сайжруулах ёстой гэсэн бэрхшээл юм.

Facebook -ийн програм болон өгөгдөл байрлуулдаг гол серверүүд 12 мил зайтай Санта Кларад байрлалтай. Залуус тийшээгээ хэд хэд дахин шинэ сервер байрлуулж суулгахаар очжээ.

Тэдэнд одоо Facebook-ийн байнгын хурдацтай өсөлт өргөжилт сонин биш болов. Хүн нэмэгдэх бүр дахин дахин серверээ шинэчилж төвөг удахгүйн тулд Цукерберг одоо буйгаасаа 10 дахин их хэрэглэгч хүлээж авахад ямар ч асуудалгүй ажилладаг болохоор болгожээ. Энэ нь нүдээ олсон алхам байсан нь хожим батлагдсан юм. Ийн Цукерберг ирээдүйгээ харан аль эртнээс буюу 2004 оны зунаас систем болон өгөгдлийн сангаа их ачаалал даах хүчин чадалтай болгоогүй бол үнэхээрийн хүндрэлтэй, бүр томоохон эрсдэлд орж, дампуурах байсныг ч үгүйсгэх аргагүй. Хэрэглэгчдийн өсөлтөд хангалттай бэлэн байж чадаагүй Friendster-ийн алдаа нь томоохон сөрөг үр дагавар авчирч, тухайн компанийг дампуурахад хүргэж байсан. Цукерберг Friendster-ийн алдааг давтахыг хүсээгүй.

20 настай захирал Facebook-ийн техник хэрэгсэлд хамаг анхаарлаа төвлөрүүлдэг байв. Тэр харилцаа холбооны хэрэгсэлд програмын хүчин чадалнь хамгийн гол үзүүлэлт гэдгийг мэддэг. Хэрэв шинэ хуудас удаан ачааллах нь компанийн хувьд "үхэл" гэсэн үг бөгөөд Friendster үүнээс л болж дампуурсан. Тиймээс Московиц Цукерберг хоёр хуудас бүртээ шинэ үйлдэл хийхэд хэр хугацаа зарцуулагдаж буйг харуулсан электрон цаг нэмж хийснээр ачааллын хурдыг хянаж чадах болсон аж. Хурдан бөгөөд саадгүй ажиллагаа хамгийн гол учир програм ачааллах, шинэчлэгдэх хурдыг нь багасгах програм функцыг хичнээн сайхан санаа байсан ч нэмдэггүй байжээ. Хугацааны хамгийн бага нэгж ч түүнд хамаатай. Нэгэн ярилцлагадаа Цукерберг "Надад шинэ сервер яг л хоол, ус, агаар шиг хэрэгтэй байсан юм. Би хоолгүй удаан явж чадна л даа, харин сайт маань найдвартай сервергүй бол шууд унтарна" гэж ярьж байжээ.

Facebook-ийн хэрэглэгчид нэмэгдэх хэрээр сервер хэт ачааллаж гэмтэх аюулаас аварсан хэд хэдэн чухал зүйлийг нэлээд эрт хийсэн. Московиц, Цукерберг нар өргөжих гэж яаралгүйгээр зөв хэмнэлээр урагшилж байсан.

Шинэ сургууль хэзээ нэмэх вэ гэдэгт их анхаардаг байв. Ачаалал нь нэг хэв маягт орсон байна. Шинэ сургууль нэмлээ гэхэд оройноос нь л хэрэглэгчдийн тоо хормын дотор өсөх нь тодорхой тул ачааллаа тэнцвэржүүлдэг байв. Тэд шинэ сургууль нэмэх болгонд л ачааллын огцом үсрэлтийг мэдэрдэг байлаа. Сервер ачааллаасаа хэтэрч, хүчин чадал нь хүрэлцэхгүй болбол зүгээр л шинэ сургууль нэмэхээ больдог байжээ. Энэ нь ямар нэгэн хөрөнгө мөнгө шаардагдахгүй хамгийн зөв алхам байв. Хэдийгээр туршлагагүй хэдэн оюутан авч Facebook ямар нэгэн саадгүй ажиллаж байв. Цукерберг "Бид зүгээр л гараад, хэрэглэгчдийг

хүссэнээрээ хэмжээгээрээ татаад, хөрөнгө оруулагчдыг олоод л явбал болох байсан ч эргээд аюултай байсан. Тиймээс бид ихэндээ сайтынхаа өсөлтийн зориуд удаашруулж байсан. Би бараг л сургуулиас сургууль дамжин нээж байв” гэжээ.

Facebook-ийг хөгжүүлсэн бас нэг алхам нь нээлттэй эх програм хангамж ашигласан юм (MySQL). Энэ нь PHP-тэй адил үнэ төлбөргүй байсан. Эл хэлээр бичигдсэн кодууд яаж ажиллахыг заадаг өөрөөр хэлбэл гол захирагчид гэсэн үг юм. Facebook санхүүжилтгүйгээр боссон интернэт бизнесийн нэг байжээ. Нээлттэй эх програм хангамж 2004 онд дөнгөж гарч байсан тул Facebook-ээс өмнө ямар нэгинтернэт програм заавал тодорхой өртгөөр босдог байжээ. Харин Цукерберг унтлагынхаа өрөөнөөс ямар ч үнэ төлбөргүйгээр бүрэн тоноглогдсон веб сайтыг анхлан хийжээ. Сая хэрэглэгчидтэй болсон ч компанийн гол зарлага нь цалин болон серверт л зориулагдаж байжээ.

Хэдийгээр өртөггүй боссон ч Facebook-ийн хурдацтай хөгжлийг дагаад програм болон техник хангамжийг сайжруулна гэдэг жинхэнэ хөрөнгө шаардах ажил аж. Цукерберг Пало-Алтод дөнгөж хоёр долоо хонохдоо л сервер шинэчлэх болон тоног төхөөрөмжийн хүчин чадлыг нэмэхэд 20 мянган доллар зарцуулсан байна.

Энэ бүх зардал нь Саверины Флоридад нээсэн данснаас гарч байлаа. Компанийг босгох хөрөнгө нэрээр Цукерберг тэр хоёр хувиасаа болон зар сурталчилгаанаас олсон мөнгөө байршуулж байсан юм. Гэвч зуны амралт эхэлж, коллежууд ажиллахгүй болсон нь тэдний зар сурталчилгааны орлогыг хааж орхижээ.

Энэ зуур Паркер хуульчтайгаа хамтран компанийн хууль ёсны статусыг тодорхой болгох, цэгцлэх талаар ажиллаж байлаа. Саверины бий болгосон ХХК нь тийм ч зөв сонголт биш байжээ. Учир нь энэ компани ямар үйл ажиллагаа явуулдаг тухай тайлан тооцоо, бичиг баримт байхгүйгээр үл барам ямар ч албан ёсны гэрээ хэлэлцээр тэдэнд байгаагүй юм. Тэд үндсэн ажилчин, цалингийн баримт зэргийг таг мартсан байв. Ирээдүйд тэд өөрсдөөсөө хөрөнгө гаргах ч, юун түрүүнд албан ёсны компани болох шаардлага чухал байлаа.

Гэвч Саверин энэ мэтийг тун буруу замаар, хүндрэлтэй хийж байв. Долдугаар сарын дунд гэхэд Паркер Facebook-т хөрөнгө оруулах талаар нэр нөлөө бүхий хүмүүстэй уулзаж эхэлсэн байна. Харин Саверин энэ тухай хэнээс ч юм сонсчихжээ. Түүний хувьд санхүү, эдийн засгийн асуудлыг Паркер хариуцдаг болсон мэт санагдана. Ийнхүү Саверин Цукербергд хандан захиа бичжээ. "Анх бид тохиролцохдоо надад бизнесийн асуудал дээр бүрэн эрх чөлөө олгоно гэж байсан. Харин одоо үүнийг баталгаажуулах хууль ёсны гэрээг хийх цаг болсон” хэмээн хүсэлт тавив. Учир нь тэрээр Паркерт тийм амар зайгаа тавьж өгөхийг хүссэнгүй. Харин Саверины талаар Паркер "Тэр дэндүү жаахан хүүхэд шиг сэтгэж байсан. Компанийнхаа бүтээгдэхүүн, дизайн, технологийн талаар ямар ч ойлголт, сонирхолгүй байсан. Түүний бодож байгаагаар Facebook-т бизнес төлөвлөгөө л хамгийн чухал. Харин хэрхэн ачааллуулж, ажиллуулах техник технологи болон кодчилал нь зүгээр хэдэн програмист авчираад л бүх юм болчих юм шиг ярьдаг байсан" гэж байв. Сайт ачааллах, ажиллах, саадгүй уншигдахад жижиг зүйлийг тоолгүй орхиход л энэ нь маш хор хөнөөл авчрахаар барахгүй зар сурталчилгаа зарж чадахгүйд хүргэх юм. Интернэт компанийн хувьд бичиг цаас бус бүтээгдэхүүнээ хэрхэн програмчилж, хэрхэн бүтээсэн, хэрхэн дизайнчилсан нь өөрөө бизнес болдог.

Саверинд ингэж аяаглах хувийн шалтгаан байлаа. Учир нь тэр гэр бүлийнхээ өмнөөс Facebook-т хөрөнгө оруулсан ба зөвхөн тэр л Y2M-тэй хамтран ажилладаг, тэдний рекламьг нь байршуулахад холбож өгдөг гол хүн байв. Саверин Цукербергийг бизнесийн нарийн ширийнийг ойлгодоггүй гэдэгт илтгэлтэй байжээ. Нэгэн удаа Саверин реклам олгогчоос тун ашигтай санал хүлээн авч Цукерберг болон Москович нарт танилцуулсан байна. Тэгтэл тэр бодож байгаагүй хүчтэй эсэргүүцэлтэй тулгарчээ. Цукербергт реклам олгогчийн санал огт таалагдаагүй ба сайтдаа тавихаас татгалзсан байна. Саверин зөндөө ятгасан ч түүнийг дийлээгүй байна. Энэ мэт асуудал нэг биш удаа гарч, тухай бүрт Цукербергийг бизнесийн мэдрэмжгүй гэж буруутгах нь их.

Саверин Facebook-т хамгийн хүнд ажлыг нь хийдэг байлаа. Түүний үүргийг багийн бусад гишүүдийнхтэй харьцуулшгүй. Реклам олгогчидтой холбоотой, харилцагчидтай нүүр тулж ажилладаг чухал ажил байсан юм. Хичээлдээ суухын хажуугаар энэ ажлаа хийнэ гэдэг тийм ч амар биш байв.

Авах юм нь тэрээр Facebook-ийн ирээдүйн амжилтад хоёрдмол сэтгэлтэй ханддаг гэдгээ нуулгүй хэлдэг байжээ. Facebook-ийг жирийн хүн болгоны хийдэг бизнесийн нэг бодож явдгаа чөлөөтэй хэлж байв. Тэрээр төгссөнийхөө дараа бизнес сургуульд орох бодолтой байсан учраас компанийн ажлаас илүү хичээлдээ анхаардаг байв.

Саверинтай холбоотой энэ бүх асуудал даамжирсаар эцэстээ шүүхийн хаалгаар шагайхад хүргэв. Саверины байр суурыг сийрүүлбэл "Бизнес тэй холбоотой түүний санааг цаашид тусган авч, дэмжихгүй, үүнийг баталгаажуулсан гэрээг хийхгүй бол тэрээр бусад хувьцаа эзэмшигчдийн эрхийг хязгаарлах ба бизнесийн явцыг царцаах болно" хэмээн мэдэгдсэн байна. Мөн Facebook-ийн 30 хувийг эзэмшдэг тэрээр энэ асуудал шийдэгтэл компанид ямар ч хөрөнгө оруулалт гаднаас оруулуулахгүй гэжээ.

Ингээд тэр хоёрын үл ойлголцол хурцдахын хэрээр хоёул байнга утсаар хэрэлдэж, ямар нэгэн шийдэлд хүрэлгүй нэлээд цагийг өнгөрөөж байлаа. Пало-Алтод байх Цукербергийн багийнхан Саверины энэ үйлдлийг түүний аавынх нь нөлөөллөөр болсон хэмээн бодох болсон аж. Учир нь аав нь ядуу зүдүү амьдралаас саятан болсон намтартай хатуу чанга хүн. Паркерийн хэлж байгаагаар зарим нэг асуудал дээр Саверины шийдвэрийг асуухад тэрээр байнга л "аавтай ярилцах хэрэгтэй" гэх юмуу "хариултыг нь одоо өгч чадахгүй нь" гэдэг байсан нь ийн хардахад хүргэсэн ажээ.

Энэ мэт түрэмгий зан гаргаж байгаа ч бүгд л Саверинд хайртай байсан юм. Тэр царайлаг, сайхан сэтгэлтэй, бас ухаантай нэгэн байсан. Гэвч тэр компанийн төлөө бусадтай адил ямар ч үүрэг хариуцлага хүлээхгүй байсан учир их эрх мэдэл олж авах гэсэн хүсэл нь сүүлдээ ямар ч утгагүй болон хувирч байлаа. Үнэндээ тэр бүтэн өдрийн турш ажилладаггүй хэрнээ Цукербергийн албан тушаалд санаархаж байлаа. Цукерберг болон тэдний залуус туршлагагүй байсан хэдий ч маш шаргуу ажиллаж байсан юм. Ихэнх шөнийг хугас нойртой, шөнөжингөө код бичих, эсвэл өөр ямар нэгэн ажлаа хийчихээд унтдаг байсан тэдэнд Саверин Нью-Йоркт бие амар, жаргалаа эдэлж байгаад ирсэн юм шиг санагддаг байсан нь хэнд ч ойлгомжтой.

Ямар ч байсан Саверины бизнес дэх авьяас нь Пало-Алтогын залуусыг тийм ч гайхашруулсангүй. Саверины арга барилаар интернэтийн баннер сурталчилгааны

сүлжээнүүдээс маш их зар сурталчилгаа хүлээн авдаг байсан ба энэ нь сайтын хуудсанд хэтэрхий их зай эзэлдэг ч тун бага мөнгө төлдөг байв. Мөнгөө төлөх гэж нэлээд удна. Бизнесийн авьяасыг нь үргэлж үнэлж ирсэн Тришиа Блэк ч түүнтэй хамтран ажиллаж байхдаа тийм ч сод ухаантан биш гэдгийг нь олж мэджээ.

Саверины бодож олсон Facebook-ийн талаарх санаануудыг түүний найзууд тийм ч таатай хүлээж авдаггүй байв. Жишээ нь, нэг удаа Саверин Facebook-ийн "найз болох хүсэлт"-ийг шууд авч хаях нь тун ухаалаг шийдвэр гэж бодсон ба "найз болох" алхамыг дуусгахын тулд дахин нэг удаа мауз товчлуураар дарах тухай саналыг найзууддаа хэлжээ. Өөрийн сайтаа хэн болгонд ойлгомжтой бөгөөд хэрэглэхэд амар болгохыг зорьж байсан Цукербергийн хувьд түүний энэ санаа анхнаасаа зорьж ирсэн замаасаа урвахтай адил сонсогдож байлаа. Гэвч Саверин үүнийг маш ухаалаг шийдвэр гэж бодож байсан ба ачааллагдах хугацаанд нь нэмэлт зар гаргаж ирэх нь энэ санааны гол утга учир нь гэнэ. Цукербергийн хувьд энэ санааг амьдруулах хамгийн болохгүй, муу шалтгаан нь энэ зар сурталчилгаа ажээ. Мөн Саверин Facebook-ийг дээд буландаа нэмэлт урт туузан баннер байрлуулах хэрэгтэй талаар Цукерберг Московиц хоёртой нэлээд удаан маргалдаж, хэрэлдэж байсан. Гэвч тэр хоёр энэ мэтээр сайтаа бузарлахыг хүссэнгүй. Тэдний хувьд хэсэг зуурын бус, ирээдүйн орлого чухал ажээ. Тэд хэтдээ сайтаараа асар их мөнгө олно гэдэгт бат итгэлтэй байлаа.

Энэ үеэр Паркер хуульчтайгаа Facebook-ийг хууль ёсны байгууллага болгох тал дээр шуурхай ажиллаж байлаа. Тэд Facebook-ийг Delaware-т бүртгүүлэхэд хэрэгтэй бүх бичиг баримтыг бэлдэж байсан юм. (Цахиурт Хөндийн бараг бүх компани Delaware-т бүртгэгдсэн байдаг байв). Паркер компанийг дахин загварчилж шинэчилж байхдаа оюуны өмч нь Facebook-ийн хамгийн гол эзэмшил гэдэг дээр хамаг анхаарлаа хандуулж байв. Саверин ХХК болгож байхдаа хэн, юу энэ компанийн амин сүнс вэ? гэдэг асуудлыг тийм ч тодорхой тусгаж өгөөгүй байна. (үүсгэн байгуулалт, програмын кодчиллын ихэнх ажлыг хийж байсан учир бүх эрхийг Цукербергийн нэр дээр болгов). Энэ хүртэл Facebook нь компани гэж хэлэхэд хэцүү байсан юм. Одоо бол Саверин зөвхөн банкны дансыг л удирдаж байгаа. Сервер болон оюуных нь өмчтэй хамт бүх зүйл хуулийн дагуу Цукерберг, Московиц, Паркер нарын хяналтад орлоо. Флорида дахь Саверины байгуулсан ХХК нь огт хэрэгцээгүй болжээ.

Марк Цукерберг одоо энэ талаар нэг их ярьдаггүй ч, түүний хууль ёсны баталагаажсан баримтууд дээр Цукерберг Савериныг тэдэнтэй хамт Калифорни явдаггүй, мөн өөрийн хийх ёстой ажлыг дуусгадаггүй байсан учраас ажиллахаа больсон гэсэн байдаг.

Хууль ёсны шинэ баримт бичгийн дагуу Цукерберг компанийн захирал аж. Түүний мэдэлд 51 хувь, Саверины мэдэлд 34.4 хувь, улам их нөлөөтэй болсоор байсан Московицийн хувийг 6.81 болгон нэмэгдүүлэв. Мөн өөрийн шинэ танил, итгэлт хамтрагч болсон Паркерт 6.47 хувийг өгчээ. Гэвч энэ хувь удахгүй өөрчлөгдөнө гэдгийг бүгд мэдэж байлаа. Учир нь Цукерберг нь Московиц Паркер хоёрыг дараа жил хүртэл хамт ажиллах юм бол өөрсдийнх нь хувийг тус бүр хоёр дахин нэмэхээ амласан байна. Энэ нь Саверины хувийг мэдэгдэхүйц бууруулах байлаа. Энэ явдлаас дөрвөн сарын дараа тэрээр Harvard Crimson-д ярилцлага өгөхдөө Московицын хувийг яагаад ихэсгэх болсон талаар "Бүгд л намайг галзуураа юу гэхэд нь би та нар юу ярина вэ?, Московицийн хувийг ихэсгэнэ гэдэг хамгийн зөв алхам шүү дээ. Тэр хамгийн их ажлыг нугалдаг юм шүү" хэмээн хэлсэн байдаг.

Саверин Facebook-ийг ингэж шинээр бүртгэгдэж, шинэчлэгдсэнийг огт мэдээгүй байжээ. Аль эсвэл энэ компанийн шинэчлэлийн төлөвлөгөөтэй огт танилцаагүй байж. Энэ бүх зүйл нь түүний уурыг ихэд хүргэсэн нь тодорхой. Ууралсандаа тэрээр Флорида банкин дахь дансыг хаасан байна. Энэ нь компанид тооцоо хийх ямар ч боломжгүй болгосон юм. Түүний хэлж байгаагаар бизнес нөхцөлүүдтэй нь танилцахаас нааш ямар ч мөнгө гаргахгүй аж. "Бид яг л террористуудтай хэлэлцээр хийж байгаа юм шиг санагдаж байв" гэж тухайн үед Пало-Алтод байсан Цукербергийн багийн нэг нь хэлсэн байна. Энэ үед яг шинэ серверүүд авахаар зэхэж байсан ба санхүү юу юунаас ч илүү чухал байсан юм. Саверин нэг гэрээ бэлдэж байгаа бөгөөд үүнд залуучуудын компанид эзэмших хувь болон үүргийг заасан, мөн үүнийгээ Цукербергт үзүүлэхгүй гэв. өмгөөлөгч юм уу өөр хэнд ч үзүүлэхгүй гарын үсэг зурна гэж сүрдүүлжээ. Хамгийн гол нь Цукерберг Саверинд түүний хүсэж байсан бизнес эрх чөлөөг нь олгох хэрэгтэй аж.

Гэрээ хэлэлцээр хийгдэж байхад Саверинаас болж түүний мөнгөний эх үүсвэр хаагдаж, мөнгөөрөө компанид тулгараад байсан асуудлыг шийдвэрлэх болжээ. Хамгийн чухал нь сервер худалдаж авах явдал. Цукерберг зун програм бичиж олсон 10 мянгаад доллартай байжээ. үүндээрээ шүдний эмч аав болон сэтгэл зүйч ээжээсээ хэдэн мянгыг нэмж авчээ. Энэчлэн Цукерберг болон түүний гэр бүл компанийг авч явахын тулд 85 мянган доллар зарцуулжээ. 25 шинэ сервер худалдаж авахад 28 мянган доллар орсон байна.

Крис Хьюзес зуны дуустал Францаас ирж чадаагүй ба тэдэнтэй Пало-Алтод нэгдэж чадсангүй. Гэлээ ч тэрээр Цукербергийн хувьд маш итгэлт хүний байр суурийг эзлэсэн хэвээрээ байлаа. Бүтээгдэхүүнийг нь хүмүүс хэрхэн хүлээж авах талаар өөр өөрсдийн саналаа хэлэн хий хоосон мэтгэлцдэг байхад, олон нийт, нийгмийн асуудал хариуцсан Хьюзес хэрэглэгчид шинэ функцэд хэрхэн хандах талаар арай л тод төсөөлдөг байсан юм. Ирснийхээ дараахан багийнхан нь түүнд Facebook-ийн хуудсын дизайныг үзүүлж өөр олон функц дээр саналыг нь сонсдог байлаа. Түүний шүүмжлэл үргэлж голыг нь олохыг яана. Тэрээр Facebook-т бүх зүйл энгийн бөгөөд сайтар хамгаалагдсан байхыг илүүд үздэг байжээ. Түүнийг сургуульдаа явсан хойгуур ч Цукерберг хэн нэгэнтэй санаа оноо зөрж маргалдахаараа Хьюзесийн бодлыг утасдаж асуудаг байжээ.

Зуны сүүл гэхэд 200 мянга гаруй хэрэглэгчидтэй болов. Цукерберг Московиц хоёр зөвхөн есан сард л гэхэд шинээр 17 сургуульд сүлжээгээ нэвтрүүлэх бодолтой байлаа. Паркер боломжийн санал тавих хөрөнгө оруулагчдийг олж, гэрээ хэлэлцээр байгуулдаг боллоо. Харин Саверинтай хийх маргаан л дуусашгүй үргэлжилсээр л... Цукерберг, Московиц нар Харвардаас гарахаар шийдэхэд 5 минут ч хүрсэнгүй. Огт эргэлзэлгүй Харвардыг хаяхаар шийджээ. Тэд эхлээд ажлаа оюутны байрнаасаа хичээлдээ явахынхаа хажуугаар хийж чадна гэж бодож байсан бол энэ жил Facebook тэднийг тун завгүй байлгах төлөв мэдрэгдсэн тул ажил хичээлээ холихыг хүссэнгүй. Паркер ч энэ саналыг нь дэмжиж байлаа. Харин Д'Анжело болон бусад нь сургуульруугаа буцав. Саверин ч мөн адил. Одоо Facebook-ийг Цукерберг, Московиц, Халикиоглу нар бүрдүүлж байв. МкКолум Wirehog дээрээ үргэлжлүүлэн ажилласаар л...

9 сарын эхээр буюу Цукерберг Саверин хоёрын утсаар хийх дайн үргэлжилсээр байх үед Цукерберг Харвардад сурдаг Тайлор, Камерон Винкелвосс, Дивя Наренда нар хамтран

өөрийг нь шүүхэд өгсөнийг мэджээ. Тэдний гомдоллосноор Цукерберг тэднээс Facebook-ийн санааг хулгайлсан аж.

3. Нийтийн сүлжээ ба интернэт

"Хүн бүр багахан ч хамаагүй хүртэхийг санаархав"

Нийтийн сүлжээ сайт нь тийм ч шинэлэг ойлголт биш бөгөөд Facebook ч тодорхой хэмжээнд бусдаас (анхдагчуудаас) санаа нэмэрлэсэн. Цукерберг бусдын оюуны өмчийг хулгайлсан хэргээр хэд хэдэн удаа буруушаагдаж байв. Гэвч түүний гол санаа нь хэн нэгнээс хулгайлсан бус дөчөөд жил хөгжсөн санааны залгамжлагч байсан.

Facebook шиг олон нийтийн сүлжээний талаар олоон жилийн өмнө интернэтийн бэлтгэлийг хийсэн инженерүүд зөгнөж байжээ. 1968 онд Ж.С.Р. Ликлидер болон Роберт В.Тайлорын "Компьютер бол харилцаа холбооны хэрэгсэл" гэдэг нийтлэлд "Ирээдүйд цахим ертөнцөд ямар харилцаа үүсэж болох вэ?" гэхэд зохиогчид "Ихэнхдээ газарзүйн байршлаараа тусгаарлагдсан гишүүдийн хооронд үүснэ. Зарим нь жижиг бүлэг болж нэгдэх ба зарим нь ганцаараа байна. Харилцаа нь зөвхөн нэг газарт байх хүмүүс төдийгүй ижил сонирхолтой хүмүүсийг хамрах бөгөөд газар зүйн байршил ямар ч нөлөө үзүүлэхгүй" гэж байсан нь Facebook-ийн тухай хэлсэн хэрэг. Эл нийтлэлд байх өгүүлбэр нийтийн сүлжээ сайтны гол санааны эх үүсвэрийг тавьсан ч байж болох юм: "Захиа юм уу шуудан явуулах ямар ч хэрэггүй, та зүгээр л өөртэйгээ холбогдох хүмүүсийг өөрөө таньдаг байхад л хангалттай" гэсэн байна. Дотоодыг хамгаалах яамны чанд хяналтан дор ажилладаг Дэвшилтэт судалгааны агентлагийн Тайлор Абранетыг тагнуулын зориулалтаар санхүүжүүлэн, боловсруулсан хүмүүсийн нэг. Абранетыг өнөөгийн интернэтийн хамгийн эхний хувилбар гэдгийг харин бид мэддэггүй. Техникийн бус мэргэжилтэй олон мянган жирийн иргэдийг гишүүдээ болгосон анхны үйлчилгээний сайт нь World Wide Web (www)-ээс өмнө байсан Usenet байв. 1979 онд эхэлсэн энэ төсөл нь хэрэглэгчдийг тусгай сэдэвт тохирсон бүлгүүдэд сэтгэгдэл зурвас үлдээх боломж олгож байв. Энэ үйлчилгээ нь одоо ч байгаа. 1985 онд Стюарт Бранд найзуудтайгаа The Whole Earth Lectronic Link буюу WELL гэдэг цахим самбарыг нээжээ. 1987 онд WELL-ийн идэвхитэй хэрэглэгч болох Ховард Рейнголд нэг эссэндээ виртуал бүлэг нь өнөөгийн нийгмийн сүлжээний анхны үе гэдгийг гэрчилжээ. "Виртуал бүлэг нь биенээ харж байсан үгүй нь огтын хамаагүй хүмүүсийн бүлэг юм. Энд хүмүүс өөрсдийн санаа бодлоо ямар нэг сэдвээр солилцох л үүрэгтэй".

Олон мянган хүн цахим харилцаа гэгч зүйлтэй улам танилцсаар байв. Энэ нь онлайн бүлгэм болон чатад сэтгэгдэл үлдээх хүмүүсийн тоо эрс нэмэгдэж байгаагаар илэрч байв. Олон нийтийг хамарсан үйлчилгээний байгууллагыг анх Францын шуудангийн байгууллага Minitel 1982 онд байгуулжээ. 1985 онд America Online (Minitel-ийн Америк загвар), 1988 онд IBM болон Sears нар хамтарч зар сурталчилгаа, арилжааны онлайн сүлжээ болох Prodigy тус тус байгуулжээ. Удалгүй AOL Америкийн онлайн сүлжээний зах зээлд тэргүүлэх болсон байна. Эл сүлжээнүүдийг хүмүүс нь ашиглахдаа бүх юм нь үнэнээрээ шахуу, өөрийн жинхэнэ нэрээр хэрэглэгчийн эрх нээлгэж ашигладаг байжээ. Жишээ нь Davidk408 гэх ч юмуу. Харин 1990 оны эхээр жирийн хүмүүс цахим сүлжээ, цахим шуудангийн сүлжээг ихээр ашиглах болж хэрэглэгчдийн нэр нь тухайн хүний жинхэнэ нэртэй огт хамааралгүй дурын болон хувирчээ. Энэ үйлчилгээнд ихэнхдээ жинхэнэ биш зохиомол нэр ашигладаг байсан учир цахим ертөнцөд танилууд биенээ танихгүй өнгөрөх нь элбэг байв. үүнээс арваад жилийн

дараа агшин зуурын зурвас солилцох үйлчилгээ буюу мессенжер нэвтэрснээр хүмүүс өөртөө зохиомол нэр өгч, хуурамч нэр бараг энгийн үзэгдэл болж өргөн ашиглах болжээ.

World Wide Web-ийн эхэн үед цахим бүлэг гэх ойлголт илүү боловсронгуй болов. Theglobe.com, Geocities, Tripod гэх зэрэг үйлчилгээнүүд хэрэглэгчид өөрийн хувийн нүүр хуудсыг зохиож болох функцыг бий болгожээ. Зарим тохиолдолд хэрэглэгчид хувийн хуудсаараа холбогдож ч болох аж (яг л өнөө үеийн олон нийтийн сүлжээ шиг). Марк Цукерберг ахлах сургуулийн сурагч байхдаа зохиосон анхны сайт нь Geocities дээр үндэслэсэн байв.

1994 онд Match.com хэмээх бүртгэлийн хураамжтай, хувийн мэдээлэл агуулсан сайт нээгдсэн авч ихэд нарийн зорилгоор л ашигладаг байсан тул хэрэглэгчийн хүрээ ихсээгүй. Төд удалгүй буюу 1995 онд Classmates.com нээгджээ. Энэ сайт хэрэглэгчдийн жинхэнэ бодит мэдээлэл (нас, хүйс, нэр) бүртгэж сургууль, ангийхантай нь холбох зорилготой олон нийтийн сүлжээ сайт байв.

Орчин үеийн нийтийн сүлжээ сайтын 1997 оноос эхтэй. Нью-Йоркийн sixdegrees.com байв. Sixdegrees.com нь хүмүүсийн жинхэнэ мэдээлэл (нас, хүйс, нэр) дээр суурилсан байсан ба бодит харилцааг хөгжүүлэх, хүмүүсийн харилцааны хэлбэрийг тодорхойлох, танилуудын холбоог үүсгэх, харуулах зорилготой байв. Энэ нь мэдээж тухайн үедээ боломжгүй байсан. Бүртгэлтэй гишүүдээс гишүүн болох урилга илгээсэн үед л бүртгүүлж болно (Бүртгэлийн энэ арга хойшид ч олон нийтийн сүлжээ сайтын бүртгэх гол зарчим нь болж байсан). Магадгүй одоо, бидэнд энэ бүхэн ойлгомжтой, мэдээжийн юм шиг санагдаж болох л юм л даа. Тэгэхдээ тухайн үедээ энэ нь жинхэнэ "хувьсгал" байсан. Уг үйлчилгээ тухайн хэрэглэгчид өөрийн хувийн хуудсыг бодит мэдээлэл (хобби, дуртай хөгжим, дуртай кино гэх мэт) дээрээ үндэслэн үүсгэх боломж олгосон. Эдгээр мэдээллээ оруулахад найзын холбоо үүсгэхэд тусалдаг байв. Sixdegrees.com-д хоёр гол ухагдахуун байсан нь "connect me" функц - хэрэв та хэн нэгний нэрийг сайтын хайлтын системд бичихэд тухайн хүнийг тантай хэрхэн холбогдож байгааг харуулах аж. Нөгөөх "network me" нь таны сонирхол болон таны сонирхож буй зүйлийг бүртгээд, бүртгэгдсэн гишүүдээс танд тохирохыг нь шүүдэг. Жишээ нь: Скарсдайлд амьдардаг шатар тоглох сонирхолтой эмч ч гэх юм уу?

Гэвч sixdegrees.com-ийг үүсгэн байгуулагч Вейнрич одоо болтол "Цаг хугацаа л хамгийн чухал байсан юм. Харин бид хугацаанаасаа түрүүлчихсэн" гэж харамсан дурсдаг. Энэ үйлчилгээ ажиллаж, байнга шинэчлэгдэж байхын тулд нэлээд хөрөнгө хэрэгтэй нь тодорхой. Анх 90 ажилчинтай байсан. Oracle-аас өндөр үнэтэй сервер, өгөгдлийн сан агуулах програм хангамж авч, мөн веб хөгжүүлэгч Sapien, Scient гэх зэрэг байгууллагуудад сая сая долларыг шинэ функц, шинэ тохиргоо нэмэхийн тулд төлдөг байжээ. Энэ их мөнгөөр сайт босгочихоод хариуд нь юу хүртэв? Дэндүү удаан хурд, di-al-up модем л байлаа. Тэднийг цаг хугацаанаасаа түрүүлсэн гэдгийг батлах бас нэг баримт бол хэрэглэгчийн зураг юм. Хэрэглэгчийн хуудсанд жинхэнэ нэр, ажлын танилцуулга, дуртай киноны нэрс байсан ч хамгийн гол зүйл болох зураг байхгүй нь зүйл ямар ч сонирхолгүй байлаа. Тухайн үед дижитал аппараттай жирийн иргэн тун ховор байж. 1999 оны үед дижитал аппараттай хүн ховор байхад ямар хүн интернэтэд тавих дижитал зурагтай байх билээ? Тиймээс Вейнрич бүр аргаа барж хэрэглэгчдийг хэвлэсэн зургаа явуулахыг гуйж, компанийхан зургуудыг дижитал болгон хуудсанд нь хийж

өгч байв.

Гишүүн мөн ч бай биш ч бай хүн бүрт одоо болтол тодорхойгүй нэг зүйл байдаг нь sixdegrees-д хосын үйлчилгээ байсан уу, эсвэл анхны нийтийн сүлжээ сайт байв уу? үгүй бол бүр хоёулаа юу? Гэсэн ч 1999 онд sixdegrees нь 3.5 сая хэрэглэгчидтэй болж чадсан. Энэ нь тэдний амжилтын оргил үе байсан ба Вейнрич компаниа нэлээн хөрөнгөтэйнэгэн компанид заржээ. Гэвч шинээзэнд sixdegrees тийм ч амжилт, орлоготой бизнес болж чадаагүй нь харамсалтай. Ингээд 2000 онд дампуурчээ. Энэ нь төгсгөл биш харин бүх зүйлийн эхлэл гэдгийг мэдэрсэн, хуульч мэргэжилтэй Вейнрич sixdegrees-ийн санааг патентжуулжээ. (Энэ патент хожим Facebook-ийн түүхэнд нөлөөлөх болно) Вейнрич сайтаа "ирээдүйн үйлдлийн систем" хэмээх ярих дуртай.

Ингэж sixdegrees хэдийгээр салхи хагалан гарч ирсэн ч, олон нийтийн сүлжээ сайт бий шинээр болгох асуудал нэлээд удсан юм. 1999 онд л хоёр үндэстний олон нийтийн сүлжээ сайт бий болсон нь Blackplanet ба Asian Avenue. Энэ хоёр зөвхөн үндэстнүүд хоорондоо нэгдэх сайт байсан учир хязгаарлагдмал байв. Шведийн өсвөр үеийнхэнд зориулсан Lunarstorm гэдэг сайт 2000 онд нээгдэв. өмнөд Солонгос 2001 онд CyWorld гэх нийтийн сүлжээ сайттай боллоо.

2001-2002 оны үед Цахиурт Хөндийд нийтийн сүлжээ сайт гэдэг юмыг тоож хардаг бизнесмен огт үгүй байлаа. Ихэнхи компанийн захирлууд, хөрөнгө эзэмшигчид интернэт компаниудын 2000 оноос эхлэн орлого болон үнэлгээ унасанд гайхсаар байв. 2001, 2002 онд шинээр нээгдсэн олон нийтийн сүлжээ сайтууд хөрөнгө оруулалт олж чаддаггүйн улмаас хөгждөггүй байлаа. Гэвч цөөхөн хүн л sixdegrees-ийг цагаа ололгүй хэт эрт гарч ирсэн гэдгийг ойлгож байсан юм.

Шон Паркер найзтайгаа 2001 онд байгуулсан Плаксо нь яг таг олон нийтийн сүлжээ сайт биш байв. Гэхдээ олон нийтийн сүлжээ сайттай нийтлэг зүйл нэлээд байсан. Плаксо нь хэрэглэгчдийн агшин зуурын зурвас илгээх програм (мессенжер)-ийн найзуудын хуудсыг ачааллах үйлчилгээтэй сайт байсан. Шинэ хэрэглэгч өөрийн мессенжерийн танилын хуудсыг Плаксо-д байрлуулахад, Плаксо шууд л тэнд буй хүмүүст бүгдэд нь "Плаксод Нэгдье" гэсэн урилга явуулдаг байв. Паркер sixdegrees-ийг зохион бүтээгч Андрю Вейнричтэй тун адилхан бодож байсан юм. Энэ нь "өөрийн хуудсыг л ачаалла, харин бусдыг нь бид хийе" гэдэг санаа. Паркерт Плаксогийн хурдтай тархах байдал нь таалагдаж байжээ. Ганцхан хүн мянга мянган хэрэглэгчийг араасаа татах боломжтой. Плаксод байсан нэгэн зүйл хожим Facebook-т ч илэрсэн билээ. Тухайн хүнийг өөрийнх нь урьсан танилуудаар нь хэн бэ гэдгийг нь мэдэж болох маш гайхалтай санаа байв.

2001 оны сүүлээр Адриан Скотт гэгч Ryze гэдэг олон нийтийн сүлжээ сайтыг шинээр нээжээ. Скотт нь Ryze-ийн зорьж буйг хэн хүнд ойлгомжтой байхаар хийжээ. Энэ нь хосоо олох үйлчилгээтэй сайт биш, харин ажил хэрэгч, албаны хүмүүст зориулсан сайт юм. Нэрийг нь хүртэл гишүүд нь өөрийн ажил хэргийн холбоог зузаатгаснаар хөгжих дэвших (rise up) боломжтой гэдгийг бодолцож ижил дуудагдах RYZE гэж өгчээ. Гишүүдийн танилцуулга хуудас нь дуртай кино, хоол гэх мэтийг биш голдуу ажлын туршлага, амжилт, хамтран ажиллагчид болон бизнес түнш гэх зэргийг агуулсан аж. Тэд өөрсдийн хайлтын системийг ашиглуулан хэрэглэгчдэд хэрэгтэй ажил хайх, бизнес түншийг олоход нь туслах замаар мөнгө

олох төлөвлөгөөтэй байжээ. Гэвч энэ сайт нь Сан Францискогоос өөр газар дэлгэрээгүй юм. Олон нийтийг хүчтэй байлдан дагуулж чадаагүй ч Ryze нь түүний араас гарах олон нийтийн сүлжээ сайтуудыг санаагаар тэтгэж, цэнэглэж, урамшуулж өгсөн "буянтай" сайт ажээ.

Жонатан Абрамс бол програмист бөгөөд Ryze-ийг бүтээн байгуулахад гар бие оролцсон нэгэн. Тэрээр Ryze-ийг ажил алба, бизнес дээр төвлөрсөн санаанаас холдож харин хүмүүсийн хувийн амьдрал, зугаа цэнгэлд илүү анхаарлаа хандуулбал амжилт олно гэдэгт бат итгэх бол тул жинхэнэ утгаар нь нийтийн сүлжээ сайтыг шинээр байгуулсан. үүнийгээ Friendster гэж нэрлэсэн юм. Энэ сайт яг ч "хосоо олох" зорилготой сайт биш байсан ч хэрэглэгчдийг хосоо олоход нь туслах маш олон функцтэй. Абрамс нь Match.com-ийн хэрэглэгчдийг өөртөө татна гэдэгт мөрийцөхөд ч бэлэн байсан ба энэ их зориг юунаас урган гарав гэхээр Match.com-д хүмүүс танилцахын тулд зөвхөн нэг хүнийг олоод харилцдаг байсан бол Friendster бол найзуудын найзуудыг таньж мэдснээр илүү олон сонирхолтой хүнтэй учирна гэсэн үг. Энэ л хэрэглэгчдийн тоо өсөх гол шалтгаан болно гэдгийг мэдэж байсан. Хэрэглэгчид нь өөрсдийн жинхэнэ нэрээр (нас, хүйс...) бүртгүүлвэл Friendster-д байдаг найзуудыгаа дагаж мөрдөх онцгой функцийг ашиглаж болох байв. Яг л Вейнричийн sixdegrees-д хэрэглэж байсан санаа. Хэрэглэгчдийн нэр нь яг тэдний нүүр зургийн хажууд нь гардаг байлаа. Энэ нь маш зөв шийдэл болсон юм. Таны эргэн тойрон хэн хэн амьдарч байгаа, хэн нь хэнтэй ямар холбоотойг тодорхой харж болох байв. Хэрэглэгчдэд хэн нэгний зураг таалагдсан бол тухайн хэрэглэгчидтэй холбогдож болно.

2003 онд Friendster нь нээгдсэн даруйдаа л тэсрэлт үзүүлсэн. Ганцхан сарын дотор гэхэд хэдэн сая хэрэглэгчидтэй болж Абрамсын магнайг тэнийлгэв. Friendster-т нэгдэхийн тулд Friendster-ийн гишүүнээс урилга авах ёстой. Удалгүй хэвлэлээр Friendster-ийг ирээдүйн google хэмээн өргөмжлөх болов. Google-ээс хүртэл Friendster-ийг 30 сая доллараар худалдаж авах санал ирж байсан гээд боддоо.

Гарсан даруйдаа л рекорд тогтоож эхэлсэн ба зохион бүтээгч Абрамс нь сэтгүүлүүдийн нүүрийг чимэх болов. Гэвч хагас жил дотор хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамж унаж эхлэв. Сая сая хүн Friendster-д нэгдснээр серверүүд нь ачааллаа дийлэхгүй, мэдэгдэхүйц удааширч эхэллээ.Хуудас ачааллах төдийд хориод секунд болчихдог болов. Мөн Friendster-ийн удирдлага хуурамч нэр, хүүхэлдэйн киноны баатар, нохой зэргээр танилцуулгандаа худал мэдээлэл ашигласан "fakesters" буюу худалч гишүүдтэй нээлттэй дайн зарласан нь хэрэглэгчдийн тоо багасгахад нөлөөлжээ. Абрамс Friendster-ийн хэрэглэгчид зөвхөн жинхэнэ нэрээ ашиглан бүртгүүлсэн байх ёстой гэдэг дээр хатуу байр суурьтай байсан юм. Тийм ч учир хуурамч танилцуулгатай хүн болгоныг системээсээ хасаж байв. Цаг хугацаа өнгөрөх тутам шаардагдах техник технологийн шинэчлэлийг давж гарахын тулд “Benchmark Capital” болон “Kleiner Perkins Caufield Byers” хэмээх хоёр томоохон компаниас хөрөнгө оруулалт авсан байна

Саяхан би Сан Францискод байрлах Friendster-ийг үүсгэн байгуулагч Абрамсын оффист зочилсон юм. Тэрээр одоо бизнесийн цахим урилга илгээдэг Socializr хэмээх төсөл дээрээ ажиллаж байна. Намайг очиход тэр надад текилла санал болгосон юм. Тэрээр ярилцаж байхдаа ч хэд хэдэн удаа энэ саналаа давтсан боловч би удаа дараалан татгалзсан хариу өгч байв. "Сайт хоёр жил тийм ч таатай ажиллаагүй нь үнэн" гэсээр тэр яриагаа миний гол

ярилцахаар ирсэн сэдэв болох бизнес талруу чиглүүлсэн юм. Инженерийн буруу дүгнэлт хэрхэн хувь заяанд нь хор хөнөөл авчирсныг тайлбарласан юм даа. Тэрээр 2004 онд хөрөнгө оруулагчдын шийдвэрээр компанийн CEO байхаа больжээ.

Абрамс нь нийтийн сүлжээ сайтын түүхэндэх томоохон шинэчлэгч, хувьсгалчдын нэг гэгддэг ч бусдын санаан дээр сайтаа зохиосон гэдгээ хүлээн зөвшөөрдөг. "Сайтын гол утга санаа шинэлэг зүйл байгаагүй ч харагдах байдал, функц шинэ байсан. өөр шинэ гэхээр зүйл юу ч байхгүй".

Friendster унтарч эхэлж байхад Сан Францискод нийтийн сүлжээ сайтууд борооны дараах мөөг шиг л олноох бий болов. Бүгд л хүмүүсийг хооронд нь холбох гэдэг нийтлэг санаатай байсан ба харин бүгд өөр өөр янзаар энэ үйлдлээ хийх аж. Тэдний нэг нь Tickle бөгөөд найзууддаа зориулсан тест, асуулт хэлбэрээр хүмүүсийг хооронд нь холбох ажээ. Гол санаа нь хүмүүстэй холбогдоход хэн хэнд нь зугаатай бөгөөд өгөөжтэй байлгах явдал байв. Энэ үед нээгдсэн бас шинэ сайтууд болох LinkedIn, Tribe.net нь Абрамсийн найзуудын бүтээл байлаа.

Рейд Хоффман Friendster-ийн амжилтыг анхнаас нь мэдэрч чадсан анхны хөрөнгө оруулагчдын нэг. Тэрээр анх 20 мянган доллараар хөрөнгө оруулж Абрамс үүнийг нь 100 мянга болтол нь өсгөсөн аж. Хоффман нийтийн сүлжээ сайтын түүхэн дэх гол нөлөө үзүүлсэн хүмүүсийн нэг бөгөөд Цахиурт Хөндийн хамгийн нэр нөлөөтэй захиралуудын нэг. Бүр 1997 онд тэрээр "хосоо олох" нийтийн сүлжээ сайт болох Socialnet-ийг ажиллуулж байсан юм. Энэ нь тухайн хэрэглэгчийн өөрийгөө тодорхойлох мэдээллээс нь харж өөрт нь тохирох хүнийг олж өгдөг програм байв. Хэдийгээр Хоффман өөрөө үүнийгээ анхных нь байгаагүй гэж боддог ч ихэнх хүмүүс үүнийг хамгийн анхны нийтийн сүлжээ сайтын нэг гэж ярьдаг. Хэдийгээр бизнес талаасаа их ашиг олоогүй ч компаниа зараад хөрөнгө оруулагчдад ямар ч өргүй хоцорчээ. 2003 оны 5 сард Friendster олон нийтэд хүрээд гурван сар болж байхад Хоффман бизнесмен, ажил хэрэгч, албаны хүмүүст зориулсан LinkedIn гэх сайтаа нээсэн байна. Хоффманы бодлоор нийтийн сүлжээ сайтыг хувийн амьдралд зориулсан, ажил албанд зориулсан гэж хоёр хэсэг хуваадаг. Тиймээс хувийн амьдралд зориулагдсан Friendster-тэй сөргөөцөлдөж байгаагүй юм. Одоо ч үйл ажиллагаагаа явуулсаар байгаа LinkedIn нь Ryze-тай ижил зүйл маш их. Хэрэглэгчийн танилцуулга нь тухайн хүний товч намтар нь л гэсэн үг. Хэрэглэгчид нь танилцах гэж биш шинэ ажил, бизнесийн санал, бизнесийн зөвөлгөө гэх цэвэр ажил албаны журмаар хоорондоо холбогдох ажээ. Танилцах биш харин албаны зорилготой гэдгийг нь хадгалах гэж LinkedIn-ийхэн анхнаасаа зураг ачааллах функц оруулаагүй.(Хоффман энэ функцийг хожим нэмсэн юм).

Хоффманы найз, Friendster-ийн өөр нэгэн хөрөнгө оруулагч нь Марк Пинкус юм. Тэрээр туранхай, дундаж өндөртэй, маш идэвхитэй залуу. 2003 оны 5-р сард буюу Хоффман LinkedIn-ээ ажиллуулаад удаагүй байхад Пинкус өөрийн Tribe.net-ийг танилцуулав. Дуртай зүйлээрээ холбогдон бүлэг, фракц үүсгэж болох нийтийн сүлжээ сайт байлаа. Tribe.net нь ер нь craigslist шиг сонирхол сонирголоороо ангилагдсан аж. Ингэснээр хүмүүс зөвхөн бие биеэсээ юм худалдаж авах боломжтой.

Шон Паркер Сан Францискогийн эдгээр "олон нийтийн сүлжээ сайтын мафи" дунд орчихсон байв. Энэ үед Паркер Стенфордын оюутнуудтай Пало-Алтод байр хөлслөж байсан ба Friendster нь аль хэдийн бүгдийн хэрэглээ болж, энэ шил дараалан гарсан нийтийн сүлжээ

сайтуудыг зохион байгуулагчид нь бүгд хоорондоо жинхэнэ амьдрал дээрх харьцаагаа тогтоогоод байсан юм. Ryze-ийн Адриан Скот нь Napster-ийн анхны хөрөнгө оруулагчдийн нэг. Мөн Tribe.net-ийн Пинкус нь Freeloader-ийг үүсгэн байгуулсан ба, үүнд нь Паркер 1994 онд арван тавтайдаа оролцсон байв. Ингээд тун удалгүй Паркер тэр хэд болон тэдний найз болох Friendster-ийн Абрамстай улам дотно ажил албаны холбоотой болжээ.

Паркер Абрамс нар маш хурдан дотносжээ. Абрамстай цагийг өнгөрөөх тусам Паркер Friendster-ийг улам гайхан бишрэх болжээ. Тэрээр олон цагийг Friendster-ийн оффист өнгөрөөх болов. Паркер Friendster-д шинэ хөрөнгө оруулагч олж өгөх ба шанд нь Friendster-ээс багахан хувь авдаг байв. Энэ үед систем нь яг доройтож, агшин зуур ирсэн амжилтынхаа ачааллыг даахгүй уруудаж явсан аж. Паркер "Би хажуунаас нь ажиглан суухдаа тэднийг энэ дайнд ялагдчихсан гэдгийг харж байсан юм. Хэлдэг үг нь дандаа л дахиад нэг, дахиад нэг сар..., тэгээд бид сэргэж чадна..." (Friendster дахин шинэчлэгдсэн боловч АНУ-ын зах зээлийн хувьд дэндүү оройтсон байсан). 2003 оны зун Tribe.net, LinkedIn дөнгөж цэцэглэж эхэлж байхад нэг санаандгүй зүйл Пинкус, Хоффман нарын санааг зовоов. Сургаар бол одоо мөхчихсөн Sixdegrees-ийн эзэмших патентыг шинэ эзэмшигчид нь дуудлага худалдаанд оруулах гэж байгаа аж. Патент нь өгөгдлийн сантай, хэрэглэгчдийн өөрийн хуудас нээлгэх боломж олгодог, бусад хүмүүсийг урих боломж олгодог нийтийн сүлжээ сайтыг яг таг дүрслээд өгчихсөн байв. Хэрэв нөгөө хүн нь урилгыг нь хүлээн аваад найз болвол үйлчилгээ нь хоёр төрлийн харилцааны хэлбэрийг үзүүлэх аж. Эл үйлдлүүд нь нийтийн сүлжээ сайтын амин чухал үйлдлүүд юм.

Хоёр захиралд хуульч нар хэрэв энэ патент буруу хүний гарт орох юм бол хоёр компани хоёулаа зогсоход хүрэх ба цаашлаад олон нийтийн сүлжээ сайтын бүх компанид аюул учрах юм гэж хэлжээ. Ингээд тэд худалдаж авахыг оролдов. Патентыг өөрийн болгож авна гэдэг нь өөрсдийн бизнесээ хамгаалах арга байлаа. Аль алинийх нь компаний удирдах зөвлөл патент худалдаж авах эрх олгохгүй нь ойлгомжтой байсан учир өөрсдийнхөө мөнгөөр авахаар шийджээ.

Энэ патентын хүчин чадлыг мэдэж байсан цорын ганц хүмүүс нь Хоффман, Пинкус нар биш юм. Yahoo энэ үед олон нийтийн сүлжээ сайт гэдэг зүйлийг таг мартснаа ухаарч эхлээд арга хэмжээ авч эхлээд байв. Тэд дуудлага худалдаанд орж хамгийн өндөр үнийг амласан юм. Гэвч Хоффман, Пинкус хоёрбайсан бүхнээ тавин зүтгэсний эцэст хамгийн хурдан төлнө гэсэн нөхцөлтэйгээр энэ патентыг 700 мянган доллараар авч чаджээ.

Энэ хоёрын дурсан ярьж буйгаар тэд патентаа Yahoo юмуу Friendster гэх том гарын тоглогчдоос хол байлгахыг хүсжээ. Хоффман "Бид хэн нэг нь патентыг худалдаж аваад бүх олон нийтийн сүлжээ сайтуудыг шүүхэд дуудуулахаас айж байсан. Бид энэ патентыг хамгаалалтын зорилгоор авсан ба хэнд ч аль хэдийн оршин тогтносон сүлжээ сайтуудыг үгүй хийхийг зөвшөөрөхгүй" гэжээ.

Энэ хэд ингэж шинэ үйлдвэрлэл Сан Францискод бий болгож байхад, хаанаас ч юм огт мэдэгдэхгүй нэгэн хүчтэй өрсөлдөгч гарч ирэх нь тэр. Нэр нь Myspace. Myspace-ийн эхлэл нь тун энгийн. Friendster-ийг хуулбарлагч байдаг л нэгэн сайтуудын нэг байв. Мөн Myspace-ийг хамтран үүсгэн байгуулагч Том Андерсон Friendster-ийн идэвхитэй хэрэглэгч байсан юм. Андерсон Friendster-ийн үйлчилгээ мэдэгдэхүйц муудаж эхлэлмэгц Myspace-ийг хийхээр

шийджээ. Жулиа Ангвины “Stealin Myspace” номонд буйFriendster-ийн дайтаж байсан хуурамч хуудас үүсгэгчдэд эрх чөлөөг олгох нь зөв гэдэгтэй Андерсон санал нэг байсан нь Myspace-ийг үүсгэсэн бас нэг шалтгаан аж. Түүнийхээр хүн бүр дурын хуудсаа, дурын нэрээрээ үүсгэх учиртай гэнэ. Тийм ч учир тэр хамтрагч Крис ДеВолфтэй Myspace-ийг ашиглахад хязгаарлалт тавилгүй хэрэглэгчдэд эрх чөлөөг илүү олгож байв.

Тэр хоёр нүсэр том бөгөөд зохион байгуулалт муутай eUniverse компанийн ажилчид байлаа. Энэ нь хэрэглэгчдийхээ компьютерт нууцаар вирус суулгаж өөрсдийн бараа бүтээгдэхүүнийг зардаг байгууллага байв. Тэнд л тэд шинэ үйлчилгээ нээх санаагаа олж авчээ. Бизнес сэтгэлгээтэй Андерсон, Дефолф нар веб ертөгцөд шуугиан тарьсан л бол ямар ч функц загварыг Myspace-дээ багтаахыг хүсэж байлаа. 2005 оны дөрвөн сарын 15-нд буюу Friendster-ээс зургаан сарын дараа, Tribe.net-ээс 3 сарын дараа нээгдэхэд тоглоом, зурхай, блог гэх мэт зүйлүүдийг багтаасан, Friendster-тэй адилхан хэрэглэгчийн хуудастай бараг төгс шахуу сайт болсон байв.

Friendster-ийн зөрүүд эзэн Абрамс хуурамч мэдээлэл ашиглан хуудас нээгчидтэй дуусахгүй, хожим ялагдах нь тодорхой дайныг хийж байхад Myspace Friendster-тэй дайтахыг хүссэнгүй. Энэ нь ч хэрэглэгчдэд яг тохирч байлаа. Жишээ нь л гэхэд "хэн хэн хэрэглэгч болж болох вэ?" гэдэг асуудал дээр маш нээлттэй хандсан юм. Гишүүн болохын тулд Myspace-ийн гишүүн хүнээс урилга авах шаардлага байхгүй, зүгээр л ороод жинхэнэ худал нь хамаагүй дуртай нэрээрээ хуудсаа үүсгэж болно. Мөн нэг сонин зүйл нь хэрэглэгчдийн хамгийн их татагдсан функцийг зориудаар бодож олоогүй байв. Анхнаасаа програм бичихдээ гаргасан кодчилолын алдаа нь Myspace-ийн хэрэглэгчдийгхуудас дээрээ HTML гэх веб програмыг татахад хүргэчихсэн аж. Ингээд хэрэглэгчид ч хуудсаа сайжруулах, сонирхолтой болгох, гоёж чимэглэхдээ үүнийг ашиглах болов. Энэ нь маш хэрэглэгчдэд таалагдаж байгаа нь Myspace-ийн удирдлагуудад таатай санагдсантул тэд энэ алдаагаа засалгүй орхижээ.

Хэрэглэгчид хуудсаа өөрсдөө урлах нь Time Square-тай адил төрхийг бий болгожээ. Чамин график, гялалзсан зураг гэх мэт. Энэ нь Myspace-ийн "өөрийн дураар", "эрх чөлөөтэй" байх гэдэгт яг таг нийцэж байв. Бүртгүүлэх хэрэглэгч хэн байх нь огт хамаагүй, бүгдэд нээлттэй, эрх чөлөөтэй, хуудсаа засаж янзлах нь ч өөрийн дур. Хэрэв чи хэн ч биш байхыг хүсвэл, мөн адил хуудсаа чимэглэхгүй хэн ч биш байх боломжтой. Дурын нэрээр, дурын хуудсаа үүсгэж болдог "эрх чөлөө" нь таны жинхэнэ найзуудын хэн нь Myspace-ийн хэрэглэгч байсан бэ? гэдгийг мэдэх боломжгүй нэг сөрөг талтай байв. Харин энэ нь жинхэнэ амьдрал дээрх бодит найзуудын харьцааг дээшлүүлэх гэсэн хүмүүст хязгаарлагдмал болсон. Хүмүүс ч найзаа ёстой хамаа намаагүй нэмнэ. "Их найзтай байх тусмаа сайн, их найзтай байх тусмаа улам нэр хүндтэй". Энэ нь сүүлдээ бараг "хэн нь их найзтай вэ?" гэдэг тэмцээн шиг л болсон. Friendster-д хэрэглэгчийн хуудас тухайн хэрэглэгчидтэй зөвшилцсний дараа засагддаг. Харин энэ нь Myspace-т хамаагүй.

"Stealin Myspace" номонд "Myspace-ийн амжилт нь овжин овсгоотой үүсгэн байгуулагчдийн маш зөв цагтаа гарч ирсэнд байгаа юм" гэжээ. Дэлхий ертөнц тэр чигээрээ олон нийтийн сүлжээ сайтын зах зээлийг хүлээж авахад бэлэн байсан үе юм. Sixdegrees цаг хугацаанаас хэт эрт гарчихсан байсан хийгээд хөгжин дэвших зөв орчин, цагаар дутагдаж байсан юм. Харин одоо энэ цаг үе хэдийн иржээ. Ангвины бичснээр 2003 онд Америкийн broadband холболттой

интернэт хэрэглэгчдийн тоо 15-25 хувь болтлоо өсчээ. Эл холболт нь хэрэглэгчдэд өндөр хурд хийгээд зургаа цахим ертөнцөд оруулах аятай боломж олгосон. Дижитал камер хаа сайгүй дэлгэрэв. Хамгийн чухал нь маш олон хэрэглэгчид интернэтийг хурдан ашиглаж буй явдал байв. Бүгд broadband холболттой болжээ. Хэрэв Friendster амжилтандаа эрдэн бүдрээгүй бол тэд олон нийтийг байлдан дагуулж чадах л байсан. Харамсалтай нь Myspace сиймхийг ашиглан амжилттай нэвгэрчээ.

Myspace анх Лос-Анжелест дэлгэрсэн. Андерсон, Дефолф нар үйлчилгээгээ хамтлаг дуучдад танилцуулж байлаа. Удалгүй Myspace Лос Анжелесийн дуучдын хүчтэй сурталчилгааны зэвсэг болон хувирч чаджээ. Улмаар АНУ-ын бүх уран бүтээлчид Myspace-д нэгдэж өөрсдийн уран бүтээлийг сурталчлах болов. Хамтлаг дуучид нэмэгдэх тусам тэднийг дэмжигчид болох өсвөр үеийнхэн нэмэгдсээр байлаа.

Friendster-ийн идэвхитэй хэрэглэгч Тила Текилла гэгч загвар өмсөгч бүсгүй Myspace-д өөрийн фен клубыг дагуулан Friendster-ээс урван нэгджээ. Тэрээр сингапурын загвар өмсөгч байсан ба маш олон хүний анхаарлыг татдаг байв. Тэр Myspace-ийн хамгийн их зочинтой хэрэглэгчдийн нэг ажээ.

Myspace-д бүртгүүлэх насны доод хязгаар нь 16 байсан ч, маш олон хүүхэд насаа нэмж бүртгүүлэн өөрийгөө "том, хөгшин" гэж бодуулахуйц хуудас хийдэг байжээ. өөрсдийгөө бяцхан гэдгээ мэдэгдүүлэхгүйн тулд хөхний даруулгатай юм уу, биеэ ил гаргасан хувцастай зургаа байршуулах болсноор дунд, ахлах сургуулийн сурагчдын эцэг эхчүүд нийтийн сүлжээ сайтын аюулыг ухамсарлаж эхлэсэн аж.

2004 оны 2 сард Facebook ачааллахад Myspace аль хэдийн сая давсан хэрэглэгчидтэй болчихсон, АНУ даяар ноёрхолоо тогтоож эхлээд байсан юм. Facebook Myspace-ийг бодвол харьцангуй хязгаарлагдмал орчинг хэрэглэгчиддээ өгч байлаа. Хэний ч сонирхлыг үл татах энгийн цагаан цэнхэр хосолсон дизайн, мөн зөвхөн элит сургуулиудын оюутныг л бүртгэх бүртгэлийн хатуу систем гэх мэт. Ерөнхийдөө Facebook, Myspace хоёрын ялгаа асар их байлаа.

Оюутнуудад зориулсан анхны нийтийн сүлжээ сайт 2001 онд Стенфордийн Их Сургуулиас эхлэлтэй. Магадгүй энэ нь АНУ-д нээгдсэн хамгийн анхны олон нийтийн сүлжээ сайт ч байж болох юм. Олон нийтэд бараг хүрээгүй ClubNexus гэх эл үйлчилгээг Стенфордын их сургуульд компьютерийн шинжлэх ухааны чиглэлээр докторын зэрэг горилон суралцаж байсан турк оюутан Оркут Буюокоттен уг сургуулийн оюутнуудын нийгмийн идэвхийг нэмэгдүүлэх зорилгоор бүтээжээ. Улс төр судлаачын мэргэжлээр суралцдаг, төгсөх ангийн оюутан Тайлер Зиemanн энэ сайтын техникээс бусад асуудлыг хариуцдаг байв.

ClubNexus нь үнэхээр хувьсгалыг авчирсан ба тоо томшгүй олон функцтэй байв. Бүр дэндүү их шүү. Хүмүүст өөрийн бодит мэдээлэл дээр үндэслэсэн хуудсыг нээх боломж олгоод, дараа нь сургууль дээрх хамгийн сайн найзуудаа жагсаахыг шаарддаг байв. Таны найзуудын хэн нэг нь сүлжээнд хараахан холбогдож амжаагүй байвал автоматаар тэдэнд сүлжээнд нэгдэх урилга явуулдаг байв. Стенфордын нэр дээрх и-мэйл хаягаар зөвхөн бүртгэдэг байв. Энэ нь тухайн хэрэглэгчийн мэдээлэл хуудсан дээрхтэй тохирч байгаа эсэхийг хянах боломж олгодог төдийгүй хуурамч хуудас үүсгэхээс хамгаалдаг ажээ. Найзуудтайгаа харьцах, янз бүрийн

үдэшлэг арга хэмжээнд урих, төрөл бүрийн өгөгдөл нийтлэх, зар сурталчилгаагаа тавих, блог болгон хэрэглэх, мөн түүнчлэн хайлтын системийг нь ашиглан өөртэйгөө нийцэх сонирхол нэгтэй хүнийг ч олж болох байлаа. Оюутнууд үүнийг хамтран суралцагч, найз нөхөд болон хосоо олоход ашиглаж байв. Буюукоттен "Миний сайтын гол онцлог нь хэрэглэгч сайтыг ашиглан үнэхээр том үдэшлэг зохиож болох юм" гэж бахархасан удаатай.

Нээгдсэн эхний долоо хоногтоо л 25 мянган оюутантай Стенфордын Их сургуулийн 1500 оюутныг эгнээндээ нэгтгээд авчээ. Хэрэглэгчдийн тоо 2500 хүрсний дараа сайтын ашиглалтын түвшин унаж эхэлсэн байна. Буюукоттен маш чадварлаг програмист байсан учир өөрийн сайтдаа хэний ч бодож олохооргүй олон зүйлийг шинээр сэтгэн хийсэн нь үнэхээр будлиантай байв. Энэ нь хүн хэрэглэхэд маш төвөгтэй олон функц хэт замбараагүй ачааллахад хүргэж байв. Хэрэглэгч өөртэй нь хамт өөр олон хэрэглэгч байгааг ч анзаардаггүй байсан гэнэ.

Хоёр залуу 2002 онд сургуулиа төгсөөд ажил хэрэгтээ анхаарах болов. Оюутан сурагчдын нийтийн сүлжээ ашиглаж байгаа хэлбэр болон үзүүлэлт тэдний сэтгэлд нийцээгүй учир залуусыг хөшүүн, хойрго хандаж байна хэмээн бодож, нэгэн тэнэг гэмээр шийдвэр гаргажээ. Тэд төгсөгчдөд тулгуурлан ажиллахаар шийдэн Affinity Engines гэдэг компани байгуулан, өөрсдийн хуучин CLubNexus-ийг өөрчлөн InCircle хэмээх төгсөгчдийн бүлэгт хандсан үйл ажиллагаа явуулж эхлэв. Тэдний анхны хэрэглэгч нь Стенфордыг төгсөгчдийн холбоо байсан юм. InCircle 2005 онд гэхэд АНУ даяар 35 их дээд сургуулийн төгсөгчдийн холбоог сүлжээндээ элсүүлж чаджээ. Тэдэн дунд Мичиганы Их Сургууль гэх "томчууд" хүртэл багтаж байсан юм. Affinity Engines компани нээгдээд тэд удалгүй БуюуКкотен Google-д ажиллахаар компаниасаа гарснаар InCircle-ийн балрах эхлэл нь тавигдсан юм.

Тэрээр Google -ийн шилдэг менежерүүдийн нэг Марисса Маертдолоо хоногийн дотор шинэ олон нийтийн сүлжээ сайтын анхны загварыг гаргаж чадахаа хэлжээ. Маер болон Google-ийн бусад удирдлагууд түүний төсөлтэй танилцаад, санал нэгтэйгээр төслийг нь "халуунаар тэврэн" авсан байна. Google энэ төслийг "Eden" юм уу "Paradise" гэж нэрлэхээр төлөвлөж байлаа. Гэтэл түүнтэй хамт ажилладаг бүтээдэхүүн хариуцсан менежер Адам Смит Буюуккотеныг orkut.com гэх хаяг эзэмшдэг болохыг мэджээ. Энэ хоёр Буюуккотеныг төслөө өөртөө бүр "шингээчихсэн" байна хэмээн бодож түүнийх нь нэрээр нэрлэх болсон бина.

Сайтар бодсоны үндсэн дээр хийгдсэн Оркут нь бүгдэд нээлттэй ба 2004 онд Facebook ачааллагдахаас ердөө хоёрхон долоо хоногийн өмнө нээгдсэн байна. Анхандаа АНУ-д нэлээд дэлгэрсэн ба Myspace-ийн гол өрсөлдөгч болох төлөвтэй болов. Гэвч 2004 онд яагаад ч юм бразилчуудыг байлдан дагуулж эхэлсэн юм. Тэнд Оркутын хэрэглэгчид АНУ-аас олон хэрэглэгчтэй гэдгийг харуулцгаая гэсэн санаа Бразилийн залуу үеийг бүхэлд нь хамарч байсан юм. Харин хангалттай олон Бразил хэрэглэгчтэй болж эхлэхэд Оркут нь бразил болон португали хэлээр орчуулагдах хэрэгтэй болсон нь мэдээж...

Америкчууд Оркутыг хаяж эхлэв. Харин Оркут одоо болтол Google-ийн мэдэлд оршиж, дэлхийн хамгийн нарийн, чамин тансаг олон нийтийн сүлжээ сайт болсоор байна. Хэрэглэгчдийнх нь бараг тал хувь нь бразилчууд. Харин үлдсэн хэрэглэгчдийн ихэнх нь Энэтхэг аж.

ClubNexus нь коллежийн оюутнуудад туслгайлан зориулсан олон нийтийн сүлжээ сайтын эхлэл байсан боловч 2003-2004 онд АНУ-ын олон коллежид энэ мэт сайт нэлээд дэлгэрсэн байна. TheDailyJort нь 1999 оноос хойш үйл ажиллагаа явуулж, 12 сургуулийн оюутнуудад хэлэлцүүлгийн самбар аялуулдаг байв. Collegester.com гэх үнэгүй, хөгжилтэй, зугаатай цахим үйлчилгээний (оюутнуудад зориулж оюутнуудын бүтээсэн) сайтыг 2003 оны наймдугаар сард Калифорн их сургуулийн хоёр төгсөгч бүтээжээ. Хосуудыг төрүүлэх зорилготой WesMatch сайт нь Веслийнын их сургуульд хүчээ авч байв. Энэ сайт нь удалгүй Виллиамс коллежид нээгдсэн бөгөөд цааш Бовдойн, Колби, Оберлинд түгсэн байна. Харин Иелийн их сургуулийн оюутнууд оюутнууддаа зориулсан бас л хос бий болгох зорилготой YaleStation гэдэг сайтыг Facebook нээгдэхээс яг нэг долоо хоногийн өмнө буюу хоёрдугаар сарын 12-нд ачаалласан байлаа. Энэ сайтад сарын сүүлч гэхэд Иелийн их сургуулийн оюутны талаас илүү нь элсчихсэн байсан гээд бод доо. Дараа сард нь Колумбын их сургуульд CUComminty нээгдэв. Иел болон Колумбад CUCommunity нь Facebook орж ирхээс өмнө жинхэнэ хит болж байжээ.

2003 оны сүүлчээр Айви Лиг буюу найман их сургуулийг нэгтгэсэн цогцолборын оюутнууд сургуулийн оюутны танилцуулга (англиар: face book)-ийг дижитал хэлбэртэй болгох хэрэгтэй гэсэн хүсэлт ихээр гарах болжээ. Корнелл, Дартмуф, Принцтон, Пенн , Иел болон Харвардын оюутны зөвлөлүүд сургуулийн захиргаанд яг энэ саналыг байнга тавьдаг байсан юм. Энэ санал нь тийм ч нууцлалтай байгаагүй. Бүгд л ярьж байв. Тийм учраас л Цукербергт энэ нь том түлхэлт болж өгсөн ба шинээр нээсэн олон нийтийн сүлжээ сайтынхаа нэрийг сонгохдоо хүртэл оюутны "танилцуулга" (facebook) гэдэг нэрийг нь хадгалж үлдсэн байна. Оюутнууд Friendster-т хэт автсан ба олонх нь Friendster-ийг бүдрэхийг үзэхийг хүсээгүй юм. Харин намар нь Myspace Лос Анжелес-т шуугиан тарьж эхлэв.

2003 онд Харвардын оюутан Аарон Грийнспан housesystem гэдэг олон нийтийн сүлжээ сайтыг ачааллав. Энэ нь Харвардын оюутан болон оюутны байранд оршин суугчдын хооронд ном зарж солилцох, хичээлүүдийн талаар ярих гэх мэт өөр нэмэлт олон функцтэй сайт байв. Энэ нь мөн оюутнуудыг зургаа Universal Face Book гэгчид ачааллах функцтэй байжээ. Housesystem нь хэрэглэгчийн нууцлалын тал дээр асуудалтай байсан ба оюутнуудын дунд тийм ч их газар авч чадаагүй юм.Хэдийгээр 2000 орчим оюутан туршиж үзэхийн тулд бүртгүүлсэн ч дорвитой амжилт олоогүй.

Үүнээс гадна Двия Наренда Харвардын тусгай сүлжээ сайттай болох талаар 2002 оноос бодож эхэлсэн байна. Хожим тэр ах дүү Винклевосстой хамтарч harvardconnection-ийг үүсгэхээр болсон юм. Ингээд тэд сүүлд нь Цукерберг болон Facebook-ийн эсрэг иргэний хэрэг үүсгэж, шүүхэд өгчээ. Хоёулаа нуруулаг Винклевоссын ах дүү нар ангийнхаа зарим нөхдөд "Винклевий" нэрээрээ алдартай. Тэр хоёр завиар сэлэлтээр маш шаргуу хичээллэдэг байсан ба 2008 оны Бээжингийн Олимпт амжилттай оролцсон. Урьд нь тэр хоёр Рио Де Жанейрод болсон Бүх Америкийн тэмцээнд алтан медал авч байсан юм. Энэ шаргал үст өндөр нуруутай спортлог залуус нь Facebook-ийг үүсгэн байгуулсан хэрзгэр, туранхай, "сод ухаантан" бандитай харьцуулахад ижил зүйл даанч цөөхөн байсан юм даа.

Энэ гурав HarvardConnection-оо дараа жил нээхээр шаргуу ажиллаж байв. Хамгийн том асуудал нь гурвуулаа програмист биш байсан тул техникийн тал дээр заавал өөр хүн хөлслөх шаардлага гарав. Компьютерийн ангийн хоёр онц сурлагатан оюутныг хэсэг хугацаанд

хөлсөлж ажиллуулсан ч удалгүй тэд больсон байна.

Facemash-ын шуугиан ид өрнөж байхад Наренда болон Винклевоссийн ах дүү нар энэ тухай Crimson сонингоос уншжээ. Тэд Facemash-ыг зохиогч Цукербергтэй холбоо тогтоож уулзахаар болсон байна. Тухайн үед Цукерберг тэр гурвын саналд нааштай хариу хэлсэн ч, одоо бол өөр зүйл ярьдаг.

Тэр үүнийг урьд нь ажилладаг байсан олон янзын програм, кодчилолтой холбоотой ажлаас өөр, ямар нэгэн том бизнес, гайхалтай санаа гэдэг утгаар огт хүлээж аваагүй байна. Цукерберг ингээд HarvardConnection-ы кодийг бичих ажилд оров. Хэдэн долоо хоног ажиллаад түүний сонирхол унтарчээ. Харин үүнийгээ Винклевоссийн ах дүү болон Наренда нарт тийм ч сайн ойлгуулж чадаагүй байна. Тэд ч түүнийг хэт удаан ажиллаж байна хэмээн шүүмжилж эхлэв. Ингээд л нэг өдөр Цукерберг тэдэнд цаашид ажиллаж чадахгүй болсноо хэлжээ. Хожим нь Цукерберг Facebook-ийг ачааллахад HarvardConnection-ы гурав улсын шүүхэд оюуны өмч хулгайлсан хэрэгт зарга мэдүүлсэн юм. Шүүх хурал 2008 оны дундуур болсон ба харамсалтай нь олны дунд шүүх хурлын талаар HarvardConnection-ы гурвын шаардлага гэх мэт олон зүйлийг хаалттай үлдээсэн юм. Гэхдээ шүүхийн хавтаст хэргээс зарим материал нь олон нийтэд задарсны дотор өргөдөл гаргагч гурав болон Цукерберг нарын хооронд солилцож байсан и-мэйл байсан ба олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслээр цацагдсан билээ. Энэ захиануудаас тэд HarvardConnection-оор юуг дүрсэлж байсан бэ гэдгийг мэдэж болох юм. Захиануудын нэгэнд Камерон Винклевосс Цукербергт сануулах маягтай ийм зүйл бичсэн байжээ. "HarvardConnection-д Бостоны хамгийн шилдэг клубуудын нээлт хэзээ болохыг жагсаачихлаа. Бид зохион байгуулагчидтай манай хэрэглэгч болсон хүмүүсийг хөнгөлөлттэй үнээр оруулах талаар яриад тохирчихлоо" гэсэн байна. "Хямд үнээр шоудна" гэдэг нь хамгийн чухал зорилгуудынх нь нэг байсан ажээ.

Арванхоёрдугаар сарын 6-нд Камерон Винклевосс Цукерберт дахин и-мэйл бичжээ. “Надад нэг сайхан санаа төрлөө. Хоорондын таарамж гэдэг функций тухай... үнэн хэрэгтээ энэ нь таныг сонирхож байгаа хүнтэйгээ та өөрөө хэр тохирох вэ гэдгийг хэмжих юм. Хүмүүс хоорондоо хэрхэн таарч байгаагаа мэдээд, таарсан хүнтэйгээ болзоонд явна гэдэг чинь зугаатай шүү дээ" гэж бичсэн байна. Тэрээр мөн хэрэглэгчдэд ямар гишүүнтэй, хэнтэй болзох талаар санал болгодог функцтэй байлгахыг хүсэж байв. Энэ функц хэрхэн ажиллахыг тэрээр зааварчлахдаа: "үүнээс гадна зарим үед танд тохирох хүнийг санал болгохдоо хэрэглэгчид таарах хүнийг шилж сонгосон мэт харагдуулах хэрэгтэй. Гэхдээ үнэн хэрэгтээ түүнийг олон хүмүүс дундаас тохиолдлоор сонгоод л явуулчих хэрэгтэй” гэсэн аж. "Танд тохирох хүний илэрц" нэрээр ямар ч хамаагүй хүн явуулж хэрэглэгчдийг хуурах ажээ.

И-мэйлүүдийг цааш уншвал Цукерберг HarvardConnection-ы гураваас бултаж, зугтааж байгаа утга агуулна. 2004 оны нэгдүгээр сарын 8-нд тэрээр Камерон руу ийнхүү бичсэн байна. "Би сайтыг ачааллагдаад олон нийтийг байлдан дагуулж чадна гэдэгт тийм ч их итгэлтэй биш байна. Юу засаж, юу нэмэх талаар сайтар бодох хэрэгтэй байна". Мөн арваннэгдүгээр сард бичсэн бас нэгэн захиандаа "Графикийн асуудлаа шийдчих юм бол бид сайтаа ачааллуулахад бэлэн болно... Бүх л зүйл яг санаснаар ажиллаж байна" гэж бичиж байжээ. Цаг сунжирсаар энэ нь Harvard Connection-ы залууст таалагдсангүй. Тэд яаралтай уулзалт зохион байгуулав. Ингээд нэгдүгээр сарын 14-нд нөгөө гурав Цукербергтэй хоёрдахь удаагаа уулзацгаасан

байна. Энэ үеэр Цукерберг төсөл дээр ажиллах завгүй болсон гэдгээ хэлжээ.

Цукерберг мөн Харвардад байсан өөр нэгэн олон нийтийн сүлжээ сайт болох houseSYSTEM-ийг үүсгэн байгуулагч Грийнспантай ч хэд хэд холбогдоод авсан юм. Цукерберг Грийнспанд өөрийнх нь шинэ санаан дээр ажиллах санал тавьсан байна. Чухам яг ямар санаа, юу болох талаар тэрээр Грийнспанд дэлгэрэнгүй танилцуулаагүй аж. Гэвч Грийнспан татгалзсан юм. өөрийгөө магтан дуулсан, өөрөөрөө бахархсан “333 хуудас намтар” номондоо тэрээр "Би олон нийтийн хувийн мэдээлэлд хайхрамжгүй дураараа ханддаг, хүмүүжилгүй хүнтэй хамтарч ажиллана гэдэг байж боломгүй зүйл. Энэ надад огт таалагдаагүй" гэсэн байдаг. үүгээрээ тэр facemash-тай холбоотой асуудлыг хэлж байсан нь хэнд ч тодорхой бизээ. Грийнспан нь Цукербергээс хоёр курсээр ах байсан ба өөрийн хувийн програм хангамжийн компанийг 15 настайгаасаа ажиллуулж ирсэн учир II курсын оюутанд их зан гарган, тавьсан саналыг нь татгалзах бүрэн тайлбар өвөртлөөд уулзжээ.

Харин энэ уулзалт дээр Грийнспанд Цукерберг ямар санаа сэдчихсэн байсан, юу хийхээр төлөвлөж байсан нь огт хамаагүй. Зүгээр л houseSYS-TEM-д тэр санаануудаа нийлүүлэх саналыг тавьжээ. Гэвч түүний тавьсан саналыг Цукерберг зөвшөөрөөгүй байна. Түүний өөрийнх нь бичсэн номон дээр нь түшиглэвэл Цукерберг түүний houseSYSTEM-ийг "хэт чадвартай" учраас татгалзсан гэнэ. Грийнспаны бичиж байгаагаар энэ мэдэгдэл нь түүнийг алмайруулсан гэжээ. Тэрээр номондоо "Маш их ажиллагаатай, маш их функцтэй, хэт их, хэт нүсэр, хэтэрхий төгс юм байна" гэж бичсэн аж. өнөөдөр Цукерберг одоо нэгэнт байхгүй houseSYSTEM-ын талаар тийм ч олон юм ярьдаггүй. Цукербергийн ангийн найз, интернэт компанийн захирал Сам Лессины хэлж байгаагаар houseSYSTEM нь хэт аврага, төрөл бүрийн зүйлийг хийдэг сайт байсан ажээ. Харин Facebook нь houseSYSTEM-ын хажууд илүү энгийн, тансаг, цэгцтэй байсан гэнэ.

Facebook хоёрдугаар сарын 4-нд ачааллагдаж эхэлснээс зургаан хоногийн дараа Камерон Винклевосс Цукербергт “HARVARD CONNECTION-ы үүсгэн байгуулагчдын санаа болон ажлыг хулгайлж, хохирол учруулсан” гэх утгатай захиа явуулжээ. Энэ захиандаа Facebook-ийн үйл ажиллагааг зогсоохыг шаардаж байв. Винклевосс болон түүний хамтрагч нь Цукербергт Facemash-ын хэргээс болж шийтгэл оноож байсан Харвардын удирдлагад гомдол мэдүүлсэн байна. Харвардын удирдлага энэ хэргийн талаар сонирхож, Цукербергийг дахин асууж шалгаасан байна.

Харвардын удирдлагад бичсэн урт гэгчийн захиандаа Цукерберг Harvard Connection дээр ажиллаж байхдаа урьдны програмистуудын хийсэн ажлыг үзээд үнэхээр урам нь хугарсан гэдгээ бичжээ. Мөн маш замбраагүй бөгөөд зардал ихтэй, түүн дээр нь үргэлжлүүлж ажилласнаас дахин шинээр эхэлсэн нь хамаагүй дээр байсан гэдгийг дурдсан байна. Бас тэрээр захиандаа энэ бүхэн Винклевоссын ах дүүс болон Нарендагийн санаа байсан гэдгийг эрс эсэргүүцжээ. "Манай сургуулийн хамгийн ноомой, төлөв даруу найзууд ч интернэт сайтад хүнийг юугаар, хэрхэн татах вэ? гэдгийг энэ гурваас илүү мэднэ" гэсэн байна. Мөн Цукерберг захиандаа "Надад энэ залуусын хэлсэндээ хүрэхгүй байгаа болон ажилдаа хойрго хандаж байсан нь огт таалагдаагүй. Шаардлагатай багаж технологиор хангаагүй. Ядаж график тал дээр анхаарна гэсэн ч амлалтандаа хүрээгүй. Хамгийн сүүлийн удаа шалгахад тэдний сайтын нүүр хуудсан дээр Гүччигийн рекламнаас авсан зураг тавигдсан байсан"

хэмээн гомдоллосон байна.

"Харин ч би цочирдсон. Сайтынх нь төлөө бараг үнэгүй шахам хийж өгсөн хөдөлмөрийн минь төлөө тэд намайг буруутгаж чадлаа гэж үү? Ямар нэг юм амжилттай болонгуут хүн болгон л хувь хүртэх гээд гүйж байгаа нь надад үнэхээр ядаргаатай санагдаж байна" гэж тэрээр үргэлжлүүлэн бичжээ.

Захиагаа "Инээдтэй сүрдүүлэг. Би тэдний сайт болон өөрийн сайтын ялгааг гаргаж тайлбарлах гэж оролдохгүй. Яагаад гэвэл энэ хоёр сайт угаасаа газар тэнгэр мэт тэс ондоо" гэсэн үгээр дуусгасан байна. Ингээд Харвардын удирдлага судалж үзээд энэ маргаанд хошуу дүрэх хэрэггүй гэж дүгнэн, зөв бурууг шийдвэрлэхийг оролдолгүй орхижээ.

Энэ хоёр сайт үнэхээр тэс ондоо байв уу? Камерон Винклевоссын и-мэйлээр дүгнэвэл Harvard Connection нь үдэшлэг болон "хосоо олох" сайт мэт. үүгээрээ хэрэглэгчдийг татаж, төлбөртэйгээр бүртгэх, сурталчилгаа тавих байжээ. Харин Facebook нь ашгийн бус сайт байсан юм. Гол зорилго нь оюутны танилцуулгыг цахим хэлбэртэй болгох байв. Facebook нь тухайн хүний мэдээлэлд үндэслэн ажилласан ба Facebook дээр байх бүх зүйлээ хэрэглэгчид өөрсдөө удирддаг бол Harvard Connection нь ихэнх мэдэлийг хэрэглэгч биш, админ байрлуулах ба энэ нь ихэвчлэн шөнийн клубийн мэдээлэл, шоу тоглолт байх ажээ.

Harvard Connection нь хожим нэрээ өөрчилж, ConnectU болон хувирч 2004 оны хавар нээгдсэн юм. ConnectU-ын үүсгэн байгуулагчид аавынхаа компанид ажилладаг чадварлаг, өндөр цалинтай хуульчдыг хөлслөн Цукербергыг Бостоны шүүхэд хариуцлагад татсан байна. Шүүхийн үйл ажиллагаа нь Цукербергийг " Оюутнуудад зориулсан хамгийн анхны цахим танилцуулга, лавлах, өөрсдийн санаа бодлыг илэрхийлэн бичих самбар, интернэтийн найдвартай хамгаалалттай, тухайн сургуулийн “.edu” и-мэйл хаягийг ашиглах боломжтой сайтыг бүтээх санааг хулгайлсан ба үүнийгээ анх Харвардад, дараа нь бусад сургуульд дотоодын болон гадаадын боловсролын үнэмлэх олгох газруудад түгээсэн" гэх хэргээр буруутгажээ.

Цукерберг Harvard Connection дээр ажиллаж байхдаа өөрийнхөө нийтийн сүлжээ сайтыг нээхээр ажиллаж байна гэдгээхэлэх нь түүнд эвгүй санагдсан байх. Хамгийн гол нь Цукерберг эртнээс л Винклевосс, Нареда нарт энэ тухай мэдэгдэх хэрэгтэй байсан аж. Тэрээр эелдэг бус загнасан. Тэр дэндүү зожиг болж эхэлсэн юм. The Business Insider сонин тэдний хоорондоо солилцсон и-мэйлийг нийтэлсэн бөгөөд үүнийг ажиглавал Цукерберг тэднийг санаатай будлиулсан мэт. Гэвч олон жилийн өмнө тэдэнтэй уулзахаасаа өмнө ч тэрээр ямар төрлийн сүлжээ сайт интернэтэд амжилт олох талаар бодчихсон байсан юм. Тийм ч учраас Harvard Connection нь түүний анхаарлыг ихэд татсан байна. Гомдол гаргасан гурвын хувьд түүний авирласан байдал нь энгийн нэг эелдэг бус харьцаа биш, харин ч түүнээс хэд дахин дор байсан хэмээн жагсаан бичсэн байдаг.Зохиогчийн эрхийг зөрчсөн, амаар болон бичгээр ярьж тохиролцсон зүйлээ зөрчсөн, бусдын худалдааны нууцыг эзэмшсэн, итгэмжлэгдсэн этгээдийн хариуцлагыг зөрчсөн, зориудаар бусдын бизнест саад болсон, өөрийн хариуцлагыг үл тоосон, залилан болон итгэлийг хэтрүүлэн ашигласан гэх мэт олон үндэслэлээр түүнийг буруутгасан. өргөдөл гаргагчдын тавьж байгаа шаардлага нь Facebook компаныг тэр чигээр нь аваад дээр нь хохирол барагдуулах мөнгөн авна гэсэн байна. Ямар ч гэрээ хэлэлцээр байгуулаагүй, ямар ч цалин хөлс аваагүй гэхэд энэ шаардлага

нь Цукербергийн хувьд дэндүү инээдтэй, шудрага бус шаардлага байлаа.

Мэдээж Цукерберг Harvard Connection дээр ажиллаж байхдаа өөрийн санааг улам баяжуулж, улам сайжруулж авсан байна. Гэвч урьд нь аль хэдийн ачааллагдаж байсан асар олон сүлжээ сайт байсаар атал зөвхөн-Facebook, Harvard Connection хоёр хоороондоо эрс тэрс, хэдэн зуун хувь ялгаатай байх ямар ч боломжгүй билээ. Хоёулаа л олон нийтийн сүлжээ сайт учир нийтлэг чанарууд орших нь тодорхой. Энэ дэлхий ертөнц дээр байгаа бүх л олон нийтийн сүлжээ сайт нь harvard connection-оос биш Friendster-ээс санаа аван гарч ирсэн нь яах аргагүй үнэн. өргөдөлдөө “.edu” гэх и-мэйл хаягийг ашиглан бүртгэх нь Винклевосс болон Наренда нарын "хосгүй" санаа байсан гэсэн. Гэтэл бусад коллежийн сайтууд аль хэдийн бүртгэлийн энэ мэт арга хэмжээг аваад эхэлчихсэн байсан юм. Стэнфордын ClubNexus л гэхэд энэ хоёрын аль аль нь мэндлээч үгүй байхад буюу 2001 онд зөвхөн Стэнфордын и-мэйл ашиглан бүртгэдэг байсан юм.

2004 оны есдүгээр сард ConnectU нь Facebook-ийг шүүхэд өгөх үед 15 мянган хэрэглэгчтэй, 200 сургуульд үйл ажиллагаа явуулж байсан юм. Face-book ConnectU-д дарагдаагүй. Харин ч тэдний хажууд гэрлийн хурдаар өсөн дэвжсэн билээ. ConnectU нь үүсгэн байгуулагчдадаа ганцхан том амжилт авчирсан нь хэрэглэгчдийн өсөлт бус, харин шүүхийн шийдвэрээс гаргасан санхүүгийн тохиролцоо байв. Facebook ConnectU-д албан бус мэдээгээр 20 сая доллар бэлнээр өгч, мөн Facebook-ээс хувьцаа эзэмшихийг зөвшөөрсөн байна. ConnectU аль хэдийн мөхөж байсан тул заргаа авсны дараа шууд л хаагдахаар болов.

Аарон Грийнспан ч мөн Цукербергийг санаа хулгайлсан гэж мэдүүлсэн юм. Тэр өөрийн бичсэн “Authoritas” номондоо өөрийгөө Facebook-ийг Харвардад сурч байхдаа зохиосон хэмээн бичсэн байна. 2008 онд тэрээр АНУ-ын Оюуны өмчийн газар болон Барааны Таних Тэмдэгийн газарт өргөдөл гарган Facebook хэмээх таних тэмдгийг хаахыг шаардсан байна. Түүний үзэж байгаагаар энэ нэр нь нийтээр хэрэглэж заншсан, патентгүй байх ёстой ба Facebook нээгдэхээс өмнө өөрийн houseSYSTEM-дээ ашиглаж байсан байна. Грийнспан нь өөрөө өөрийгөө төлөөлж байв. Барааны Таних Тэмдэгийн шүүх хурал болон давж заалдах шүүх хурлын удирдлагууд нь түүний шаардлага үнэнд дөхөх учир материалыг нь буцаасангүй. Холбогдох газарт шийдвэрлүүлэхээр явуулжээ. Ингээд энэ удаа бас л Facebook ялагдаж, хэдэн сарын дараа Грийнспанд нийтэд зарлагдаагүй мөнгөн дүн олгосон байна.

Грийнспан зөвхөн Цукербергийг буруутгаагүй юм. Тэр Наренда болон Винклевоссийн ах дүү нарыг ч буруутгасан аж. Түүний бичсэн номоос харвал Винклевосс, Наренда нарын яриад байсан HarvardConnection нь houseSYSTEM-ээс санааг нь хулгайлсан байсан гэнэ.

Одоо бол нийтийн сүлжээ сайт нь дэлхий даяар өргөн тархжээ. Facebook ч дэлхийд ганцаараа шахуу ноёлж байна. Facebook, Twitter хоёрын аль нэгийг өдөр тутам хэрэглэдэггүй сургуулийн сурагч, коллежийн оюутан гэж бараг байхгүй болж. Энэ мэт олон нийтийн сүлжээ нь хэт дэлгэрсэн бөгөөд хүмүүс бараг и-мэйлийг орлуулдаг болсон цаг гэхэд хилсдэхгүй. Sixdegrees-ээс Friendster, Friendster-ээс Facebook хүртэл олон нийтийн сүлжээ сайт нь дэлхийг эзэгнэж, хүн бүрт танигдсан интернэтийн салшгүй нэгэн хэсэг болон хувирчээ.

4. 2004 оны намар

**“Эргэн тойронд байх дэлхий ертөнцийг сайн ажигла. зөв газрыг нь олж түлхвэл
өчүүхэн зөөлөн хүч ч хорвоог хөдөлгөж чадна”**

2004 оны намрын хичээлийн жил эхлэхэд Facebook маш ноцтой асуудалтай тулгараад байлаа. Зуны турш хэрэглэгчдийн тоо бараг хоёр дахин нэмэгдэв. 100 мянгаас 200 мянга болтлоо өсчээ. Энэ нь нэг талаараа сайн ч нөгөө талаараа тааруухан мэдээ байлаа. "Энэ бүхэн сайтын маань хүчин чадлыг хараахан унтрааж чадаагүй нь бидний хувьд маш аз завшаантай хэрэг байсан шүү. Бид серверээ аль хэдийн сайжруулсан байсан. Гэхдээ л бид энэ намар серверээ дахин томруулаагүй бол ачаалал хоёр дахин нэмэгдэх байв. үйлчилгээ тогтворгүйтэж эхлэх нь хүн бүхэнд тодорхой байлаа" хэмээн сайтын аюулгүй ажиллагааг толгойгоороо хариуцан ажиллаж байсан Дастин Московиц ярьсан байдаг.

Гэвч түгшүүрт мэдээ нь зөвхөн техник технологийн асуудал биш аж. Компани доторх бүлэг этгээд Facebook-ийг компанийн хийх ёстой цорын ганц ажил гэдэгт эргэлзэж эхлээд байсан юм. Цукерберг Facebook-ийн хэрэглэгчдэд дуу болон зураг ачааллах, хоорондоо солилцох боломж олгох Wirehog төсөлдөө маш их анхаарах болов.

Зуны турш оюутнууд болон АНУ-ын ихэнх коллежийн оюутны зөвлөлүүд Цукерберг рүү өөрсдийн сургуулийг Facebook-тээ нэмэхийг гуйсан и-мэйл, мессеж, дуудлага илгээсээр байв. Зарим үед тэд захиа бичээд шуудангаар чихэр болон цэцэгтэй хамт явуулсан тохиолдол ч гарч байсан юм. Зарим нь бүр Пало-Алтод байх гэрт нь шууд очиж асууж байсан. Хүмүүс Facebook-ийн үйлчилгээг өөрсдийн сургуульдаа нээлттэй болгохыг ихэд хүсэж байсны илрэл нь энэ бөлгөө. Саверин банкны дансаа удирдсан хэвээр байсан учир Цукерберг компанийн бүх зардлыг өөрийн халааснаасаа гаргаж байлаа.

Цукерберг болон түүний эцэг эх нь компанийн үйл ажиллагааг тогтвортой байлгахын тулд хэдэн арван мянган доллар зээлдүүлжээ. Facebook-ийн залуус хэрэв шинэ хичээлийн жил эхлэхэд ачаалал хангалттай дааж чадах сервер худалдаж авахгүй бол үйлчилгээ доголдож эхэлнэ гэдгийг сайтар мэдэж байсан юм. Дастин Московиц "Бид дараагийн Friendster болохгүйн тулд санаа их зовж байсан. Friendster коллежийн сүлжээнд амжилт олж чадаагүйн хамгийн том шалтгаан нь тэд компанийхаа урагшлах хурдыг техникийн салбар дээр гүйцэж чадаагүйд байгаа юм. Харин бид тэдний алдааг давтахгүйн тулд байдаг чадлаа дайчилсан" гэжээ.

Үүнээс гадна бас нэгэн "Friendster" тэдний нүдний өмнө унаж байлаа. Хэсэг хугацаанд шуугиан тарьж, Myspace-тэй өрсөлдөхүйц хэмжээнд байсан Orkut графикийн тал дээр асуудалтай болж эхлэв. Агуу Google хүртэл өөрийн олон нийтийн сүлжээ сайт болох Orkut-аа асуудалгүй ажиллуулж чадахгүй байсан гээд бодохоор Харвардын хэдэн оюутны нуруун дээр ямар том ачаа байсан нь ойлгогдох биз ээ.

Facebook санхүү, эдийн засгийн эхлэл жирийн л түүхтэй. өдий хүртлээ тэд ямар нэгэн гадны хөрөнгө оруулалт огт шаардаагүй юм. Харин өнөөдөр компани нь өсөн дэвжихийн хэрээр хөрөнгө оруулагч юу юунаас илүү хэрэгтэй болж, том том бизнес эрхлэгчдээс хэдэн сая

доллараар "цус сэлбэх" зайлшгүй шаардлагатай боллоо. Гэвч үүний тулд хөрөнгө оруулагчид компанийн ихээхэн хэсгийг шаарддаг байв. Дор хаяж 25 хувь юм уу, эсвэл 30 хувийг ч шаардах аж. Паркерт яг ийм зүйл Plaxo дээр тохиолдож байсан юм. Тэрээр хөрөнгө оруулагчидтай хийсэн "дайн"-д ялагдаж, өөрийнхөө үүсгэн байгуулсан компаниас хөрөнгө оруулагчдын шийдвэрээр хөөгдсөн нэгэн. Тиймээс Паркер Цукербергт өөрийн энэ гашуун туршлагаа аль хэдийн ойлгуулжээ. Ингээд тэр хоёр компанийн цаашдын хувь заяаны асуудал дээр удирдах байр суурийг өөрсдийн талд бүрэн хадгалахаар хатуу шийджээ. Эцсийн эцэст тэдэнд зөвхөн үйлчилгээгээ тогтмол байлгах хэдэн шинэ сервер хэрэгтэй байлаа.

Шон Паркер Facebook-т нэгдээд удаагүй байхдаа өөрийн сайн найз, LinkedIn-ийг үүсгэн байгуулагч сайхан сэтгэлтэй, сайн болзол тавьдаг хөрөнгө оруулагч болох Рейд Хоффманыг дуудсан юм. Хоффман нь Паркерийн Plaxo-той холбоотой хэрэг дээр төгсгөл хүртэл нь хамт ажиллаж байсан ба энэ нь тэр хоёрыг сайн найзууд болгожээ. Паркер дотроо Хоффманыг сонгосон бас нэг учир нь нөгөөх sixdegrees-ийн патентыг Facebook-тэй ойрхон байлгах хэрэгтэй гэдгийг эртнээс л мэдэж байсан юм.

Хоффманд Facebook шууд л таалагдаж эхлэв. Гэвч тэр энэ удаа тэргүүлэх хөрөнгө оруулагч байхыг хүссэнгүй. Учир нь тэр LinkedIn-ы тэргүүн хөрөнгө оруулагч байлаа. 2004 оны дундуур интернэт зах зээл дэх олон нийтийн сүлжээ сайтууд эцэстээ цөөрөх болов уу хэмээн гайхацгааж байсан юм. Энэ цуу ярианд Хоффман тийм ч их анхаарал хандуулаагүй ч “Хэрэв Facebook-ийн тэргүүн хөрөнгө оруулагч болох юм бол зарим нь энэ явдлыг сонирхлын зөрчилдөөн мэтээр харах болов уу” гэж боджээ. Иймээс тэр Паркер болон Цукерберг нарыг эдийн засгийн ухааны "мангас", PayPal-ыг үүсгэн байгуулагчдын нэг, одоо хувийн хөрөнгө оруулагч болсон Питер Тиелтэй холбож өглөө.

Хоффман нь Цахиурт хөндийн хамгийн нөлөөтэй бүлгийн (paypal-ын эздийн) чухал гишүүдийн нэг юм. Тэр өөртэй нь нэг үед PayPal-ын төлөө зүтгэж явсан олон найзтайгаа холбоогоо таслаагүй ажээ. Тэдний нэг нь Тиел. PayPal нь хамгийн анхны амжилттай онлайн төлбөр тооцоо хийх сайт байсан ба нээгдээд хоёрхон жилийн дараа 1.5 тэрбум доллараар eBay-д зарагдсан байна. PayPal-аас өмнө Тиел мэргэжлийн хөрөнгө оруулагчдийн нэг байсан ба одоо ч өөрийн мөнгийг Friendster болон LinkedIn-д байршуулчихсан байгаа аж.

Тиел Facebook-ийн хувьд хамгийн тохирох хөрөнгө оруулагч болж таарав. Учир нь тэр PayPal хэмээх амжилттай, нэр хүндтэй компанийн өндөрлөгөөс дэлхий ертөнцтэй харьцаад үзчихсэн, Plaxo болон Friendster-ээр дамжуулан Шон Паркерийг сайн мэдэх юм. Мөн Паркерын шүтэн бишрэгч байжээ. Тэр бас өөрийн гэсэн сонин үзэл бодолтой нэгэн байж. Хөрөнгө оруулагчид домэйн нэрний .com өргөтгөлийн будлианаас болж хэр их хөрөнгө алдсанаа мартаж амжаагүй интернэт компаниудтай холбоотой асуудал дээр маш болгоомжтой хандаж байсан юм. Тиймээс л 2004 онд бизнесмэнүүд олон нийтийн сүлжээ сайт гэдгийг ганц настай бизнес адилаар ойлгодог байсан төдийгүй үүнд хөрөнгө оруулна гэдэг илжигний чихэнд ус хийхтэй адил гэж үздэг байв. Харин Тиелийн хувьд бүх юм өөр байжээ. Тиел "Бид энэ .com унасан үеийг боломж болгож ашигласан юм. Хүмүүс эргэлзэж хойрго хандаж, хамаг боломжоо алдаж байхад бид сүлжээ сайтуудад өрсөн хөрөнгө оруулж гол хөзрүүдийг атгаж амжсан юм даа" гэж дурсан ярьсан байдаг.

Facebook-ийн талаарх шуугиан нь Тиелд итгэл өгсөн байна. Түүний өрөөнд Шон Паркер,

Марк Цукерберг болон Плахо-гийн хэрэг дээр ажиллаж байгаад дараа нь Facebook-тэй ажиллахаар болсон Тиелийн компанийн хуульч болох Стив Венүто нар ирсэн байна. Уулзалтыг Хоффман зохион байгуулсан бөгөөд түүний LinkedIn-д хамтран зүтгэгч Матт Коллер ч мөн уригдан ирсэн байлаа. Паркер дөнгөж 24 настай ч аль хэдийн тушлагатай хэлэлцээр хийгч болсон учир ихэнх зүйлийг тэр л ярьж танилцуулж байжээ. Түүний тайлбарлаж байгаагаар Facebook ийм бага хүрээг хамарсан гол шалтгаан нь зөвхөн "Элит" их сургуулиудын .edu -тай и-мэйл хаягаар бүртгэдэг нь хэрэглэгчдийг хязгаарлах гол нөхцөл болж байсан гэнэ. Тиелд шинэ сургуулиуд нээгдэх болгонд хэрэглэгчид хэрхэн хурдтай өсдөг нь ихээхэн таалагдаж байлаа. үүнийг батлах мэт Паркер хэдхэн хоногийн дотор л бүх оюутнууд дунд дэлгэрдэг ба орж үзсэн хэрэглэгчдийн 80 хувь нь сайтад сэтгэл ханамжтай хоцордог гэсэн судалгаатай иржээ. Хэн ч урд нь ийм ер бусын хурдан өсөлттэй яваа интернэт компанийн талаар сонсоогүй байсан юм.

Цукерберг Тиелтэй уулзахдаа өөрийнхөө өмсдөг л жийнс, футболктойгоо ирсэн байв. Хувцаслалтыг нь харвал Тиелд сэтгэгдэл төрүүлэхээр огт санагдсангүй. Тиелийн хэлж байгаагаар тэр жаахан ичимхийдүү, бүрэг харагдсан гэнэ. Цукерберг энэ уулзалтын үеэр маш бага ярьж, цөөн асуултад хариулж, өөрөө ч цөөн асуулт асуув. Тиймээ, тэд олон зуун сургуулиас өөрсдийг нь Facebook-ийн системд нэмэхийг гуйсан захидал хүлээн авдаг гэдгээ, дээр нь өөрийн бүтээгдэхүүнийг хэрхэн сайжруулж хөгжүүлж болох тухай нууц санаануудаасаа ч ярьсан байна. Мөн өөрийн Wirehog-доо нууцхан горьдлого төрүүлэн сууж байгаагаа ч товч үгээр тайлбарлаад авч. Тэрээр мэхийн ёсолж, царай алдсан (илт гуйсан) шинж огт гаргасангүй. Түүний үл тоосон зан нь Тиелд Facebook-ийг улам сонирхолтой харагдуулж байв. Цукербергт костюм пиджак өмсөн ямар нэгэн хүнд сэтгэгдэл төрүүлэх шаардлага огт байхгүй ажээ.

Гэвч Цукерберг өөрийн зарим мэдэхгүй зүйлдээ ихээхэн мэдрэмжтэй хандаж байсан юм. Яриа хэлэлцээр нь цаашлаад хэрхэн хөрөнгө оруулах тухай, цаашид яаж ажиллах тухай ярьж эхлэхэд Тиел эдийн засгийн олон төрлийн мэргэжлийн хэллэг ашиглан ярьж гарав. Ингэх тоолонд Цукерберг Тиелийн яриаг зогсоож "Уучлаарай, саяныхыгаа надад дахиад сайн тайлбарлаач. Тэр юу гэсэн үг вэ?" гээд л асууж байв.

Хэдэн өдрийн дараа Тиел хөрөнгө оруулалтын түүхэнд ч үлдэж болох "үнэхээрийн ашигтай" хөрөнгө оруулалт хийхээр болов. Тэрээр Facebook-т 500 мянган доллар буюу 10.2 хувьцаатай тэнцэх мөнгөн дүн олгохоор болов. Энэ нь Facebook-ийг 4.9 сая доллараар үнэлсэн хэрэг байлаа. Саверинтай шүүх дээр асуудлаа шийдэхээс нааш хувьцаа, хөрөнгө оруулалт гэх мэт асуудал нь хаалттай байсан учир санхүүгийн “акул” Тиел мөнгөө хөрөнгө оруулах биш харин "зээл" хэлбэрээр олгосон байна. Зээлийн гэрээнд “Хэрэв 2004 оны арванхоёрдугаар сарын 31-н буюу зургаан сарын дотор

1.5 сая хэрэглэгчтэй болж чадах юм бол зээлийг мөнгөн хэлбэрээр буцааж авахгүй ба үүнтэй тэнцэх хувьцаа болгоно” гэж тусгажээ. Ингээд Паркер болон Цукерберг нарт үйлчилгээндээ анхаарлаа хандуулах ажил л үлдэв.

Facebook-ийг 4.9 сая доллараар үнэлсэн нь урьд өмнө бусад хөрөнгө оруулагчдын тавьж байсан саналаас бага байсан ч Цукербергт Тиелийн тавьсан болзол болон удирдлагын эрхэнд огт оролцохгүй гэсэн нь таалагдаж байв. Тиел Цукербергт "За тэгээд битгий азгүйтээрээ дээ"

л гэж хэлсэн нь бизнесийн агулаас сонссон ганцхан зөвлөгөө байсан юмсанж. Хэдийгээр Facebook гэрээнд заасан хугацаандаа 1.5 сая хэрэглэгчтэй болж хараахан чадаагүй ч Тиел өөрийн хийсэн хөрөнгө оруулалтдаа сэтгэл хангалуун, дээр нь Цукерберг Паркер хоёрт хангалттай итгэлтэй байсан учир удалгүй зээлээ хувьцаанд шилжүүлэхээр болсон байна. Тиел хувьцааныхаа талыг 2009 онд зарсан юм. Гэвч өнөөдөр түүний компани дахь хувьцаа нь 900 сая долларын мөнгөн дүнтэй тэнцэнэ гээд бод доо. Зээл олгосны дараа Тиел компанийн удирдах зөвлөлд орсон байна.

Хоффман харин 40 мянган долларын хөрөнгө оруулалт хийв. Түүний найз Марк Пинкус болон хэсэг нөхөд нь мөн адил жижиг хэмжээний хөрөнгө оруулалт хийсээр нийтдээ 600 мянган доллар боллоо. Энэ бүх хөрөнгө оруулалтын талаар шуугиан нь Хоффманы LinkedIn-ы ажилчин болох Матт Коллерийн анхаарлыг ч татсан байна. Тэрээр Facebook-ийн хувьцаанаас худалдаж авахыг хүссэн юм. Гэвч Паркер болон Цукерберг нар хангалттай мөнгөтэй болсон учир түүнд зөвшөөрөөгүй аж. Азгүй Коллер дараа нь Facebook-ээс яаж ийж байгаад хувьцаа салгаж чадсан билээ.

2004 оны намар Харвардад элссэн ангийнхан гайхашралд автаад байлаа. Учир нь коллежийн ерөнхийлөгч, АНУ-ын хуучны сан хөмрөгийн нарийн бичиг байсан Лауренс Саммерс шинэ элсэгчдийг угтаж авах нээлтийн үйл ажиллагаан дээр "Би та нарын ихэнхтэй нь Facebook-ийн хуудсаар аль хэдийн танилцсан" гэж хэлжээ. Facebook Харвардын оюутнуудын дунд тэгж их нэрд гарсан байсан учир шинээр элсэгчид хүртэл сонсоод амжчихсан, хуудсаа нээчихсэн байсан байна. Гэхдээ хуудсандаа тавьсан мэдээлэл, өөрсдийгөө илэрхийлсэн байдал нь найзууд болон үеийнхэндээ зориулсан байв. Тэд хэзээ ч үүнийг сургуулийн ерөнхийлөгч нь үзнэ гэж бодож байгаагүй аж. Энэ нь хүний хувийн мэдээлэл хэт нээлттэй болж, бүр сургуулийн ерөнхийлөгч нь хүртэл сурагчдынхаа жижиг сажиг зүйлийг мэддэг болох нь гэсэн айдас төрүүлээд амжив. Гэхдээ ихэнх нь Facebook ашиглан онлайнаар нээлттэй байх нь хэр ашигтай вэ гэдгийг баталчихсан, бусдыг гайхашруулчихсан байсан учир энэ мэт айдас тийм ч олон хүнийг хамраагүй юм.

Шинэ оюутнуудын лавлах ном (face book) нь шинээр элсэгчдийн гар дээр очдог байсан ба түүн дээр зөвхөн зураг, нэр, аль ахлах сургуулийг төгссөнийг бичдэг байсан байна. Хэдийгээр зөвхөн танилцуулга байсан ч энэ нь оюутны амьдралд хэмжээнээсээ илүү хэрэглээг үзүүлдэг байлаа. Жишээ нь, хэрэв чи үдэшлэг дээр нэгэн залуутай танилцлаа гэж бодъё. Тэгвэл маргааш өглөө нь цаасан танилцуулгаас түүний зургийг хайж олоод ямархуу залуу байсныг нь өрөөнийхөндөө харуулах гэх мэтээр. Зарим сургуульд энэ (face book) нь бүр Freshmenu гэдэг нэртэй болсон байв.

Заримдаа үүгээр тоглодог байлаа. Санамсаргүйгээр номын хуудсыг нээх замаар өөрийн унтсан 10 хүнийг олоход хамгийн бага хуудас эргүүлсэн нь хождог тоглоом. Энэ мэтээр оюутны танилцуулга (face book) нь тэдний байнгын хэрэглээ байжээ.

Харвард, Дартмуф, Колумб, Стэнфорд, Йел болон бусад сургуулиудад Facebook харилцааны үндсэн хэрэгсэл болоод байв. Энэ нь хугацаа нь дуусчихсан, зурагнууд нь хуучирчихсан цаасан танилцуулганы дэвшилтэт хувилбар гэж ойлгоход болно. Одоо бол Facebook-ийн нямбай хийгдсэн электрон үйлдлүүд оюутны үдэшлэг дээр танилцсан залуусын харилцааг урагшлуулахад туслахаар болов. Хамгийн анх чиний анхаарлыг татах зүйл бол тэр залуу

чамайг "найзаар урьж байсан уу" гэдэг асуулт. (Тухайн үед ямар ч оюутан сургуулийнхаа хэний ч хуудсыг үзэж болдог байсан юм). Хэрэв үгүй бол та хоёр хоорондоо ямар найзуудаар холбогдож байна гэдгийг мэдэж болно. Харин та хоёрын дунд нийтлэг найзууд их байна гэдэг нь та хоёрын харилцаа цааш үргэлжлэх, ядаж илүү дотно танилцахад хэрэг болох юм.

Facebook мөн бэлгийн амьдралын үндсэн хандлагыг яг таг зааж өгчихсөн гэмээр нэг давуу талтай. Хэрэглэгчийг өөрийн найз залуутай (бүсгүйтэй) эсэхийг асуудаг ба хэрэв үгүй бол эмэгтэй хүн сонирхож байна уу, эрэгтэй хүн сонирхож байна уу гэдгийг ч асуудаг. Өөр нэгэн өгөгдөл нь Хайж Байна (Looking For) функц юм. Боломжит хариулт нь: болзоо, найзын харилцаа, зүгээр л харилцааг, байж болох бүгдийг... гэсэн хариултууд байсан. Бие биендээ сээтэн хаях нь Facebook-т улам амархан болж өгчээ. Роке буюу нударх товч нь энэ бүгдийг хэрэглэгчийн өмнөөс хийгээд өгчихнө.

Нударх товч нь тухайн үед оюутнуудын хамгийн их хэрэглэдэг функц болсон юм. Анх зохиохдоо энэ функц нь бие биедээ "сээтэн хаях" мэтээр ашиглагдана гэдэг ямарч ойлголт итгэл байгаагүй юм. Ядаж л толь бичиг дээр хүртэл "найзууд хоорондын дохио" гэсэн хэлбэрээр тайлбарлагддаг. Тэхээр зөвхөн сээтэгнэх ч гэлгүй хамгийн даруухан хүн ч найзууддаа дохио явуулахаар ашиглаж бас болох байв. Нудархын гол утга санаа нь тун бүдэг, тодорхойгүй байсан нь үүнийг илүү олон хүн сонирхоход хүргэжээ. Ганц энэ товчлуурыг дарснаар сээтэгнэхээс өөр олон зүйлийг илэрхийлж болох байв. Жишээлбэл, тухайн хэрэглэгч таалагдсан, эсвэл та тэдний яриаг анги дээр дэмжсэн байж болох юм. Мөн гэрийн даалгавраас нь сарниулахыг ч хүссэн байж болно. Эсвэл зүгээр л анхаарал хандуулахыг хүсэж байж болох. Харин хүлээн авагчид зүгээр л "Тэр хэрэглэгч таныг нударсан байна" гэсэн мэдээлэл очно. Тэгвэл энэ үйлдэлд хамгийн зөв хариу нь юу байх вэ? Буцаан нударх (poke back) үйлдэл. үүнийг ч гэсэн Facebook-т амжилттай суулгаад өгчихсөн. Хэрэв та "буцааж нудархыг" хүсвэл шүү дээ.

"Найз" гэдэг нь өдрөөс өдөрт Friendster болон Myspace гэх мэт олон нийтийн сүлжээ сайтын хэрэглэгчдийн хоорондоо өрсөлдөх гол талбар болсоор ирсэн юм. Хэрэв танай өрөөний хүүхэд 300 найзтай, харин та дөнгөж 100 найзтай бол өрсөлдөөн эхэлж, найзуудын тоогоо ихэсгэдэг байв. "Энэхүү өрсөлдөөн нь Дартмуф сургуульд Facebook-ийг хурдацтай тархахад гол нөлөө үзүүлсэн юм" хэмээн тус сургуулийн 2006 оны төгсөгч Сюзан Гордон ярьж байна. Тэрээр 2004 оны гуравдугаар сард Дартмуфыг Facebook бүртгэхэд Ромд Итали судлалын хичээлээр аялж байсан аж. Гэтэл гэнэт найзуудаас нь "Яаралтай энэ сайтад бүртгүүлэх хэрэгтэй. Эс бөгөөс улирлын төгсгөл гэхэд бүх зүйл оройтож чи бусдаас хоцорсон байх болно" гэсэн үгтэй и-мэйлүүд иржээ. Тэр "Энэ нь бидэнд шууд л маш хүчтэй сэтгэгдэл төрүүлсэн юм даа. Цахим ертөнцийн ногоон ном ямар зугаатай юм бэ! (Дартмуфийн Facebook ногоон загвартай байжээ) Харвардаас эхлэлтэй гэсэн. Сайн л сүлжээ байх учиртай" гэв.

Шинэ хэрэглэгчдийн хувьд өөрийн хуудсыг улам төгөлдөржүүлж, өөрийгөө улам сонирхолтой өнцгөөс харуулах нь маш их цаг авдаг байлаа. Яг тохирсон зөв зургийг ол, энэ зургаа тогтмол соль, өөрийн сонирхлоо хэрхэн ямар үгээр илэрхийлхээ сайн бод гэх мэт. Бүх оюутны сонгосон анги нь бусдад харагддаг байсан учир, зарим нэг оюутан өөрсдийгөө тодорхойлж дүр зургаа харуулахын тулд сонин сонин анги сонгодог болов. Мөн оюутнууд анги сонголтоо

ихэнхдээ "энэ хичээл дээр хэнтэй хамт суух вэ" гэдгээс үүдэн сонгодог байлаа. "Хосоо олох" нь бараг л энгийн үзэгдэл болон хувирав. Хэн нэг нь чамд таалагдлаа гэж бодоход чи гэртээ ирээд л түүний Facebook хуудсыг нь үзэж, тэрнийгээ судлах болно. Хэрэв та хоёрт ижил найзууд байх юм бол бусад үйл явдал хамаагүй амар болон хувирч байгаа юм. Энэ мэтээр тухайн хүний Facebook хуудас нь түүнийг бүрэн илэрхийлэх нэрийн хуудас нь болж чаджээ. Энэ нь хэрэглэгчийг хэн болохыг тодорхойлж байлаа.

Хүмүүс бусад хүмүүсийн хуудсаар зочлон дуусахгүй их цагийг өнгөрөөх боллоо. Анхандаа зөвхөн өөрсдийн сургуулийн хэрэглэгчдийн хуудсаар зочилж болдог байсан бол сүүлдээ Facebook-ийн сүлжээ нэвтэрсэн бүх сургуулийн хэрэглэгчдийн хуудсаар зочлох боломжтой болсон юм. Тухайн үед тийм ч их функц байгаагүй ба байсан хэд нь өөрийн хуудсыг засаж янзална, найзаар нэмнэ, хүмүүсийг нударна, бусдын хуудсаар зочилно, ингээд л боллоо.

Есдүгээр сард Facebook хэрэглэгчдийг улам татах, илүү цагаар байлгах хоёр шинэ функц нэмэн суулгажээ. Хана буюу "wall" гэх шинэ функц нь хэрэглэгчдийг тухайн хүнээс юу хүсэж байгаа, тухайн хүний талаар юу бодож байгаагаа юу ч хамаагүй шууд хуудсан дээр нь бичиж болох самбар байв. Тухайн хүнд зориулсан мессеж, аль эсвэл өөрийгөө танилцуулсан сэтгэгдэл. Бараг л олон нийтэд ил и-мэйл гэсэн үг. Тухайн хэрэглэгчийн хуудсаар зочилж байгаа ямар ч хэрэглэгч үүнийг нь харж, уншиж болох аж. Одоо бол ингээд зөвхөн хүмүүсийн хуудсаар зочлоод, тэднийг судлаад явах биш, харин ч тэдэнд сэтгэгдэл, зурвас, юу ч хамаагүй үлдээж болохоор болов. Ингэж Facebook-ийн хэрэглэгч болгон өөрийн хувийн "самбартай" болсон байна.

Зуны турш Цукерберг, Москович, Паркер гурав хэрэглэгчид сайтыг нь хэрхэн ашигладаг тухай оносон нэр бодож олохоор тархиа гашилгажээ. Удтал маргасны эцэст "Ховсдолт" гэдэг нэр олов. Хэрэв та Facebook-ийг нэг л ухаад эхэлбэл үргэлжлүүлэн ухсаар л байх болно. Яг л ховсдуулчихсан юм шиг. Та зүгээр л дараад л, дараад л, дараад л... Хуудаснаас хуудас руу шилжсээр л байх болно. Бусдын өгөгдлийг хараад л. Харин "хана" гэх энэ функц нь хэрэглэгчийг улам өөртөө татах, энэ үйлчилгээн дотор юу оршдогийг нь харах боломж олгосон юм. Энэ нь ч тэдний төлөвлөснөөр ажиллаж байв. Удалгүй "хана" нь Facebook-ийн хамгийн алдартай функц болон хувирсан юм.

Өөр нэгэн нэмсэн зүйл нь "Бүлгэм" (group) байв. Одоо бол дурын хэрэглэгч дурын шалтгаанаар хэдэн ч бүлгэм нээж болох боломжтой болжээ. Бүлгэм болгон нь яг л хэрэглэгчийн хувийн хуудас шиг өөрийн гэсэн хуудастай ба өөрийн гэсэн тусдаа "хана"-тай. Энэ функцууд нээгдсэний дараа тэр даруйдаа Харвардад "тэнэг, гаж" гэмээр нэртэй бүлгүүд шил шилээ даран нээгдэж эхлэсэн байна. Жишээ нь, "Би витаминтай усаар бөөлждөг" гэсэн бүлэг ямар учир шалтгаанаар юм бүү мэд нээгдэж, хамгийн сонирхолтой нь маш хурдан 1000 гишүүнтэй болчихсон байсан юм даа.

Олон оюутан өөрсдийн хаягийн дэвтрээ ашиглахаа больж байв. Учир нь тэд одоо өөрийн хүссэн хүнтэйгээ холбоо тогтоохыг хүсвэл Facebook-ийг л ашиглахад хангалттай ажээ. Хэний ч и-мэйл хаяг, хэнийг ч та сануулах шаардлагагүй байв. Харин хэн нэгнийг хайж олох яаралтай хэрэг гарсан бол тухайн хүний хуудсыг л олоход хангалттай. Учир нь хүн болгон хуудсандаа өөрийн гар утасны дугаар болон шуурхай зурвасын холбогдох хаягийг үлдээдэг байсан юм. Хуудсан дээрээ тавих энэ хаягнууд нь ямар нэгэн хуурамч хаяг биш байв. Учир нь

интернэт гэдэг зүйл шинэ эрин зуун руу орж байлаа. Бүх юм илүү хувийн, тухайн хүнд хамаатай болж, хувьсан өөрчлөгдсөн шинэ эрин рүү шилжиж эхлэсэн цаг үе байлаа.

Facebook-ийн Калифорн дахь өдөр шөнөгүй ажилладаг багт одоо Цукерберг, Москович, Паркер болон системийн менежер болох Халикиоглу нар багтах болов. Тэдэнтэй хамт амьдарч байсан Андрю МакКолумм нь одоо болтол Wirehog дээр дагнан ажилсан хэвээр байлаа. Тиелийн зээлсэн мөнгө нь тэдэнд шинэ сервер авахад тус болж, үүний ачаар тэд техник технологийн асуудлаа бүрэн шийдэж, урьд урьдынхаасаа улам ширүүн өргөжиж эхэллээ. Намрын хичээлийн жилийн эхний долоо хоногт л гэхэд 15 шинэ сургуулийг нэмсэн байна. Олон сургууль нэмэх тусам Facebook өөрийн "элит" хэмээх нэр хүнд, чанараа алдаж эхэлж байлаа.

Пало-Алтод хөлсөлж байсан байшингаа суллах хэрэгтэй болсон бөгөөд одоо Цукербергийн багийнхан Лос-Алто Хиллсд шинэ байр хөлслөн суухаар болжээ. Тэдний хуучин байрны яг араар 280-р төв зам байх тул ажил хийхэд дарамттай байсан юм. Тэд ч амар тайван ажиллах илүү боломжийн газар руу нүүж, мөн хөршүүд нь ч санаа амрав. Замын чимээнээс гадна ойр хавьд шинээр барьж буй барилгын тоос Шон Паркерийн харшлыг хөдөлгөж, энэ байшинд амьдрах ямар ч боломжгүй болгосон юм.

Тэд интернэт, компьютерийн ажилд үнэхээр сайн байсан ч харин гэр орны аар саар ажилд тийм ч сайн биш байв. Тэд зочны өрөөг нэг ёсны оффис болгон хувиргасан байжээ. өрөөгөөр дүүрэн цагаан самбар, ширээгээр дүүрэн зөөврийн компьютер замбараагүй байрлалчихсан, энд тэндгүй бичиг цаас хөглөрч байдаг байлаа. Ихэнх өрөө нь гудсаар дүүрсэн, дотор нь юу байгаа нь үл мэдэгдэх хайрцагнууд хаа сайгүй байх. Гал тогоонд л гэхэд цэвэр аяга таваг олоход бэрх, угаалтуур нь угаагаагүй бохир сав суулгаар дүүрэн, хогийн сав ньдүүрээд гадуур нь асгарчихсан байдаг байв. Хаа сайгүй шоргоолжнууд гүйнэ. Цукерберг уусан ундааныхаа лааз лонхыг хаана л бол хаана хаяж явдаг муу зантай. Коллежийн 20 настай оюутнуудын амьдрал гэж үүнийг л хэлэх байх.

Ариун цэврийг сахиж, гэр орноо цэгцлэх ажлыг тэд хайхардаггүй, жаахан хүүхдүүд шиг ханддаг байсан ч компанийн ажилдаа бол эсрэгээрээ. Шинэ зохион байгуулалт болон тасралтгүй өсөх хэрэглэгчдийн тоог үзвэл цаашид ч үргэлжлэх нь хэнд ч тодорхой байв. Хэрэгцээ нь урьд урьдынхаас, тэд нарын бодож байснаас их шаардагдах болов. Ердөө есдүгээр сард л гэхэд нийт хэрэглэгчийн тоо хоёр дахин нэмэгдсэн ба ойролцоогоор 400 мянга болсон аж. Аравдугаар сарын 21-н гэхэд хэрэглэгчийн тоо хагас сая болов. Гишүүдийн өсөлт улам түргэсэж байна.

Өсөх тусам Тиелийн зээлсэн мөнгө сайтыг тогтмол амжилттай ачааллуулахад хүрэхгүй гэдэг хэн хэнд нь тодорхой болжээ. Шинэ сервер нэмэх ажил бараг л өдөр тутмын ердийн ажил болон хувирчээ. Хэрэглэгчид өсөх тусам, санхүүгийн тэтгэлэг зайлшгүй шаардагдах болсон ба компанийн бүх санхүүтэй холбоотой яриа, гэрээ хэлэлцээрийг хийдэг байсан Шон Паркер West Technology Investment (WTI) компанитай холбоо тогтоосон байна. Энэ компанийг тэрээр Плахо-ын өдрүүдээс л мэддэг байсан юм. WTI-ийн гол үйлчилгээ нь их хэмжээний мөнгийг бага хугацаатай зээлүүлэх. Дээд хугацаа нь гурван жил. WTI-ийн төлөөлөгч болох Маурис Вердегар 300 мянган долларын зээлийг буцаан төлөхдөө гурван жил гэлтгүй хугацаагүй зээлүүлэхээр Паркертэй тохиролцсон байна. Харин Facebook-ийнхэн зээлээ 2004 оны

арванхоёрдугаар сар гэхэд WTI-д бүрэн төлж дуусгасан юм. Вердегар Паркерийг хүндэлж явдаг нэгэн байсан ба түүний амнаас Facebook-ийн тухай сонсоод энэ сайтын далд нуугдаж буй хүчин чадлыг үнэхээр биширсэн байна. Тийм учраас WTI нэмэлт 25 мянган долларын хөрөнгө оруулалтыг Тиелтэй ижил нөхцөлтэйгөөр хийж болох эсэхийг асуужээ.

2004 онд Вердегар WTI-ийн үүсгэн байгуулагчдыг Facebook-ийн төлөөлөгчид болох Шон Паркер болон Майтини ни Домнайллтэй уулзуулахаар болов. Уулзалтын өмнө WTI-ийн захирлууд Вендегарт хандаж, Шон Паркер хэмээх алдартай хүнтэй хэлэлцээр хийж байгаадаа баяртай байгаа ч энэ нь Facebook гэдэг компанийг бусад компаниудаас илүүд үзэх ямар ч үндэслэл болохгүй гэдгийг сануулсан байна.

Гэвч WTI-ийн захирлуудын энэ байр суурь маш хурдан өөрчлөгдөх нь тэр. “Тэд цаг гаруй Шон Паркерийн яриаг сонсоод өрөөнөөс гарахдаа хэлсэн үгийг нь би одоо болтол тод санадаг. Манай захирал “Тэгээд танай компанийн хувьцаанаас хэр ихийг олж авч болох вэ?” гэсэн юм даа” гэж Вердегар надад дурсан хэлж билээ.

Тиелийн хийсэн хөрөнгө оруулалтаас үүдэн Facebook компанийн удирдах зөвлөлд өөрчлөлт оруулах шаардлагатай болов. Ингэснээр Захиралуудын зөвлөл нь дөрвөн суудалтай болжээ. Зөвлөлийн дөрвөн суудлыг хөрөнгө оруулагч Тиел, Паркер, Цукерберг эзэлдэг байлаа. Цукербергдөрөв дэх суудлыг хэнд ч өгөлгүй үлдээсэн байв. Ингэж үлдээсний цаад санаа нь гадны хөрөнгө оруулагчдыг удирдлагадаа оруулахгүй байхыг хүссэн ба энэ нь ирээдүйд хөрөнгө оруулагчид оруулсан хөрөнгөөрөө түрээ барин компанийг нь эзэмших аюулаас хамгаалж байсан юм. Тиел ядуу хоосноос компани үүсгэн байгуулж үзсэн учир Цукерберг болон Паркер нарт бүрэн удирдлагыг итгэж өгсөн байна. Тиймээс Facebook-ийн хувьд Тиел "манай талын" хүн байлаа.

Цукербергт Паркерийн ингэж зөвлөсөн нь цаанаа бас учиртай. Паркер өөрийгөө Facebook компанийн салшгүй удирдлагын нэг болгож тамгалах, дархлах ганцхан арга нь энэ байлаа. Учир нь тэрээр хоёр удаа халагдаж байсан. Napster болон Plaxo-оос яг адил гадны хөрөнгө оруулагчдын шахалтаар халагдаж байсан юм. Тиймээс тэр энэ удаа хөрөнгө оруулсан нэрээр хамаг асуудлыг дураараа шийддэг гадны захирлуудыг Facebook-ээс хол байлгахыг хүссэн байна. Энэ нь түүнийг компаниасаа халагдахыг давхар хамгаалж байжээ. Түүнчлэн Цукербергт дандаа "Намайг NAPSTER болон PLAXO-г удирдаж байхад надад ямар хүн хэрэгтэй байсан, яг тэрэн шиг би чамд үйлчлэх болно. Зөвлөгч, хөрөнгө оруулагчдаас хамгаалагч маягтай тийм л хүн. Би захирлаа эрх мэдэлд суулгаад харин өөрөө бусдаас хамгаална. Чамд миний алдаанаас суралцах боломж олгоно. Намайг залуу байхад ийм хүн байгаагүй учир би өөрийнхөө алдаанаас сурах боломж огт байгаагүй" хэмээн хэлдэг байна. Дашрамд сонирхуулахад Facebook компанийн удирдлагуудын нэгэн гэрээн дээр “хэрэв удирдлагын аль нэг гишүүн ямар нэгэн шалтгаанаар (дураараа) компаниас гарахаар бол компанийн и-мэйл хаяг болон зөөврийн компьютерийг өөр дээрээ авна” гэж заасан байна. Энэ нь бас л Паркерийн амьдралаасаа олж мэдсэн туршлага байж. Учир нь тэрээр Plaxo-оос халагдахдаа хэн ч бишээр хөсөр хаягдсан ба ажил хэргийн холбоотой хүмүүс түүнтэй холбоо барих ямар ч боломжгүй байдалд хоцорч байжээ.

"Бидэнд Шон байсан нь, ялангуяа тэр урьд нь алдаж байсан туршлагатай захирал хүн байсан нь манай хамгийн том давуу тал байлаа. Бид компанитай яаж хамтран ажиллах вэ, яаж

санхүүг хариуцах вэ, юун дээр анхаарах ёстой гээд олон зүйлийг огт мэддэггүй байсан юм. Гэвч биднийг туршлагаар дүүрэн, яг л аав ээж шиг минь хүн хамгаалж байсан нь хамгийн том аз" гэж Московиц хэлдэг.

Московиц Паркерийг "аав ээж шиг" гэж хэлэхдээ түүний өдөр тутмых нь амьдралыг хэлээгүй юм. Зүгээр л маш их туршлагатай, юм юм үзсэн болохоор нь тэр. Паркер хувиа хичээгч байж өлхөн чадна. Московиц Паркертай ажиллаж байх үеэ эерэгээр санаж дурсдаг аж. (хожим тохиолдсон хэрэг явдлыг эс тооцвол). Паркер дэлгүүрээс архи авч болох насанд хүрсэн, үдэшлэг яаж зохиовол олон хүн ирэх вэ гэдэг тал дээр хэт туршлагатай, бас хамгийн гол нь зах зээл дээрх овжин бизнесмэний хэлээр санхүүгийн "акул"-уудтай шуудхан ярьчихдаг байсан юм. Шон Паркер гайхмаар басжаахан галзуу гэмээр хүн. Гэвч энэ хүн л өдөржин шөнөжин компьютер дээр суухаас өөрийг мэдэхгүй II курсын оюутнуудын амьдралыг зохицуулж байлаа. Шон байгаагүй бол өнөөдрийн бидний мэдэх Facebook байх эсэх нь эргэлзээтэй.

Facebook хангалттай амжилттай ажиллаж байсан ч Цукерберг Wirehog-д хандуулах анхаарлаа огт зогсоогоогүй байна. Facebook амжилт олох нь хэн бүхэнд тодорхой байхад Марк итгэхгүй, бусад зүйлийг давхар хийсээр байсан юм. Олон зүйлийг давхар хийдэг байсан нь үнэндээ аль санаа жинхэнэ бизнес болж чадна гэдгийг яг таг мэддэггүй байсанд оршино. Тэгээд бас энэ бүхэн зөвхөн бизнесийн тал дээр ч биш..Учир нь Цукерберг өөрийн найз Д'Анжело-той хамтарч хийсэн Synapse хэмээх хөгжмийн төрлийг таньдаг программаа сая сая доллараар зарах байсан ч интернэтэд үнэгүй тавьчихсан тэр гэнэн үеэсээ огт өөрчлөгдөөгүй ажээ.

Тэгсэн ч тэрээр өөрийнх нь аль нэг төсөл үнэхээр шуугиан тарина гэдэгт хэнээс ч илүү итгэлтэй. Магадгүй энэ нь Wirehog ч байх юм болов уу?

Паркер харин нөгөө талд Wirehog-ийн санааг эсэргүүцэж байв. Паркер "Би Wirehog хамгийн аймшигтай бөгөөд компанийг мөхөлд хүргэж болох санаа гэдгийг түүнд нэг биш удаа онцлон сануулж байсан. Бид үүн дээр ажиллах ямар ч хэрэггүй" хэмээн үглэх боловч Цукерберг санаанаасаа ухарсангүй. Паркерийн Плахо-ийн хэрэг дээр ажиллаж байсан хуульчийг хөлсөлж аван Wirehog-ийг тусдаа компани болгохоор шийдсэн байна. Ингээд Паркерийн дэмжлэгийг авахын тулд Паркерт шинээр байгуулах компанидаа хувьцаа өгнө хэмээн амыг нь таглаж байгаад эгнээндээ элсүүлж чаджээ. Удирдлага нь ингээд Цукерберг, Паркер, Д'Анжело, МкКолум болон хоёрдмол санаатай байсан Московиц нар болов. "Марк Facebook-тээ илүү их анхаарал хандуулж байх хэрэгтэй байсан учраас л би өөрөө Wirehog-д орж туслах хэрэг гарсан" хэмээн Московиц хошигнон ярьдаг. Дастин Московицодоогийн хийж буй ажилдаа бүрэн автагдсан байдаг бол Цукербергийн хувьд дараа нь яах вэ гэдэгт хамаг анхаарлаа төвлөрүүлэн ажилладаг байжээ.

Багийнхан хоёр хуваагдаж МкКолум, Д'Анжело нар тэрчигээрээ Wire-hog дээр ажиллахаар болсон бол харин Паркер, Московиц нар Facebook дээр анхаарлаа хандуулан ажиллах болжээ. Цукерберг харин хоёр төслийг хоёуланг нь удирдан явуулна. Д'Анжело "Wirehog бидний сонирхлыг маш их татаж байсан. Wirehog-оор би өөрийгөө сорьж үзмээр санагдсан юм. Техникийн талаасаа ч амар ажил биш байсан учир миний сонирхлыг илүү татсан гэхүү дээ" хэмээн хэлж байжээ.

Wirehog нь хэрэглэгчид компьютертээ татаж авдаг дан программ байсан юм. Тэд Wirehog-ийн Facebook-т зориулсан жижиг танилцуулга хуудас хийж өгсөн ба үүгээр таны ямар найз зочилсон, ямар нэгэн зүйл wire-hog дээр тавьсан эсэхийг шалгаж болох боломжтой болгосон аж. Wirehog нь анхандаа зөвхөн зураг солилцох, ачааллах зорилготой байсан байна. Яагаад гэвэл Facebook-ийн ихэнх хэрэглэгч зөвхөн зураг солилцдог байсан болохоор тэр. (тухайн үед өөрийн хуудсандаа хэрэглэгч нь цорын ганц зурагтай байх ёстой байсан учир байнгын зургаа солилцох хэрэг гардаг байжээ). Гэвч тэд Wirehog-ийг бүтээхдээ ганц зураг гэлтгүй ямарч өгөгдлийг ачааллаж болох замаар хийжээ. Цукерберг "Бид Wirehog-ыг Facebook-ийн анхны программ, аппликейшн байх болно гэж бодож байсан юм. Энэ нь Facebook-ийн бусад аппликейшны ч платформ болох бүрэн боломжтой гэдгийг батална" гэв. Тиймээс Д'Анжело Wirehog-д зориулсан кодийг үргэлжлүүлэн бичсээр байлаа. Паркер, Московиц нарын эсэргүүцлийг үл харгалзан Цукерберг Wirehog-оо 2004 оны арваннэгдүгээр сард хэдхэн коллежид нээлттэй байхаар ачаалласан байна. Facebook-ийн хуудсан дээр тайлбарлахдаа "Wirehog бол найзуудын хооронд ямар ч өгөгдөл интернэтээр дамжуулан солилцож болох олон нийтийн аппликейшн юм" гэсэн байна. Facebook болон Wirehog нь холбогдсон учир Wirehog-д зөвхөн таны Facebook-ийн найзууд л ачаалласан өгөгдлийг харж болох боломжтой ажээ. Цаашлаад Facebook-ийн Wirehog-д зориулсан хуудсан дээр Wirehog-ийг ашиглан юу юу хийж болохыг жагсаасан байна. "Найзуудтайгаа дурын өргөтгөлтэй файлыг солилцох, хайлтын системээс өөртөө хэрэгтэй файлыг олж компьютертээ хадгалах, хамгаалагдсан сүлжээ ашиглан файлаа солилцох" гэжээ.

Гэвч яг Паркерийн урьдчилан таамаглаж байсан шиг Wirehog нь Facebook-ий нолонх хэрэглэгчдэд дэндүү түвэгтэй болж иржээ. Оюуны өмчийн зөрчилтэй ямар нэгэн дуу хөгжим, программ гээд ямар ч зүйл Wirehog-оор солилцож болох байлаа. Ингэснээр тэд ямар нэгэн хууль зөрчсөн хэрэгт холбогдох эрсдэлтэй тул Паркер хаахыг зөвлөсөн байна. Хэдийгээр Wire-hog болон Facebook хоёр өөр компани байсан ч Facebook-ээр л хүмүүс Wirehog-ийг татах учир "хам хэрэг"-т ороход тун амархан байсан юм. Удалгүй Цукерберг ч Wirehog-д анхаарал хандуулахаа больсон билээ.

Арваннэгдүгээр сарын 2-н гэхэд Myspace нь таван сая хэрэглэгчтэй болов. Энэ үзүүлэлт нь Лас-Алтос Хиллст байрлах Facebook багийнхныг ёстой ангайлгаж орхив. Тэд өөрсдийгөө яг л Myspace-ын урвуу сайт хийж байгаагаа ухаарчээ. Учир нь MySpace бүгдэд нээлттэй, гоёмсог, дэндүү чамин, хэн дуртай нь гишүүн болж болдог байсан бол Facebook үүний хажууд зөвхөн бүртгэлтэй сургуулийн .edu и-мэйл хаягийг эзэмших хүн л гишүүн болж болдог, үйлчилгээ нь ч илүү энгийн, цөөхөн талдаа байв. Facebook-д өөрийн сургуулийн нэр дээр эзэмших цорын ганц и-мэйл хаягаараа бүтгүүлдэг байсан учир хэрэглэгчид нь "нэрийн хуудас" маягаар Facebook-ийг ашигладаг байв. MySpace дээр бол дурын тохиргоо хийгдээгүй байхад хэн ч дуртай хэрэглэгчийнхээ хуудсыг үзэж болдог. Харин Facebook дээр зөвхөн өөрийнхөө сургуулийнхныг, эсвэл найзуудынхаа хуудсыг л үзэж болдог байв. Мөн Цукербергийн хэлж байгаагаар "MySpace нь хэрэглэгчээ хуудсандаа дурын зүйлээ хийхэд ямар ч саад болдоггүй. Харин бид Face-book ч тийм болгочихвол хэрэглэгчид залхуурч, өөрсдийнхөө мэдээллийг илүү бага тавина байх гэж бодсоны үндсэн дээр тэгээгүй" гэсэн байна.

MySpace-ийн үйл ажиллагаа нь Цукербергийн анхаалрыг их татаж байсан ч нөгөө талд олон шинэ өрсөлдөгчдөдөө илүү их санаа зовж байлаа. Учир нь олон их сургууль дээр суурилсан

олон нийтийн сүлжээ сайт нь хурдацтай тархаж байсан юм. Харин энэ шинээр гарч ирэх компаниудыг урдаа гишгүүлэхгүй байх нь Facebook компанийн хамгийн том зорилт болов. Col-legeFacebook.com гэх сайт нь, тэр чигээрээ хуулбар ба Facebook-тэй бүр яг ижилхэн байв. Гол зорилго нь "элит" сургуулиудыг нэмдэг. Facebook-ийн орхисон, олонд бага танигдсан сургуулиудыг нэмдэг байв. Энэ нь жинхэнэ Facebook тэр сургуулиуд дээр ирэх хүртэл хэдэн мянган хэрэглэгчтэй болтлоо өсөж чадсан байдаг байлаа. Тавдугаар сард Винклевосс болон Нарендагийн баг ашгүй нэг юм HarvardConnection-оо ачааллажээ. Тэгэхдээ өөр нэрээр ConnectU гэдэг нэрээр ачаалалсан байна. Тэдний энэ олон нийтийн сүлжээ сайт нь бүх сургуульд зориулсан байсан юм. Колумбын CU-Community нь мөн адил нэрээ өөрчилж Campus Network болсон байна. Тэр шинэ сургуулиудыг маш хурдацтай эгнээндээ нэгтгэж байлаа. өрсөлдөгч нар нь Facebook-ийг бодвол илүү амжилттай, мөн хурдтай урагшилж эхлэв. Учир нь өрсөлдөгчдөд нь шинэ сургуулийг нэмэх болгонд ачааллаа даахгүй систем, сервер шинэчилнэ гэдэг зовлон тулгардаггүй тул тэд маш хурдацтай олон сургуулийг нэмэн газар авч байлаа. Гэвч тэдний өргөжин тэлж байгаа байдал нь Цукербергийн багийнхны санааг ихэд зовоодог байжээ.

Ингээд тэд нэгэн шинэ стратегийг хэрэгжүүлэн ажиллах болов. Хэрэв ямар нэгэн олон нийтийн сүлжээ сайт тухайн нэг сургууль дээр нээгдчихсэн байвал Facebook тэр сургуулийн хамгийн ойр хавьд байх сургуулиудыг эхэлж нэмдэг байх. үүний гол санаа нь тухайн сүлжээ орчихсон байсан сургуулийн оюутнууд ойр хавийнх нь сургуульд орчихсон Facebook сүлжээний дайралтад автана гэсэн үг юм. Тайлбарлавал: Техасын Вако дахь Байлор их сургууль нь олон жил хэрэглэж ирсэн оюутны сүлжээ сайттай. Тийм учир Facebook багийнхан шууд Байлорын их сургууль дээр нээсэнгүй.Зүүн талд нь орших Арлингтон дахь Техасын их сургууль, баруун өмнө нь орших Баруун өмнөдийн их сургууль, мөн Зүүн өмнө нь орших Техасын А М их сургуулиуд дээр сүлжээгээ нээжээ. Энэ арга нь ч амжилттай хэрэгжиж байв. Олон нийтийн сүлжээ сайт нээгдээгүй сургууль дээр Facebook нээгдэхэд "тэсрэлт" болдог байсан учир шуугиан хурдан тархаж байв. Харин Байлорын оюутнууд бусад сургуулийн найз нараа Facebook дээр нэгдсэн байхыг хараад нэгдэхээс өөр замгүй болдог байжээ. Зукеберг хэдийгээр дөнгөж 20-хон настай байсан ч стратеги бодлогоороо аль хэдийн өрсөлдөгчөө хол давж гарсан юм.

Цукерберг зар сурталчилгааны асуудал дээр маш хянуур ханддаг нь хэвээрээ л байв. Сайтыг доголдолгүй ажиллахад зарцуулах зардал нь өсөхийн хэрээр зар сурталчилгааны үнэ төлбөр нь мөн адил өсөх хэрэгтэй. Тэрээр Facebook-ийг эхний ээлжинд өөрийн зардлаа хангалттай нөхөж байх тийм л орлого олохыг хүсэж байв. Энэ нь барагцаагаар 500 мянган доллар байлаа. Crimson сонинд өгч байсан ярилцлагадаа тэр "Хэрэв вэб сайтаа тогтвортой байлгахын тулд 100 мянган доллар зарцуулах хэрэгтэй гэж бодоход бидэнд сурталчилгаа хэр их хэрэгтэй вэ?" хэмээн сурвалжлагчийн тавьсан асуултад асуултаар хариулсан байна. Y2M буюу Facebook компанид гол зар сурталчилгаа нийлүүлэгч нь наймдугаар сард Paramount Pictures-тэй SpongeBob SquarePants киноны нээлтийн өмнө маш амжилттай нэгэн гэрээг байгуулж чаджээ. Тухайн үед Facebook-т байсан цорын ганц зар сурталчилгааны баннер нь хуудасны доод хэсэгт орших урт босоо тэгш өнцөгт байсан юм. Paramount Pictures-ийнхэн таван сая даралт тоолонд 15 мянган доллар төлөхөөр болжээ. Мөн Paramount Pictures нь хожим Facebook-ийн санхүү эдийн засгийн байдалд чухал нөлөө үзүүлэх нэгэн санааг нээж өгсөн байна. Энэ нь тухайн киноны тусгай фэнүүдийн "бүлгэм" юм. Баннер дээрх

сурталчилгаа нь хэрэглэгчдийг SpongeBob SquarePants киноны талаарх сэтгэгдэл болон хэлэлцүүлгээс үүсэх бүлгэмд орон санал хүсэлтээ илэрхийлэхийг хүсэж байлаа. Энэ мэтээр бараг 250 мянга орчим хэрэглэгч энэ киноны тухай өөрийн хуудсан дээрээ дурдсан байна.

Y2M нь арванхоёрдугаар сард бас нэгэн амжитлтай зар сурталчилгааны гэрээг байгуулж чаджээ. Энэ удаа Apple Computers-тэй хийсэн байлаа. Apple Computers нь Apple-д зориулсан Facebook-ийн бүлгэмийн гол ивээн тэтгэгч болсон ба бүлгэмд шинээр элссэн гишүүн бүрийн тоогоор сард нэг доллар өгдөг болов. Энэ нь сардаа багаар бодоход л 50 мянга орчим долларын орлого гэсэн үг. Энэ бүлгэм нь маш том хүрээг хамарч, гишүүдийн тоо ч хурдтай өсөх болсон байна. Энэ явдлыг Facebook-ийн түүхэнд гарсан хамгийн том "эдийн засгийн ололт" хэмээн нэрлэж болох юм. Энэ нь дангаараа компанийн бүх зардлыг нөхөхүйц мөнгөн дүн. Apple Computers-ийн удирдлагуудад тэдний брэндийг дэмжигч коллежийн оюутны том сайт хэрэгтэй байсан ба ингэж тэд өөрсдийн фэн оюутан залууст тусгай хөнгөлөлт үзүүлэх сурталчилгаагаа түгээж чадах байв. "Ивээн тэтгэгчтэй бүлгэм" гэдэг санаа нь Цукербергт хамгаас их таалагдаж байлаа. Учир нь энэ нь түүний хамгаас дургүй баннер-зарлалаас хамаагүй дээр зүйл байсан болохоор тэр.

Үүний хажуугаар оюутнууд жижиг компаниуд түрээслэж болохоор тийм даруухан сурталчилгааны хэсэг ч бас бий. үүнийгээ тэд сурталчилгааны хуудас (flyer) гэдэг байв. Сурталчилгааны хуудас нь зөвхөн оюутан залууст зориулж, тэдний сургуулийн оюутнуудад л харагдах зарлалын нэг хэлбэр байв. Томоохон их сургуулиудад ч сурталчилгааны хуудас түрээслэж авах үнэ нь өдрийн 100\$ хүрдэггүй байсан гэж бодохоор дэндүү хямд. Энэ нь коллежуудын оюутны хөдөлгөөн, дугуйлангаас зохион байгуулдаг олон нийтийг хамарсан арга хэмжээ, томоохон үдэшлэгийг сурталчилахад яг л таарсан зүйл байлаа. Цукербергийн багийнханд энэ функц нь таалагдаж байсан учир хаялгүй улам сайжруулан ажиллуулахыг хүсдэг байжээ. Улмаар сурталчилгааны хуудсаа коллежийн оюутны хотхонд худалдаа хийдэг хүмүүс бараа үйлчилгээгээ оюутнуудад танилцуулахад тун боломжтой байхаар хийж өгсөн байна. Ингэснээр одоо тэдний сурталчилгааны хуудсыг зөвхөн оюутны зөвлөл, сургуулийн захиргаа ч биш, ойр хавийн үйлчилгээний байгууллагууд ч түрээслэдэг болжээ. Энэ нь компанид ихээхэн хэмжээний орлого оруулах шинжтэй функцийн нэг байсан учир тэдэнд хүн хүчний туслалцаа зайлшгүй хэрэг болох нь тэр. Ингээд Паркер өөрийн хуучны анд оюутан байхдаа хамтран амьдарч байсан Езра Каллаханыг дуудсан байна. Езра нь оюутан байхын л Stanford Daily сонинд зар тавьдаг байсан туршлагатай нэгэн. Каллаханыг Европоор аялж байхад нь Паркер түүнд и-мэйлээр ажлын санал тавьжээ. Хэдэн долоо хоногийн дараа Езра онгоцноос буунгуутаа шууд л тэдний байгаа газарт шөнийн 01.00 цагийн үед ирсэн байна. Паркер тухайн үед найз охинтойгоо кино үзэж байсан ба шинээр хүн ажилд авсан тухайгаа ярьж амжаагүй байжээ. Ингээд л Московиц гэрийн хаалгыг онгойлгохдоо Каллахан гэж хэн, яах гэж ирсэн тухай бүр ямар ч мэдээлэлгүй байсан юм. Хаалга онгойнгуут л Каллахан Московицийн өөдөөс "Би Езра байна. Би та нартай хамт ажиллахаар ирлээ" гэжээ. Московиц ч хэсэг балмагдан зогссоны дараа байрандаа оруулсан байна. Езра угаасаа ч тэдэнтэй удаан ажиллах бодолгүй байсан юм. Учир нь тэрээр хуулийн сургуульд сурахаар шийдчихсэн байжээ. Хэдийгээр сургуулийг тойрсон худалдааны салбар, аж үйлдвэрүүд, үйлчилгээний байгууллагуудаас сурталчилгааны хуудасны зар хүлээн авах, олныг хамруулах дээр тулгуурлан, голчлон ажиллаж, олон сар болсон ч энэ санаа нь амжилттай хэрэгжээгүй байна. Тэгэхдээ сурталчилгааны хуудсаар дагнаж ажиллаж байсангүй. Каллаханы өөр нэг үүрэг бол

Саверинаас өгсөн сурталчилгааг зохион байгуулж, тодорхой хугацааны дараалалд оруулах байв. Каллахан энэ үед Савериныг орлож байсан хүн юм.

Арваннэгдүгээр сарын 30-нд, Facebook нэг сая дахь хэрэглэгчээ бүртгэж авчээ. Нээгдээд дөнгөж 10 сар болж байхдаа ийм амжилтад хүрсэн гэсэн үг. Петер Тиел Сан Францискод саяхан нээсэн шөнийн клуб болон рестораныхоо “VIP Lounge”-д Facebook-т зориулсан “Сая хэрэглэгчийн нээлтийн үдэшлэг” зохион байгуулсан байна. Харин Паркер үүнийг өөрийн 25 насны төрсөн өдөр болгон хувиргах нь тэр.

Төрсөн өдрийн и-мэйл урилга нь харин маш сонирхолтой хийгдсэн байна. Хамгийн дээд талд нь Малколм Гладвелийн хэлсэн "Зөв цэг,зөв цэгийг нь олж чадвал яаж ч түлхэхэд дэлхий хөдөлнө" гэх алдартай үгийг эшлэсэн байв. Мөн "Харин үүнийг хөдөлгөх хүч нь" хэмээн урьсан хүний нэрийг бичсэн байжээ. Энэ нь яг л Паркерийн компанийн талаар яриад байдаг гол санаа байсан юм. Түүнийхээр бол компанийн энэ амжилт нь яг зөв санаагаа олж гарч ирсэнд байгаа аж. Зөв санаагаа олсон учир нэг сая хэрэглэгчийг 10 сарын дотор нэгтгэсэн байна.

Д'Анжело Саверин болон хэвлэл мэдээллийг төлөөлөн ажилладаг Крис Хьюзестэй нисэн ирэв. Ингээд хөрөнгө оруулагчид, Харвардын найзууд, шоучид нийлэн нэгэн шөнийг гайхалтай орчинд ууж, наргицгааж өнгөрөөжээ. Гэхдээ тэдний олонх нь архи уух хуулийн насандаа хүрээгүй байсан юм.

Facebook-ийн амжилт нь давалгааг үүсгэж эхлэв. Харин Цахиурт Хөндийд амжилт гэдэг нь мөнгө гэсэн үг юм. Олон олон хөрөнгө оруулагч Цукерберг руу залгахад тэр алийг нь ч авч хэлэлцдэггүй байлаа.

Санал тавигчдын нэг нь Sequoia Capital байлаа. Sequoia нь дан томоохон компаниудад хөрөнгө оруулж байснаараа алдартай фирм юм. Тэдний хөрөнгө оруулж байсан фирмүүдийг нэрлэвэл: Apple, Cisco, Google, Oracle, PayPal, Yahoo болон Youtube гэх мэт. Энэ фирм нь Цахиурт Хөндийд хүнлэг биш, хатуу дүрмээр буюу "том гараар" тоглодог гэдгээрээ зартай. Sequoia-д өндөр албан тушаал хашдаг байсан Майкл Моритз Плахо-ийн удирдах зөвлөлд байсан ба Шон Паркертай хамтран ажиллаж, түүнийг ажлаас халахад гар бие оролцож байсан нэгэн. Тиймээс тэр хоёрын дунд тийм ч таатай харилцаа байгаагүй юм. Тэд урьд нь юу хийж байсныг бодох юм бол Паркер хэзээ ч Sequoia-тай хамтарч ажиллахааргүй байжээ.

Ингээд Паркер хариугаа авхаар шийдэв. Тэдэнд Wirehog-ийг худалдах маягаар тохуурхах санаа төржээ. Цукерберг ч энэ санааг уриалгахнаар дэмжсэн нь Паркерт Wirehog-ийн асуудал дээр бууж өгснөө харуулах алхам байв. Wirehog төсөл нурсан гэдгийг мэдэгдэх гэж тэр. "Бид Wirehog-ийн талаар хэд хэдэн том алхам хийсэн. Гэвч надаас өөр хэн ч санаа тавин, чин сэтгэлээсээ ажиллаагүй юм. Тэд зөвхөн Facebook-ийг л хөгжүүлэхийг бодож байсан" гэж Цукерберг хэлж байсан байна.

Sequoia нөгөө талд Facebook-ийг маш их сонирхож, тэдэнтэй ойртохыг хүсэж байсан тул тэдний төлөөлөгч Рёлф Бота сайн дураараа бизнес уулзалт хийх саналыг зөвшөөрчихсөн аж.

Залуус нууцаар төлөвлөгөө зохиох болов. Ингээд уулзалтын өдөр ирэхэд "коллежийн

оюутнууд" маань мартаад унтчихаж. Болзсон цаг нь өглөөний

08.00. Харин 08.05-д Бота тэдэнрүү "Та хэд хаана байна аа, залуусаа?" гэсээр утасдахад Цукерберг, Андро МкКолум нар сандрахдаа Sequoia-ийн оффист унтлагын хувцастайгаа гүйн ирсэн байна. Хэдийгээр мартаад унтчихсан ч "Бүх юм сайн, ямар ч асуудалгүй сайхан төлөвлөсөн байгаа" гэсээр орж ирцгээв. Ингээд Цукерберг Sequoia-ийханд тайлангаа тавьж эхлэв.

Тэр зөвхөн 10 ширхэг слайдтай үзүүлэн бэлджээ. Цукерберг гол сэдэв болох Wirehog-ийн тухай юу ч ярьсангүй. Түүний илтгэл тавих арга барил нь Давид Леттерманыг санагдуулан байв. Ингээд тэр "Wirehog-д хөрөнгө оруулалт хийх шаардлагагүй хамгийн том 10 шалтгаан" гэсэн слайдаа үзүүлжээ. "Wirehog-д хөрөнгө оруулах шаардлагагүй 10 дахь шалтгаан бол бидэнд ямар ч орлого байхгүй. Ес дэх шалтгаан бол урлагийн салбарынхан шүүхдэх магадлал маш өндөр... гэх мэтээр явсаар харин дуусах дөхөх бүрийд тэрээр улам эх захаа алдаж, маазрах маягтай болж эхэлж байлаа. Гурав дахь шалтгаан бол бид та нарын оффист унтлагын хувцастайгаа ирсэн, хоёр дахь шалтгаан бол Шон Паркер энэ бүхэнтэй холбоотой, харин Sequoia Wirehog-д хөрөнгө оруулах шаардлагагүй. Нэг дэх шалтгаан нь Роёлф л биднийг ир гэж дуудсан учраас тэр" гэж төгсгөжээ.

"Би ингэж маазарсан, наадсан маягтай тайлан үзүүлсэн ч Sequoia-ийхан маш хүндэтгэлтэйгээр сонсож дуусгасан" гэж Цукерберг дурсаад, өдгөө тэр үйлдлийнхээ төлөө маш их харамсдаг гэсэн юм. "Бид тэднийг үнэхээр их гомдоосон. Одоо надад үнэхээр таагүй мэдрэмж төрж байна. Учир нь тэд маш чухал, ажил хэргийн соёлтой, буурь суурьтай хүмүүс. Харин бид тэдний цагийг зүгээр л үрчихсэн юм. Энэ бол миний тийм ч их бахархаад байдаггүй түүхийн нэг" хэмээн Цукерберг хожим ярьсан байна. Доромжлуулсан Sequoia хэзээ ч Facebook-т хөрөнгө оруулаагүй билээ.

Эцсийн эцэст Facebook-ийн багийнхан зөвхөн Facebook дээрээ л ажиллахаар болсон юм. Зөвхөн хэрэглэгчдийн хувьд ч биш, Цукербергийн хувьд ч Wirehog-ийн эзлэх орон зайг сэтгэлээсээ авч хаясан байна.

Ингээд сэтгэл шуударсан Ерөнхийлөгч Паркер маш сайн, чадварлаг хүмүүсээр Facebook-ийн багийг өргөжүүлэх зорилго тавив. Түүний төвөлчихөөд байсан хамгийн эхний хүмүүсийн нэг нь Тиелийн хөрөнгө оруулалтын ажилд хамтран оролцож байсан Рэйд Хоффманы баруун гар болох Матт Коллер байв. Дэд ерөнхийлөгчийн байр сууринд түүнийг яг тохирно гэж тэр бодож байлаа. Коллер нь Паркерийн хамгийн дуртай зан чанаруудыг агуулсан залуу байлаа. үүнд: төрөлхийн содухаантан, интернэтийн салбарыг маш сайн ойлгодог, нийгмийн талаар сэтгэн бодох чадвар нь маш сайн хөгжсөн... гээд яг л Facebook-т зайлшгүй байх ёстой хүмүүсийн нэг. Тэрээр Иелийн хөгжим судлалын ангийг онц төгссөн учир Харвардын залуустай хэл амаа амархан ололцож, уусаж чадах байв. үүгээр ч зогсохгүй Коллер олон улсын салбарт туршлагатай нэгэн байсан юм. Тэрээр хятадад нэгэн интернэт компанид ажиллаж байсан. Гэвч тэр LinkedIn-дээ илүү хайртай байсан байна. Учир нь тухайн үед энэ нь Цахиурт Хөндийд хамгийн шуугиан тарьж мэдэх, нээлт болж мэдэх сайт гэж ярьж байсан болохоор тэр.

Коллер Паркерийн тавьсан саналд нэлээд эргэлзэж, эцэст нь хэд хэдэн найзаасаа зөвлөгөө

авсан байна. Учир нь тэр аль хэдийн 28 нас хүрчихсэн, жирийн нэг коллежийн "банди" биш ба нэлээд нэр хүндтэй консалтингийн фирм болох МкКинзид ажиллаж өнгөрөөсөн асар туршлагатай, тийм ч бодлогогүй алхам хийх хүн биш ажээ. Ингээд Facebook гэгчийг ямар компани болох талаар, ер нь сонсож байсан эсэхийг асуухаар Принстонд сурдаг дүүрүүгээ залгасан байна. Гэтэл дүү нь “Арай ч дээ” гэсэн янзтай буюу “Принстонд гэрэл цахилгаан байдаг уу?” гэсэнтэй адил зүйл асуусан мэт ханджээ.

Ингэж Коллер Facebook-ийг "өсөх ирээдүйтэй" компани гэдгийг мэдэж аван төд удалгүй ажлын саналыг нь шууд л зөвшөөрсөн байна. Тухайн үед компанийнхан бүгд жилд 65 мянган долларын цалин авдаг байв. Мөн дээр нь тодорхой хэмжээний хувьцааг олгодог байжээ. Коллерт сүүлийнх нь хувилбар илүү чухал санагдаж сэтгэлийг нь татжээ. Коллер Facebook улам өргөжиж газар авна гэдэгт бат итгэлтэй байлаа. Тэр Wirehog дээр ажиллах ямар ч сонирхол байсангүй. Тэрээр Facebook-ийг жинхэнэ бизнес, жинхэнэ компани болгоход гар бие оролцохыг хүсэж байжээ. Хожим тэрээр Цукербергийн оноосноор компанийн Ерөнхий зөвлөх болсон юм.

5. Хөрөнгө оруулагчид

Бид энэ компанид хөрөнгө оруулах хэрэгтэй

Киркландын байранд Крис Хьюзтэй сайн найз байсан Оливиа Магийн аав нь Харвардад Washington Post компанийн хуримтлал болон хөрөнгө оруулалтын ахлах менежер хийдэг байж. Охин нь ийнхүү аавыгаа Facebook-т анхаарал хандуулахыг хүссэн байна. Ингээд зул сар болон 2004 оны шинэ жилийн баярын хооронд Пало-Алто дахь Facebook-ийн оффисын хажууханд Менло Парк гэдэг газар бүтэн сайн өдөр хоолонд орохоор Цукербергийг дагуулж явжээ.

Washington Post компани нь аль хэдийн Tribe.net-ийн хөрөнгө оруулагч байсан юм. Харин оюутнуудыг гол болгож ажилладаг Facebook нь Магийн сонирхлыг ихэд татжээ. Тэр мөн Цукербергтэй уулзан хэсэг хугацаанд ярьж суугаад л түүнийг хүн гэдэг талаас нь үнэхээр биширсэн байна. "Цукерберг яг л сэтгэл судлаач шиг бусдын бодол болон олон нийтийн сэтгэл зүйг үнэхээр сайн ойлгож, мэдэрч чаддаг хүн. Төрөлхийн сэтгэлзүйч хүн байна гэдгийг нь би мэдэрсэн" гэсэн байна. Тэрээр "Коллежийн хүүхдүүд нийгмийн харилцаанд орох их хүслэн болсон байдаг. Харин үүнийг хөдөлгөгч хамгийн гол хүч нь найзуудынхаа талаар бүгдийг мэдэх хүсэл гэдгийг олж харсан нь үүнийг баталж байгаа юм. Жишээ нь, коллежийнхны хувьд найз нь хаана юу хийж, юу бодож, хаашаа явж байна гэх мэт нь үнэхээр чухал. Энэ нь энгийн мэт сонсогдож байгаа ч Цукерберг үүнийг маш гүн ухаж ойлгосон байгаа юм. Яг л сэтгэл зүйч хүн шиг" гэж хэлжээ. Ингээд Ma Washington Post компанийн өмнөөс хөрөнгө оруулах саналыг Facebook-т тавьсан байна. Цукерберг шууд хариу өгөлгүй, бодож үзье л гэсэн байна. Хоёр долоо хоногийн дараа Цукерберг Ma руу залгаад Washington Post-ыг хөрөнгө оруулах боломжийн талаар ярилцахыг урьжээ.

Вашингтоны ойролцоо гэр нь байдаг байсан Шон Паркер энэ чухал уулзалтад хоцорсонгүй. Ингээд тэд Washington Post-ын байранд ирэхэд тэднийг Ма гүйцэтгэх захирал Дон Грахамын хамт хүлээж байв. Ма өөрийн нээж олсон "сод ухаантан" захируулуудаа Грахамд танилцуулмаар санагдаж, түүнийг энэ уулзалтад хэсэг хугацаанд ч байлцахыг урьсан байна. Улаабутарсан царайтай Грахам Америкийн цуутай бизнесмэн ба 1930 оноос хойш Washington Post-ыг удирдаж байгаа гэр бүлийн гишүүн юм. Facebook Харвардыг байлдан дагуулсныг нь сонсоод өдгөө 58 настай Грахамын хуучны дурсамжууд нь сэдэрсэн юм. Тэрээр өөрөө Харвардын "бүтээгдэхүүн" ба Harvard Crimson сонины сурвалжлагчаас ерөнхийлөгч хүртэл нь болтлоо ажилласан байсан хүн юм.

Түүнийг байхад Кримсон сонин өөрийн мэдээний өрөөндөө бүртгэлийн хэд хэдэн том дэвтэр хадгалдаг байсан аж. Сонин дээр нийтэлсэн тухайн өдрийн бүх нийтлэл мэдээлэл болгоныг энэ дэвтэр дээр тэмдэглэдэг байсан ба орон тооны ажилтан нь мэдээлэл доор сэтгэгдлээ үлдээдэг байжээ. Харин өөр нэг дэвтэр дээр тэр өөрсдийн шинэ санаануудыг бичдэг байж". Грахам "Дурын ажилчин орж ирээд л дуртай юмаа бичээд гардаг. Харин бид бичсэн зүйлийг нь үг үсэг алгасалгүй уншаад доор нь өөрсдийнхөө сэтгэгдлийг бичиж байсан үеийг тодхон санаж байна" хэмээн дурсан ярина. Грахам Washington Post-ын интернэт бизнесийг үүсгэн байгуулахын төлөө яг ид ажилдаа дарагдчихсан явсан юм.

Үүнээс гадна Грахам Facebook-т хэрэглэгчид нь өдөрт хэдэн цаг өнгөрөөдөг статистикийг хараад хэлэх үггүй болсон байна. Мөн тэрээр Марк Цукербергийг үнэхээр биширчээ. Хожим түүний тухай ярихдаа "Марк одоо байгаагаасаа илүү болхи байсан юм. Хэрэв та ямар нэгэн юм хэлвэл тэр хариу хэлэхийнхээ өмнө заавал зогсож байгаад бодно. Гэвч ингэсний дараа хэлэх хариултууд нь харилцан ярианы яг голыг нь хөндөж, ярилцагчдаа маш их сэтгэгдэл төрүүлдэг. 20 настай хүүхэд гэхэд үнэхээр дуу алдмаар гээч" гэсэн байдаг.

Үүний дараа Грахам гэр бүл болон компаниа хэрхэн үүсгэн байгуулсан тухай хэсэгхэн түүх ярьсан юм. Энэ бүх ярианаас Паркер "... харин дараа нь бидний амьдралд Уоррен Баффет хэмээх хүн гарч ирсэн юм" гэсэн ганц өгүүлбэрийг сайн тогтоож авчээ. Цукерберг, Паркерийн аль аль нь Грахамын гэр бүлийн талаар түүнтэй уулзахаасаа өмнө тийм ч их зүйлийг мэддэг байгаагүй ч хоёулаа Уоррен Баффетын талаар сонссон байсан юм. Тэрээр домогт хөрөнгө оруулагч ба дэлхийн хамгийн баян хүний нэг билээ. Баффетын удирдан явуулдаг The Berkshire Hathaway компани нь 1970 оноос хойш Washington Post-ын томоохон хөрөнгө оруулагчдын нэг байсаар ирсэн юм. Түүний хэлж байгаагаар Баффет түүний бизнест орсон явдал нь компанийн хувьд хувь заяаг нь эргүүлсэн үйлдэл болсон гэнэ. Ярианахаа зарим хэсэгт Грахам ямар ч амжилттай яваа компани, байгууллагад урьд өмнө хэзээ ч тавьж байгаагүй тийм саналууд тавьсан гэнэ. Тэрбээр "Би Маркийг тийм амархан шийд гаргахгүй гэдгийг мэдэж байна л даа. Гэхдээ чи ямар нэгэн хөрөнгө оруулчихаад удирдлагын суудалд санаархагч болон нэг л хазгай гишгэхэд чамайг замаасаа шууд зайлуулах тийм хөрөнгө оруулагчийг бус, чамайг өөрийн компаниа удирдахад ямар ч саад болдоггүй тийм л санхүүжүүлэгчийг хүсэж байвал бид танай компанитай хамтран ажиллахад хэзээд бэлэн шүү" гэсэн байна.

Грахамын бизнесийн талаарх гүн бөгөөд цэгцтэй бодлууд нь өөрийн эрхгүй өөрийн эрхгүй түүнийг бишрэхэд хүргэжээ. Цукерберг энэ тухай хожим "Олон санхүүжүүлэгч, хөрөнгө оруулдаг компаниуд бидэнтэй холбогдож, олон янзын санал тавьж байсан. Гэвч би Цахиурт Хөндийн эмэгнэлтэй тоглоомоор тоглооморгүй байсан юм. Хөрөнгө оруулагчийн мөнгийг аваад хэсэг хугацааны дараа олон нийтэд танигдаад ирэнгүүт хувьцаага зарах гэх мэт ойлгомжтой эргүүлгэнд орохыг хүсээгүй. Гэтэл Washington Post анхнаасаа л тэс өөр сэтгэгдэл төрүүлж байсан. Би тэдний итгэл үнэмшлийг хараад үнэхээр биширч байсан. Тэд Washington Post гэх нэр, нэр хүндээ үргэлж бодолцож ажилладаг байсан юм. Энэ үед л би дахин шинэ хөрөнгө оруулагчийг олж болох талаар анх удаа бодсон хэрэг. өөрөөр хэлбэл, би тэдэнтэй хамтарч ажиллахыг хүсэж байлаа. Дон бол хамтарч ажиллаж болохоор хүн байв" гэжээ. Дон Грахам тэр уулзалтад төлөвлөж байсан хугацаанаасаа илүү саатаж, бараг цаг хагас болсон байв. Уулзалтын төгсгөлд явах гээд босоход нь Цукербергч даган босчээ. 20 настай захирал Цукерберг Грахамын нүд рүү хараад "Та ч cool залуу байна шүү" хэмээн хэлжээ. Грахам хариуд нь зүгээр л инээмсэглэсэн байна.

Ажил хэрэг ч хурдан бүтэж эхлэв. Washington Post-ынхон ч өөрсдийн төлөөлөгчдөө Пало-Алто руу шуурхай явууллаа. Washington Post-ын цахим салбарын менежерүүд болон шинээр томилогдоод байсан захирал Каролин Литтл, санхүү хариуцсан дэд захирлууд байв. Литтл Facebook яг л нөөц ихтэй алтны уурхайн адил гэж зүйрлэх бөгөөд "Марк Facebook дээр зар сурталчилгаа тавихын эсрэг байдаг бол би түүний өмнөөс харамссан. Сурталчилгаанаас ямар их мөнгө олж болохыг би төсөөлөн шүлсээ залгин сууж байлаа. Гэхдээ энэ бодлоо нуун,

хэлээ хазаад өнгөрсөн. Учир нь Дон захирал Цукербергийн талд бүрэн зогсож байсан болохоор тэр" гэжээ.

Шон Паркер Цукербергийн хөрөнгө оруулалтын тал дээрх байр суурийг илтгэж байсан ба түргэн шуурхай, бас өөрсдөдөө ашигтайгаар бүгдийг дуусгах талаар яриа хэлэлцээрээ байгуулахыг хүсэж байсан байна. "Би бодохдоо, бидний компани дор хаяж хагас тэрбум доллараар үнэлэгдэнэ гэж бодож байсан. Хэдийгээр энэ нь хэт өндөр үнэ байсан ч..." хэмээн Паркер өгүүлнэ. Гэвч үнэн хэрэг дээр тэдний хэлсэн үнийг бусадтай харьцуулахад үнэхээр доогуур байсан юм. Паркерийн найз МЕЕВО хэмээх компанийн захирал Сед Стернберг Паркер компанийхаа үнэ өртгийг тодорхойлох талаар өөртэй нь утсаар удтал ярьж, зөвлөгөө авч байсныг дурсдан ярьдаг. Хэдийгээр тэр тухайн үед дөнгөж 26 настай байсан ч IBM-д ажиллаж байсан туршлагатай нэгэн учир түүний зөвлөгөө нь Паркерт чухал байжээ. Стернберг Facebook-ийн өртгийг дор хаяж 40 сая доллараар үнэлэхийг санал болгожээ. Ингээд Паркер өөрийн магадлалаа 40-60 сая доллар болгон өсгөсөн байна. үүнээс илүү хэлэх нь 20 настай захиралтай, долоохон ажилтантай, нээгдээд нэг жил ч хүрээгүй, нэг сая хүрэхгүй долларын орлоготой, цаашид тогтмол байх үгүй нь ч тодорхоогүй Facebook компанийн хувьд дэндүү даварсан санал байсан юм. Гэвч Паркер буруу бодож байжээ. Тэд үүнээс ч илүүг авч чадсан юм.

Facebook компани "Хөрөнгө оруулагчийн талаар бодох болсон, хөрөнгө оруулагч хайж байна" гэсэн шуугиан Цахиурт Хөндийн шунал ихтэй, "ховдог" компаниудыг хамаг хурдаараа уралдан ирэхэд хүргэв. Судалгаа шинжилгээ, лавлагаа, тандалтын ажил Facebook-ийг бүрхэх боллоо. Зогсоо зайгүй Facebook рүү залгацгаана. Энэ үед Цахиурт Хөндийн хашир туршлагатай, нэр нөлөөтэй хөрөнгө оруулагчдын нэг болох Рон Конвай Паркерт хэнтэй хэрхэн харьцах, юу хэлэх гээд олон талаар зөвлөгөө өгч, тэдэнд тусалж байжээ. "Los Angeles Times" сэтгүүлийн нэгдүгээр сарын 23ний дугаарын нүүр хуудсан дээр Facebook-ийн талаар нийтлэл гарсан нь хөрөнгө оруулагчдыг улам их даллан дуудсан хэрэг болсон байна.

Паркер Facebook-ийн гол дизайныг хариуцагч нь нэг найзтайгаа хэдэн слайд бэлдээд зарим нэг таалагдсан хөрөнгө оруулагчтай уулздаг болсон байна. Зургаахан хуудастай энэ танилцуулга нь даруухан боловч үр бүтээмжийн хувьд үүргээ гайхалтай сайн биелүүлж байлаа. Танилцуулгад "2-р сарын дунд гэхэд Facebook нь хоёр сая идэвхтэй гишүүдтэй, 370 сургуультай хамтран ажиллаж байгаа" гэх мэт мэдээлэл бий. Эдгээрээс хэрэглэгчид тус сайтад хэрхэн хамаг цагаа өнгөрөөдөг, хэд нь "донтсон" юм шиг байнга орж ирдгийг харуулсан тоо, статистик хөрөнгө оруулагчдын сонирхлыг хамгийн их татаж, тэднийг гайхашируулж байлаа. Бүх хэрэглэгчдийн 65 хувь нь өдөр болгон сайтаар ордог 90 хувь нь долоо хоногтоо нэг удааордог гэжээ. өдөрт 3 хувиар шинэ хэрэглэгчдийн тоо өсдөг гэсэн бас нэгэн гайхалтай, итгэмээргүй гэмээр судалгааг хавсаргасан аж.

Үзсэн хүн бүрийг байнгын өсөх график үнэхээр алмайруулдаг байлаа. Паркер, Ситтиг нар ч үүнийгээ бага зэрэг хачирлан "сонирхолтой, зохиомжтой" байхаар хийсэн байв.

Facebook-т эхэлж орсон коллежуудийн статистикийг Паркер харуулах аж. Нэг зэрэг олон сургууль нэмсний дараа, сервер хэт ачааллахаас болгоомжилж хэсэг хугацаанд сургууль нэмэлгүй хүлээдэг байсан тул диаграм нь яг л шат шиг харагдаж байлаа. Удаах слайд дээр сургуульд яаж тархсан тухай хэрэглэгчдийн дундах ерөнхий чиг хандлагыг харуулсан график

байх аж. Хэрэглэгчдийн тоо багахан хугацаанд хэрхэн эрс өссөнийг энэ үүнээс мэдэж болно. Энэ нь тооцоог нь баталсан хэрэг юм. Энэ эрчээрээ явбал АНУ-ын бүх коллежийн оюутан буюу 16 сая хүн тэдний хэрэглэгч болсон байх болно гэсэн урьдчилсан тооцоо гарчээ.

Паркерийн танилцуулсан энэ энгийн үзүүлэнд баннер сурталчилгааны талаар огт дурдсангүй. Энэ нь орлогын гол эх үүсвэр байсан ч орхижээ. Зургаан хуудастай үзүүлэнгийн 4-р слайдын нэр нь "Дотоодын реклам сурталчилгаа" гэсэн гарчигтай ажээ. үүн дээр сургуулийн ойр хавьд орших албан байгууллага, үйлчилгээний газруудын гол ашигладаг сурталчилгааы хуудас (flyer)-ын талаар байсан бөгөөд Facebook 400 сургууль дээр үйл ажиллагаагаа явуулдаг байсан бол жилийн 3.65 сая долларын орлоготой болно гэдгээ харуулжээ. үүнээс гадна хараахан ачааллагдаагүй байгаа дотоодын сурталчилгааны нэмэлт функцууд нь дээрхээс хамаагүй илүү үзүүлэлттэй байсан бөгөөд жилдээ 36.6 сая доллар олох ашигтай хэмээн тогтоогдсон байсан байна.

Дараагийн слайдад маркетингийн “ичгүүргүй” зан авирыг харуулсан слайд. Энэ хуудсанд Adseed хэмээх зүйлийг олон нийтэд сурталчилах аж. Энэ нь Google AdSense-ийг бараг л хуулбарласан, олон нийтийн сүлжээ сайтад зориулан өөрчилсөн байлаа. Google AdSense нь тухайн вэбсайтад агуулагдах мэдээлэл, хүний хандалтад үндэслэн зар сурталчилгааны зай хөлсөлж, даралтын тоогоор мөнгө төлдөг программ байв. Тухайн үед энэ нь нэлээд шуугиан тарьж эхлэх гэж байсан юм. Тиймээс Facebook Google AdSense-тэй төстэй AdSeed гэдэг нэрийг сонгож авсан аж. Слайдад бүтээгдэхүүн, брэнд, кино, ном, хөгжим гээд олон нийтийн дунд орон зайгаа нээх бүхий л компанид нээлттэй гэсэн утгатай үгийг хавсаргасан байжээ. Тухайн үед Facebook нь Apple Computers-тэй ашигтай гэрээ байгуулчихсан, Apple-ийнхан "бүлгэм ивээн тэтгэдэг" байсан учир Паркер үүнийг баримт, жишээ болгож слайддаа оруулсан байна. AdSeed-ийн анхны хэрэглэгч болох Apple Computer-ээс сарын 40 мянган долларын орлого олж байна хэмээн тайлбарласан байна. Гэвч хамгийн гол нь энэ нэр томьёо дахин хэзээ ч ашиглагдаагүй юм.

Хоёрдугаар сарын 9-нд хөрөнгө оруулдаг 12 фирм болон технологийн дөрвөн компани, мөн The Washington Post нар нь Facebook-тэй ямар нэгэн байдлаар хамтран ажиллах хүсэлтээ идэвхтэй илэрхийлж байжээ. Паркер ч жижиг сажиг компаниудаар оролдоод ч хэрэггүй гэж боджээ. Цахиурт Хөндийн алдартай компаниудын нэг Клайнер Перкинс болон Бенчмарк нь хоёулаа Friendster-т хөрөнгө оруулчихсан, бас дээр нь олон нийтийн сүлжээ сайт дээрээ ажиллаад маш завгүй байсан учир тэд Facebook-тэй ямар нэгэн зүйлээр хамтрахыг хүссэнгүй.

Тэдний бэлдэж ирэх бяцхан үзүүлэн нь статистик, тоо баримтаар дүүрэн, ихээхэн сүр хүчийг агуулж байсан ч хөрөнгө оруулагчид Facebook-ийг өөрийн биеэр ашиглаж үзэж байж л шийдвэрээ гаргахыг илүүд үзэж байв. Гэтэл Facebook-ийн хэрэглэгч болох ганцхан арга нь Facebook-т бүртгэлтэй сургуулийн оюутны и-мэйл хаягаар л бүртгүүлж болох байв. Хөрөнгө оруулагчид хүртэл сонирхсон компанийхаа хэрэглэгч болж чадахгүй байсан юм. Дурын хэрэглэгч нэвтрэх боломжгүй, хэрэглэгчдийг бүртгэх эрхээр хязгаарлагдсан цахим сайт гэдэг нь тэдэнд бас болгоомжлол, үл итгэх байдлыг бага зэрэг төрүүлж байлаа. Харин хөрөнгө оруулагчдад дараагийн том эргэлзээ нь 20-хон настай, туршлагагүй захиралтай болон завхай, муу нэртэй түүний хамтрагч (Шон Паркер) нар энэ компанийг удирдаж байсан явдал байв.

Хэдийгээр Washington Post болон бусад компанитай харилцах харилцаа боломжийн уур амьсгалтай өрнөж байсан ч Facebook-т яаралтай мөнгөний хэрэгцээ гарч байв. Ингээд Паркер WTI-д ажилладаг найз Маурис Вердегараас 300 мянган доллар зээлсэн байна. Найман сарын турш хэрэглэнэ гэж бодож зээлсэн ч эхний хоёр сард л дуусчихав. Паркер дахиад нэмж 300 мянган доллар зээлүүлэхийг гуйлаа. Гэвч WTI-д Facebook-ээс хувьцаа худалдаж авах эрхийн нөхцөл нь таалагдахгүй байсан учир зээл өгөөгүй байна. WTI нь ихэнхдээ хөрөнгө оруулагч фирмүүдийн орсон газар хөрөнгө оруулдаг ба тэдний барьцааны гол үнэлгээ нь урьд нь байсан хөрөнгө оруулагчийн тогтоосон жишгээр явдаг байсан аж.

Тэдэнд нэмж 300 мянган доллар зээлүүлнэ гэдэг Вердегарт эрсдэлтэй алхам байв. Учир нь энэ зээлийн дараа Facebook-т зориулсан зардал нь 625 мянган доллар болсон. үүнээс ердөө 25 мянган нь л хувьцаа болно. Тиймээс сүүлийн зээлэх гэж буй 300 мянган доллараа Тиелийн үнэлсэн Facebook-ийн хувьцааны үнээр үнэлэхийг шаардаж байлаа. өөрөөр хэлбэл, Facebook-ийг 4.9 сая доллараар үнэлж 300 мянган доллартоо оногдох хувьцаагаар барьцаалахыг хүсэж байв.

Харин Паркер компанийн мөнгөн сан өсөх магадлал их байгаа талаар түүнд ойлгуулах гэж оролдоно. Энэ нь WTI-д маш хурдан өрөө барагдуулж чадна гэсэн үг байв. Хэрэв Паркерийн ярьсан нь үнэн байсан бол WTI-ийн хувьд эрсдэлтэй алхам биш байсан юм. Хамгийн гол нь Паркер ирээдүйд ирэх хөрөнгө оруулалтын үнэлгээгээр компанийн хувьцаагаа барьцаалан үнэлүүлэхийг хүсэж байлаа. Багаар бодоход 50 сая доллар. Харин энэ нь Вендегарын хувьд инээдтэй сонсогдож байсан юм. Мөн Паркер хөрөнгө оруулалт өнөө маргаашгүй хийгдэх гэж байгаа гэж хэлсэн ч Вендегар түүнд итгэхгүй хэвээр л байлаа. Ингээд тэд мөрийцхөөр болов. Хэрэв Facebook-ийн орлого 2005 оны тавдугаар сарын 15-н гэхэд хоёр сая доллараар хаагдвал WTI барьцаа болгосон хувьцаагаа бусад хөрөнгө оруулагчдаас хамаагүй хямд үнээр буцааж өгөхийг зөвшөөрөв. Харин Facebook энэ хугацаанд амалсан орлоготоо хүрч чадахгүй бол WTI Питер Тиелд төлсөн үнээр барьцаа хувьцаагаа худалдаж авах боломжтой гэсэн саналыг тавьсан байна. Энэ саналыг WTI-ийнхан зөвшөөрч, Паркер 300 мянган доллар зээлж, энэ мөнгөөр шаардлагатай серверүүдээ худалдаж авчээ. Хавар тэдний тооцоолж байсанчлан хэрэглэгчийн тоо улам өссөн байна.

Гуравдугаар сард Washington Post-той яриа хэлэлцээр ид үргэлжиж байх үед Viacom гэгч компани гэв гэнэт гарч ирчээ. Тэд Facebook компанийг бүхэлээр нь 75 сая доллараар худалдаж авах санал тавьжээ. Тэд Facebook-ийг Mtv.com-той нэгтгэхээр төлөвлөсөн байсан юм. Viacom-ийн тавьсан энэ санал нь Facebook-ийхнийг ангайлгаж орхив. Энэхүү санал нь Facebook-ийг дагаад бизнесийн ертөнцөд ямар их шуугиан өрнөж байсныг гэрчлэх үйл явдал боллоо. Хэрэв Цукерберг энэ саналыг хүлээн зөвшөөрсөн бол нэг жилийн дотор хийсэн Facebook-ийнхээ төлөө 35 сая доллар хармаалаад харих байсан юм (Московиц, Паркер нар тус тус 10 сая доллар авах байв). Гэвч энэ санал нь тийм ч сонирхолтой санагдсангүй. Тэр өөрийн бүтээсэн бүхнээ зарах ямар ч хүсэлгүй ажээ.

Шийдвэр гаргаж чадахгүй хэсэг байсны эцэст Facebook Washington Post-той маш ашигтай гэрээг байгуулж чаджээ. 60 сая доллараар компанийг нь үнэлж, зургаан сая доллараар хөрөнгө оруулав. Энэ нь компанийн 10 хувьтай тэнцэх хувьцаа болж байсан юм. Паркер ч маш баяртай байлаа. Энэ нь түүний бодож байсанаас ч илүү мөнгө байсан болохоор арга ч

үгүй юм. Энэ явдлаас хойш улам олон хөрөнгө оруулагч Facebook-ийг сонирхох болов. Тэдний компанид хөрөнгө оруулах багахан ч болов боломж олж авах гэсэн хүмүүс Цукерберг рүү өдөржин шөнөжин залгах болжээ.

Washington Post-той наймаалцах явдал хараахан дуусаагүй байлаа. Тэдний зүгээс хөрөнгө оруулсан компанийнхаа Удирдах зөвлөлийн суудалд суухыг хүсэж байв. Facebook-ийн удирдлагад гадны хүн оролцох гэдэг нь Паркер, Цукерберг нарын хувьд ёстой л хар дарсан зүүд байлаа. Гэхдээ мөнгийг нь нэгэнт авсан тул ямар нэгэн шийд гаргахаас аргагүй болсон бөгөөдхэсэг тэмцсэний эцэст Грахамаас өөр хүнд Удирдах зөвлөлд зай өгөх боломжгүй гэж үзжээ. Энэ шийдвэрийнхээ талаар Зукеберерг Грахамтай утсаар ярилцаж дуулгахад цаадах нь анх амлаж байсан үгэндээ хүрч ямар ч "удирдлагын суудал"-гүй гэрээг хийхээр болжээ.

Яг энэ үед The Accel Partners гэх хөрөнгө оруулагч компани Пало-Алтод ээлжит "шинэ тэсрэлт" гарахыг хүлээн анаж байжээ. Энэ компани нь арваад жилийн өмнө маш сайн хөрөнгө оруулалт хийж байснаараа алдартай юм. Оргил үе нь 1990-ээд он байсан ба ихэвчлэн телекоммуникаци болон программ хангамжын компаниудтай хамтран ажилласан байна. Uunet, Macromedia, RealNetworks, and Veritas. Харин одоо бол интернэт компаниуд дэлхийг эзэмдэх цаг ирсэн учир тэд ийнхүү интернэтийн салбарт анхаарлаа хандуулахаар болжээ. Цахиурт Хөндийд зарим нь The Accel Partners компанийг аль хэдийн үеэ өнгөрөөсөн хэмээн боддог байжээ.

2001-2002 онд гарсан “.com”-ийн уналтын уршгаар The Accel Partners нь өөрийн мөнгөн санг нэлээд багасгасан байна. Харин 2004 оны эхээр тэд мөнгөн сангаа дахин нэмэгдүүлж, 400 сая долларын нөөцтэй болгосон байна. Удаан хугацаагаар хөрөнгө оруулж байсан хамтрагчдад нь энэ тийм ч сайхан санагдсангүй. Учир нь The Accel Partners мөнгөө хөрөнгө оруулагчдадаа зарах байтал эсрэгээрээ өөрийн үйлчилгээндээ л зарж, өөрсдөө хуримтлуулж эхлэв. Ингээд хамтарч ажиллаж байсан олон байгууллага тэдний шинэ мөнгөн сантай нь үргэлжлүүлэн хамтарч ажиллахааргүй болж зарим нь гарсан байна.

2005 оны эхээр Цахиурт Хөндийд өөдрөг үзэл эргэн ирсэн ба бүгд л "эрсдэл" гэгчээс айхаа больж азаа турших сонирхолтой болцгоосон байлаа. Жим Брееер нь The Accel Partners-ийн түнш бөгөөд өтгөн хар үстэй, хошин мэдрэмж сайтай, дур булаам цэнхэр нүдтэй, байгалиасаа өөдрөг үзэлтэй нэгэн. Тэрээр сэтгэлээсээ инээх дуртай ба ингэж бусадтай итгэлцлээ солилцдог нэгэн аж. Мөн тэрээр хөгжим сонирхогч том фэн ба уран зураг цуглуулагч (түүнд Пикассо, Жеррард Рихтер гээд бүх л зураачдын зураг бий). The Accel Partners-ийн хамгийн том хөрөнгө оруулагч болох Брееер Америкийн бизнесийн ерөнцөд үнэхээр “том гар” байлаа. Тэр мөн Wall-Mart дэлгүүрийн сүлжээ компанийн Удирдах зөвлөлийн гишүүн байв. Сүүлийн үед тэрээр интернэт бизнесийн бололцоог олж харан зөв хөдөлвөл маш их ашигтай болохыг ойлгож эхлээд байлаа.

Харин Кевин Эфрази The Accel Partners-ийн эрхлэгч байсан юм. Тэрээр хараахан түншилж чадаагүй байсан ба туршлагагүй, дадлагажиж буй залуу хөрөнгө оруулагчдын нэг байв. Тэрээр Брееерээс "Хамгийн ирээдүйтэй, өсөх чиг хандлагатай интернэт компанийг олох" даалагавар авсан байна. The Accel Partners-ийн анхаарлыг олон нийтийн сүлжээ сайтууд ихэд татаж байлаа. The Accel Partners нь олон үйлчилгээний гол цөмийг судалсны эцэст ашигтай бизнесүүдийн жагсаалт гаргадаг байв. Энэ жагсаалтад нь "олон нийтийн болон мэдээллийн

хэрэгсэл" гэсэн заалт орсон учир чухам энэ салбарт ихэд анхаарал хандуулжээ. Гэвч Friendster болон интернэтэд түшиглэх өөр олон төрлийн байгууллага дээр гарсан асуудлыг харж үзвэл энэ мэт бизнес нь хэт эрсдэлтэй мэт санагдаж байв. Эфрази өөрөө том биетэй, халзарсан үстэй, нөхөрсөг боловч тэрүүхэн тэндээ түргэн зантай, жоохон догшиндуу ааштай нэгэн байсан юм. Бреер The Accel Partners-ийг Tickle гэгч бие биедээ асуулт явуулдаг олон нийтийн сайттай хамтарч ажилуулахаар ажиллаж байв. 2004 он гэхэд Tickle нь Friendster-ийн дараах хоёрдахь том олон нийтийн сүлжээ сайт болсон юм. Асуулт солилцдог хоёр сая гаруй идэвхтэй гишүүнтэй болсон байв. The Accel Partner-ийхан Tickle-тэй хамтарч ажиллахад бэлэн болж, гэрээ хэлэлцээр хийх гээд бичиг баримтаа бэлдэж байлаа. Тэгтэл Tickle-ийн Удирдах зөвлөл ажлын зар байрлуулдаг хамгийн амжилттай яваа сайтын нэг болох Monster.com-д компаниа зарчихсан байна. The Accel Partner-ийн бас нэгэн түнш нь зураг ачаалладаг, олон нийтийн сүлжээний зарим элемент орсон сайт болох Flickr-т хөрөнгө оруулах талаар нэлээн хөөцөлдөж байсан байна. Ингээд дахиад л тохиролцож, бүгд бичиг цаасаа бэлдэж байхад яг гэрээгээ байгуулахын өмнөхөн Yahoo орж ирээд л бүх зүйлийг үгүй хийсэн гэнэ. Тэд Flickr-ийг худалдаад авчихсан аж. Харин 2004 онд The Accel Partner-ийн судалгааны ажлыг хийж байсан Стэнфордын оюутан Чи Хуа Чиен Эфразид Facebook-ийг анх танилцуулжээ.

Ингээд энэ оюутантай хамт Эфрази Facebook-ийг нэлээд судалж, Стэнфордын нэгэн төгсөгчийн и-мэйл хаягийг олж аваад Facebook-рүү нэвтрэн ороход сайт үнэхээр таалагджээ. "Яг л коллежийн оюутнуудын цахим шөнийн клуб шиг. Гол холбох зүйл нь яг чиний урд байсан юм. Энэ нь чиний коллеж л гэсэн үг" гэж тайлбарласан юм. Гэвч Эфрази нэг асуудлыг олж харсан нь "Энэ сайт мөнгөгүй хүмүүст (оюутнуудад) зориулсан ямар бизнес явуулбал зохих вэ?" гэсэн өвөрмөц бодол байв. Оюутнууд худалдан авах чадвар муутай тул юу рекламдах, ямар сурталчилгаа тавих тал дээр асуудалтай санагдсан аж. Харин түүний сургуулийн хуучин ангийн хүүхэд нь үйлчилгээ эрхлэгч, бизнес эрхлэгчдийн хувьд хамгийн гол хэрэглэгчид нь оюутнууд байдаг тухай Эфразид тайлбарлаж өгчээ. Учир нь коллежийнхон л аливаа юм худалдан авах хүсэл нь хамгийн их байдаг аж. Компьютер, анхны машин, анхны банкны данс, анхны кредит кард гээд л... Энэ санааг хөгжүүлэн Эфразигийн бодсоноор коллежийн оюутнууд руу тэгэж ойртон сурталчилгаа хүргэнэ гэдэг нь үнэхээр хэцүү. Оюутнууд яг л хар нүхтэй адил. Тэднийг хэн ч олж чадахгүй, хэн нь ч телевизер үзэхгүй, сонин унших ч үгүй... Харин Facebook нь яг үүнд тохирсон байж болох юм.

Эфрази Facebook-ийг хэрхэн хурдацтай хөгжиж байгаа талаар олон хүнээс сонслоо. Facebook-т ажилд орохоор ярилцлагад уригдаж байсан найзаасаа Шон Паркерийн утасны дугаарыг олж, түүнтэй ярилцжээ. Паркер ч татгалзсан байна. Бууж өгсөнгүй. Эфрази дараа нь LinkedIn-д байхдаа танилцаж байсан Мэтт Коллер Facebook-т ажилд орсныг сонсжээ. Тэгээд түүнтэй холбоо барьж Паркертай уулзалт зохион байгуулж өгөхийг гуйлаа. Харин Коллер өөдөөс нь "Манай компани нь хувьцаа барьцаалдаг хөрөнгө оруулагчидтай тийм ч их холбогдох дургүй" гэдгийг хамгийн боловсон аргаар ойлгуулжээ. Харин энэ явдлаас сарын дараа The Accel Partner-ийн түншүүдийн нэг Тереза Ранзетта Facebook-ийг хөрөнгөө өсгөхөөр хувьцаа барьцаалдаг хөрөнгө оруулагчдыг хайж байна гэх аятайхан мэдээ дуулгажээ. үүнийг сонссон Эфрази Facebook-ийн залуустай яаралтай уулзах зайлшгүй шаардлагатай хэмээн бүрэн шийдэв. Эфрази и-мэйл бичнэ. Хариу байдаггүй. Эфрази залгав. Паркер түүний утсыг таслана.

Эфрази тийм ч амархан бууж өгсөнгүй. Тэрээр мөн Райд Хоффман Facebook-ийн анхны хөрөнгө оруулагчдын нэг байсан тухай мэдэж авчээ. Ингээд тэрээр The Accel Partner-ийн түнш болох Хоффмантай сайн найзууд байсан Петер Фентоноор дамжуулан уулзалт хийж болох эсэх талаар асуухыг гуйжээ. Хоффман дургуйцэв. Түүний тайлбарласнаар хөрөнгийн барьцаанд хувьцаа болон удирдлагын суудал хүсдэг хөрөнгө оруулагчидтай юм ярихгүй, уулзах ч үгүй. Учир нь ингэлээ гээд зүгээр л цаг үрнэ. Яагаад гэвэл тэд Facebook-ийн талаар бодит ойлголтгүй байна гэнэ. Паркер Эфразид удаа дараалан татгалзсан хариуг өгсөөр байлаа. Цукерберг энэ үеэр Washington Post-ын хөрөнгө оруулах тал дээр хамаг анхаарлаа төвлөрүүлэн ажиллаж байлаа. Паркертэй Эфрази зууралдаж байгаагаас ч удаанаар түүнтэй хөрөнгө оруулагчид зууралддаг байсан юм.

Эфрази Фентоныг буцаж очоод дахин нэг асууж үзэхийг гуйжээ. Харин энэ удаа Хоффман түүнд баяртай хариу дуулгав. Паркер болон координатор гол санхүүг удирдан ажилладаг байсан Коллер хоёртой уулзах болсон гэдгийг хэлжээ. Харин Хоффман хамгийн гол нь тэднийг хэт доогуур үнэлэхгүй, “доош нь хийхгүй” байх тал дээр The Accel Partners-аас амлалт авсан байна. Учир нь Facebook Washington Post-той маш удаан яриа хэлэлцээр хийж байгаа бөгөөд бүтэх шатандаа явж байгаа тул ингэж үнийг унагаах нь ашиггүй шүү гэдгийг сануулсан байна.

Ихэнхдээ ямар нэгэн компани, үйлчилгээний байгууллагын захирлууд хөрөнгө оруулагч компани дээр мөнгө санхүүгийн асуудлаас болж өөрсдөө эхэлж гүйн ирдэг. Эфрази ч сурсан энэ зангаараа Facebook-ийнхнийг The Accel Partners-ийн төв оффис дээр хүрэлцэн ирэхийг утсаар дуулгасан байна. Гэвч тэд зөвшөөрсөнгүй. "Тэд биднийг яг л анч ноход шигээ бодсон" гэж хожим Коллер дурсан ярина. Эфрази The Accel Partners-д ороод хоёр жил ч болоогүй байсан учир ингэж бие даан гэрээ хэлэлцээр хийж үзээгүй байсан юм. Тиймээс тэр ямар нэгэн байдлаар өөрийгөө харуулахыг хамгаас илүү хүсэж байлаа.

Эцэст нь 2005 оны дөрөвдүгээр сарын 1-нд Эфрази шууд л Facebook-ийн оффис руу яваад очъё гэж боджээ. Паркер оффистоо байж байя гэсэн байна. Тэр өөрөө мэдээгүй ч яг цагаа олж тэдэн дээрочиж таарсан нь үнэхээр аз дайрсан хэрэг байв. Washington Post-той гэрээгээ хараахан хийж дуусаагүй, нөгөө л Удирдах зөвлөлд гаргах суудлын асуудал удааширсаар байв. Эфрази Пало-Алтогын их сургуулийн гудамжаар уруудан дөрвөн байшин газар алхаад Стэнфорддоос км хагас зайтай орших Facebook-ийн оффис дээр хүрэлцэн ирэв. Түүнтэй хамт The Accel Partners-ийн үүсгэн байгуулагчдын нэг Артур Паттерсон явах аж. Тэрээр Эфразитай хамт яваагийн гол шалтгаан нь яагаад Эфрази энэ залуусын талаар ингэж их сонирхоод байсан талаар олж мэдэхийн тулд аж. Facebook-ийнхэн шинэ байрандаа ороод удаагүй байсан учир оффис нь тийм ч сайн тохижоогүй байв. Урд өдөр нь Facebook-ийнхэн Коллерийн 28 насны төрсөн өдрийг оффистоо тэмдэглэсэн учир өнөөдөр ширээн дээр нь лааз, лонх, бүрэн дуусаагүй шар айраг энд тэндгүй хөглөрч байлаа.

Паркер хүлээж байна гэсэн боловч Эфрази, Артур хоёрыг ирэхэд тэнд байсангүй. Харин тэнд Московиц, Коллер нар санхүүгийн чухал уулзалтад тийм ч бэлэн бус байжээ. Тэд ikea-аас авсан тавилгаа угсраад зогсож байсан аж. Московиц тавилгыг санаандгүй мөргөсөн бөгөөд духнаас нь цус гарч байлаа. Харин Коллерийн жинс нь урагдаж дотуур өмд нь цухуйж байсан юм. Тэднийг хараад Коллер "Сайн уу? Кевин" хэмээн юу ч болоогүй мэт мэндэллээ.

Энэ эмх замбраагүй байдал нь Эфразид тийм ч том садаа биш. Учир нь тэрээр даалгавар авсан цэрэг шиг л нэг ажлаа заавал биелүүлэх гэж чармайдаг байлаа.

"Анхандаа Facebook-ийн уулзалт нь Матт Коллерээр эхлэсэн юм. Шон, Марк хоёр байхгүй байсан. өвдөөд явсан байсан юмуу бүү мэд. Тэгээд Матт бид хэд бизнесийн асуудал дээр яриагаа өрнүүлж эхлэсэн юм. Тэр танилцуулахдаа статистик тоо баримтыг илүүд анхаарч, хандалтын тоо, Facebook рүү хэрэглэгчид өдөрт хэдэн удаа ордог талаар илүүтодруулж танилцуулж байсан юм. Би ч урьд нь энэ тухай мэдэж байсан учраас нэг их цочирдож гайхсангүй. Харин анх удаа сонсож байсан Артурын хувьд энэ нь түүнийг гайхашруулж орхисон юм. Дараа нь Паркер, Марк нар орж ирсэн. Миний бодож байсан шиг тэд өвдөөгүй байсан юм. Тэд зүгээр л юм идчихээд орж ирж байсан нь тэр байлаа" гэж Эфрази ярьсан байна.

Тэд намайг их юм асууж цаг авна гэж бодож байсныг нь би мэдэж байсан. Тэгээд л шууд гол зүйл рүүгээ орж, яриа эхлүүт л "Ийм нэг санал байна. Даваа гарагт болох манай хөрөнгө оруулагчдын хурал дээр ирэхгүй юу. Би та нарт амлаж байна. Та бүхэн хөрөнгө оруулалтын шинэ, ашигтай гэрээг ирэх даваа гараг гэхэд үзэглэх болно. Эсрэг тохиолдолд надаас дахиж хэзээ ч дуудлага, и-мэйл хүлээж авахгүй, би та бүхнийг тайван орхино. Бид үйл ажиллагааг сунжруулахгүйгээр хурдан зохицуулах болно. Хэн хэн нь ашигтай, хурдацтай урагшилж болно шүү дээ" гэсэн юм. Энэ яриа Паркерт сэтгэгдэл төрүүлж, тэр Эфрази, Петтерсон нарыг үдэж өгчээ. Оффисруугаа алхах замд Петтерсон Эфразигийн мөрөн дээр нөхөрсгөөр цохиод "үнэхээр зугаатай байлаа. үнэхээр сонирхол татаж чадлаа. Бид үүнийг алдаж болохгүй шүү. Чадна гэдэгт чинь итгэж байна" гэж хэлсэн аж. Петтерсон компанидаа сэтгэл хөдлөлгүй, хүнд итгэдэггүй гэдгээрээ алдартай нэгэн байсан учир энэ мэт үйлдэл нь түүнийг ганцхан хормын дотор л төрөл арилжсан мэт харагдуулж байлаа.

Долоон хоногийн турш Эфразигийн судалгаа нь дээд зэргийн хурдаар явав. Бямба гарагийн үд дунд тэрээр эхнэртэйгээ Стэнфордийн ойр хавьд очиж Трессидер Мемориал Юнионы оюутны хотхоны хавиар эргэлдэх болов. Тэр хоёр Facebook-ийн талаар оюутнуудын сэтгэгдлийг сонсохоор очсон байлаа. үнэхээр статистик дээр гарсан шигээ үнэн үү гэдгийг амьдрал дээр батлахыг хүсчээ. Тэд хэрэглэдэг болов уу? өргөн тархаж чадсан уу? гэх мэт... Харин асуултуудын хариулт нь яг л тэдний бодож байснаар байсан байна . "Юу, Facebook-ийн талаар сонссон уу гэж үү. Би бүр наадханаас чинь холдож чадахгүй байхад...", "Би бүр сурахаа болиод Facebook-т донтчихсон", "Бүх л хүн хэрэглэдэг шүү дээ", "Бусад сургуулийн найз нартайгаа ч холбоотой байж болно. Дараа нь харин бүх профессор багш нар холбогдсон байна билээ. Бараг л миний амьдралын зангилаа гэж хэлж болох юм шүү..." гэх мэт хариултуудыг сонсчээ.

Эфрази The Accel Partners-ийн дэд захирлын хамгийн бага дүү Питсбургийн Дакуенс их сургуулийн II курсийн оюутныг дуудсан байна. Тэрнээс бас л өнөөх асуултуудаа асуусад "Хүүе ээ, мэдэлгүй яах вэ, Facebook манай сургууль дээр аравдугаар сарын 23-нд нээгдсэн юм" гэх нь тэр. Эфрази "Аан? Чи бүр нээгдсэн өдөр хоногийг нь хүртэл яг таг мэдэж байгаа юм уу" гэхэд тэрээр "Тэгэлгүй яах вэ, нээгдэх өдрийг нь бид сургуулиараа тэсэн ядан хүлээж байсан юм чинь. Бид нээгдэх сургуулиудын жагсаалтын 7-рт байсан юм. Нээгдэх хүртэл нь хэдэн сар хүлээсэн" гэжээ. Эфрази "Оюутнуудын дунд ийм алдартай компанийн талаар урьд

нь хэзээ ч сонсож байгаагүй юм. Тэр ч бүү хэл хэзээ нээгдсэнийг нь хүртэл мэдэж байдаг. Тэгээд л би эхнэртээ “Би энэ компанид заавал хөрөнгө оруулах хэрэгтэй” хэмээн хэлж байсан юм даа.

Орой нь Эфрази Паркер болон түүний найз охин, Коллер болон Датч Гуус нартай тааралдсан юм. Тэд шууд л мөнгөний тухай яриа өрнүүлсэн байна. Паркер "Бид энэ компанийг хосгүй өндөр үнэтэй, ач холбогдолтой компани гэж боддог юм. Гэвч чи тохирсон үнэлгээ төлөхийг хүсэхгүй байна" гэж хэлжээ. Эвгүй үг сонссон Эфрази түүнээс ганц удаа боломж олгохыг гуйж эхлэв. Харин яг үүнийг нь л Паркер хүлээж байсан билээ. Эфрази Паркерийг даваа гарагт тэдний хурал дээр Цукербергтэй ирэхийг дахин дахин гуйсаар явлаа. Гэвч тэр хоёрыг ирнэ гэдэгт дотроо тийм ч их итгэлтэй биш байлаа. Даваа гараг болоход Цукерберг, Паркер болон Коллер нар яг 10.00 цагт тэдний компани дээр ирсэн байжээ. Цукерберг нөгөө л нэг футволк болон жийнстэйгээ. Харин Паркер, Коллер хоёр спорт цамцтай байв. Тэд ч бусад хөрөнгө оруулагч компаниудад үзүүлдэг слайдуудаа үзүүлэхээс огт ичсэнгүй. Танилцуулгын дийлэнхэд нь Паркер ярих ажээ. Цукерберг бараг л ярьсангүй. Уулзалт тийм ч удаан үргэлжилсэнгүй тэд явцгаасан байна.

"За тэгээд юу гэж бодож байна даа" хэмээн Эфрази хамтрагч нараасаа асуухад тэдний нэг нь "Чи ч олон хүн ятгах хэрэг гарах юм байна даа" хэмээн дургүйхэн хэлсэн байна. Эфрази хариуд нь "Наад асуудлыг чинь түр азная. Чи мөнгөнд дуртай юу?" гэж асуув. өрөөнд байгаа бүх хүн санал нэгтэй байна. Тэд бүгд дуртай нь ойлгомжтой. Ямар нэгэн эсэргүүцэл гарсангүй. Жим Бреер ч мөн адил. Паркерийг Facebook-ээ танилцуулж байхад Бреер нэгэн том “нээлт”-ийг хийжээ. Тэр өөрийн дэвтэртээ ийнхүү тэмдэглэж авсан байна: "Энэ бол Марк Цукербергийн компани. Марк Цукерберг бол залуу хүү" гэжээ. Уулзалт дээр Эфрази Цукербергтэй бараг л ярилцаж чадаагүй. Харин танилцуулгы үеэр Бреер Цукербергийг компанийн хэтийн зорилго болон ирээдүйг хэрхэн төсөөлж буй талаар ярихыг хүсчээ. Хөрөнгө оруулагчдаас хөрөнгө хүсэж байгаа компаниудын захирлуудын үг хамгийн чухал хэсэг байдаг. Захирлын үг л бусдыг зөвшөөрүүлэхэд хүргэдэг гол зүйл байдаг билээ. Харин тэгтэл Цукерберг бараг юм дуугараагүй ба түүний асуусан асуултад хоёр минут хүрэхгүй хугацаанд л хариулчихсан байна. Энэ мэт чимээгүй байдал нь олны анхаарлыг ч татаж, дээр нь бас мэгдүүлж байлаа.

The Accel Partners-ийн пүүсүүдийн хурал нь ийнхүү стратеги төлөвлөгөө зохиох хурал болон хувирлаа. The Accel Partners-ийн мөнгийг Facebook-т хөрөнгө оруулахын тулд Эфрази яаж ажиллах, юу хийх ёстой талаар ярилцжээ. Паркер ч тэдэнд Facebook бараг л Washington Post-той гэрээ хийгээд тохирчихсон гэдгийг дуулгасан юм. Иймээс тэд наймаалцах саналаа хурдан тавьж эхлэв. Эфрази, Бреер нар The Accel Partners-ийн хуульчийн хамтаар яг одоо Facebook-ийг Washington Post үнэлсэн үнэтэй тэнцэх буюу тэрнээс ч их мөнгөөр хөрөнгө оруулах гэрээг үзэглэхэд бэлэн гэсэн саналы тавих шийд гарав. Ингээд үүнийгээ ч орой нь хэлсэн байна. Харин шөнө дунд Эфрази Коллероос "Бид Washington Post-тойгоо гэрээгээ хийхээр боллоо" гэсэн и-мэйлхүлээн авчээ.

Бодит байдал дээр Паркер The Accel Partners тэднийг ингэж их сонирхсон явдалд тун сэтгэл хангалуун байсан юм. Энэ нь түүнд бусад хөрөнгө оруулагч компаниудын байрь суурийг туршин мэдэх бололцоог олгосон аж. Магадгүй Washington Post-той ч гэрээ хийх хэрэггүй

байсан байж болох юм.

The Accel Partners-ийн Эфрази Жим Бреер нар нууц хуйвалдаан зохион сууж байлаа. Учир нь тэд энэ гэрээг хийхийг үнэхээр их хүсэж байсан юм. Бреер Facebook-ийг ямар нэгэн ер бусын, урьд нь харж байсан компаниудаас хамаагүй илүү бололцоотой гэдгийг мэдэрч байжээ. Тэр гэрээ хийхийн тулд юу ч хийхэд бэлэн ажээ. Тэд ийнхүү Washington Post-ыг ашиглахаар болов. Магадгүй тэднийг ашиглаж Facebook-ийн багахан хувьцаанаас зууран авч болох ч юм шиг... Бреер Washington Post-ын Дон Грахамыг сайн мэддэг байсан юм. Тэр хоёр хамтдаа өөр нэгэн компанийн Удирдах зөвлөлийн гишүүд байсан болохоор тэр. Ингээд Бреерийн нарийн бичиг Грахамтай утсаар холбогдохоор оролдож байх зуур Бреер Woodside-ийн Village Pub-д компанийн хамгийн том хөрөнгө оруулагчдын нэгтэй хоолонд ороод сууж байлаа. Харин нарийн бичиг нь Дон Грахамтай холбогдсон мэдээг дуулгахад тэр хамт хоол идэж байсан хүнээсээ уучалалт гуйн утсаар ярихаар гарсан байна.

"Дон, Би чамайг Facebook-тэй бичиг цаасны ажилтай байгааг чинь мэдэж байна. Тэд ч бас бидэндээр ирээд өөрсдийн компаниа танилцуулаад явсан. Хэрэв боломжтой бол бид та нартай хамтарч, хөрөнгө оруулалтыг 50, 50 хувиар хуваамаар байна" гэж Бреер өөрийн санааг хэлэв.

"Би ч өөрийгөө энэ мэт асуудлыг шийдэх эрхэй хүн гэж бодохгүй л байна шүү. Энэ нөхцөлүүд нь Маркийн өөрийнх нь тавьсан нөхцөл. Бид бараг бүх юмаа дуусчихсан, гэрээгээ бараг байгуулчихсан" гэж Грахам хариу өчив.

"Хоёр талаас саналаа тавиад, бүх юм шийдвэрлэгдэх шатандаа явж байгаа ч би арай ч бүх юмыг дуусчихсан гэж бодохгүй байгаа шүү. Хэрэв чи бидэнтэй хамтран ажиллах саналыг зөвшөөрвөл бид үнэхээр их баяртай байх болно" гэж хэлээд тэр хоёрын яриа дууссан байна.

Ингээд үдийн цайндаа гарахдаа Бреер тухайн өдрийн орой ширээ захиалаад явсан байна. Тэрээр оффистоо буцаж ирээд хамтрагчтайгаа дахин ярилцаж үзсэний эцэст The Accel Partners-ийн үнийн саналыг дахин өсгөх хэрэгтэй гэж үзэв. Маргааш нь Эфрази болон Accel-ийн Тереза Ранзетта, Пинг Ли нар Facebook-ийн оффист гэнэтийн айлчлал хийжээ. Тухайн үед Facebook-ийнхэн нэгэн уулзалтад орж байсан аж. Гэвч Эфразид энэ нь саад болсонгүй. Тэр ороод л Паркерийн ширээн дээр гэрээний төслөө чанга гэгч нь тавив. Энэ гэрээний нөхцөлд "Facebook-т эхлээд 10 сая доллараар хөрөнгө оруулаад, 70 саяыг нэмэж өгч болно" гэсэн байжээ. "Чи энэ саналыг хүлээж авах ёстой, бид ч хийж байгаа ажилдаа үнэхээр итгэл төгс байна. Бид энэ компанийг амжилттай ажиллуулахын тулд тэнгэр газрыг хөдөлгөсөн ч бэлэн байна" гэж Эфрази итгэлтэй нь аргагүй хэлэв.

Харин Эфразиг явсны дараа Facebook-ийн залуу захирлууд бие биеэн рүүгээ нүүрэндээ мишээл тодруулан харцгаана. "80 сая доллар? Гайхалтай! Гэвч, Washington Post-ыг яах болж байна аа?" гэж Цукерберг асуухад хэн ч хариу хэлж чадсангүй. Гэвч тэд 80 сая доллар амласан гэрээний урилга хүлээж авлаа шүү дээ!!! Сайхан санал байсан ч энэ нь шууд шийдэлд хүрчихээр асуудал биш байсан юм. Нэг талд Грахам компанийн удирдлагуудад бүрэн итгэлтэй байсан ба хэрэв хөрөнгө оруулбал компанийн дотоод ажилд бага оролцож, Цукерберг, Паркер нарыг өөрийн дураар ажлаа хийхэд нь эрх чөлөө олгоно гэдгээ амалчихсан байсан. Харин тэд Accel-ийнхантай хамтарч ажиллавал маш их зууралдах, асуудалд нь

хутгалдах шинжтэй байсан байна. Учир нь хамгийн анхны асуудал л гэхэд тэдний оффис нь ердөө дөрөвхөн байшингийн цаана байсан юм... Ер нь л Facebook-ийнхэн эрх чөлөөгүй болох байв. Залуу захирлууд дундаас хамгийн туршлагатай нь болох Матт Коллерийн байр суурийг сонслоо. Түүнийхээр бол тэд үнийг дахин өсгөхийг хүлээх ёстой гэдэг гэнэ.

Одоо бол давуу тал нь Accel руу эргэж эхлэсэн юм. Тэдний гэрээний нөхцөл дээр ч "Хэрэв Washington Post-той хамтран гэрээ байгуулж, хөрөнгө оруулалтыг таллан хийе гэвэл саналыг дуртайяа хүлээн авна" гэж байжээ. Гэвч энэ нь Facebook-ийнхний анхаарлыг бага татаж байв. Яагаад гэвэл, хэрэв тэд ингэх юм бол компанийн чамгүй хувийг үгүй хийхэд хүрэх аж.

Энэ өдрийн орой Жим Бреер Facebook-ийн захирлуудыг Woodside-д байрлах Village Pub гэх дээд зэрэглэлийн ресторанд хоолонд орохыг урьсан байна. Ширээний ард Цукерберг, Паркер, Коллер болон Эфрази нар сууж байв. Энэ зоогийн газар нь өөрийн нэрийн дарсаараа алдартай тул Бреер зочдодоо зориулж 400 долларын Quilceda Creek Cabernet захиалжээ. Цукерберг архи уух насандаа хараахан хүрээгүй тул Sprite захиалсан байна. Энэ зоог барих болсон гол шалтгаан нь ихэнх тохиолдолд дуугүй байсан Цукерберг гэгч гол хүнтэй Эфрази болон Бреер нар илүү дотно танилцахыг хүссэн аж. Тэд энэ гэрээн дээрх түүний бодлыг мэдэхийг хүссэн байна.

Бреер бол Харвардыг “нүхлэчихсэн” хүн байлаа. Учир нь тэр мастер цолоо Харвардад хамгаалсан ба Бизнесийн сургуулийн ивээн тэтгэгчдийн зөвлөлд ч багтаж байсан юм. Харвардын тухай яриа өрнүүлэн Цукербергийн амыг жаахан ч болов нээлгэх гэж хамаг чадлаа үзсэн ч тэр яг л хэлгүй хүн адил дув дуугүй суух ажээ.

Хүмүүс ихэвчлэн Марк Цукербергийг бусдын яриаг сонсохгүй байна хэмээн гомдоллох нь их. Түүний байгаа байдал нь түүнтэй ярьж байгаа хүний яриа огт сонирхолгүй байгаа мэт, юу ч хэлэхгүй. Ямар нэгэн зангалт болон тухайн хүнийг сонсож байгаа гэдгээ илэрхийлэхээр ямар ч хөдлөл үгүй. Тэгэхдээ энэ нь түүнийг бусдын яриаг сонсдоггүй гэсэн үг биш юм. Тэр зүгээр л ямар ч сэтгэл хөдлөлөө гаднаа үзүүлдэггүй ба нэг л их бодлогоширсон, гунигтай харагддаг байна. Харин өөр талаас нь харах юм бол заримдаа үнэхээр харилцан ярилцагчийнхаа яриаг сонсдоггүй үе бас бий. Тэр маш их гунигтай юмуу, тавгүй байх үедээ ингэдэг. Яг ийм тохиолдолд Цукерберг төгсөшгүй олон удаа харилцан яригчийнхаа өөдөөс "Тийм шүү" гэх ганцхан үгийг л хэлээд байдаг байв. Харин түүнийг сайн мэддэг хүмүүс сонсоогүй мэт байгаа боловч сонсож байгаа, ямар үед сонсохгүй, залхаж байгааг нь сайн мэддэг болжээ. Энэ шөнийн уулзалт дээр Цукерберг “бусдыг сонсдоггүй” шинжиндээ орчихсон байсныг Матт Коллер шууд л анзаарчээ.

Тэр бүр угаалгын өрөө яваад маш удаан эргэж ирсэнгүй. Коллер түүний араас зүгээр эсэхийг нь шалгахаар гарлаа. Гэтэл Цукерберг шалан дээр хөлөө жийн толгойгоо гудайлгачихсан сууж байв. Тэр уйлж байв. Түүний нулимс нь яг л “Энэ бол буруу. Би үүнийг хийх ёсгүй. Би амлалт өгсөн шүү дээ” гэж байгаа мэт байсан хэмээн Коллер ярьж билээ. Коллер түүнд хандан “Чи яагаад Дон Грахам руу утасдаад энэ талаар өөрийнх нь юу бодож байгааг асууж болохгүй гэж?” хэмээн хэлсэн юм. Ингээд жирийн байдалдаа орох гэж тэр дахин хэсэг хугацааг өнгөрөөсөн ба төд удалгүй буцаад орсон байна.

Дараа өглөө нь Цукерберг Дон Грахам руу утасдав. "Дон, надад өөр нэгэн хөрөнгө оруулагч

фирм маш том үнэлгээтэй гэрээний санал тавьсан. Тиймээс надад жирийн туршлагагүй хүн болгонд үүсдэг шийдвэргүйтэл үүсээд байна" гэж хэлжээ.

Грахам аль хэдийн Бреертэй ярьчихсан байсан учир тэр үүнийг сонсоод уурласан боловч тийм ч их гайхаагүй юм. Мөн тэрээр Цукербергийг үнэхээр биширчээ. "Гайхалтай, тэр надад ямар нэгэн өөр залуугийн мөнгийг авахаар болсон гэдэг саналаа хэлэхээр биш, харин миний зөвөлгөөг авхаар ярьсан байсан. 20 настай хүн гэхэд энэ бол үнэхээр гайхамшигтай" гэж Дон дотроо бодож байлаа. Гэхдээ түүнийг юу ч гэж хэлсэн Assel-ийнхан үнээ бууруулахгүй ба харин ч өсгөх болно гэдгийг бас мэдэж байсан юм.

"Марк, чамд мөнгө хэр чухал юм бэ?" хэмээн Грахам асуусан байна. Цукерберг "тийм" гэж хариулжээ. Энэ нь Facebook-ийг уналтад орохоос хамгаалах гол зүйл болохоор тэр.

"Чи мэдэж л байгаа байлгүй. Тэдний мөнгийг авах, бидний мөнгийг авах хоёр ондоо зүйл. Тэд чиний талаар тодорхой төлөвлөгөтэй байгаа ба энэ төлөвлөгөөнийхөө дагуу амжилт гаргахыг чамаас шаардах болно. Харин бидэнд тэдэн шиг сүлжээ болон хуурамч санаа байхгүй тул бид чамд яаж компаниа удирдах тал дээр юу ч хэлэхгүй. Чи дураараа удирдах болно шүү дээ" гэжээ. Харин Маркийн хэлж байгаагаар тэрээр хувьцаа болон Уридах зөвлөлийн суудал барьцаалдаг хүмүүс, хөрөнгө оруулагчдийн муу талыг хэчнээн мэдэх боловч энэ тохиолдолд Assel-тэй хийх гэрээг үнэхээр хүсэж байсан байна.

"Марк, би чамайг эргэлзээнээс чинь гаргаж өгье" гэж 20-иод минут утсаар ярьсны дараа Грахам түүнд "Тэдний мөнгийг аваад компаниа хөгжүүл, чадах бүхнээ хий!" гэсэн товчхон зөвөлгөө өгчээ. Цукербергийн хувьд Грахамын энэ үгс маш том тусламж дэмжлэг болж өгчээ. Цукербергийн Грахамыг хүндлэх үнэлэмж ч ихсэв.

Ингээд Грахамтай учраа олсны дараа Цукерберг Бреер рүү зөвхөн хоёулхнаа уулзмаар байна гэсэни-мэйл явууллаа.

Дөрөвдүгээр сарын 6-ны үдээс өмнө Цукерберг ганцаар алхсаар Их сургуулийн өргөн чөлөө уруудаж Assel-ийн оффист Бреерын жижиг өрөөнд оров гэнэ. Тэрээр энэ удаа өөрийгөө бүрэн нээхээр хүлээж суулаа. үүний тулд Бреерийн зочдоо дайлдаг ямар ч үнэтэй дарс хэрэггүй аж. Түүнд зөвхөн Паркерийн энэ мэт хөрөнгө оруулагчидтай хэрхэн харьцах талаар хэлсэн жижиг сажиг зөвлөгөө л байлаа.

Цукерберг Бреерт хандан гэрээн дээр зарим сайжруулалтыг хүсэж байгаагаа хэлсэн байна. үнэлгээгээ дор хаяж 75 сая доллараар хийгээд Facebook-ийн зөвлөлд нэгдэхийг зөвшөөрвөл гэрээг хийхэд бэлэн гэдгээ хэлжээ. Эфрази уул нь сайн залуу байсан юм. Гэвч тэрээр хэт залуу ба туршлагагүй нэгэн. үргэлжлүүлээд Цукерберг "Хэрэв энэ саналыг зөвшөөрөхгүй тохиолдолд Washington Post-той гэрээ байгуулахад бэлэн байгаа"-гаа хэлсэн байна. Цукербергийн хувьд Бреер мэтийн "том гар"-ын хөрөнгө оруулагчдыг өөрийн талдаа байлгана гэдэг маш том боломж, тэдний чадамжийг тодорхойлох хэмжүүр байсан юм.

Бреерын гол зорилго нь аль болох их өмчлөх эрхийг хүсэж байлаа. Assel-ийнхан дор хаяж компанийн 15 хувийг авна гэв. Гэвч Цукерберг, Паркер нар компанид тийм ч их мөнгө хэрэгтэй байгааг олж харсангүй. Ингээд дараа өдөр нь тэд нэгэн заримдаг шийдвэрт

хүрцгээжээ. Assel-ийнхан амласан дээрээ нэмэж 2.7 саяар их хөрөнгө оруулалт хийх бөгөд харин Цукерберг, Паркер болон Московиц нар бүгд тусгай бонус болгож нэг сая доллар халааслах тухай байлаа.

Энэ мэт хөрөнгө оруулалтын гэрээ, асуудал дээр хөрөнгө оруулагч нь тухайн эзэмшигчийн эрхийг сулруулахыг хүсдэг. Харин үүнийгээ шинэ хувьцаа эзэмших замаар олж авдаг байна. Ирээдүйн ажилчид нь тэдний хөрөнгийн опционд төлөх мөнгөнөөс нь хүртдэг аж. Энэ нь хэрхэн тооцогдож гарж ирдэг вэ гэдэг нь их төвөгтэй. Гэвч энэ нь хөрөнгө оруулагчдад компанийн давуу эрхийг өгөөд, харин удирдлагуудад цөөнийг өгдөг нөлөөтэй зүйл гэнэ. Тиймээс хөрөнгө оруулагчид ихэнхдээ хувьцаа эзэмшигчийг 20 хувийн нэгдсэн фонд үүсгэхийг хүсдэг байлаа.

Паркер Цукербергийг энэ мэт алхамуудад хангалттай бэлдэж зааж зөвлөсөн байв. Урьд шөнийн зоогийн газар Бреер хөрөнгө оруулахыг бүр хэнээс ч илүү хүсэж байсан тул тэр Цукербергийн тавих болзлоос тийм ч амархан татгалзаагүй юм. Харин Цукерберг 20 хувийг хүлээн зөвшөөрч чадахгүй гэдгээ хэлсэн байна. Тэр хоёр 10 хувь гэдэг дээр санал нэгдсэн байна. Эцсийн эцэст тэд Facebook-ийг 98 сая доллараар үнэлэхээр тохиролцоонд хүрчээ. Assel нь 12.7 сая долларын хөрөнгө оруулахаар болов. 12.7 сая гэдэг бол Facebook шиг жижиг компанид айхтар их мөнгөн дүн байсан юм. Энэ нь компанийн 15 хувьтай тэнцэх мөнгө байлаа. "Хэт их үнэ байсан гэдгийг би мэдэж байна л даа. Гэхдээ заримдаа ашигтай гэрээ хийхэд иймэрхүү алхам шаардагдаж л байдаг" хэмээн Бреер хожим хэлж байв. Бреерийг мөн Facebook-ийн Удирдах зөвлөлд багтахыг зөвшөөрсөн ба үүнээс гадна өөрийн хувийн нэг сая доллараар хөрөнгө оруулалт хийж болох эсэхийг асуужээ. 20 настай захирал болон туршлагатай хөрөнгө оруулагч хоёр тохиролцож, гараа барилцаад саллаа. Бреер хийсэн гэрээндээ сэтгэл хангалуун ажил дээрээ үлдэв.

Тэд гар гараа барилцахаас өмнө Цукербергтүүнд Дон Грахамаас ч юм уу, Warner Music -ээс ямар нэгэн жижиг хэмжээний хөрөнгө оруулалт нэмэгдэж магадгүй гэдгийг тайлбарласан байна. Warner Music-ийн Бронфман Паркер, Цукерберг нарыг урьд жил Wirehog-ын асуудлаар Лос Анжеласт ирэхэд уулзаж байсан юм. үүнээс гадна Napster-ийн өдрүүдээс л эхлээд Паркер тэр хоёр бие биенээ таньдаг байжээ. Тэрээр одоохондоо Facebook-т хөрөнгө оруулахгүй байхаар шийджээ. Учир нь Viacom гэх бололцоо ихтэй компанийн тавьсан саналд анхаарлаа хандуулж байв. Хожим Бронфман 300 мянган доллараар хөрөнгө оруулсан нь одоо бол 100 сая доллартай тэнцэх хэмжээнд хүрсэн билээ.

Ингэж Assel-тэй гэрээгээ байгуулж дуусах хүртэл дахиад хэдэн долоо хоног болсон юм. Энэ гэрээнд Паркер "Цукербергийг Удирдах зөвлөлд байх өөрийн болон нэг хоосон суудлыг давхар удирдах, харин нөгөө суудлыг нь өөрөө удирдуулах" гэх мэт ирээдүйд хэрэгтэй хэд хэдэн зүйлийг тусгасан юм. Энэ нь юу гэсэн үг вэ гэвэл, Бреер, Тиел нар хүртэл Удирдах зөвлөлд ороод таван хүний суудлын зөвхөн хоёрыг нь л эзэмших болохоор ямар нэгэн санал зөрөлдлөө гэхэд Марк, Паркерийн баг олонх болж байнга ялах нь ойлгомжтой байв. Одоо бол Бреер 20 настай захиралд бүрэн итгэж, найдаж байлаа. Тэрээр түүнийг "наймааны гоц авьяастан" гэж хочилж байсан байна. Удирдах зөвлөлд байх хоосон орон зайг хамтран ажиллагсад нь Цукербергийг аавыгаа суулгана гэж боддог байжээ. Тэрээр ямар нэгэн шийдвэрлэхэд хэцүү асуудал гарвал дандаа л аавтайгаа чааталж, түүний зөвлөгөөг асуудаг

байсан гэнэ. Гэвч энэ зайг түүний аав нь эзлээгүй юм. Одоо болтол энэ зай хоосон хэвээр л байгаа.

Facebook-ийн санхүүжилтын талаар зарим тоо баримт нь үнэхээр итгэмээргүй байдаг. Нэгт, бодит үнэмлэхүй хэмжээ нь шинээр нээгдсэн интернэт компанийн хувьд урьд өмнө сонсогдож, харагдаагүй их үнэ хүрсэн байсан юм. Бүр агуу Google-ийг ч хамгийн анхны том хөрөнгө оруулагч нь 75 сая доллараас бага үнэлж байсан түүхтэй. Мөнгө зээлдүүлэгчтэй мөрийцсөн мөрийндөө Паркер ялсан байна. WTI компани мөрийндөө ялсан бол хувьцааг нь хэдээр үнэлэх байсан яг тэрүүгээр л авах учиртай байв. Долдугаар сард Вердегар Facebook-т дахин нэг хөрөнгө оруулалт хийхээр шийдэж, энэ удаа 300 мянга биш, нэг сая доллар оруулжээ.

Facebook-ийн үүсгэн байгуулагчдын нэг Эдуардо Саверин Accel-тэй хийсэн гэрээг сонсоод ухаан алдах шахсан гэнэ. Зуны турш өсөж, 34.4 болох байсан түүний хувьцааны тал нь хөрөнгө оруулагчдын хүсэлтээр багассан байв. Тэр энэ тухай огт мэдээгүй, ийм зүйл болно гэдгийг огт гадарлаагүй байсан учир шүүхэд өгнө хэмээн айлгажээ. Гэвч түүнд ямар ч дэмжлэг байсангүй. Езра Каллахан аль хэдийн түүний хариуцан ажилладаг байсан реклам сурталчилгааны ажлыг хийдэг болсон байлаа. Саверин одоо Facebook-т хувьцаа эзэмшихээс өөр ямар ч хамааралгүй болсон байна. Цукерберг түүний и-мэйл хаягийг хааж, Y2M-тэй ч хамтран ажиллахаа больжээ.

Марк Цукерберг хэмээх залуу хүүгийн амьдралын хамгийн том гэрээ хэлэлцээр нь ингэж дуусжээ. Тэрээр Accel-тэй гэрээ хэлэлцээрээ байж болох хамгийн ашигтайгаар хийж дуусгаж чадав. Одоо бол тэр саятан. Харин түүний нүүрэнд баярын мишээл огт харагдсангүй.

Цукербергийн найз охин энэ үед Беркелид сурч байсан юм. Цукерберг өөртөө гарах багахан хугацаанд найз охинтойгоо уулзахаар очдог байжээ. Явах замдаа тэрээр Баруун Пало-Алтод тэр тас хар өнгөтэй цоо шинэ гялалзсан Infiniti-дээ бензин хийхээр шатахуун түгээх станц дээр зогсож байв. Энэ дүүрэг нь Пало-Алтогийн бусад дүүргээс хамаагүй ядуу дүүрэг байв. Шатахуун түгээх станц ч алслагдсан зайд байлаа. Ингээд бензинээ дүүргэчихээд явах гэхэд түүний ард нэгэн залуу буу барин зогсож байжээ. Аз болоход тэр залуу маш их согтуу байсан учир хөл дээрээ арай ядан зогсож байлаа. Бүр мөнгө нэхэх ч тэнхэлгүй амандаа юм бувтнах аж. Цукерберг харин машиндаа түргэхэн сууж хар хурдаараа давхин түүнээс зугтаж чаджээ. Ямар ч аюултай юм болсонгүй. “Би тэр үед ч азтай байсан. Ер нь нэлээд азтай шүү” хэмээн тэр амьдралынхаа хамгийн азтай жилээ дурсах дуртай.

Ингээд эцэст нь Facebook хангалттай их мөнгөтэй боллоо. Одоо л жинхэнэ ажил эхлэх гэж байна. Серверүүдэд дахин санаа зовох асуудал байхгүй. Одоо л жинхэнэ өсөлт гэж юу байдгийг бүгдэд мэдрүүлэх болно.

6. Компани болсон нь

"Ерөнчий зачирал байна гэдэг оюутны байранд чэн нэгэнтэй амьдрачаас тэс өөр"

Гэв гэнэт л Facebook-ийн амжилтад хязгаар үгүй мэт санагдаж эхлэв. Тэдэнд одоо мөнгөгүйн зовлон байхгүй. үйлчилгээ нь оюутнуудын дунд асар хурдан тархсаар. Цукербергийн бүх эргэлзээ үгүй боллоо. Харин одоо жинхэнэ компани болгох цаг ирсэн байлаа! Гэвч хүлээгээрэй! Ер нь компанийг яаж "босгодог" юм бэ?

Марк Цукерберг, Дастин Москович нар дөнгөж 21-тэй байв. Facebook-ийн бүх л хариуцлага, хүнд ачааг нуруундаа үүрсээр өдий хүрсэн ч тэд оюутны сэтгэлгээгээ огт гээсэнгүй. үнэндээ бизнесийг хэрхэн хийдэг тухай ойлголт байсангүй. Тэгэхэд 25 настай байсан Шон Паркер харин хэд хэдэн бизнес эхлүүлж байсан арай туршлагатай нэгэн. Тэр бизнесийн тал дээр зөрүүд, гөжүүд, дураараа аашилдаг. Бараг л хэнтэй ч ярилцаж, зөвлөлдөөгүй байж Иелийн оюутан 28 настай Мэтт Коллерийг Facebook-т ажилд авч байсан. Мэтт Коллер нь МкКинзийн зөвлөх байсан ба LinkedIn-ийн Редд Хоффманы өмнөөс бүхий л гэрээ хэлэлцээрийг хийдэг байж. Тиймээс тэрээр ер нь ямар бизнес, ямар зүйл эрхэлвэл амжилт олж болохыг гадарладаг, мэдэрдэг. Гэхдээ Facebook жирийн нэг компани биш байсан тул бусад компаниудад тулгардаг шиг жижиг асуудлууд гарахгүй нь тодорхой. Тэд онцгой шүү дээ.

Facebook-ийн хамгийн эхний зорилго нь аль болох олон хүн ажилд авах байлаа. Мөнгөтэй ч болсон учир боловсон хүчнээ сайн бэлдэх нь чухал болов. Гэвч хүмүүс Facebook-т ажиллана гэдэгтээ нэг л эргэлзээд байв. 2005 онд олон нийтийн сүлжээ сайтыг этгээд гаж гэж үзэх үзлээсээ Цахиурт Хөндийнхөн бүрэн салаагүй байлаа. MySpace-ийн амжилтыг эс тооцвол шүү дээ. Тиймээс тэдний компани жинхэнэ бизнес болно гэдэгт олон хүн эргэлзэж байв. Тухайн үеийн интернэт компаниудын гол анхаарлаа хандуулдаг байсан салбар нь блог болон видео болохоосолон нийтийн сүлжээ сайт яавч биш. Дээрээс нь Facebook дуртай хүндээ үйлчилдэггүй, хязгаарлагдмал байсан учир ажиллахаар сонгогдсон хүн оюутан л биш бол чухам ямар сайт байдгийг мэдэх, шалгах боломжгүй байснаас олны эргэлзээг төрүүлжээ.

Жирийн ажилчны нүдээр дээрх асуудлуудыг нэгтгээд харвал шинээр бүрэлдэж буй компанийн хувьд эрсдэлтэй гэсэн нэрийг аль хэдийн зүүчихсэн байв. Хүний нөөцийн ажилтан Коллеражилд зуучлахдаа алдартай Робин Рийд гэгчээс шинэхэн компанидаа техникийн салбар хариуцсан дэд ерөнхийлөгчийн суудалд тохирох хүнийг олж өгөхийг гуйжээ. Дунд эргэм насны, богино цайвар үстэй, дугуй царайтай Рийдэд Facebook-т ажилтан олж өгнө гэдэг нь тийм ч сонирхолтой санагдсангүй. "Би наад компанийн чинь талаар хангалттайсонссон. Миний хувьд их л бүдүүлэг санагдсан. Ялангуяа тэр Шон Паркер огт засрашгүй хүн юм аа" гэж илэн далангүй хэлээд дургүйцлээ илэрхийлсэн байна. Паркерийн нэр хүнд тухайн үед маш муу байсан ба түүний зугаа цэнгээн, шоудах болон Рлахо-с хөөгдсөн гэх мэт намтар нь түүнийг Цахиурт Хөндийд "муу залуу" болгосон байсан аж.

Энэ дам яриа нь ямар ч байсан хэтрүүлэг юм. Коллежийн оюутнууд маань харин ч бүрэн удирдлагад маш хяналттай байдаг байв. Цукерберг ямар нэгэн уулзалтад явахдаа ямар нэрийн хуудас авч явах тал дээр маш болгоомжтой хандана. Учир нь түүнд хоёр янзын нэрийн хуудас байдаг байлаа. Нэгэн дээр нь зүгээрл "захирал" гэсэн байхад нөгөө нь "I am CEO... bitch!" (би

бол захирал, новшоо!!!) гэсэн бичигтэй байжээ. Y2M-ийн төлөөлөгч болох Тришиа Блэк Саверинаас ажилд аваач хэмээн аль 2004 оноос л гуйсаар байв. Ингээд тэр арай гэж Facebook-ээс ажилд урьсан бичгээ авлаа. Зар сурталчилгаа хариуцсан хэсэгт ажиллахаар болжээ.

Коллерийн хамгийн эхэнд ажилд авсан хүн нь PayPal-ийн программистаар ажиллаж байсан Стийв Чен байв. Харин Facebook-т ороод төд удалгүй (хоёр долоо хоногийн дараа) Стийв Чен PayPal-д хамтран ажиллаж байсан хоёр найзтайгаа хамтран хувийн бизнес хийхээр болж компаниас гарсан байна. Тэр хэд видео салбар руу орохоор шийдэхэд Коллер түүнийг ятгах гэж нэлээд оролдов. "Чи ч маш том алдаа хийж байна даа. Чи үлдсэн амьдралынхаа турш ийм сайхан боломжыг алдсандаа харамсаж өнгөрөөх болно доо. Facebook тун удахгүй аварга том болон хувирна. Харин видео ачаалладаг сайт хэдэн мянгаараа л байна шүү дээ" хэмээн зөндөө ятгасан боловч тэр гарна гэснээрээ гарав. Ийнхүү Стийв Чен Facebook-ээс өөрийн компаниа байгуулахаар гарчээ. Түүний байгуулсан компанийн нэр нь "You-Tube".

Цахиурт Хөндийн толгойд Google байсан учир сайн программист олж авна гэдэг үнэхээр хэцүү ажил байв. Учир нь Google гэгч "мангас" хамаг шилдгүүдийг түүгээд авчихдаг байлаа. Харин Facebook ч ялгаагүй тийм шилэгдмэл хүмүүсийг л авахыг хүснэ. Тиймээс Google-д ярицлагад орж байгаа, тэдний урьсан хүн болгоныг Цукерберг сайтар судлах болжээ.

Accel хөрөнгө оруулалтаа хийсний дараа энэ гэрээний гол "толгой" болж байсан Кевин Эфрази бараг өдөр болгон Цукербергт зөвлөхөөр ирдэг болов. Тэрээр нэгэн удаа программ хангамжийн алдартай компани болох Veritas-ийн үүсгэн байгуулагч Жефф Родчилд хэмээх эрийг цагаар хөлслөн зөвлөгөө авахаар авчирсан байна. Родчилд өөрөө өгөгдлийн төв болон бизнесийн салбарт маш гүн мэдлэгтэй хүн байсан юм. Цукерберг Родчилдыг Facebook-т Friendster-тэй тохиолдсон шиг алдаа гарахаас сэргийлж чадна гэж бодож байв. Эфрази ч Родчилдыг хэдхэн өдөр ажиллуулж, зөвлөгөө авахын төлөө компанийн хувьцаанаас өгсөн гэж бодохоор түүнийг ямар хүн бэ гэдэг нь шууд л ойлгогдоно. "Тэр бүтэн цагаар ажиллах юм уу?" гэж Цукерберг Эфразигаас асуув. "үгүй ээ, тэр тэгэж ажиллах хүн биш, тэр чинь тэтгэвэртээ гарчихсан" гэж Эфрази хариулсан байна. Харин дараагийн удаа Эфразитай тааралдахад Цукерберг түүнд баяртайгаар "Родчилд бүтэн цагаар ажиллахаар болсон" гэх мэдээг дуулгажээ. Анхандаа Родчилд дургүйцэж, цагаар ажиллана гээд байв. Учир нь Родчилдод Facebook гэх огт тодорхойгүй юм ярих нь яг л бухын өмнө улаан даавуу намируулах мэт санагдсан ажээ. "Би бодохдоо эдгээр залуусыг болзооны, хосоо олдог сайт хийчихсэн юм байх гэж бодсон юм. Гэвч би Маркийн бодол санааг ойлгоод энэ нь MySpace гэх мэттэй адилхан биш гэдгийг олж мэдсэн. Энэ нь хосоо олох, болзоонд явахтай ямар ч холбоогүй сайт байсан юм. Харин хүмүүс хоорондын харилцааг дэмждэг сайт байсан" гэж Facebook-т маш амархан дурласан Родчилд дурсан ярьжээ. Тэтгэврийн Родчилдыг удирдлагын суудалдаа авсан нь компанийг хууль дүрмийн дагуу ажиллуулахад маш тус дөхөм болов.

Родчилд хүртэл Facebook-ийг шүтэх болсноор Робин Рийд сайн ажилтан зуучилж өгөхийг зөвшөөрчээ. Тэр Цукербергтэй арай гэж уулзахаар болсон байна. Тэрээр ийнхүү болзсон цагтаа Пало-Алто дахь Facebook-ийнофиссын граффитаар чимэглэсэн шатаар өгсөн орж ирэхэд хаалга нь онгорхой, дотор хүн байсангүй. Хэсэг зогсож байгаад тэр яваад өгсөн байна. Буцаж явах замд нь Коллер түүнтэй таарч түүнийг буцаагаад оруулжээ. Цукерберг оффистоо

байсан чөрөөндөө бус, дээвэр дээрээ байсан ажээ. Тэдний нэрлэж заншсанаар "нийтийн өрөө"-ийх нь (ХВОХ-ийн ширээтэй байсан учир) ширээн дээр гишгэн цонхоор гарах юм бол та хайргаар хучигдсан том талбайг олно. Тэнд наран шарлагын газаруудад байдаг шиг сандлуудыг тавьж өгчээ. Энэ нь нартай бөгчим өдрүүдийг өнгөрөөхөд тун тохиромжтой байсан ба заримдаа хувийн ажилдаа анхаарал хандуулахаар ажилчид нь энд гарч ирцгээдэг байв. Рийд хүрч ирлээ. Цукерберг түүнээс техник тал дээр ажилчин олж өгөхийг хүсчээ. Цукербергийн ярьж хэлж байгаа нь тун өвөрмөц санагдаж, таалагдсан учир Рийд эцэст нь ажилчин олж өгөхөөр болжээ.

Гэвч Facebook өөрсдийн гэсэн ажилчин шалгаруулах сонин содон дүрэмтэй байсан юм. Жишээ нь залуу байх нь хамгийн гол шалгууруудын нэг байв. Сургууль төгссөн байх шаардлага нь тэдний хувьд тийм ч чухал үзүүлэлт биш. "Хэрэв бие даан хийж чадах л юм бол ер нь яах гэж сургуульд сурах хэрэгтэй юм?" гэх мэт асуултыг тэрээр өөрийн сонирхсон, хараахан их дээд сургуулиа төгсөөгүй байгаа оюутнуудаас асуудаг байжээ. Тэр бүр зарим нэгэнд нь сургуулиа хаяад Facebook-т ажиллаж байгаад, дараа нь дахиад сурахаар бол нэмэж мөнгө олгоё гэх мэт саналыг тавьж байсан байна.

Коллер зуны саруудад ажиллах түр ажилчин авах тухай зарлал явуулжээ. Олон олон хүн Facebook-т зуны хугацаанд ажиллах зорилгоор анкетаа өгнө. Ярилцлагад орох мөчид Facebook зөвхөн үндсэн ажилчин л хайж байгаагааа хэлдэг байв. Ингээд үндсэн ажилтнаар орохыг зөвшөөрсөн зарим шалгуулагчид нь сургуулиа хаяхад хүрдэг байлаа. Яг энэ аргаар тэд Стэнфордын цахилгааны инженерийн ангид сурч байсан оюутан болох Скотт Марлеттег олж авчээ. Хожим тэр хамгийн сайн ажилчдын нэг болсон.

Адам Д'Анжело ч тэдний сайн боловсон хүчний нэг байв. Тэрээр маш сайн программист бөгөөд Wirehog нурснаас хойш Facebook дээр анхаарлаа хандуулан ажиллах болсноор инженерүүдийн хамгийн сайн нь болжээ. Ямар ч шинэ албан тушаалд санаархагчдыг Адам руу явуулна. Адам тэдэнтэй ярилцаад ухаантай хэмээн дүгнэвэл Цукерберг тухайн хүнийг заавал авдаг байжээ.

Энэ мэт олон шалгуурыг даваад Facebook-т ажилд орвол тухайн хүний хамгийн анхны үүрэг нь өөрийн гэсэн зөөврийн компьютертэй болох. Тэдний оффист хангалттай тавилга байсангүй. Скотт Марлетте л гэхэд ажлын эхний долоо хоногийг шалан дээр сууж өнгөрөөжээ. Том өрөөнд ердөө хоёрхон л жижгэвтэр ширээ байсан бөгөөд тэр ширээ нь бусад хүмүүсийн эд зүйлүүдээр дүүрсэн байдаг байжээ. Марлетте тэсэхээ болиод өөрөө ширээ худалдан авсан гэдэг.

Facebook 2005 оны зургадугаар сар гэхэд гурван сая хэрэглэгчтэй гэгдэж байсан бол аравдугаар сар гэхэд 10 сая хэрэглэгчтэй болсон байна. Энэ нь үнэхээр итгэмээргүй хурдан өсөлт байлаа. Тэд энэ их амжилтаа хангалттай тэмдэглэдэг байсан ч бас иймэрхүү гэнэтийн хурдан өсөлт нь Facebook-ийг эргээд "устгах"-аас сэргийлж, маш их ажилладаг байжээ. Ингэхгүйн тулд тэдний хэрэглэж буй технологи нь яг хэрэглэгчид шигээ өдрөөс өдөрт шинэчлэгдэж, улам урагшлах учиртай байв. Friendster шиг уналтад орохгүйн тулд тэд маш их ажиллажээ. Адам Д'Анжело бараг өдөр тутам ажлын ачааллаас болж хямралд ордог болов. Түүний одоо санаж байгаагаар тухайн үед "Энэ өгөгдлийн сан хэт ачааллагдсан байна. Бид үүнийг засах хэрэгтэй. И-мэйл явуулж болохгүй байна. үүнийг бас зас. Энэ долоо хоногт яг л

хадны ирмэг дээр зогслоо. Харин дараа долоо хоногт бид хаднаас унаж, сайт ажиллахаа болино шүү. Бид хүчин чадлаа өсгөх хэрэгтэй байна" гэсэн өдөр тутмын дарамттай нөхцөлд ажилладаг байсан байна. Санта Клара руу шинэ сервер нэмэх гэж очих нь одоо болөдөр тутмын төлөвлөгөөнд байнга байдаг болов.

Хэрэглэгчид гэрлийн хурдаар өсөхөөс үл хамаарч сайтыг доголдолгүй ажиллуулах нь хамгийн том шаардлага ч олон залуу инженер ноцтой ноцтой алдаа гаргадаг байлаа. Зарим нь бүр бүхэл бүтэн сайтыг тэр чигээр нь унтраах ч аюулд хүргэж байв. Нэг удаа компанийн хууль ёсны өмч болох эх код нь хэрэглэгчийн хуудсан дээр гарч ирдэг болсон байв. Нэгэн инженер дурын хүнийг дурын хүний эрхээр нэвтэрч болгодог болгочихсон байв. Бас нэг удаа зуны цагаар ажиллаж байсан оюутан кодчиллын алдаа хийгээд, зар сурталчилгаан дээр дарсан болгон нь шууд Allposters.com рүү явдаг болгочихсон байх жишээтэй.

Дастин Московиц сайтыг ямар ч алдаагүй, хурдан шуурхай ажиллуулах үүргийг хүлээсэн бөгөөд ямар нэгэн гэмтэл, кодчиллын алдаа гаргалаа л гэхэд тэр хамгийн түрүүнд шийдвэрлэхээр очно. Хэрэв хэрэг гарвал шөнөжин ч хамаагүй үлдэж засдаг байжээ. Харин зарим үед тэрээр гэмтэл, алдааг засаж чадахгүй болохоороо уурлаж, ширээгээ ууртайгаар балбаж, юмаа ийш тийш шидэлж гардаг байжээ. Гэвч тэрээр хамгийн гол нь яаж ийж байгаад л бүгдийг засдаг байв. Ажилдаа бие сэтгэлээ зориулж чаддаг нь олон нийт түүнийг хүндлэх гол шалтгаан байлаа. "Дастин бол хамгийн шилдэг нь" гэж Карнеги-Меллоны их сургуулийг төгссөн Ручи Сангви хэлдэг байна. Тэрээр Facebook-ийн ажилд шалгаруулж авсан хамгийн анхны эмэгтэй байсан ба олон жилийн турш компанийн цөмд ажилладаг цорын ганц эмэгтэй байсан юм.

Родчилд хэн нь юу хийдгийг олж мэдэх явцдаа Facebook-ийн "хэрэглэгчдийн туслалцаа" хэсэгт 75 мянга орчим тусламж гуйсан хандалтыг харжээ. үүнийг шийдвэрлэхгүй бол болохгүй нь хэмээн бодож Facebook дээр "хэрэглэгчдийн тусламжийн төлөөлөгч" гэдэг ажлын байрны тухай зарлал тавьж, Стэнфордын төгсөгч Пол Жазнерыг ажилд авсан байна. Пол ажлаа аваад удалгүй ажлаа дийлэлгүй дахиад олон хүн нэмэж авах шаардлагатай гэж гомдоллох болжээ. Сахил хүрээд шал дордов гэгчээр тусламжын ажилтан аваадч тусламж хүссэн хандалт бүр 150 мянга болтлоо өсчээ. Хүмүүс бүр Facebook дээр хэрхэн зураг ачааллахаас эхлээд гэрлэснийхээ дараа өөрийн нэрээ ганц удаа өөрчилж болох уу гэх мэт асуудлыг хүртэл асуудаг байжээ.

Ажилд зуучлагч Рийд нь өөрийн төлөвлөж байснаас их хугацааг ажилтан хайхад зориулсан байна. Хамгийн гол нь туршлагатай, мэдлэгтэй инженерүүд нь нас залуу ямар ч ажил хийж үзээгүй бяцхан хүүхдүүдийн удирдлага дор ажиллана гэхээр яавч зөвшөөрдөггүй байлаа. Харин үүнийг тоолгүй ажиллая гэсэн хүмүүс нь Facebook-ийн дэд захирал нь Паркер гэдгийг сонсонгуутаа буцдаг байлаа. Мөн Рийдэд Цукерберг чухам яг юу хүсэж байгааг нь тодорхойгүй байсан юм. Түүний ямар хүн сонирхож байгаа нь өдөр болгон өөрчлөгдөх аж. Гэхдээ энэ бүхэн "балчир" хүүхдийн удирдлагаар явж байлаа ч Facebook зогсолтгүй урагшилсаар байгааг Рийд анзаарч байв.

Цукерберг түүнийг ажлын байр бүрэн дүүрч дуустал зургаан сарын хугацаанд Facebook-т ажиллах санал тавьсан байна. Тэрээр иймэрхүү ажил урьд нь хийж байгаагүй бөгөөд хамгийн гол нь түүнд хувьцааны боломжууд нь таалагдсан гэдэг. Тэр ч удалгүй өөрөөрөө

бахархах болжээ. "Би өөрийгөө олон компанийн захиралуудтай уулзаж байсан, бизнес яаж хийдгийг сайн мэдэх учир ямар ч асуудалгүй ажиллана гэж бодож байсан. Харин Facebook-т ороод 20 настай залуучуудын юу хийж чаддагийг огт мэддэггүй байсандаа үнэхээр их гайхсан. Бүгд л тэднийг хариуцлагагүй, хайнга гэдэг. өглөө эрт ажилдаа ирнэ гэж үгүй. Харин зарим нь зөвхөн шөнөөр ажиллана гэх мэт. Харин Марк бол маш хариуцлагатай залуу байсан юм. Түүний хамтран ажиллагсад, Харвардаас хамт ирсэн найзууд нь ч мөн адил. Тиймээс би урьд нь бодож байсан, олж авсан туршлагаа бүгдийг нь хаяад, нялх хүүхдийнх шиг оюун ухаантай болж бүгдийг шинээр мэдэрье, мэдье гэж бодсон" гэж Рийд хэлж билээ.

Рийд буддын шашинтай хүн байсан ба бясалгалаар хичээллэдэг байв. Тиймээс тэр нэгэн бямба гарагийн өглөө Сан Францискогийн Орчин үеийн Урлагийн Музеин кафед Марктай сууж байгаад ийм сонин гэрээ хийсэн юм. Хэрэв Марк түүнтэй хамт бясалгалд явахыг зөвшөөрөх юм бол тэр Facebook-т хэдэн сар ажиллахад бэлэн гэсэн байна. Ийнхүү Рийд нэг иймэрхүү эх хүн шиг халамж түүнд тавьж эхэлсэн байна. Түүгээр ч зогсохгүй нэгэн тусгай программ өгчээ. Энэ нь хурууны үзүүрт наагаад утсаар компьютертэй холбогдож, тухайн хүнийг тайвширч чадсан байна уу гэдгийг харуулдаг зүйл байлаа. Тохиролцоонд хүрээд салахдаа Цукерберг "Одоо тэврэлдэх болсон байна" гээд тэр хоёр найрсгаар тэврэлдээд салжээ.

Энэ өдрүүдэд ачаалал, стресс айхавтар их байсан ч Цукерберг бүх зүйлд тайван хандсан хэвээр байлаа. Бүр хамгийн ноцтой алдаа гарсан ч тэр өөрийгөө удирдах удирдлагаа хэзээ ч алдаагүй байна. Харин тэрээр Рийдэд хандаж “Энэ бүхэн чиний л бясалгалын ач тус юм шүү” гэж хэлсэн гэдэг.

Энэ мэт хэт амгалан байх байдал нь түүний авьяас чадварын гол түлхүүр нь байв. Тэрээр дан ганц сэтгэлийн хөдөлгөөн багатай хүн биш. Мөн бодож байгаа зүйлээ хүртэл бага илэрхийлнэ. Харилцан ярилцагч руугаа тэр огт юм бодсон шинжгүй, хоосон юм шиг, ямар ч нөлөөгүй ширтэнэ. Тэр чамайг сонсож байгаа эсэх нь огт тодорхойгүй. өөрт нь хандаж хэлсэн үгэнд тэрээр хэзээ ч ямар нэгэн хариу үзүүлнэ гэж байхгүй. Хэрэв чи түүний юу бодож байгаа талаар мэдэхийг хүсэж байвал чи азгүй л байна гэсэн үг. "Нүүрнээс нь түүнийг уншина гэж үгүй" гэж хуучин Харвардын өрөөний найз Facebook-ийн хэвлэл мэдээллийн төлөөгч Крис Хьюз хэлсэн удаатай. Ер нь түүнтэй ямар нэгэн байдлаар жирийн харилцаа өрнүүлнэ гэдэг тун хэцүү дээ.

Facebook-т юу болж байгааг мэдэх хүн бүрийн хувьд одоо Facebook жижиг компаниудын тоонд орхоо аль хэдийн байжээ. Цукербергийн хэлсэн үг бүр нь өдрөөс өдөрт нэмэгдэж байгаа ажилчдын давхрага болгонд нэг бүрчлэн хүрээсэй гэж бодсоны үндсэн дээр хамт олонтойгоо нээлттэй харилцах, дотроо бүх юмаа хадгалдаг байсан зангаа эвдэхээр ухамсартайгаар шийджээ. Эфрази ч Цукербергийг өөрийн бодол санаа болон стратеги төлөвлөгөөгөө бичиж байхыг зөвлөсөн байна. Тэгтэл дараа долоо хоногт нь Цукерберг уулзалт дээр нэгэн савхин хавтастай тэмдэглэлийн дэвтэр өвөртлөн иржээ. "Мао Зе Дун л нэг иймэрхүү дэвтэртэй явдаг байсан даа" хэмээн Эфрази дурсана. Түүнийг нь онгойлгон харвал хуудаснаас хуудсанд шилжих гурван мм-ийн шрифтээр бичсэн юм шиг жижиг текст байх аж. Цукербергийн бичлэгийн хэлбэр нь тун нямбай, яг л архитектор юм уу, дизайнер хүнийх шиг байсан байна. Тэрээр өөрийн дэвтрээ уншихыг хэнд ч зөвшөөрдөггүй байв. Энэ

тэмдэглэлийн дэвтэр нь Цукербергийн биеэсээ салгадаггүй зүйлүүдийн нэг байсан байна. Гэвч түүний цөөн хэдэн хамтрагч нарт дэвтэрт юу байгааг харах завшаан олджээ. Тэрээр дэвтэртээ Facebook-ийг хэрхэн хөгжүүлэх бодолтой явдгаа нэг бүрчлэн дэс дараалалтайгаар бичсэн байв. Нүүр хуудсан дээр нь өөрийнхөө нэр болон хаягаа бичсэн бол доор нь "Хэрэв энэ тэмдэглэлийн дэвтрийг олох юм бол дээр заасан хаягийн дагуу авчирч өгөөд 1000 доллар аваарай" гэсэн байв. Харин дэвтрийн нэр нь "өөрчлөлтийн ном" гэсэн байлаа. Нэрнийх нь яг дор Гандигийн "өөрчлөхийг хүсвэл та өөрөө өөрчлөлт бол" гэсэн үгийг эшлэн бичжээ. Цукербергийн нямбай бичиг дотор хожим олон зуун сая хэрэглэгчийг Facebook-т авчирсан олон олон шинэ санаа байжээ. Жишээ нь, Шинэ Мэдээ (News Feed) болон дурын хэрэглэгчдэд нээлттэй болгох, Facebook-ийг бусад программын платформ болгох гэх зэрэг гайхалтай санаанууд нь энэ дэвтэр дээр л анх бичигдсэн байсан юм. Дэвтрийн зарим хэсэгт нь бүр өөрийн сэтгэгдлийг ч бичсэн байдаг байв. Шинэ санаа бичээд лхэсэг явж байснаа "Энэ нь тийм ч сайхан санаа биш байсан юм шиг байна" гэж бичих жишээтэй. Харин компанийн ажилчдад бол эд бүгд л өөлөх юмгүй гойд санаа мэт санагддаг байв. Энэ үед компанид гол нөлөө үзүүлэх нэгэн хүн ажилд оров. Хөрөнгө оруулагч, бизнес эрхлэгч Марк Андерсен байлаа. Хожим тэрээр Цукербергийн сайн зөвлөх болсон юм. Андерсон нь Цахиурт Хөндийн хамгийн их хүндлэгдсэн шинэчлэгч захиралын нэг байсан ба хамгийн анхны интернэт броузерийг Иллинойсийн их сургуульд хийхэд гар бие оролцсон хүн байв. Тэрээр Netscape Communications болон өөр хоёр чухал компанийг үүсгэн байгуулалцаж байсан ба хажуугаар нь хөрөнгө оруулалт ч ихээр хийж байжээ.

Матт Коллер болон удирдах зөвлөлийн гишүүн Питер Тиел нь Андерсоныг Цукербергт танилцуулжээ. Андерсоныг залуу захиралд компаниа удирдах тал дээр тусална гэж бодсон аж. Цукербергт тооцоотой, бүх юмыг бодитоор хардаг, зусарч зангүй Андерсон шууд л таалагдав. Түүний эцэстээ тултлаа өөртөө итгэлтэй, бардам ба бусдын юу бодож байгаа эсэхийг огт тоодоггүй зан чанар Цукербергт ихээхэн таалагджээ. Тэрээр Цукербергтэй бусадтай адилхан тоомжиргүй харьцаж байлаа.

Паркер болон Коллер нарын дэмжлэгтэй, мөн Андерсон болон Эфрази нарын туслалцаатай Цукерберг одоо бол яг удирдагч хүн шиг байхыг хичээх болов. Тэрээр компанийн нэгэн байранд байрлаж байсан ч удалгүй тэндээсээ нүүсэн байна. Яг энэ цаг үед тэрээр дахиж хэзээ ч программ бичихгүй гэдэг андгай тангараг өргөсөн юм. Учир нь Цукербергт арай илүү санаа зовох зүйл хийгээд асуудал олон байлаа. Ингээд түүний хамгийн сүүлийн хэсэг кодыг байршуулах үйл ажиллагааг нь ёслол төгөлдөр тэмдэглэн өнгөрүүлжээ. Хожим Стэнфордод ярилцлага хийхдээ тэрээр нэлээд гутарсан өнгөөр "Хүнийг удирдаж, зохицуулна гэдэг, захирал байна гэдэг нь зүгээр коллежийн хамтран амьдрагч байхаас хамаагүй хэцүү юм билээ" гэж хэлсэн байна. Московиц, Цукерберг, Коллер нар Петер Дракегийн бүтээлийг уншаад өндийхөө болив. Тэрээр орчин үеийн менежментийн загалмайлсан эцэг гэгддэг хүн билээ.

Цукерберг өөрийн хүндэлж явдаг хүн болох Дон Грахамаас суралцахыг үргэлж хүсдэг байлаа. Тиймээс Washington Post дээр очиж Грахам хэрхэн ажилладаг талаар судалж үзэхийг, мөн ингэж болох эсэхийг лавласан байна. Энэ үедээ ч тэрээр ашиг, зарлага хоёрын жинхэнэ утгыг сайн ялгаж мэддэггүй явсан нэгэн. Тийм учраас л жинхэнэ захирлууд юу хийдгийг нүдээрээ харж үзэхээр шийдсэн нь энэ байв. Цукерберг тэр даруйдаа Вашингтон руу нисэж, тэнд

дөрвөн өдрийг Грахамын дэргэд өнгөрүүлсэн байна. Бараг хоёр өдрийн турш Грахамыг байгууллага дотор нь сүүдэр шиг дагаж, дараа нь Нью-Йорк руу түүнтэй хамт нисч, түүнийг санхүүгийн мэргэжилтнүүдэд хэрхэн илтгэл тавихыг нь харахаар шийджээ. The Washington Post компанийн хувьцаа нь хөрөнгийн бирж дээрх болон хаалттай хувьцаанаас бүрддэг гэнэ. Энэ хаалттай хувьцаа нь түүний гэр бүлийн мэдлийн хувьцаа бөгөөд компанийн шийдвэрт нөлөөлөхүйц хүч чадалтай гол хөзөр нь байлаа. Хэвлэл мэдээллийн салбарын компанийн хувьд ашгийн төлөө байгууллага болон олон нийтийн итгэл хоёрыг хосолсон зохион байгуулалтын хамгийн сонгодог хэлбэр нь чухам энэ хоёр төрлийн хувьцаа гаргах байжээ. Яг энэ гэр бүлийн хувьцааны нөлөөгөөрөө Грахам ямар нэгэн ивээн тэтгэгчийн хүсэл зорилгод тушигдах бус, харин компанийн ирээдүйг өөрчилж чадахуйц эрх мэдэлтэй үлдсэн нэгэн. Цукерберг үүнийг хараад хэзээ нэгэн цагт Facebook-т чухам яг ийм л зохион байгуулалт хэрэгтэй юм байна даа хэмээн бодох болжээ.

Facebook-ийнхний ажиллах хэв маяг нь хайхрамжгүй, дүрэм журамд баригддаггүй ч хамгийн гол нь маш гүн итгэлцэл болон хичээл зүтгэл дээр тогтдог байв. Хорин хэдүүлээ нийлэн дандаа олуулаа явна. Тэд чөлөөт цагаараа хэдхэн газраар л орцгооно. Aquarius Theater-т байнга очиж үнэгүй үйлчлүүлэхээр явдгийн учир нь тэдний нэг инженер урьд нь тэнд цагийн ажилтан хийж байсан болохоор тэр. Мөн тэд Хойд Пало-Алтод байрлах МакДоналдс руу орох их дуртай. Дээр нь их сургуулийн кафед байнга л цугларна. Бараг л албан бус компанийн хурлын өрөө болчихсон. "Бид энд байнга л ажилладаг байлаа. Бид хамгийн сайн найзууд байсан юм. Ажил хэзээ ч бидний хувьд "яршиг, төвөг" мэт санагддаггүй байв. Бид Зул сар, амралтын өдрүүд, өглөө 05.00 цаг хүртэл гээд л... зогсоо зайгүй ажилладаг байсан юм" хэмээн Ручи Сангви ярьсан байна. Тэрээр бүр маш завгүй, ачаалалтай ажилладаг байсан учир нэгэн шөнө өөрт нь гарсан богинохон цагийг ашиглан Сан Францискод байх гэр рүүгээ явжээ. Гэтэл хэт ядарснаас болоод хурдны зам дээр унтсан байжээ. Энэ явдлаас хойш тэрээр оффистоо ойрхон орших байранд орсон ба Facebook нь оффисоосоо хол гэртэй хүмүүст сарын 600 долларын мөнгөн тэтгэмж өгдөг болсон юм. Энэ нь ажлын чадамж, цаг хэмнэсэн маш зөв үйлдэл болж өгсөн байна.

Ихэнхдээ ямар ч ажилчин үдээс өмнө ирдэггүй байв. Карел Балун нь компанийн инженер ба тэрээр Facebook-ийн талаар бичсэн нэгэн номондоо Цукерберг өөртөө зориулж нэгэн дуут шүлэг зохиосон тухай өгүүлжээ. "За, оройтож ирэхэд оффисын бүх сандал хүнтэй байна. Нимгэн хивсэн дээр хэвтгээд өөрийн жижиг цагаан Macbook дээрээ ажиллаж байна" гэх дөрвөн мөртийг ая оруулан байнга дуулдаг байжээ. Оффис нь шөнийн цагаар л жинхэнэ ажлын амь орж, үр бүтээмж хамгийн их байдаг байлаа. Программистууд нь Red Bull-ээ уугаад л зөөврийн компьютерийнхээ өмнө ховсдуулсан юм шиг суугаад кодоо бичнэ. Хоорондоо огт юм ярихгүй, зөвхөн агшин зуурын онлайн зурвас ашиглан харилцана. Цукерберг зурвас хэрэглэх их дуртай байсан юм.

Facebook ажиллах орчин ямар байх тал дээр маш их анхаарал хандуулдаг, их мөнгө зарахаас ч буцдаггүй байв. Мөн ажилчдынх нь гадаад төрх маш чухал ажээ. Жэфф Рофшилд анх Facebook-т ажилд орохдоо Цахиурт Хөндийд байдаг л нэг хэнэггүй инженерийн нэг байв. Хүнд том гутал, чөлөөтэй холхих том жинсэндээ чихсэн футболк гэх мэт. Харин сарын дараа найз нь түүнийг нисэх онгоцны буудал дээр тосоход шал өөр хүн болсон байх нь тэр. Тэрээр дизайнерийн жинс өмссөн байсан ба цээж гарсан сорочка өмсөөд орчин үеийн мэдрэмжтэй

хүн шиг хувцасласан байв. "Жефф чамд юу тохиолдоо вэ?" гэж найз нь асуухад "Тэд намайг компанийг нь муухай харагдуулж байна гэж шүүмжилсэн. Бүр өөрчлөгдөхгүй бол дахиж оффист оруулахгүй гэсэн гээч" хэмээн хариулжээ. Бусад ажилчид ч түүнийг нэрээр нь дуудахаа болив. Одоо бол түүний нэр J-Ro. "Манай компанийн бас нэгэн зорилго нь Цахиурт Хөндийн хамгийн cool компани болох" хэмээн Шон Паркер өгүүлээд "Надад маш хөгжилтэй, зугаатай байлгах санаа орж ирсэн. Энэ бол Рокн Ролл оффистой болох" гэжээ. Тиймээс тэрээр граффит зураач болох Давид Чойг оффистоо зураг зуруулахаар ажилд авч, харин найз бүсгүйгээрээ эмэгтэйчүүдийн өрөөнд нүцгэн хүүхнүүд зуруулсан байна. (Давид Чой анх маш бага хувьцааг зураг зурсныхаа төлөө авсан ба харин одоо бол 10 сая доллартай тэнцэхээр болсон юм). Мөн компани нь хэд хэдэн дундын байшинг оффисынхоо ойролцоо түрээслэжээ. Энэ байруудад амралтын өдөр болгон очиж үдэшлэг зохиох болов.

Тришиа Блакийн ажилд авсан шинэ хүнтэй танилцахаар Цукерберг Нью-Йорк явж байлаа. Шинэ хүн нь зар сурталчилгааны мэргэжилтнээр ажиллах ба нэр нь Кевин Коллеран. Коллеран урьд нь хөгжмийн салбарт ажилладаг байсан ба түүний Facebook хуудасд реппер 50 Cent-тэй нөхөрсгөөр тэврэлдэн авхуулсан зураг бий. Ингээд Цукерберг Virgin Megastore-ийн өмнө Коллегрантай цаг болзон уулзахаар болсон байна. Болзсон цагтаа Коллеран Цукербергтэй тун ойрхон, яг өөдөөс нь алхан ирж байв. Харин яарсан "шинэ босс" нь түүнрүү тэвчихгүй утасдах нь тэр. "Чи хаана байна?" гэж Цукерберг асуухад "Би таны яг урьд чинь байна шүү дээ!" гэв. Тэд ийн уулзалдав.

Мэдээлэл технологийн олон ч компани Facebook гэх хурдацтай гарч ирж байгаа компанийг нүдлэх болж, бүгд л хэсэгхэн ч болов хувьцаа авахыг эрмэлзэж байв. Хавар нь MySpace-ийн үүсгэн байгуулагчид болох Крис Дефолф, Том Андерсен нар Лос-Анжелесаас Пало-Алтод ирж, компанийг нь худалдаж авах асуудлаар ярилцсан байна. Цукерберг, Паркер, Коллер нар тэднийг Их сургуулийн өргөн чөлөөн дэх нэгэн кафед хүлээн авч уулзжээ. Мэдээж Цукерберг компаниа зарах тухай огт бодоогүй байсан ба зүгээр л тэднийг сонирхолтой залуус хэмээн бодож, бас MySpace-ийн талаар сонирхож байсан учраас очсон аж. Тэгтэл тухайн оны долдугаар сард MySpace өөрөө зарагдах нь тэр. News Corporation-ий Руперт Мурдок MySpace компани болон түүний 21 сая хэрэглэгчийг авахын тулд 580 сая доллар төлжээ. Энэ явдал нь Facebook-т харин ч том баяр боллоо. Учир нь MySpace зарагдсан явдал нь тэдэнтэй адилхан үйлчилгээ үзүүлдэг компанийг зах зээл дээр хэр их эрэлт хэрэгцээтэй байгаа болон хэр их үнэлгээтэй байгааг харуулсан болохоор тэр. Бас хөгшин удирдлагуудтай, хуучинсаг News Corporation тэдний гол өрсөлдөгч болох MySpace-ийг яавч амжилттай удирдаж чадахгүй гэдэг нь давхар баярлуулж байлаа. Тэд News Corporation MySpace-ийн үйлчилгээг тэр дор нь бууруулж, ачааллах хурдыг унагаана гэдэгт итгэлтэй байв. Паркер энэ өдөр MySpace-ээ зарсан хуучин удирдлагууд болох Дефолф, Том Андерсен нар руу залган их харамсаж буйгаа илэрхийлсэн байна. Учир нь тэд компанийн хувьцааны тийм ч их хувийг эзэмшдэггүй байсан болохоор тийм ч их мөнгө олж чадаагүй юм.

Цукербергийн хувьд өөрийн компаниа зарах гэдэг нь хамгийн сүүлд, эцсийн мөчид л бодох асуудал. Стэнфордод хийсэн ярилцлагад Цукербергт хандан нэгэн оюутан "Facebook-ээс гарахдаа зарчихаад гарах нь хамгийн зөв арга, асар их мөнгө болгох болно" хэмээн хэлжээ. Цукерберг үүнийг сонсонгуутаа маш ширүүн өнгөөр "Би амьдарлынхаа турш үүнийг хэрхэн босгох талаар бодож ирсэн. Харин хэрхэн гарах талаар бодож байгаагүй. Миний бодлоор

бидний хийж байгаа ажил бусдын хийж байгаа зүйлээс хамаагүй сонирхолтой, хамгийн cool. Би зарах талаар огт бодож байсангүй. Уучлаарай" гэсэн байна.

Хэдийгээр Цукерберг рекламны асуудал дээр хойрго хандаж, рекламнд бараг орон зай өгдөггүй байсан ч маш олон санал орж ирсээр байлаа. Бүр анх ачааллагдсан өдрөөс л Facebook зар сурталчилгаа, рекламны асуудал дээр бусад сайтын хандлагаас тэс ондоо байр суурьтай гэдэг нь хэн бүхэнд тодорхой байсан. Энэ нь сайн муу хоёр талтай байлаа. Facebook-т байрлах сурталчилгаан дээр хүмүүс тийм ч их дардаггүй байлаа. Заримынх нь тайлбарлаж байгаагаар хэрэглэгчид найзуудаа хайгаад завгүй байдаг учир ашгийн төлөөх реклам сурталчилгааг тоодоггүй гэсэн байна. Гэтэл реклам байрлуулагч нь зөвхөн тухайн реклам дарагдсан тохиолдолд л цалинждаг. Тиймээс энэ нь Facebook-т угийн тохирохгүй зүйл байлаа.

Иймд Нью-Йорк дахь зар сурталчилгааг хариуцсан шинэ ажилчин Коллеран CPM (cost per thousand views) гэх системээр зар байрлуулах фирмүүдийг хайх ажилд ханцуй шамлан оров. CPM нь мянган удаа реклам байгаа хуудас нээгдсэн тоолонд мөнгө авдаг систем байлаа. Яг энэ хэлбэрээр телевизүүдийн реклам үнэлэгддэг юм. CPM нь PPC (pay per click) буюу Google-ийн реклам дээр дарах тоолонд цалинждаг загварын яг эсрэг хэлбэр байсан юм. Гол зорилго нь олон хүнд харагдахад л оршино. Гэвч Facebook оюутнуудын хувьд этгээд сонин үзэгдэл хэвээр байсан учир Мэдисан А Венюд байрлах ихэнх байгууллага энэ тухай сонсоогүй, сонссон хэд нь ч ойлгодоггүй байсан учир зар сурталчилгаа тийм ч сайн биш хэвээрээ.

Хэдэн сарын турш Коллеран сайтын үндсэн зар сурталчилгааны хэсэгт цорын ганц мэргэжилтнээр ажилласан байна. Эцтэл хөдөлмөрлөсний дараа тэр сэтгэл санаагаар унажээ. Энэ залуу жинхэнэ уйгагүй, бух шиг ажилтан байсан ба Нью-Йоркийн бүх хаалгыг тогшоод Facebook-ийг танилцуулан реклам хайж ч мэдэхээр хүн байв. Тэрээр ингэж зүтгэсний эцэст маш олон реклам олгогчдыг Facebook дээр туршиж үзүүлэхээр цуглуулж чадсан байна. Гэвч түүний гаргасан ихэнх санаа нь Цукербергт очоод л тэр дороо унадаг байлаа. Учир нь Цукерберг өөрийнх нь сайтын цэвэрхэн төрхийг эвдэж болзошгүй зүйл болгонд, ялангуяа зар сурталчилгаанд, хэр их орлого олох нь хамаагүй, шууд л үгүй гэж хэлдэг байв.

Жишээ нь, хуудас ачааллагдаагүй байхад гэнэт өөрөө гарч ирэх самбар буюу "pop-up"-ууд хамгийн хориотой зүйл байлаа. Ингээд Коллеран нэлээд туршлагажиж, Цукербергт танилцуулах зүйлээ хүртэл их болгоомжтой сонгох болжээ.

Үүнээс гадна Цукербергийн тийм ч хурдан шинэ сургууль нэмэхгүй байгаа байдал нь Коллераныг галзууруулах дөхдөг байсан байна. Зар сурталчилгааны мэргэжилтэнд бол "Олон хэрэглэгчидтэй байх тусам илүү сайн" шүү дээ. Харин Цукерберг, Москович нар өөрийн гэсэн тусгай "хууль" гэмээр арга барилтай байсан юм. Сургууль нь хараахан Facebook-т нэмэгдээгүй оюутнууд маш ихээр Facebook-т орж, нэвтрэхийг оролддог. Ийм хэрэглэгчид шууд хүлээлгийн хуудсанд шилжих ба тэдний сургууль хэзээ сүлжээнд нэвтрэх боломжтой талаар мэдээлдэг байв. Харин энэ хүлээлгийн хуудсанд нэг суруулиас бүх оюутны 20 хувь нь хүсэлт гаргавал Facebook-ийнхэн сүлжээгээ тухайн сургуульд нээдэг байжээ. "Би дандаа л үүнийг буруу гэж боддог байсан юм. Гэвч одоо бодоод байхад энэ нь манай сайтын амжилтын гол тулгуур нь байж" гэж Коллеран амаа барин хэлдэг болсон гэнэ. Ингээд

"хаалгаа" зөвхөн бүртгэгдсэн сургуулиудад нээлттэй үлдээж, мөн оюутнуудын санал хүсэлт ихээр ирсэн сургуулиудыг сүлжээндээ нэмдэг нь сүлжээ орсны дараа сайтын хэрэглээ маш ихээр нэмэгдэх баталгаа болдог байсан байна.

Коллеран нэг удаа маш их мөнгө төлөх зар олгогчийг олжээ. Энэ нь түүний хамгийн анхны том гэрээ байсан юм. Британийн цахим тоглоомын сайт болох Party Poker нь CPM хэлбэрээр зараа тавьсангүй. Харин CPA (cost per acquisition) хэлбэрээр тавьжээ. Энэ нь Party Poker компани Facebook-ээр дамжин өөрсдийнх нь сайтад орж, тоглоомын дансанд 50 доллар байрлуулсан хүн болгоны тоогоор Facebook-т 300 доллар төлөх ёстой аж. Facebook-ийн хувьд энэ нь үнэхээр унац ихтэй наймаа байв.Өөрөөр хэлбэл, сардаа л 60 мянган доллар халаасладаг болжээ. Одоо хүртэл зараа байршуулсан хэвээр байгаа Y2M-ийн зар олгогч нар Facebook-ийн Party Poker-ийнхонтой байгуулсан гэрээг сонсоод үнэхээр алмайрсан байна. Учир нь тэд хэзээ ч колежийн сайтад энэ их мөнгөөр зар тавьдаг компани урьд нь харж байгаагүй юм. Харин жилийн дараа сүлжээгээр мөрийтэй толгохыг хориглосон хууль АНУ-д гарсан ба үүнээс хойш мөрийтэй тоглоомын сайт болох Party Poker-ээс холбоогоо тасалжээ.

Харин CPM-ийн хэлбэрээр өөрийн баннер зараа байрлуулах сонирхолтой компаниуд ихэнхдээ оюутнууд руу чиглэсэн ба оюутныг ажлын байраар хангах тал дээр их анхаардаг байсан байна. Жишээ нь барилгын ажил болон худалдагч гэх мэт зуны ажлууд. Харин хамгийн том үйлчлүүлэгч нь гал тогооны хутга сурталчилдаг байсан гэвэл та итгэх үү. Зөвхөн бизнес биш, холбоо нийгэмлэгээр хийх ажил, олон нийтийн ажил зэрэг нь энэ сайтад бас л их тохирдог байлаа. Зар сурталчилгаа нь 1000 удаа үзэх болгонд таван доллар төлдөг байсан ба зар олгогч нар ихэнхдээ Facebook-т багаар бодоход 5000 доллар төлдөг байжээ.

Party Poker-тэй байгуулсан ашигтай гэрээнээс үл хамааран компанийн гол орлого нь одоо болтол "ивээн тэтгэгдсэн бүлгэм"-ийн Apple Corportation-аас орж ирдэг хэвээр байлаа. Apple сар бүр шинэ нэг гишүүний тоогоор нэг доллар төлдөг байсан ба бүлгэм нь өсөхийн хэрээр Facebook улам их мөнгө авдаг боллоо. Удахгүй зөвхөн энэ бүлгэмийн ачаар л хэдэн зуун мянган долларыг Apple-ээс авдаг болсон байна. Энэ нь 2005 онд тэдэнд байсан цорын ганц хамгийн том орлогын эх үүсвэр байсан юм. Vistoria's Secret гэх мэт өөр нэр алдартай олон ч компани Facebook-т өөрийн бүлгэмийг нээн ивээн тэтгэх болсон ба хамгийн багадаа сард 25 мянган доллар төлдөг байв.

Энэ шинэ төрлийн олон нийтийн сүлжээ сайт нь зар олгогчдын хувьд бас нэгэн хүчтэй зэвсэг болохын дохио тэмдэг гэдэг нь энэ үеэс л анзаарагдаж эхэлжээ. үүний нэгэн жишээ гэвэл 2005 онд Interscope Records алдартай дуучин Gwen Stefani-ийн "Hollaback Girl" хэмээх цомгийг бичжээ. Дуу нь хөгжөөн дэмжигчдийн багийн өнгө аястай байсан тул Interscope Records энэ цомгийг сурталчлах аяндаа коллежуудын хөгжөөн дэмжигчдийн баг дээр түлхүү анхаарал хандуулахыг хүссэн байна.Хөгжөөн дэмжигчдийг өөрсдийн бүжгэндээ энэ дуут ашиглаасай гэж бодсон учраас тэр. Тэгвэл колежийн хөгжөөн дэмжигчдийг колежийн сайтаас өөр хаанаас олж болох вэ? Дастин Московиц өгөгдлийн санг ухаад, судлаад сурчихсан учир тэдэнд хөгжөөн дэмжигчдийн багийнхныг сайтаасаа олох нь тийм ч төвөгтэй ажил болсонгүй.

Энэ нь магадгүй ойлгомжтой явдал байж болох юм. Гэхдээ интернетэд маш цөөн сайт хүмүүсийн тавьсан мэдээлэлд зориулж зарлал оруулдаг байсан юм. Interscope нь интернэтэд

хэрэглэгчдийн дадалд түшиглэсэн байнга ордог сайтад зориулж зарлалаа тавьдаг фирмтэй холбогдож болох л байсан. Энэ мэт зарын сүлжээ нь интернэт орчинд хүмүүс юу хийж байгааг танддаг, вэб хөтчид нь байрлуулж өгсөн "cookies"-ийн тусламжтайгаар мэдэж болдог байв. Жишээ нь, тэд чиний ордог сайтуудыг хараад 20 настай охид түгээмэл ордог сайт байна гэх юм уу, эсвэл чамайг интернэтээр хөгжим их сонсдог, хайдгийг чинь мэддэг. Энэ мэт ажиглалт хийгээд чамайг хэдэн настай, хэн болох, юунд дуртай гэх мэтийг олж мэдэх чадвартай ба харин дараа нь үүн дээр үндэслээд зөвхөн чамд зориулсан зарлалыг тавьдаг юм.

Гэхдээ энэ мэт тавьсан зарууд нь зориулсан хүндээ хүрэхгүй байх нь ч элбэг. Заримдаа тухайн хүний хүйсийг ч буруу тодорхойлсон байдаг. Интернэт зар олгогч байгууллага нь тухайн хүний хүйсийг бүр 35 хувь буруу тогтоодог гэсэн баримт бий. Жишээ нь, нэг охин найз хөвгүүнийхээ зөөврийн компьютерийг ашиглан интернэтэд ордог бол энэ арга зам нь тийм ч амжилттай хэрэгжихгүй юм. Тиймээс буруу хүнд буюу цомгийг сонсохгүй, авахгүй хүнд Interscope-ийн шинэ цомог нь харагдаад, харин хэрэгтэй хүндээ харагдахгүй байх бүрэн магадлалтай гэсэн үг юм. Interscope-ийн өөр нэг хийж болох арга бол зүгээр л аль нэг сургуулийн зөвхөн хөгжөөн дэмжигч охидод зориулсан сайтад хандах байв. Гэвч энэ аргаар явбал тийм ч олонд түгэхгүй.

Харин Facebook дээр Interscope-ийн зарлал нь зөвхөн хөгжөөн дэмжигч коллежийн оюутан, эсвэл өөрийн хуудсандаа хөгжөөн дэмжигчийн тухай нэг үг дурдсан оюутан болгонд харагдана гэдэг баталгааг өгснөөрөө эрс ялгаатай. Facebook нь Interscope-д чухам яг хэдэн оюутан тухайн зарлалыг харах боломжтойг хүртэл хэлж болохоор байв. Ингээд Interscope Facebook-ийг ашиглан цомгийн сурталчилгааны ажлаа амжилттай хийж, "Hollaback Girl" нь тэр хаврын хөлбөмбөгийн хөгжөөн дэмжигчдийн сүлд дуу болж чадсан юм.

Энэ мэтээр зар олгогчид Facebook-т газар нутгийн байршил, хүйс, хичээл, хуудсан дахь түлхүүр үг, сургууль төгссөн он, мэргэжил, харилцааны байдал, дуртай ном, кино, хөгжим, улс төрийн чиг хандлага, их сургуультай холбоотой түлхүүр үг гэх мэт параметруудыг ашиглан зараа хүргэе гэсэн хүндээ хүргэж болох аж. Жишээ нь, байшин будах болон хутга зардаг компаниуд нь өөрийн зарыг өөрийн хүссэн газар орны байршилд тохируулж зөвхөн эрэгтэй оюутанд харагдахаар гэрээ хийж болох ажээ.

Үүнээс санаа авч тэдэнд дуртай хүнээ илрүүлж болох маш онцгой өгөгдлийн сантай гэдгээ өөрсдөө ойлгож эхэлжээ. өөрсдийн хийх жинхэнэ мэдээлэл болон тухайн хүний нийтлэг мэдээллийн хослол нь тэдэнд өөр ямар ч интернэт компанид байхгүй, байгаагүй хүчийг өгөх ба урьд нь байх ойлголтыг тэр аяар нь үгүй хийсэн байна. Цукерберг болон Д'Анжелогийн тоондоо "гавал" найз нь зун Facebook-ийн өгөгдлийн санг шүүх алгоритм бичжээ. Тэрээр ийнхүү хүмүүсийн хамгийн дуртай зүйлүүдийг хуудсан дахь мэдээлэл дээр нь үндэслэн жагсаасан байна. Сайтыг хэрэглэгч гурван сая хүний хамгийн их хуудсандаа дурддаг, хамгийн их таалагдсан таван кино нь Napeleon Dynamite, The Notebook, Old school, Fight Club болон Garden State. Хамгийн их таалагдсан ном нь The Da Vinci Code. Хамгийн таалагддаг хөгжимчин Dave Matthews гэх мэтээр. Хожим нь энэ сүлжээ Pulse гэдэг нэг шинэ функцтэй болсон юм. үүнийг ашиглан Facebook-ийн нийт хэрэглэгчдийн дунд ямар ном, ямар кино хамгийн алдартайг мэдэж болох ба хэрэв хүсвэл тухайн сургууль бүрээр нарийвчлан мэдэж болох аж.

Facebook-ийн маш ач тустай энэхүү өгөгдлийн сан нь зар олгогчдод маш их боломжийг амладаг байсан ч, сайтад тавигдах ихэнх зар нь жирийн, ерөнхий баннераар гардаг байжээ. Дараа нь Facebook-ийхэн willy willy (хамгийн бага сурталчилгаатайгаар хамгийн хурдан хуудас ачааллах) зар тавьдаг хэд хэдэн сүлжээ фирмтэй гэрээ байгуулж, зарыг нь сайт дээрээ тавих боллоо. Гэвч үүний аль аль нь тийм ч сайн орлого авчраагүй юм. Компани нь Accel-ээс авсан мөнгөө дуусах дөхөж байлаа. Жилийн эцэс гэхэд 12.7 сая доллараас 5.7 сая доллартай үлдсэн байжээ. Facebook одоо болтол жинхэнэ бизнес болоогүй хэвээр л байлаа...

Оюуны өндөр чадвартай ч сургуулиа хаясан хэсэг оюутан буюу Facebook-ийнхэн одоо хязгааргүй их цагийг Facebook чухам яг юу хийж байгаа талаар маргалдаж өнгөрөөдөг болжээ. Эцсийн эцэст Facebook шиг сайт урьд нь хэзээ ч байгаагүй юм. Одоо бол бүгд өөр өөрийнхөөрөө Facebook-ийг маш чухал өнцгөөс харж байв. Цукербергийн хувьд Facebook нь "хүмүүсийн мэдээллийн лавлах" хэмээн бодож байлаа. Түүний хэлж байгаагаар анхнаасаа хүмүүсийн нэгдсэн лавлах хийхийг зорьж байсан ба тэр зорилгодоо одоо болтол үнэнч байгаа аж. Харин Паркерийн хувьд Face-book хүн болгоны талаар мэдээлэл агуулдаг жижигхэн багаж аж. Дуртай хүн рүүгээ заагаад л бүх мэдээллийг нь хэлж өгөх гэнэ. Коллерийн хувьд яг л гар утастай адилхан зүйл гэнэ. өөрийн ертөнцөд хүнтэй холбогдох гарц юм байх. Энэ мэт бүгдээрээ Facebook-ийн сайн талыг нь харан ажиллаж байхад олон нийт, эцэг эхчүүд "Facebook шал дэмий, цагийн гарз" гэдэг үгийг олонтаа хэлдэг байлаа. Тэр болгонд Цукерберг "Хүнийг ойлгоно гэдэг ямар ч цагийн гарз биш" гэсэн няцаалт өгдөг байв. Түүний хэлж байгаагаар Facebook-ийн гол зорилго нь "хүмүүс өөрийн эргэн тойронд оршиж буй дэлхийг ойлгоход" байгаа гэнэ.

Тэд эдийн засагч нарын хэлж заншсанаар "social effect"(олон нийтийн сүлжээний нөлөөлөл) гээчийг Facebook хэрхэн хийж байгаа талаар ярих дуртай байжээ. Хамгийн гол нь Facebook яг энэ нөлөөллийг маш чадмаг хийж байв. Яг л бүх харилцаа холбооны түүхэнд гарсан шинэчлэлүүд яаж явагдаж байсан, түүн шиг. Бүтээгдэхүүн, үйлчилгээ нь нэг шинэ хэрэглэгч нэмэгдэх тоолонд бусад хэрэглэгчдийн ач холбогдол ихэсдэг үзэгдлийг л сүлжээний эффект гэдэг байна. Тэгэхээр нэмэгдсэн хэрэглэгч болгон сүлжээг улам бат бөх, хүчтэй болгодог учир өсөлт гэдэг нь араасаа улам том өсөлтийг дагуулдаг, чадамжтай тойрог аж. Чухам яг энэ "сүлжээний эффектийн" чанараар утас, интернэт, агшин зуурын зурвас буюу мессенжер гэх мэт зүйлс хоромын дотор дэлхийг бүрхсэн юм. Яг энэ чанарыг Facebook ч агуулах ажээ. Сүлжээний эффекттэй бизнес технологи нь маш хурдацтай тархдаг ба зах зээл дээр ч маш удаан оршиж чаддагаараа онцлог юм.

Facebook-т ажиллах ч "cool шүү" гэх ойлголтыг төрүүлэхийн төлөө хичээж байсан нь боловсон хүчнээ улам сайжруулахад, шинэ хүн авахад маш их хэрэг болов. Харин сайтын тухайд "cool" уриа нь Facebook-ийг жул харагдуулж байлаа. Friendster ч мөн адил цагтаа шуугиулж явсан ч одоо ингээд унтарч байна. Тиймээс Цукерберг Facebook-тээ "хэрэглээ" гэгчийг тунхаглав. (Хэдийгээр тэр маш том цар хүрээнд төсөөлж, бодож байсан ч үүнээс илүү нойр хүргэм сонсогдох өөр ямар ч нэр байхгүй байх). Тэр энэ үгээрээ Facebook-ийг телефон сүлжээ болон бусад харилцаа холбооны хэрэгсэлтэй адил тэдний нэг төрөл болгох тухай бодож байсан байна. Паркер "Бид харилцааны шинэ орчин бий болгохыг зорьсон. Бид "cool" гэх ойлголтоо авч хаян, олон нийтийн амьдралын салшгүй хэрэгцээ болж чадвал жинхэнэ амжилттай болох юм байна гэдгийг мэдэж байсан юм" гэжээ. Дастин Московицийн

нэмж хэлснээр бол тэд сургуулийн сайт гэдэг ойлголтыг авч хаях нь бас чухал асуудлуудын нэг байсан гэнэ. "Бидний брэндийн хувьд оюутны хөнгөн хийсвэр гэх ойлголтоос олон нийтийг салгах хэрэгтэй байсан юм. Ялангауяа Цахиурт Хөндийд" хэмээн тэр хэлжээ. Тиймээс тэр анхнаасаа л ПИВО-ТЕННИС мэтийн шалдар булдар тэмцээнийг тийм ч их дэмжиж байгаагүй.

Цайвар цэнхэр дизайнтай Facebook анх гарч ирснээсээ хойш аль болох хөгжиж дэвшиж явсан ч MySpace-ийн чамин хээнцэр дизайны хажууд ердийн хүүхдийн тоглоом мэт харагддаг хэвээрээ л байв. Паркерийн сайн найз график дизайнер Аарон Ситтиг одоо компанийн үндсэн ажилчин болжээ. Тэр "Би ажлынхаа эхний өдөр ирээд Маркаас “Надаар юу хийлгэмээр байна?” гэж асуухад тэр яг л “Чи чинь дизайнер биздээ, сайтыг дахин гоёмсогоор загварчил” хэмээн загнасан шүү” гэжээ. Ситтиг зунжингаа Цукербергтэй сайтын кодын ээдрээг гаргаж, бүх зүйлийг хялбар оновчтой болгож хэрэглэхэд амар болгосон байна.

2005 оны зун хийгдсэн өөр чухал ажлуудын нэг нь сайтынхаа нэрийг солих буюу Facebook.com гэх хаягийг өөрийн болгох явдал байсан юм. Нэн ялангуяа Паркер анхнаасаа л энэ "THE" гэх "аймшигтай" огт хөндлөнгийн, хэнд ч хэрэггүй зүйлийг авч хаяхын төлөө байсан юм. (Энэ үеийг хүртэл уг сайт руу Thefacebook.com гэсэн хаягаар нэвтрэн ордог байжээ) Тийм учраас тэр Facebook.com гэдэг хаягийг эзэмшигч Aboutface гэдэг компаниас худалдан авах гэрээ байгуулахаар төвөгтэй хэлэлцээрийг хэдэн долоо хоногийн турш ухаанаа уралдуулан байж амжилттайгаар өндөрлүүлж чаджээ. Aboutface нь өөрийн эзэмшдэг Facebook.com хаягаа зарахыг хүсэж байсан ч төлбөрийг Facebook-ийн хувьцаагаар бус, бэлэн мөнгөөр авна гэж зүтгэж байжээ. Ингээд эцэстээ Паркер 200 мянган доллар бэлнээр төлж байж Facebook.com-ыг өөрийн болгосон байна. Шинэ нэртэй болсон учир Аль Пачиногийн зургийг арилгаж, хажуугаар нь байрлах олон 0.1 гэсэн олон тоог устгаж, оронд нь компанийхаа шинэ нэрийг бичсэн байна. FACEBOOK. Ингээд компани нь албан ёсоор 2005 оны есдүгээр сарын 20-нд “TheFacebook” нэрээ хаяж, зүгээр л Facebook болсон байна.

Паркер хэдий зүтгэл гарган олон амжилттай, ололттой шийдвэр гаргаж, Facebook-ийг урагшлахад чухал үүрэг хүлээж байсан ч компани томрохын хэрээр Цукерберг болон компанийн бусад гишүүдэд “Паркер компанийг буурьтай удирдахад тохирох хүн биш” гэдэг нь тодорхой болж эхлэв. Цукерберг ч түүнийг өөрийн хувийн компаниа байгуулах хэрэгтэй талаар зөвлөж эхэлжээ. Паркер ч өөрийн хэнэггүй, итгэлгүй, найдваргүй зангаа хүлээн зөвшөөрдөг. "Би үргэлж л дандаа "том загас" барихаар явдаг. Олныг барьдаг ч дараа нь бүгд л алга болчихсон байдаг" хэмээн өөрөө хэлж байсан удаатай. Харин энэ нь компанид өдөр болгон анхаарлаа хандуулж, соргог, сэргэг байх ёстой захирал хүний хувьд тийм ч тохирох зан чанар биш байв. Паркер үе үе гэнэт алга болчиходог хэвээрээ л байлаа. Мөн ажилчид нь ч түүний туйлбаргүй хувирамтгай аашинд унтууцах болжээ.

Компанийн брэндийг шинэчилж Facebook болгосон нь Паркерийн хувьд Дэд ерөнхийлөгчийн хувиар хийсэн хамгийн сүүлийн чухал үйлдлүүдийн нэг байлаа. Наймдугаар сарын сүүлийн өдрүүдэд тэрээр Хойд Калифорнид байшин түрээслэн, хэдэн найз болон компанид нь туслах ажилтан хийдэг нэгэн залуухан бүсгүйтэй амарч байсан аж. Хамгийн гол нь Паркер тэр бүсгүйг 21 нас буюу архи дарс хэрэглэх хууль ёсны насандаа хүрээгүй байсныг мэдээгүй байсан нь хожим Паркерт шүдний өвчин болсон билээ. Нэгэн шөнө тэнд амарч байхдаа

Паркер сёрфингийн дасгалжуулагч нараа урьжээ. Мөн ойр хавьд амьдардаг найз нараа урьж, тэр шөнө том парти болсон гэнэ. Энэ парти нь гурав хоног үргэлжилсэн ба сүүлийн шөнө нь Паркер дасгалжуулагч нартайгаа шар айраг шимэн сууж байтал цагдаа нар хар тамхи илрүүлэгч нохойтой дайран орж ирэв гэнэ. Тэдний хэлж байгаагаар энэ байранд их хэмжээний хар тамхи буюу кокайн, экстази болон марихуан хадгалагдаж байгаа гэж мэдээллэгдсэн аж.

Тэд хаа сайгүй нэгжив. Паркер болон түүний найз нар цагдаа нарт худал мэдээллээр ирсэн гэдгийг ойлгуулж ямар ч хар тамхи байхгүй гэж ятгах гэж зөндөө хичээв. Харин цаг гаруй энд тэндгүй нэгжсэний дараа нэг цагдаа уутанд хийчсэн гурил шиг зүйл олох нь тэр. Байшин түрээслэх гэрээнд гарын үсгээ зураад удаагүй байсан Паркер тэр дороо л цагдаагийн хэлтэс дээр дуудагдав. Түүнийг цагдаагийн газар ирэхэд урьд хоёр өдөр үргэлжилсэн үдэшлэг дээр хүмүүс хар тамхи хэрэглэсэн гэх мэдээ ирсэн байжээ. Ингээд Паркерт хууль бусаар хар тамхи нуун дарагдуулсан хэргээр иргэний хэрэг үүсгэв. Тэр чухам яг гэмт хэргээр яллагдаагүй ч нэр нь гэмт хэрэгтнүүдийн хар дансанд оржээ. үүний дараа тэр удалгүй суллагдсан байна.

Паркер болсон явдлаас ихэд айж, шоконд орсон тул Калифорндахь гэр рүүгээ нисчээ. Гэвч тэр өөрийгөө буруу юм хийсэн гэдгээ огт хүлээн зөвшөөрөхгүй байлаа. Тэрээр болсон явдлыг Цукерберг, Дастин, Коллер болон компанийн хуулийн зөвлөх Стийв Венүто нарт ярьсан байна. Тэд ярилцаад түүнтэй тохиолдсон энэ явдал нь компанийн үйл ажиллагаанд ямар ч саад учруулахгүй учир энэ чигээр нь чимээгүй орхихыг зөвшөөрсөн юм. Гэхдээ үүнээс илүүтэйгээр гай далласан нь Цукерберг Жим Бреертэй тааралдахдаа болсон явдлын тухай хэлж орхижээ. Мэдээж Бреер уг явдлыг бусад хувьцаа эзэмшигч нарт дуулгах нь ойлгомжтой байлаа.

Гэхдээ хамгийн гол нь Accel-ийн удирдах зөвлөлийн гишүүн Бреер энэ явдлыг маш ноцтойгоор хүлээж авав. Тэр дан ганц компанийн дэд захирал хар тамхины хэрэгт холбогдсон талаар санаа зовоод зогсохгүй, насанд хүрээгүй ажилчин нь тэнд хамт байсан явдлыг сайшаагаагүй байна. Паркерийн хар тамхитай орооцолдох болон сахилга батгүй аашлах занг тэр ганцхан энэ удаа биш харин бүр Плахо-д байхаас нь л мэдэх юм. Учир иймд тэрээр Паркерийн хуучин компанид хөрөнгө оруулж байсан Майк Моритз болон бусад хамтран ажиллаж байсан хүмүүсээс асууж үзсэн байна. Бүгд л Паркерийг сахилга бат, хүмүүжлийн доголдлоос нь болж ажлаас халсан гэдгээ хэлжээ.

Accel болон Бреертэй тийм ч нөхөрсөг харилцаатай байгаагүй нь Паркерийн энэ хэргийг ийнхүү чимээгүйхэн дараад өнгөрөх боломж олгосонгүй.

Гол хөрөнгө оруулагчийг төлөөлдөг Бреер “Паркер Хойд Каролинад болсон үйл явдалд буруутай байх нь хамаагүй. Компанийн хувьд хамгийн том саад бартаа нь Паркер өөрөө болоод байна” гэж үзэл бодлоо тулгаж эхэлжээ. Хэдийгээр тэрээр Паркерийн хурц ухааныг биширдэг байсан ч үнэн хэрэгтэй Паркераас салах өөр шалтгаан байжээ. Цукерберг, Паркер хоёр нийлээд хөрөнгө оруулагчдын эсрэг багтай зогсож чаддаг байсан тул Бреерийн эрх мэдэл үнэндээ Паркерийнхаас ч бага байжээ. Тиймээс л түүнийг гаргасан ганц том алдаан дээр нь дөрөөлөн компаниас зайлуулах алтан боломжийг алдахгүйг хичээсэн нь тэр.

Харин компанийн бусад удирдлагууд маргаантай асуудлын голд гацчихсан байсан юм.

Паркерийн зарим найз хүртэл компанид авчирсан амжилт, хийсэн гавьяаг нь үл хамааран түүнийг Facebook-ийн дэд захиралын албанаас буухыг зөвлөж байв. Бүр зарим залуу ажилчид хүртэл Паркерийн шалиг занд дурамжхан байдгаа илэрхийлэх болсон нь дарин дээр давс нэмсэн хэрэг болов. Харин нөгөө талд зарим удирдлага Паркераас болж Facebook-ийн нэр хүнд олон нийтэдунахаас ихэд айж байлаа. Хэвлэл мэдээллээр компанийн дэд захирал хувийн амьдралдаа бодлогогүй загнадаг гэсэн мэдээлэл түгэх нь тун эрсдэлтэй байсан юм.

Ял зэмлэл болон баримт нотолгоонууд нь компанийг жинхэнэ бодит хямралд оруулж эхлэв. Бреер Паркерийг ажлаа хүлээлгэн өгөх тал дээр хатуу байр суурьтай байсан ба олныг турхирч байлаа. Ганц өмгөөлж буй хүн нь болох Цукербергт гаднаас маш их дарамт ирэх болов. Ингээд Жефф Рошилд, Венүто, Паркер, Цукерберг нар гарц хайн олон цагаар ярилцаж суудаг болжээ.

Гэхдээ энэхүү компанийн дотоод үйл явдал нь ердөө хэдхэн долоо хоногийн л өрнөлтэй байсан юм. Бреер урьдын адил Паркерийг компанийн дэд захирлын албанаас өөрийн хүслээр буухыг шаардаж байсан ба хэрэв зөвшөөрөхгүй бол удирдах зөвлөлийн гишүүдэд болсон үйл явдлыг цаг тухайд нь хэлээгүй хэргээр шүүхэд өгнө хэмээн сүрдүүлж байлаа. Паркерийн найз болон удирдах зөвлөлийн гишүүн Петер Тиел ч бас Паркерийг ажлаасаа буух санал тавьж байв. Ингээд Паркер Цукерберг хоёр нэг өрөөнд хоёулханаа сууж, олон цаг сэтгэлээсээ ярилцсаны эцэст Паркер ажлаасаа гарахаар шийджээ.

Гурав дахь удаагаа Паркер өөрийн гар бие оролцон бүтээлцсэн компаниасаа халагдаж байгаа нь энэ. Гэхдээ өмнөх хоёр тохиолдлыг бодвол өөртөө чамгүй хөрөнгө босгочихоод гарсан юм. Харин Бреер түүнийг ийн удирдах зөвлөлөөс халаад зогсохгүй ямар нэгэн байдлаар компанид ажиллахыг зөвшөөрөхгүй, эзэмших хувьцааных нь бүрэн эрхийг хүртэл хүчингүй болгохыг шаардаж байлаа. Яагаад гэвэл тэр компанид жил хүрэхгүй хугацаанд л хамт байсан. (Компанийн дүрмээр бол оруулсан оюуны хөрөнгө нь албан тушаалд байх хугацаатай шууд холбоотой байдаг. Удаан ажилласан бол тэр хэмжээгээрээ их хувьцаатай болно гэсэн үг юм). Ингээд ажилласан хугацаандаа чөдөрлөгдсөн Паркер тал хувьцаанаасаа арга буюу татгалзсан байна. (Хэрэв ингээгүй бол өнөөдөр тэр нэг тэрбум долларын хөрөнгөтэй байх байв).

Удирдах зөвлөлөөсөө гарч байгаа Паркерт өөрийн албан тушаалаа гэрээслэх боломж байсан юм. Энэ нь өөрийн хүслээр хэн нэгэнд үлдээж болох боломж байв. Тэрээр энэ суудлаа Цукербергт өгөө гэж эртнээс бодсон ажээ. Учир нь гурван суудлыг эзэмшиж байхад Цукерберг удирдах зөвлөлийн бусад ямар ч гишүүнтэй харьцуулашгүй эрх мэдэлтэй болох байв. Хэрэв тэрээр өөр ямар нэгэн хүнд энэ суудлаа орхиод гарвал Цукербергийн хүч алдагдаж, компанийн хувь заяа гадны хөрөнгө оруулагчдын гарт орох эрсдэлтэй. Хэрэв гадны хөрөнгө оруулагчид давуу эрхтэй болчих юм бол тэд хамгийн түрүүнд Цукербергийг шахан гаргах нь тодорхой... Тиймээс Паркерт тийм ч олон сонголт байсангүй.

Ингээд Цукерберг одоо удирдах зөвлөлд байх таван суудлын хоёрыг нь томилох эрхтэй ба харин нэг дээр нь өөрөө суух учир нийтдээ гурван суудлыг удирдах болов. Ердийн үед энэ хоёр суудал нь ямар ч эзэнгүй, харин ямар нэгэн ноцтой санал зөрөлт гарвал Цукерберг хоёр шинэ захирлыг удирдах зөвлөлийн суудал дээр томилох бүрэн эрхтэй байв. “Энэ нь Маркийн байр суурийг улам бэхжүүлж, яг л үе залгамжлан хаан ширээг авах боломж мэт болгосон. Би Facebook-ийг гэр бүлийн бизнес байх ёстой гэж боддог. Марк болон түүний удам нь

Facebook-ийг мөнхөд удирдана гэж бодож байна" хэмээн Паркер сүүлд ярилцлага өгчээ.

Цукерберг одоо ч өөрийн хуучин анд дотны зөвлөх түүнтэйгээ ярилцан зөвлөлдсөөр байгаа билээ.

7. 2005 оны намар

"Facebook-ийг улам өргөжүүлсээр"

2005 оны хичээлийн жил эхлэхэд шинээр Facebook компани коллежийн зах зээлийг бараг бүхлээр нь эзэлжээ. Одоо америкийн бүх их дээд сургуулиудын оюутнуудын 85 хувь нь Facebook-ийн хэрэглэгч, тэднээс 60 хувь нь өдөр болгон Facebook-т ордог гэсэн судалгаа гарчээ. Цукербергийн багийнхан хэрэглэгчдээ оюутан төдийгүй олон нийтэд улам түгээхийг хүсэж байлаа. Энэ асуудлаар компани дотор бөөн маргаан дэгдэж байлаа. Дараа нь яах вэ хэмээн удирдах зөвлөлийн гишүүн Жим Бреер байнга үглэнэ. Олон улсад гаргах эсэх талаар асуулт маргаанууд их гардаг байлаа. Гэвч авууштай нь тэд илүү ихийг хүсч байвал юун түрүүнд алхах сургуулийнхны зүрх сэтгэлийг эзэмдэх хэрэгтэйг сайтар ойлгож байжээ.

Московиц, Цукерберг нар Facebook-аа алхмаар газар сайгүй тархаж буйг мэдэж байлаа. Ахлах сургуулийнхнийг хамрах нь мэдээж байв. Энэ нь шуугиан тарих төдийгүй MySpace-тэй өрсөлдөх гол талбар байв. Учир нь MySpace ахлах сургууль рүү маш эрчтэй орж байсан юм. Цукербергийн шийдвэрийг удирдах зөвлөл яаж ч эсэргүүцээд нэмэргүй.

Тэр зун Facebook-ийнхэн ахлах сургуулийн сурагчдыг эгнээндээ нэгтгэхээр ажиллаж эхэллээ. Харин хөрөнгө оруулагч Бреер, Коллер нар энэ санааг тийм ч их дэмжсэнгүй. Facebook” нь анхнаасаа "коллежийн" гэх тодотголтой болсон учир коллежийн оюутнууд ахлах сургуулийнхныг өөрсөдтэйгээ нэгдэхийг хүсэхгүй байгаа. Ахлах сургууль нэгтгэнэ гэдэг гол хэрэглэгчид оюутнуудаа алдана гэсэн үг ажээ. Тэгэхээр ахлах сургуульд зориулсан тусдаа сүлжээ байх хэрэгтэй гэдэг дээр санал нэгдэв. High School (ахлах сургууль)-ийн High-ийг авч FacebookHigh.com гэдэг хаягийг өмчлөх гэж оролдсон ч дэндүү их мөнгө нэхсэн учир больсон байна.

Хэрэв ахлах сургуулийн сурагчид Facebook-ийн сүлжээнд нэгдвэл Facebook-ийн хүн таних онцгой функц нь яаж ажиллах вэ? Тухайн хүний жинхэнэ нэр болон бодит мэдээллийг хамгаална гэдэг нь хэт асуудалтай болчих мэт. Коллежид данслагдсан edu өргөтгөлтэй и-мэйл хаяг тухайн хүнийг хэн болохыг тодотгож өгдөг хамгийн том зүйл. Энэ нь Facebook-ийн хэрэглэгчдийн мэдээллийг хамгаалах хамгийн том түлхүүр байсан юм. Хэрэглэгчид утас, хаяг гэх мэт чухал зүйлээ хуудас дээрээ байрлуулсан учир олон сая оюутнуудын хувийн мэдээлэл олон нийтэд ил болох байлаа. Тэгвэл edu өргөтгөлтэй и-мэйл хаяггүй ахлах сургуулийнхан нэгдэхээр энэ бүхэн хэрхэн өөрчлөгдөх бол?

Тухайн үед маш цөөхөн ахлах сургууль (тэдний ихэнх нь хувийн) л сурагчиддаа зориулсан и-мэйл хаягтай байжээ. Шинээр томилогдсон ерөнхий зөвлөл Крис Келло ахлах сургуулийн удирдлагуудыг “Сургуульд данстай цахим хаяг нь онлайн ертөнцдэх хамгаалттай байх цор ганц баталгаа” гэж ихэд ятган, компанит ажил явуулав. Дараа нь үндэсний ахлах сургуулиудын сурагчдын и-мэйл сүлжээг үүсгэхээр шийджээ. Энэ мэт олон саад бэрхшээлийг давсны эцэст ахлах сургуульд сүлжээгээ нээв. Шинээр элсэгч нь ахлах сургуулийн найз нараа сүлжээнд урих, ахлах сургуулийнхан найз нараа урих гэх мэтээр олон гишүүнтэй болох байв. 37 мянган сургуульд бүгдэд нь зориулсан тусдаа хэрэглэгчийн сүлжээ нээсэн байна.

Анх ахлах сургуулийн сүлжээ сайт Facebook-ээс тусдаа байдаг байсан ба ахлах сургуулийн хэрэглэгчид Facebook.com хаягаар нэвтэрч орох боловч коллежийн хэрэглэгчдийн хуудсаар зочлох эрх байхгүй байв (хэрэв тухайн коллежийн оюутан түүнийг найзаа болгоогүй бол шүү дээ). Хэрэглэгчдийн тоо удаан ахиж байлаа. Харин арван сарын дундаас эхлэн хэрэглэгчдийн тоо юу болов гэмээр гэнэт нэмэгдэн, мянга мянган ахлах сургуулийн сурагчид өдөр болгон бүртгүүлэх болов. (ерөнхийдөө өдөрт 20 мянган шинэ хэрэглэгч нэмэгдэж байжээ)

Facebook ингээд коллежийн "бэлэг тэмдэг" байхаа болилоо. Харин Цукерберг Московитзийн хүчтэй шаардлагын дагуу ахлах сургууль коллежийн сүлжээг нэгтгэх шийдвэр гаргажээ. Ингээд 2006 онд хоёр сүлжээг нэгтгэснээр дурын хэрэглэгчид хоорондоо найзын холбоо үүсгэж, нас анги сургууль харгалзахгүйгээр бие биерүүгээ захиа явуулж болохоор болов (насны хязгаарнь 13). Коллер, Бреер нарын зэрэг олон ахмад ажилчин энэ алхмын үр дагаварыг маш муугаар төсөөлж байсан ба оюутнууд сурагчдыг сүлжээндээ хараад Facebook-ийн талаархи эерэг үнэлгээ, сэтгэгдэл нь унана хэмээн бодож байлаа.

Хоёр сүлжээг нэгтгэсэн өдөр үнэхээр өөрчлөлтийн өдөр болсон юм. Нөгөөх ахлах сургуулийг үзэн яддаг коллежийн залуус хүрээнээсээ халин өөр ертөнцтэй холбогдоход бэлэн байсныг тэд энэ өдөр л мэдэв. Гэвч хэтэрхий олон хэрэглэгч байсан тул тэдний энэ алхмыг үгүйсгэх, дургүйцэх гишүүн гараад л ирнэ. Жишээ нь "Чи одоо болтол ахлах сургуулиа төгсөөгүй байж, над руу найзын урилга явуулна гэнэ ээ? Аймшигтай... Зайл!" гэдэг шинэ бүлгэм үүссэн байлаа. Энэ нь тийм ч гайхахаар зүйл биш байсан ч харин Цукербергт мэдэхийг хүссэн ганц зүйлийг нь хэлээд өгчээ. өөрөөр хэлбэл сурагч оюутны харьцаа улам өсөж байгааг харуулжээ. Сурагчид оюутнууд руу найзын урилга явуулж, тэд нэгдэж эхэлж байгаа нь илт болов. 2006 он гэхэд Facebook бараг сая ахлах сургуулийн хэрэглэгчидтэй болсон байна.

Facebook Пало-Алтогийн Емерсон гудамж дахь China Delight рестораны дээд давхартбайх давчуу өрөөндөө багтахдаа болив. Ингээд тэд нэг гудамжны цаана байх Их сургуулийн өргөн чөлөөнд, Стенфордоос холгүйхэн Google-ийн удирдлагын гудамжны эсрэг талд шинэ оффист орохоор болжээ. Компанийн шинэ дүр төрхөд зориулж шив шинэ шилэн байшинд байрлах болжээ. Харин нүүж суухдаа өөрсдийн дуртай классик загвараа ашиглав. Бүгдөөр өөрийнхөө зүйлсийг зөөнө. Тэд компьютерийн дэлгэцээ ачсан дугуйтай сандлаа түрэх зэргээр инженерүүд маань гудамжаар аялал хийжээ.

5 сая хэрэглэгчтэй болсны дараа удирдах зөвлөлийн гишүүн Питер Тиелийн Сан Францискод байдаг Frisson бааранд амжилтаа тэмдэглэхээр цугларлаа. Энэ нь сая хэрэглэгчидтэй болоход тэмдэглэсэн баяраас аравхан сарын дараа болжээ. Энэ мэтээр өдөр ирэх тутам хэрэглэгч нэмэгдээр байлаа. Сургуулийн шинэ жил эхлэхэд сүлжээтэй сургуулиас бараг хоёр дахин их сургууль шинээр нэмжээ. Одоо хэрэглэгчдийн талаас их нь өдөрт дор хаяж нэг удаа зочилдог гэсэн судалгаа гарсан нь интернэт бизнесийн хувьд маш хаа ч байхгүй гайхалтай үзүүлэлт байв.

Хэрэглэгч 230 сая хуудас нэг өдөрт үздэг болж компанийн орлого сарын сая доллар болон өсөв. Ихэнх нь зар сурталчилгаанаас ирэх ба харин нэлээдийг нь "бүлгэм"-ээ ивээн тэтгэдэг Apple, Victoria Secret гэх компаниудаас олдог байв. Мөн зөвхөн тухайн сургуулийн хэрэглэгчид л харагдах зараас бас нэлээд мөнгө олдог болсон байна. Гэвч орлого ихсэхийн хэрээр зардал нь нэмэгдэж сардаа 1,5 сая доллар үрдэг болов. Энэ нь ихэнхдээ Assel-ийн

хөрөнгө оруулалтаас гардаг байсан ба энэ тухайд Москович, Цукербергхоёр нэг их санаа тавьдаггүй байжээ. Москович шаргуу ажилласан хэвээр, гэхдээ тэр одоо ажлаа хийгээгүй үедээ есөн сард авсан BMW-6 series машинаа хөлөглөх дуртай аж.

Ажилчдад Facebook-т ажиллах нь ямар нэгэн түүхэн үйл явдлын гэрч болж буй мэт сэтгэгдэл төрдөг байлаа. Иелийн Их Сургуулийг хөгжмийн чиглэлээр дүүргэсэн Коллер энэ тухайд "Түүхэнд гарсан олон тохиолдол шиг шинэчлэл авчирсан, олныг байлдан дагуулсан яг л тэр үеүүдийн нэг юм шиг санагддаг байсан. Жишээ нь жаз хөгжим Нью-Йоркт 1940 оноос, панк хөгжим 1970 оноос тархаж эхэлсэн шиг яг л тийм сэтгэгдэл бидэнд төрдөг байсан" гэжээ. Ихийг өөрчилж буй компанид ажиллах түүхэн цаг үе тохиосон нь ажилчдад улам л урам зориг өгч, улам л шаргуу болгож байв.

Гэхдээ олон нийтийн сүлжээ сайтын түүх ганцхан Facebook-ээр тодорхойлогдохгүй нь ойлгомжтой. өөр олон компани нийтийн сүлжээ сайтын үйлчилгээг ашиглаж байв. Ердөөл тэдний яг хажууд Марк Андреесены үүсгэсэн хэрэглэгчид өөрийн гэсэн хуудас биш бүр харин ч өөрийн гэсэн олон нийтийн сүлжээ сайтыг нээж болох Ning, яг Facebook шиг үйлчилгээтэй сайтууд болох Bebo, Hi5 гэх мэт олон сайт ажилладаг байлаа. Тэдний зорилго нь Facebook-тэй адил боловч Facebook-тэй харьцуулахад дан ганц АНУ-ын коллеж биш, харин хүссэн хэн боловч нэгдэж болохоор бүх хэрэглэгчидрүү чиглэж байсан тул тэдний хийсэн ухаалаг бүтээгдэхүүнүүд нь дэлхийн цар хүрээтэй байсан юм.

Московиц нь хэрэглэгчдийн тоо болон бусад ижил үйлчилгээтэй сайттай Facebook-ээ харьцуулах гэж их цагийг зарцуулдаг байв. өрсөлдөгчиддөө улам их судалсан ба тэрээр нэгдүгээр сард 6 сая хэрэглэгчтэй байсан MySpace одоо 24 сая болтлоо өссөнд тун их санаа зовж байжээ. "MySpace-ийнхэн хэр яаж байна?" гэж Москович нэг удаа Цукербергээс асуухад "MySpace-ийг чөтгөр аваг!" хэмээн хариулсан гэдэг.

5 сая хэрэглэгчтэй болсноос хэдэн долоо хоногийн дараа сайтын үйлчилгээнд хувьсгал авчрах шинэ үйлчилгээг нэмэхээр шийджээ. Энэ нь хэрэглэгчдийн дунд маш их амжилт олсон ба хэрэглэгч өөрийн хуудсандаа энэ функцийг байрлуулаад л бусдын хуудасны мэдээллийг хайж болох аж. Гэвч хуудсаа найзуудынхаа дунд алдартай болгох ганц л арга зам байв. Энэ нь зураг солих. Хэрэглэгч хэдийгээр цор ганц зураг оруулах эрхтэй байсан ч маш олон хэрэглэгч зургаа сольж, зарим нь бүр нэг өдрийн хэд өөрчилдөг байж. Хэрэглэгчдийн хамгийн хүсэж буй зүйл нь олон зураг оруулахболомж байв.

Facebook-ийн зураг оруулах үйлчилгээ маш том тэсрэлтийг интернэт ертөнцөд авчирсан юм. өмнө нь дөнгөж гарч ирсэн зургийн сайт Flickr-ийг Yahoo худалдаад авчихсан байсан ба энэ сайт tag буюу "шошго" гэх жижиг функцыг дотроо агуулж байсан нь маш дэвшилтэт санаа байсан юм. Tag нь хэрэглэгч зураг оруулсныхаа дараа тухайн зурагт буй зүйлүүдэд нэр өгдөг үйлчилгээ юм. Тэгэхээр хэрэглэгчид tag-ийг ашиглан бусдын зургийг хайж болох боломжтой байсан.

Facebook-ийг зургийн сайт болгох гэж байна хэмээн удирдах зөвлөлийн гишүүд бас л удаан маргалджээ. Хэрэглэгчид бие биеийнхээ зургийг интернэтээс аваад компьютер дээрээ үзэж болдог нэмэлт функц Wirehog-ийг хийсэн ч амжилт олоогүй. Wirehog-ийг нээлттэй байхад цөөхөн хүн туршиж үзсэн шүү дээ гэх мэтээр эсэргүүцэл их гарч ирлээ. Гэвч эцсийн эцэст

Паркер болон бусад нь фото зургийн функц хийхэд алдах юмгүй хэмээн ятгаж чаджээ. Паркер "Ямар нэгэн биеэ даасан програм биш, харин Facebook-тэй зохицон сайтар ажиллаж чадах Facebook дээр тулгуурласан програм байх хэрэгтэй" гэсэн байна.

Компанийн хамгийн сайн инженерүүд энэ шинэ аппликейшн дээр ажиллах болов. Ерөнхий дизайн, харагдах байдлыг нь Аарон Ситтиг гаргаж, програмист Скотт Марлете кодыг нь бичдэг байв. Харин бүхэлд шинэхэн дэд ерөнхийлөгч Доог Хирш хариуцаж байв. Тэрээр 34 настай хэдий ч цахим ертөнцөд аль хэдийн ахмад зүтгэлтэн болсон бөгөөд Yahoo-ийн хамгийн анх ажилд авсан 30 ажилтны нэг байв.

Хэдэн долоо хоногийн дараа Ситтиг, Марлет, Хирш нар зураг оруулах үйлчилгээг бэлэн болгожээ. Интернэтэд байдаг зургийн үйлчилгээнүүдтэй адил энэ нь тухайн хэрэглэгч зураг оруулах, цомог үүсгэх, доор нь сэтгэгдэл бичиж болохоор болжээ. Интернэт бизнесийн салбарт олон жил ажилласан туршлага дээрээ үндэслээд тэднийг өөр тийшээ эргэх ёстой гэж дүгнээд "Миний бодлоор зурганд хүмүүсийн анхаарлыг хамгийн их татдаг зүйл нь тэр зураг дээр хэн байна вэ гэдэг л байна" гэжээ. Ингээд тэдэнд дахиад нэг функц хэрэгтэй болжээ.

Тэд tag-ийг ашиглахаар шийдэв. Энэнь маш зөв санаа байсан юм. Facebook-ийн цомог дээр хэрэглэгч нь хүнийг tag-лаж болдог болгов. Хэдийгээр энэ нь маш энгийн сонсогдож байсан ч урьд нь хэзээ ч ийм зүйл хийгдэж байгаагүй юм. Flickr дээр хэрэглэгчид хүн tag-лахаасаа уул, байшин, од, тэнгэр амьгүй зүйлсийг, мөн очсон ба зураг авахуулсан газраа tag-ладаг байжээ. Харин Facebook-т тухайн зураг дээр хэн хэн байгааг tag-лан нэрлэж тэдгээр найзууддаа зургийг нь тавьсан шүү гэж урилга илгээж болохоор болов. Харин зураг нь tag-лагдсан мэдээг хуудасныхаа нэрийн хажууд хардаг болжээ.

"Зураг оруулах баг" өөр маш чухал хоёр шийдвэр гаргажээ. Тухайн хэрэглэгчийн цомгийг үзэж байгаад дараагийн зургийг үзэх болбол зурагны хаа нэгтээ дурын газар дарахад л дараагийн зураг руу шилждэг болгов. Тэгэхээр үүнээс өмнө байсан зургийн доор юм уу хажууд гарах жижигхэн next товчийг хайж суудаг байсан цаг үгүй болжээ. Энэ шийдэл нь зургийг маш хялбар үзэх боломжтой төдийгүй цэвэрхэн харагдуулдаг байв. Мөн тэд зурагуудийг маш бага хэмжээтэй дижитал файл болгон хувиргав. Энэ нь оруулсан зурагууд эх хувилбараасаа чанарын нягтрал муу байна гэсэн үг бөгөөд зураг хурдан оруулах хамгийн гол нөхцөл байв. Тэгээд хүмүүс зурагуудаа сонгох, оруулах гээд л ердөө хэдхэн минутын дараа интернэтэд үзэж болохоор болжээ.

Ингээд зөвхөн хэрэглэгч нягтрал багатай зургийг хүлээж авах уу, tag функцийг ашиглах болов уу гэсэн асуулт үлдлээ. Аравдугаар сарын нэгэн өдөр зураг оруулах функцээ нэвтрүүлчихээд бүгд маш том дэлгэцнээс хэрэглэгч ашиглах болов уу, зураг тавих болов уу, tag хэрэглэх болов уугэж бүгд сэтгэл түгшин ажиглаж суужээ. Анхны хэрэглэгчийн оруулсан зураг нь хүүхэлдэйн киноны муур байв. Бие бие рүүгээ санаа зовсон байртай харцгаана. Харин хоромын дараа охидын зургийг харав. Бүлэг охид, үдэшлэгт буй охид, өөрдийнхөө зургийг авсан охид, найзынхаа зургийг авсан охид гэх мэт. Эдгээр зураг бүгд tag-лагдсан байлаа. Ер нь охидын зураг л их орж байв. Залуусынх тун цөөхөн. Хэдэн зураг оруулах нь хязгааргүй байсан тул хэрэглэгч бүр хүсснээрээ зураг оруулж, ялангуяа охид мянга мянгаар нь байрлуулж байлаа.

Энгийн зураг бодит байдал дээр илүү ихийг ардаа агуулах ажээ. tagлагдсан зураг бусдын нөхөрлөлийн гол бэлэг тэмдэг болсон байна. Одоо Facebook-т найзууд дундаа "алдартай" болох хоёр зам бий болсон байна. Хэр олон найзтай байгаа нь, хэдэн удаа бусдын зурагт tag-лагдсан бэ гэдэг юм.

Ситтиг, Марлет, Хирш нар дижитал зургийн эрин үеийн энэ мэт хамгийн төгс аргыг үнэхээр биширч байлаа. Маш олон хүн камер сайтай утас барьдаг болж, өдөр тутмын амьдралынхаа хором хэсгийг дижитал хэлбэрээр Facebook-тээ үлдээдэг болов. Хэрэв үргэлж зургийн аппараттай явбал болж буй ямар нэг зүйлийн зургийг аван найзууддаа бүгдэд нь дуулгах гэж зовохгүйгээр Facebook-тээ тавихад л боллоо. tag-лагдсан хүнд автоматаар дохио очих болно. Энэ нь MySpace-ийн зураг ашиглаж байсан хэлбэрээс тэс ондоо байв. MySpace-т зураг оруулахдаа маш нарийн сонгож, ганган хээнцэр гарсан зургаа тусгай сэдвийн дор тавьдаг, нэг ёсны өөрийгөө сурталчлах зорилгоор хүмүүс ашигладаг байв. Харин Facebook-т зураг хамгийн энгийн хэрэглээ, ердийн харилцаа холбооны хэрэгсэл болсон юм.

Товчхондоо зургийн функц оруулсан нь интернэтийн ертөнцөд Facebook-ийг хамгийн алдартай болгосон байна. Зураг оруулах функц ажиллаад сарын дараа гэхэд хэрэглэгчдийн 85 хувь нь дор хаяж нэг удаа зурагт tagлагдсан байж. Ихэнх нь хуудасны тохиргоогоо хэн нэгэн намайг tag-лавал и-мэйлээр мэдэгд гэх тохиргоон дээр тавьсан байв. Зураг нэмэгдлээ гэх и-мэйл ирэхэд орж харахгүй хэн байх билээ. Зургийн функц нь ашиглалтанд орсноос хойш хүмүүс Facebook руу орох нь улам ихэссэн юм. Хэрэглэгчид өдөрт хэдэн удаа орж буйгаар сайтынхаа чадварыг дүгнэдэг Цукербергийн хувьд үнэхээр сэтгэл хангалуун байв. Бүх хэрэглэгчийн 70 хувь нь өдөр бүр, 85 хувь нь долоо хоногт дор хаяж нэг удаа зочилдог гэсэн судалгаа байна. Энэ тоо баримт нь ямар ч интернэт компани, үйлчилгээ, бизнесийн байгууллагыг ангайлгах үнэхээр том амжилт байв.

Зургийн функц гарсан нь энэ бүх зургийн ачааллыг дийлэх болов уу? гэдэг нэг асуудлыг дагуулах нь тодорхой болов. өгөгдөл агуулах болон серверийн багтаамж хамгийн ярвигтай асуудал байлаа. Энэ функц нь зургаан долоо хоногийн дотор зургаан сар хэрэглэх багтаамжийг нь аваад явчихаж. өгөгдлийн төвийн програмист Жефф Родшилд хамт ажиллаж байсан нь том аз байлаа. Тэр шөнө бүр үлдэж, серверүүдийг тогтвортой ажиллуулахын төлөө зүтгэдэг байв. Одоо бүх л ажилчид өгөгдлийн санд шинэ сервер суурилуулах ажилд тусладаг болов. Харин кодчлолын мангас хочтой, авьяаслаг програмист Марлет зургийн функцийг улам сайн, улам ашигтай ажиллуулахын төлөө программын кодыг дахин бичиж байлаа. 2010 оны сүүл гэхэд Facebook-т 40 тэрбум зураг орчихсон байсан нь тэднийг дэлхийн хамгийн том фото сантай сайт болгосон юм.

Facebook-ийн хамгийн шилдэг функц зургийнх байсан юм бол өөр ямар аппликейшн тэсрэлт хийж чадах вэ?. Иймэрхүү асуудлыг Цукерберг маш нухацтайгаар боддог байсан бөгөөд Адам Д'Анжелотой "интернэтийг хэрхэн нээлттэй ертөнц болгох вэ" хэмээн ярилцдаг байсан үеэс энэ талаар санал солилцдог байсан байна. Wirehog-ийн зорилго нь Facebook-ийн зургийн функцийг ачаар биелэлээ олж байх шиг байлаа. Паркер "Зургийн аппликейшн ямархуу байгааг хараад Маркийн яриад байсан Wirehog-ийн санааны гол зангилааг ойлгосон. Тэрээр урагшлах тусам Facebook-ийг юу болох талаар улам өргөн хүрээтэйгээр бодож, улам тэлж сэтгэдэг байсан юм" гэжээ.

Харвард Facebook-т хувь нэмрээ оруулсан хэвээр байлаа. Зураг оруулах талд гарсан амжилтдаа зоригжиж Цукерберг Facebook-т илүү олон өөрчлөлт, шинэчлэлтийг хийхээр төлөвлөжээ. Харин хамгийн гол нь эхлээд, тэрээр хамгийн шилдэг програмистуудаар багаа бүрдүүлэх хэрэг гарлаа. Тэрээр Цахиурт Хөндийд ирэх програмистуудыг хараад сэтгэлээр унах аж. Учир нь тэд Facebook-ийн ертөнцөд нэг л тохирохгүй байв. Бүгд нэгэн хэвийн, энгийн, өөрийн гэсэн "гаж" санаа байхгүй, мөн түүнийхээр ямар ч ажлын бүтээмж байхгүй мэт харагддаг байлаа. Тиймээс тэр Харвардад байхад нь хичээл ордог байсан, өөрийн бишрэн хүндэлж явдаг байсан профессоруудаа Facebook-ээсээ хайж олоод тэднээс шинэ залуу авьяаслаг програмист олж өгөхийг гуйсан байна.

Харвардын 2003, 2004 оны төгсөгч, компьютерийн шинжлэх ухааны туслах багш дөрвөн залууг 2006 онд ажилд авчээ. Тэдний гурав нь Microsoft-д ажиллаж байсан ба нэг нь Amazon.com-ийн програмист байсан байна. Microsoft-д ажиллаж байсан Чарли Чийвер Цукербергийн хувьд өөртэй нь их төстэй санагддаг байжээ. Учир нь тэрээр мөн адил Харвардын Сахилга бат Хүмүүжлийн хороонд оюутны мэдээллийн санг эвдэн орж, татсан хэргээр дуудагдаж байсан юм. Чийвер нь зохиосон програмаараа хэн нь хэний хөрш болох, аль оюутны байранд хөөрхөн охин амьдардгийг хайхад нь найзууддаа тусалсан байна. Энэ нь Цукербергийн facemash-ийг хийсэн шиг тийм ч эрсдэлтэй алхам биш байсан ч, facemash-ийн хэргээс жилийн өмнө болсон нь содон байв.

Компанид ирсэн шинэ үеийхэн Facebook-ийг инженерийн хувьд шинэ төвшинд аваачсан. Хэдийгээр тэд хэт залуу хийгээд компанийн гол утга учир болсон нээлттэй, ил орчны талаар ойлголтгүй байж болох ч чамгүй хугацаанд дэлхийн хамгийн шилдэг компаниудад ажиллачихсан тушлагатай байсан юм. Жирийн кодчлолын ажил тэдэнд сонин биш, тэд энд интернэт ертөнцөд шинэчлэл авчрахад гар биеэ оролцлох л сонин байв.

8. Гүйцэтгэх захирал

"Гүйцэтгэх захирлын дамжаанд суусан нь"

Facebook шинэ технологи хэрэгжүүлэн өсөн дэвжихийн хэрээр, мэдээлэл технологийн зах зээлд аль хэдийн байр сууриа олчихсон компаниуд түүнтэй улам ойртож нэгдэхийг хичээх болов. Facebook интернэтэд гэнэтхэн л мандаж эхэлсэн нь 1990 оноос хойш энэ салбарт зүтгэгсдийн эзэмшихийг хамгийн их хүсдэг үйлчилгээний сайтуудын нэг болов. Марк Цукербергч олонд танигдснаас хойш нэг л мэдэхэд Лос-Анжелес болон Ийст Костын маш олон найзуудтай болсон байна.

Гэвч тэрээр одоо байгаа жишиг болсон гүйцэтгэх захирал /гүйцэтгэх захирал/ нарын замаар явахыг хүсэхгүй байв. Орлого олохыг ч тийм их боддоггүй, зар сурталчилгааг ч урьдын адил хумисаар байлаа. Техникийн салбарт үйл ажиллагаагаа явуулдаг нэгэн компанийн төлөөлөгч тухайн цаг үед Цукербергтэй уулзаад сэтгэлээр унаад ирснээ дурсан ярина. Учир нь Цукерберг компанийн орлогыг нэмэгдүүлэхийг огт хүсэхгүй байсан болохоор тэр. Тэр "Цукербергийн хамгийн том алдаа нь тэр юуг мэдэхгүй байгаагаа мэддэггүй байсан явдал юм. Түүний ярих нь маш тодорхой, ухаалаг. Мөн Facebook-ийг нийгмийн харилцаа холбооны хэрэглээ гэдэг дээр гуйвшгүй зогсож байсан. Намайг "Facebook харилцаа холбооны хэлбэр болдог юм байж. Тэгвэл танай дараачийн алхам юу вэ?" гэж асуухад Цукерберг "үнэхээр биэнэ нийгмийн хэрэглээг хийх гэж л их ажилласан" гэхээс өөр юм хэлээгүй юм. Тэгээд би энэ залуу төлөвлөгөө, тактикаа бусдад мэдэгдэхээс сэргийлж, гол зүйлээ ярихгүй байна. Эсвэл үүнээс өөр юу ч бодоогүй байх" гэж ярьсан байдаг.

2005 оноос Viacom-ийн MTV гэх охин компанийн стратегийн босс болох Денммарк Вест Facebook-ийг 75 сая доллараар худалдаж авах санал тавьсаар ирсэн. Харин энэ саналдаа татгалзсан хариу авснаас хэдхэн сарын дараа MTV нь MySpace-ийг худалдаж авах асуудал дээр бараг л амжилт олчихоод байв. Яг энэ үед News Corp гэнэт гарч ирээд MySpace-ийг өөрийн болгочихов. Ингээд 2005 оны намар MTV Facebook-ийг урьд урьдынхаас ч илүү сонирхож эхэлсэн юм. Вест болон MTV-ийн бусад удирдлага Face-book болон MTV-ийн хэрэглэгчдийн дунд маш олон нийтлэг чанар байгааг ажигласан учир энэ компанийг нэгтгэх нь цахим стратеги болж чадна гэдэг дээр санал нэг байсан юм.

MTV-ийн стратегийн албаны дарга Вест Коллер руу утасдан Цукербергтэй уулзалт зохион байгуулж өгөхийг гуйхад тэр "Зөвхөн захирлуудын түвшинд л ярилцах боломжтой. Хэрэв танай гүйцэтгэх захирал энэ уулзалтанд ирнэ гэвэл болж байна" гэсэн хариу өгчээ. Энэ шаардлагыг MTV-ийнхэн маш шуурхай биелүүлэв. Ингээд Цукерберг Коллертай хамт Нью-Йорк руу MTV-ийн гүйцэтгэх захирал Том Фрестон, MTV Networks-ийн гүйцэтгэх захирал Жюди МкГраф нартай уулзахаар нислээ. Фрестон MTV болон Facebook-ийн хэрэглэгчид хэр төстэй байгаа талаар ярьж, MTV, Facebook-ийн хооронд ямар нэг хамтын ажиллагаа байж болох талаар нэлээд гуйсан өнгөөр чин сэтгэлээсээ тайлбарлажээ. Тэр, жишээ нь Facebook оюутан залуусыг биш харин арай ахмад үеийг байлдан дагуулахад туслах талаар санал тавьжээ. Цукерберг "Бид зөвхөн коллеж болон ахлах сургууль дээр л түшиглэн ажилладаг" гэж шууд няцаасан байна. өөр олон санал тавьсан ч Цукербергбүгдийг нь эсэргүүцсэн байна. Цукерберг, Коллер хоёрын яг яах гэж Нью-Йорк хүртэлх хол замыг туулж ирсэн нь Viacom-

ийнхныг будлиулж орхилоо. "Энэ уулзалт бүтэхгүй, болохгүй, баярлалаа, байхгүй гэсэн уулзалт болж хувирсан" гэж Viacom-ийн нэгэн ажилтан өгүүлжээ. Гэлээ ч Viacom бууж өгсөнгүй.

2005 оны арваннэгдүгээр сард МкГраф халагдан McKinsey Company гэх компанийн зөвлөх Майкл Вольф MTV-ийн ерөнхийлөгчөөр ажиллахаар болов. Тэрээр ажилдаа оронгуутаа Цукербергийг ашиглах бодлогодоо шууд оржээ.

MTV хэрэглэгчдийнхээ гол цөм болох коллежийн оюутнууд дээр анхаарлаа төвлөрүүлэн ажиллаж эхлэхэд л хэн ч бай коллежийн оюутан Facebook-ийн талаар ярьж эхэлдэг байлаа. Энэ нь Viacom-д энэ онцгой үзэгдлийн хүч далайцыг нь харах боломж нээсэн. Viacom-ийн удирдлагууд энэ шинэ төрлийн мэдээллийн технологи тэднээс түрүүлчихэж магадгүй гэдэгт маш их санаа зовж байв. MTV-ийн удирдлагууд өрсөлдөгч News Corporation охин компани болох Fox Networks-ийнхоо мэдэлд орсон MySpace-ийг ашиглан зар сурталчилгааны хувьд давуу талтай болж байгаад бухимдангүй байлаа. Энэ нь олон нийтийн сүлжээ болон телевиз хослосон, залууст чиглэгдсэн шинэ төрлийн мэдээллийн суваг бий болох гэж буйн дохио байв. Вольф Пало-Алто руу Цукербергтэй уулзахаар нисэж ирэхэд Facebook-ийнгүйцэтгэх захирал маань футболка, богино өмд, adidas сандаалтайгаа оффистоо сууж байх нь тэр. Вольф ирээд нэг сонирхолтой зүйл харсан нь Цукербергийн нэг туслах элэгдэж муудсан сандаалийг шинэ будгаар будчихсан байжээ. Энэ сандаал Facebook-ийн шилдэг програмистуудын нэгэнд оногдох шагнал байсан юм. Вольф, Цукербергтэй хэл амаа олохын тулд уриалгахан байж, яриагаа эхэлсэн ч дунд нь тэрээр түүнээс компаниа зарах бодолтой байгаа эсэхийг нь тэсэлгүй асууж орхижээ. Цукербергийн хариу нь "Би зарах сонирхолгүй ээ" гэсэн байна. "Зарлаа гэхэд ер нь ямар үнээр зарна гэж бодож байна. Компаниа хэдээр үнэлнэ гэж бодож байна" хэмээн Вольф лавшруулан асуухад Цукерберг ямар ч үнэ төлбөргүйгээр оюутныхаа дотуур байранд 20 сарын өмнө хийж байсан Facebook-ээ "Дор хаяж 2 тэрбум доллараар" гэж дуугарчээ.

Энэ явдлаас өмнө Amazon.com-ийн хуучин гэрээ хэлэлцээр хариуцдаг байсан Овен Ван Натта Facebook-т бизнес хөгжүүлэх албаны дэд ерөнхийлөгчээр иржээ. Тэрээр 35 настай, эрч хүчтэй, түрэмгий зантай, амьдралын баяр баяслаар дүүрэн, туршлагатай удирдагч бөгөөд эрх мэдэл, нэр алдарт шунасан нэгэн аж. Ажилд ороод ердөө 5 долоо хоногийн дараа түүнийг Цукерберг ашиглалтын дарга болгон дэвшүүлжээ. Тэр анх удаа Facebook-ийн анхны стратеги төлөвлөгөөг хийсэн ба эх захаа алдсан замбараагүй явдлыг цэгцлэх болов. Энэ даргаэрх мэдлээ харуулах маш дуртай нэгэн байсан тул инженер болон бусад ажилчдыг ажилд авсан байна. Гэвч Ван Наттагийн хамгийн том авьяас бол бусадтай гэрээ хэлэлцээр хийх байсан юм. Тун удахгүй түүнд өөрийгөө батлах боломж гарах болно.

MTV-ийн Вольф зөрүүд зантай Цукербергтэй харьцах ганц арга нь зурвас (мессенжер) ашиглах гэдгийг хэдийн мэддэг болжээ. Тэрээр байнга л Цукербергруу Пало-Алтод очих гэж байгаа талаараа "мессенжер"-ээр нь дамжуулж хэлэх аж. Очих эсэх нь ч тодорхойгүй авч ч Вольф Пало-Алтод очихоороо хамт хоолонд оръё хэмээн урина. Цукерберг зөвшөөрвөл тэр шууд л нисээд очиход бэлэн.

Вольф Цукербергийн араас гүйх мэдээлэл технологийн компаниудын захирлуудын ердөө нэг нь л байлаа. Facebook ярианы халуухан цэг болж байв. Facebook-ийн төв оффис болон

Facebook-ийн оффисийн ойролцоо байрлах Их Сургуулийн Кафе алдартнууд, баячуудын болзооны гол цэг болон хувирав. "NBC-ийн залуус өнөөдөр ирэх гэж байна, Microsoft-той хэдээс уулзана гэлээ, Петер Чернин (News Corp.-ийн захирал) ирчихлээ,чи Цукербергийг Yahoo-ийн Ден Розенсвейгтэй уулзсныг сонссон уу" гэх мэтээр интернэт технологийн магнатууд Facebook-ийн талаар хоорондоо ам уралдан ярих болжээ. Харин энэ үед Цукерберг өөрийн хэрэглэдэг агшин зуурын зурвас (мессенжер)-ийн компани болох AOL-ийг худалдаж авахаар уулзалт зохион байгуулж амжсан байлаа. үүний дүнд Facebook-т зориулсан агшин зуурын зурвас солилцох програмыг хэсэг хугацаанд хийх талаар яригдаж байв. Хэлэлцээр удаан явсны эцэст AIM (агшин зуурын зурвас)-ийн хэрэглэгчдийг өөрийн найзын хуудсанд байх хүмүүс рүү Facebook-т нэгдэхийг урихаар гэрээ байгуулжээ.

Цукербергийн эдгээр уулзалтын талаар маш олон шуугиан, үнэн худал мэдээлэл компанийн ажилчид дотор тархаж эхэлсэн байна. Рийдийн ажилд оруулсан 21 нас ч хүрээгүй, залуухан ажилчдын сониуч зан нь хэт их байсан учир Цукерберг хэнтэй ч энэ тухай үг солих дургүй байлаа. Энэ бүх уулзалт, хэлэлцээр ямар утгатай юм бэ, Цукерберг компаниа зарах гэж байгаа юм уу, бид Viacom, Yahoo, News Corp.-ийн салбар болох гэж үү, бид бүгдээрээ баяжих уу гэх буюу арай бодит сэтгэлгээтэй ажилчдын хувьд Facebook-ийн урт зам ердөө энэ хүрээд л зогсох байсан юм уу гэх зэрэг асуултууд хөвөрч байв. Тэдний зарим нь бүр “шинэ гүйцэтгэх захирал ирэх гэнэ” гэсэн цуурхалд итгэчихсэн байлаа.

Цукерберг бодож буйгаа тайлбарлахаас огт залхдаггүй байв. Тэрээр энэ уулзалтуудыг зүгээр л ажиглалт болон дадал туршлага олж авахад хийдэг байжээ. Харин хүн бүрт бүгдийг ярина гэдэг тийм ч таатай биш. Эцсийн эцэст тэрээр компаниа зарах ямар ч бодол байгаагүй аж. Сонирхолтой нь энэ бүх цуу яриа, хов жив, асуудлууд Цукербергийн өөрийнх нь сайн ааш араншингаас үүдэлтэй. Тэрээр боловсон зан гаргаж, мөн сонирхох үүднээс л түүнтэй уулзах гэсэн хүсэлтэй захирал болгонд зөвшөөрдөг байсан байна. Мөн тэрээр тэвчээртэйгээр, огт хүсэхгүй байсан ч Ван Нагта болон бусад ажилчдын юу хэлж байгааг сонсдог байв. Харин орой болоход тэрээр Коллер, Д'Анжело, Москович болон одоо хүртэл Паркертэй зөвшилцөн тэвчээртэй сууна. Харин түүний болгоомжтой хашир зан нь бусдад хардаж сэрдэгдэхийн хамгийн гол нөхцөл болдог байж. үүнээс гадна, компанийн дотоод уур амьсгалыг эвдэж буй өөр нэг зүйл нь олон хүн Цукербергийг цор ганцаараа, давуу эрх мэдэлтэй байдагт нь бухимддагт байлаа.

Шон Паркер хууль ёсны ерөнхийлөгч биш ч харилцаа холбоо тал дээр тусласаар байв. Паркерийг ажлаа өгсний дараа Цукерберг цаасан дээр бол бүр ч их эрх мэдэлтэй болсон билээ (тэгэхдээ өөрөө үүнийг нэг их хүсээгүй юм). Рийд Паркертай таардаггүй байсан ч Паркер компанид үнэхээр хэрэгтэй байв. Паркерийн танил тал, гоц санаагүйгээр бүх харилцаа холбоо нуран унаж байх шиг байв.

Бүтээгдэхүүн хариуцсан дэд ерөнхийлөгч Доуг Хирш ажилд орсон нь ажилчид болон бусад удирдлагуудад “Цукерберг яагаад амь шигээ хайртай Facebook-ийн бүтээгдэхүүний салбараа өөр хүнд хариуцуулах болов оо. Яагаад өөрөө үүнд анхаарахгүй байна вэ” гэх мэт хар төрүүлэх болов. Мөн түүнийг ирснээс хойш компаниудын захирлуудтай уулзах нь ихэссэн тул хардах сэжмийг нэмэв. үүний нэг учир шалтгаан нь Хирш Yahoo-д ажиллаж байхын л их олон танилтай болсон юм. Тэд Хирш рүү залгаад уулзалт товлож өгөхийг хүсдэг байлаа. Харин

Цукерберггүйгээр Хирш хэн ч биш нь ойлгомжтой. Хиршийг ажилд авсан гол шалтгаан нь бүтээгдэхүүнээ нэг хүнээр толгойлуулаад, харин өөрөө ямар нэгэн гэрээ хэлэлцээр, компанийн хөгжил дэвшилтэй холбоотой асуудалд бүрэн анхаарахыг хүссэн аж. Цукерберг анхандаа хэн нэгнийг бүтээгдэхүүний дэд ерөнхийлөгчөөр авах тухайд тун их эргэлзэж байсан юм. Учир энэ нь салбар маш чухал салбар төдийгүй өөрөө толгойлдог байж. Гэлээ ч үүнээ Доугд хариуцуулсан аж. Коллер "Доуг бидэнд анх маш чадварлаг удирдагч мэт санагдаж байсан юм. Харин яг үнэндээ бидний хэн хэн нь чухам ямар хүн ажилд авч байгаагаа сайн мэдээгүй байсан. Ямартаа ч тэр бидний анх бодож байсан шиг хүн байгаагүй" гэжээ. Харин Хиршид хэн нэг нь түүнийг энэ албыг сайн гүйцэтгэвэл шууд гүйцэтгэх захирал болгоно хэмээн итгүүлсэн тул бүтээгдэхүүний салбарыг хариуцжээ.

Рийд компанид болж буй бүх л эсэргүүцэл, хүндрэлийг хамгийн ойроос ажиглаж байв. Яагаад гэвэл шинээр орсон ажилчид санал хүсэлт, гомдол гаргахаар их ирдэг тул гэр нь Facebook-ийн оффистой хамгийн ойр байдаг байж. Гэрт байдаг хувиллагч машин нь бараг шкаф том бөгөөд хаалган дээрээ хувийн байдлыг чандлан сахигч японы Нарен бурханыг билэгдсэн хивс өлгөжээ. Түүний ажлын ширээний хажууд нь бартаа саадыг арилгагч энэтхэгийн Ганеш бурхны томоос том хөшөө байна. Гэхдээ энэ удаа Ганеш ажлаа хийхгүй байгаа бололтой. Facebook-ийн маш олон ажилчид ирж ажиллах хэцүү хавчигдаж буйгаа гомдоллох аж. Тэд Рийд дээр ирж байгаа учир нь гэвэл тун энгийн бөгөөд Цукерберг тэднийг ойлгох нь байтугай бүр сонсохыг ч хүсдэггүй байна. Тэднийхээр Цукербергийг солих хэрэгтэй. Цукерберг компаниа яг яах гээд байгаа нь тодорхойгүй.

Энэ нь Рийдийн хувьд хангалттай. Удирдлагуудын тэвчээрийн хязгаар иржээ. "үнэн худал нь мэдэгдэхгүй ам дамжсан яриа хаа сайгүй газар авсан байв. Хамгийн гол нь Марк тэдний хэнд нь ч ирээдүйд яг юу хийх гэж байгаагаа, яах бодолтой буйгаа ам нээгээгүй. Ажилчид бүр бослого үймээн ч дэгдээж болохоор бухимдсан байсан" хэмээн Рийд үзэж байв. Цукерберг энэ үед Ийст Коастод олон уулзалтуудынхаа нэгэнд явж байсан аж. Ингээд Рийд Цукербергийг оффистоо очихоосоо өмнө түр уулзахыг гуйн мессенжерээр түүнд Сан Францискогийн онгоцны буудлаас буухдаа гэрээр нь дайраад гарахыг хүсчээ. Гэтэл Цукербергийн онгоц нь хойшилж, тэр хоёр шөнийн 2 хагас гэхэд уулзалдаагүй л байв. Ирэхэд нь Рийд тосч тэд Сан Францискогийн төвөөр хэсэг алхжээ.

Тэр хоёр неон гэрэл доор юм идэхээр сууцгаав. Суунгуутаа Рийд бухимдлаа илэрхийлж гарлаа. "Бид маш сайн ажилчидтай болсон ч тэд сэтгэлээсээ ажиллахад хүндрэл үүсээд байна. Учир нь хэн ч энэ компанид яг юу болох гээд байгааг мэдэхгүй байгаа болохоор тэр. Хэрэв чи компаниа зарахаар шийдсэн бол, бусдаар тоглолгүй зүгээр л -Надад тэрбум доллар хэрэгтэй байна аа гээд л хэлчих. Эсвэл хоёр тэрбум ч гэдэг юм уу хамаа алга. Харин зарахгүй гэж байгаа бол зарахгүй гэдгээ бас эртхэн хэлсэн нь дээр байх шүү" гэв.

- "Компаниа зарах ямар ч хүсэл надад байхгүй" гэж Цукерберг нөгөөх л нэг хөндий хүйтэн өнгөөр түүнд хариуллаа. Рийд "Тийм бол наад олон Viacom, News Corp., Time Warner зэрэг компаниудын горьдлогыг төрүүлж болохгүй, тэдэнд ч шууд хэл" гэлээ. Сүүлд нь "Чи гүйцэтгэх захирлын дамжаанд суух хэрэгтэй юм байна. Тэгэхгүй бол цаашдаа хэцүүдэх нь дээ" гэжээ.

"Чи одоо л надтай чин сэтгэлээсээ ярилцаж, доторхоо уудлан, юу бодож байгаагаа анх

хэллээ" гэж Цукерберг инээмсэглэн хэлэхэд Рийд ч уурлахаа болив. Тэр одоо Цукербергийг сонсож суулаа.

Үүнээс хойш Цукербергт мэдрэгдэхүйц өөрчлөлт гарч буйг Рийд ажиглаж эхлэв. Жишээ нь гэвэл тэр "хэрхэн бүтээмж өндөртэй удирдагч болох вэ" гэдэг хичээлд суухаар болж. Мөн удирдлагуудтайгаа ганцаарчлан уулзах цаг зав гаргах нь ихсэв. Урьд нь гарсан мөргөлдөөн, эсэргүүцлээс долоо хоногийн дараа тэрээр Facebook-ийн хамгийн анхны бүх ажилчдын хурлыг зохион байгуулжээ. Тэрээр энэ өдөр бие нь тааруу байсан учир шалан дээр сууж хурлыг удирдсан байна.

Цукерберг удирдлагуудтайгаа албан бус уулзалтыг ч хийх нь ихэссэн гэнэ. Гадуур зугаалж байхдаа ч юмуу тэд компанийн зорилт, зорилго, шинэ сүлжээ гэх зэргийг анхааран ярилцдаг болжээ. Ажилчиддаа Цукерберг компанийг хааш залж буйгаа тайлбарласнаар хамаагүй дээр болов. Тэрээр Facebook-ийг интернэт ертөнцөд харилцааны хамгийн гол зэвсэг болгохыг хүсч байсан ба өөр ямар ч өрсөлдөгч сайтуудад Facebook-ийн урд гарахыг зөвшөөрөхгүй, боломж олгохгүй гэдгээ байнга давтаж байлаа. Ажилчиддаа өөрсдийн давуу талаа танилцуулж, маш нээлттэй байсан нь зөв алхам болжээ. Түүний ажилчиддаа тавих илтгэл хамгийн энгийн аж. Заримдаа, ердөө хамгийн гол санааг агуулсан ганцхан өгүүлбэр байдаг байв. Жишээ нь "Компанийн зорилго: Хэрэглэгчдийн тоог ихэсгэх" гэх мэт. Одоо ажилчид нь тайвширцгаажээ. Рийдийн сэтгэл санаа ч өөдрөг болсон байна.

Цукерберг Доуг Хиршийг өрөөндөө дуудаж, хийж буй ажил нь огт болж өгөхгүй байгааг хэлэв. Хирш албан ёсоор халагдаагүй ч албан тушаалдаа хэвээр үлдэх хэмжээнд ажиллаж чадахгүй байсан юм. Дөрвөн сар ажиллахдаа бүтээгдэхүүний салбарт гарсан зарим өөрчлөлтүүдийг нь хараад Цукерберг арга буюу дуудаж зэмлэхэд хүрсэн аж. Цукербергийн хийнэ гэж бодож төлөвлөсөн олон чухал төслүүд огт байхгүй байлаа. Хирш загнуулсандаа уцаарлаж, ашигаа нэмэгдүүлэхийн төлөө ажиллах хэрэгтэй хэмээн өөрийгөө хамгаалжээ. Гэвч тэр Цукербергийг ямар хүн болохыг мэддэггүй аж. Түүнд ашиг сонин биш. Мөн түүнчлэн ажилчдын дунд Хиршийг Google-тэй нууцаар уулзсан гэх цуу яриа тархаад байлаа. Энэ мэт албан бус уулзалт чухам ямар зорилготой нь тодорхой. Цукербергийн олон ойр дотныхон болон ажилчдын хэлж байгаагаар Хирш Facebook-ийг нууцаар Google-д худалдах ажлыг төлөвлөж байсан аж. Мэдээж энэ нь биелээгүй л дээ.

Компанийн дотоод асуудалтай хамгаас ойр байдаг Московицийн хувьд энэ нь ямар ч компанид байдаг амьдралын тойрог гэнэ. "Манайд тохиолдсон эдгээр зүйл бүх л компанийн удирдлагуудад тохиолддог. Марк бүтээгдэхүүн үйлчилгээн дээрээ хамгаас их харин ашиг орлого дээр хамгийн сүүлд анхаардаг. Хамгийн гол нь тэдэнд амжилттай бизнес хийх нь л чухал. Ямар ч компани эхлээд шууд ашиг олохыг боддоггүй. Ашиг нь бага байж болох ч тогтмол байх хэрэгтэй" гэсэн байна.

Рийдийн ажилд авсан хүмүүсийн цөөхөн нь л үлдэж, ихэнх нь халагджээ. Хирш ч жил хүрэлгүй халагдсан хүмүүсийн нэг. Цукербергийн эргэн тойрныхон хэрэггүй олон ажилчин авсан Рийдийг Facebook-ийн онцлогт тохирсон ажилчин олоогүй гэж түүн рүү дайрч довтлох нь ихэсжээ. Гэвч энэ шүүмжлэл нь дан ганц дотроо биш, мөн гадна ертөнцөд ч их гарч байлаа. Мэдээллийн технологиор дагнасан сэтгүүл болон блогууд Facebook-ийн талаар бичихдээ "олон ажилчид солигдож байгаа нь Facebook-т дотоод хямралыг бий болгоод байна"

гэжээ. Гэвч Маркийн зөвлөх Марк Андреесен ажилчид ажлаа хийхгүй байвал ямар нэг шийдвэр юм уу өөрчлөлтийг маш түргэн шуурхай гаргах хэрэгтэйг зөвлөжээ. Андреесеныхаар бол хурдацтай хөгжиж байгаа компанид ажилчин авахад байнга зөв шийдвэр гаргана гэдэг угаасаа бүтэшгүй гэнэ. Тэрээр "Алдаж шийдсэн байж болно. Хамгийн гол нь алдаагаа хурдан засаж, алдаанаасаа суралцаж байх нь хурдацтай хөгжиж байгаа, залуу компанийн хувьд хамгийн чухал юм" гэсэн байна.

Цукерберг өөртэйгөө ойролцоо насны хүмүүстэй ажиллах илүү дуртай. Түүний бодож байгаагаар залуу програмистууд нь нэг талаараа бусдаас үнэхээр давуу аж. Venture Beat блогд өгсөн нэгэн ярилцагадаа "Залуу хүмүүс арай л илүү ухаантай. Хэрэв үүнд эргэлзэж байвал, яагаад ихэнх шатрын аваргууд 30 хүрээгүй байхдаа мастер цолоо авдаг вэ" гэсэн байна. Энэ мэт үгсийг уншсан Facebook-ийн 30, 40 ч хүрээгүй хүмүүс ямар сэтгэгдэлтэй үлдсэн нь хэнд ч ойлгомжтой бизээ.

Хэдийгээр тэр ажилчдаа удирдахад маш их анхаардаг болж, эрхмэдлээ хадгалах талаар хичээлд суудаг болсон ч эрүүл мэндээ гаргуунд нь гаргажээ. Facebook-ийг үргэлж дагалдах стресс түүнд муугаар нөлөөлсөн ч байж болох. Тиймээс тэр туялзуур сэлмээрээ хичээллэдэг болов. Оффист байхдаа, илтгэл тавьж байхдаа, компьютер дээр сууж байхдаа хүртэл шүү. Найзууд нь түүнд сайн унтаж амарч, сайтар хооллож байхыг зөвлөнө. 2005 оны арван хоёрдугаар сард болсон Fortune сэтгүүлийн цайллаганд би Brainstorm гэх техникийн салбарын талаар ярилцах бага хурлын удирдагчаар оролцсон юм. Би оролцогсодоос юу бодогдож байгааг товчхоноор асуухад, News Corp.-ийн стратегийн төлөвлөлтийн албаны дарга, Руперт Мурдокийн хамгийн ойрын туслах Жереми Филипс өөрсдийн болгосондоо их баяртай байгаагаа хэлээд бас Facebook сонирхолыг нь татаж байгааг өгүүлж байсан юм.

Үүнийг сонсоод, хуралд оролцож байсан Viacom-ийн Майкл Вольф маш ууртайгаар орхин гарсан юм. "Новш гэж, тэд MySpace-ийг авчихаад ханахгүй бас дээр нь Facebook-тсанаархаж байна гэж үү?" хэмээн бухимджээ. Viacom-ийн удирдагч Саммер Редстоун онилсон байгаа дахин News Corp.-т алдвал ёстой жинхэнэ галзуурах байлаа. Ингээд Вольф Facebook-ээ News Corp.-т зарахаар ярилцаж байгаа юмуу гэдгийг лавлахаар Цукерберг руу залгажээ. Харин Цукерберг ямар ч яриа болоогүйгээд News Corp. нь илүү "Холливууд" талдаа болохоор мэдээлэл технологийн энэ мэт компаниуд Facebook-ийг ойлгох чадваргүй гэдгийг хэлсэн байна. үүгээрээ Viacom ч мөн адил ойлгохгүй гэдгийг давхар хэлсэн аж.

Арванхоёрдугаар сарын дундуур Вольф Марктай зоогийн газар орон ярилцах сайхан боломж олов. Цукерберг энэ үед Viacom-ийн өгсөн тийрэлтэт онгоцтой Сан Францискод байж байв. Тэрээр Нью-Йорк руу аялал хийхэд дуртай байх болов уу?

Цукерберг Вольфийн өгөөшт оржээ. Viacom-ийн онгоцууд бүгд боломжгүй байсан тул Вольф Gulfstream G5 маркын онгоцыг түрээслэхээр болжээ. Энүүгээрээ Сан Францискогийн онгоцны буудлаас Вестчестер Коутигийн онгоцны буудал буюу Цукербергийн ээж аав нь амьдардаг газар хүртэл аялах ёстой аж. Болзсон цагтаа Цукербергийг хүлээж онгоцон дээрээ байв. Цукерберг бараг уламжлалын дагуу хоцорч, 5 цаг хагаст ирэв. Санасандаа хүрч байж салдаг Вольф ийнхүү хүсснээ авч чадлаа. Цукербергтэй хамт, хэн ч саад болохгүй орчинд, бүхэл бүтэн 5 цагийг агаарт өнгөрөөсөн аж. Тэрээр Facebook-ийг худалдаж авах арга зам хайсаар байв.

Ихэнхдээ Цукерберг ярив. Вольф MTV-ийн бизнесийн талаар Цукербергт бараг л байцаалт өгөх шахаж. Viacom шиг компаниуд хэрхэн ашиг олдог, MTV зар сурталчилгаанаас хэр их ашиг олдог, хэд нь цэвэр ашиг вэ? гэх мэт асуултанд булагдаж байлаа. Харин Вольф ярианы сэдвийг өөрчилж, Facebook-тэй хамтран ажиллаж болох талаар ярихыг хичээв. Тэрээр MTV-ийн зар сурталчилгааны баг, том реклам олгогчидтой Facebook-ийг холбож өгөх боломжтойг хэлэв. Мөн MTV-ийн супер хитүүд болох Laguna beach, The Hills гэх мэт олон мянган өсвөр насныханболон залуусын шимтдэг цувралууд нь Facebook-ийг сурталчлахад хамгийн тохиромжтой гэх зэрэг саналыг тавьсан аж. Цукерберг ч яг энэ цувралууд гарч эхлэхээр Facebook-ийн ачаалал хамгийн бага болдгийг мэднэ.

Энэ аялалын үеэр G5 онгоцыг Цукерберг үнэхээр биширчээ. Тиймээс буухдаа "Хараал ид, энэ онгоц ч ёстой янзтай юмаа" гэж дуу алдахад Вольф "Бидэнд компанийхаа зарим хувьцааг зарвал магадгүй хувьдаа ийм үнэгүй онгоцтой болж болно шүү дээ" гэжээ. Ингээд тэд Ветчестерт газардав. Тэнд хоёр машин байна. Хар өнгөтэй гоёмсог машин Вольфийг, гэр бүлийн жижиг машин Цукербергийг хүлээж байлаа.

2006 оны нэгдүгээр сард Вольф дахин Пало-Алто руу нисжээ. Цукерберг компанийн нь хувьд шийдвэрлэх ач холбогдол авчирсан Бреертэй уулзсан газраа Вольфтэй уулзахаар болзжээ. Цукерберг, Коллер, Ван Натта нар хамт ирэв. Вольф хоёр компани хэрхэн зохицон ажиллаж болох талаар өөрийн биеэр хийсэн судалгаагаа Facebook-ийнхэнд танилцуулав. Вольф том рекламны хамтрагч нэрээр хувьцаа авч болохыг асуулаа. Цукерберг тавих саналыг нь тэвчээртэй сонсож дуусаад, Facebook-ийн удирдлага дахь өөрийнх нь шийдвэр гаргах илт давуу эрх мэдлийг үгүй хийх ямар ч төрлийн хувьцааг хүлээн зөвшөөрөхгүй гэдгээ хэлсэн байна.

Хоёрдугаар сард Вольф дахин Пало-Алтод зочиллоо. Цукерберг, Вольф хоёр одоо найзууд болоод гудамжаар хамт алхдаг болов. Ямар ч шалтгаанаар юм бүү мэд, тэд Цукербергийн нэг унтлагын өрөөтэй их энгийн сууцанд зочлов. Гэр нь эмх замбараагүй, ундуй сундуй аж. Газраар нэг гудас, маш олон ном, хулсан хучлага болон өдрийн гэрлээс өөр юм байсангүй. Тэд ойрын ресторанд орж хооллохоор явжээ. Вольф нөгөөх л асуултаа дахиад асуув. "Чи бидэнд яагаад зарахгүй байгаа юм бэ, чи их баян болно шүү дээ?" гэхэд Цукерберг "Чи дөнгөж сая миний гэрийг харлаа. Байртай учир надад илүү мөнгө хэрэггүй ээ. үүнээс гадна, Facebook шиг онцгой санаа дахиад төрнө гэж би бодохгүй байна" гэлээ. Ингээд эцэст нь ядаж хамтран ажиллах тал дээр бодолцож болох юм гэж Цукерберг хэлжээ.

Facebook-ийг авах мөрөөдөл нь нурсан Вольф Нью-Йорк руугаа буцлаа. Хамтран ажиллаж болох санал авсан талаараа МкГраф, Фрестон нарт хэлэхэд тэд нулимж хаяжээ. Тэд зөвхөн Facebook-ийг өөрийн болгох хүсэлдээ шатаж байв. Тиймээс Фрестон их мөнгөний саналаа шууд тавихаар шийдэв. Тэр 1,5 тэрбум долларын үнэ санал болгоод, төлбөрөө 51 хувийг нь бэлнээр үлдснийг нь Facebook-ийн үйл ажиллагаа, бизнес хэрхэн өрнөхөөс хамааран төлнө гэсэн захидал явуулжээ. Энэ нь Facebook-ийн урьд сонсож байсан, үнэлэгдэж байсан хамгийн их мөнгө атал Цукерберг ядаж хүний урманд хариу ч бичээгүй билээ. Долоо хоногийн дараа, Вольф тэсвэр алдан Цукерберг рүү залгаад цаг үрэхээс өөр ямар ч нааштай үг дуулсангүй. Вольф эцсийн аргаа хэрэглэж Facebook-ийн удирдах зөвлөлийн гишүүд болох Петер Тиел, Жим Бреер нартай уулзаж Цукербергийн "тэнэг" аашилж байгааг ховложээ. Гэвч тэр хоёр

Цукербергийг эсэргүүцээд эсэргүүцээд, Цукерберг л хамаг шийдвэрийг гаргах болохоор ямар ч нөлөөгүй аж. Ван Натта хүртэл Цукербергийг энэ сайхан саналыг бүү алд хэмээн ятгаж байлаа.

Үүнээс гадна Viacom-д Yahoo компани Facebook-ийг сонирхож байгаа гэсэн таагүй цуу яриа сонсогдож эхлэв. Мэдээлэл технологийн "мангасууд" бүгд яг л нэг жижигхэн дүүрэгт амьдарч байгаа юм шиг. Viacom-ийн Фрестон Лос-Анжелест очиж Yahoo-ийн босс Терри Семельтэй теннис тоглодог байжээ. Нэгэн удаа ийнхүү тоглож байхдаа Фрестон Семелийг гэнэдүүлэн Facebook-тэй ямар нэгэн байдлаар ярьсан эсэхийг асуухад Семель тийм гэж хэлээгүй ч царайны хувирал нь "тийм" гэсэн сэтгэгдэл төрүүлсэн байна. Ингээд Фрестоны хүсэл галд тос хийсэн лугаа адил улам дүрэлзвэй.

Энэ явдал болтол Вольф Facebook-т тавих санал болон Facebook-ийг өмчлөх хүсэл зэргийг олон нийтээс хамаг чадлаараа нууж байв. Viacom дотор ч хэдхэн хүн л үүнийг мэдэж байлаа. Фрестон МкГраф нарынхаар бол Мурдокийн MySpace-ийг авахын даваан дээр News Corp.-т алдсан нь тэд хамаг яриа хэлэлцээр, мөнгөн дүн, саналаа нийтэд ил зарласантай холбоотой гэнэ. Тиймээс Facebook-тэй холбоотой ямар ч цуу яриа тархаахыг хүсээгүй байна. Харин гуравдугаар сарын Business Week сэтгүүлийн цахим хувилбарт Facebook-тэй холбоотой нэг нийтлэл гарсан албан бус мэдээгээр 2 тэрбум доллараар зарагдаж магадгүй гэсэн байлаа. Нийтлэлд Viacom-той холбоотой ямар ч зүйл дурдагдаагүй ч худалдаж авах сонирхол нь нийтлэгдсэнд Viacom-ийнхон тун бухимдангуй байв. Тэд Facebook-ийнхэн үнээ өсгөх зорилгоор мэдээллээ задруулсан гэж хардаж байв. Дээр нь энэ нийтлэл гарсны дараахан Цукерберг ярилцах хэрэгтэй байна гэж залгасан нь энэ харыг улам бататгаж байлаа.

Facebook бараг зарагдахаар боллоо. Ван Натта, Цукерберг нар энэ талаар зөвшилцөхөөр Нью-Йоркт ирэв. Марк бэлнээр өгөх мөнгөний хэмжээг өсгөх хэрэгтэй гэсэн шаардлага тавив. Харин Ван Натта бэлэн бусаар төлөгдөх мөнгөн дүнд хэд хэдэн шаардлага нэмлээ. Хэлэлцээрийг гацаахгүйн тулд Вольф бэлнээр төлөх мөнгөн дүнг 800 сая доллар болтол өсгөв. Гэвч үлдсэн 700 саяыг хэрхэн төлөгдөх талаар эцэс төгсгөлгүй маргалдсаар байлаа. Хоёр тал хоёулаа хөрөнгө оруулагч банкаар дэмжүүлдэг нь хэнд ч тодорхой. Тиймээс бэлэн бусаар төлөгдөх 700 саяын талаар ярьж эхлэхэд л энд банк оролцох хэрэгтэй нь хэнд ч илэрхий. WallStreet-ийн хүйтэн цэвдэг мэргэжилтэнгүүд орооцолдвол өөрийг нь хоослохыг Цукерберг сайн мэдэж байгаа гэдгийг Вольф гадарлаж байв. Гэвч Вольфийн урьдчилгаа төлөх мөнгөний хэмжээтэй байсан юм. Viacom-ийн санхүү хариуцсан дарга нь Facebook-ийг авахад дурамжхан байв. Тэрээр тийм ч их цэвэр ашиг олж эхлээгүй компанийг ийм их мөнгөөр худалдаж авна гэдэг нь дэндсэн гэж бодож байлаа. Facebook оршин байх хугацаандаа 200 сая доллар олсноос цэвэр ашиг гэх юм бараг байгаагүй. 2006 онд 22 сая, 2007 онд 55 саяын ашиг олно гэсэн урьдчилсан таамаг гарсан байна. Гэвч Viacom-ийн зарим удирдлагуудэнэ төлөвлөгөө биелнэ гэдэгт эргэлзэж байв. 800 сая доллар дэндүү ихэдсэн мэт.

Эцэстээ хоёр тал бэлэн бус 700 сая доллараа хэрхэн төлөгдөх талаар санал нэгдэлгүй салсан. Facebook-ийн төлөөлөгчдөд худалдан авах нөхцөл нь хэт маргаантай төдийгүй төлбөр төлөх байдал нь тодорхойгүй санагджээ. Цукерберг ч зарах гэж улайрахгүй хэвээрээ л байв. "Google-ийг үүсгэн байгуулагчид нь зараагүй нь зөвдсөн шүү. Одоо Google нь хэр орлоготой билээ дээ" гэж тэр Viacom-ийнханд хэлэхэд Вольф "Google бол олон нийтэд нээлттэй

болохоосоо л өмнө олон сая долларын ашигтай ажилладаг байсан. Харин Facebook Google-тэй харьцуулах юм бол цэвэр ашиг гээд байхаар юм юу ч байхгүй" гэсэн байна. Гэтэл бодит байдал дээр Facebook интернэтийн хамгийн их хандалттай сайтын долоодугаарт орсон ба хоёрдугаар сард л гэхэд 5,5 тэрбум хуудас ачааллагдсан, аль хэдийн байр сууриа олсон байв. Дээрх судалгааг хэмжилзүй, үнэлгээний comScore Media Metrixкомпаниас гаргасан байсан юм.

Viacom-той хийх хэлэлцээр нь бүтэхгүй болонгуут санхүүгийн асуудлаа хөрөнгө оруулагчдаас мөнгө босгох өөр аргаар шийдэхээр боллоо. Ингээд Петер Тиел болон Greylock Partners хамтран хөрөнгө оруулж, Facebook-ийн хувьцаанаас хэсэгхнийг авч чаджээ. Шинэ хөрөнгө оруулалтаар Face-book 27,5 сая долларыг орж ирсэн. Энэ нь компанид тулгараад байсан санхүүгийн дарамтыг багасгахад тусалж, Цукербергийг Viacom-ээс холдон санаа хоёрдолгүй явахад амар болгожээ.

Facebook-ийн амжилт олон улсад хэдийн мэдрэгдэж, өөрийн гэсэн дууриагч, хуулбарлагчидтай болоод амжив. Хэдийгээр англи хэлтэй орнуудын элит сургуулиудад сүлжээгээ нээчихсэн байсан ч Европ, Ази тивд Facebook-ийн давалгаа хараахан эхлээгүй байсан юм. StudiVZ (оюутны лавлах.герман) гэдэг Facebook-ийн цэнхэр цагааныг, улаан цагаан болгосноос өөр бүх функц нь яг Facebook шиг тийм нэг сайт байв. Энэ сайт 2005 онд Германы их дээд сургуулиудад нээгдсэн даруйдаа чамгүй их амжилт олоод байжээ. 2007 он гэхэд 1,5 сая хэрэглэгчтэй болоод амжчихсан байв. Гэвч үүсгэн байгуулагч нар нь удалгүй энэ сайтаа Holtzbrinck гэдэг хэвлэлийн алдартай компанид зарсан байна. Германд Facebook шиг функц, үйлчилгээтэй сайт байсан учраас тэнд дэлгэрэхэд саад болж байв. Тиймээс Facebook-ийнхэн 2007 онд хувьцааныхаа дөрвөн хувиар энэ компанийг худалдаж авах тухай бодож байжээ. Гэвч энэ нь бас л бүтээгүй. өөр нэгэн дууриагч буюу Xiaonei гэдэг сүлжээ сайт тухайн цаг үед Хятадад гарсан юм. Facebook-ийн зарим нэг програмын код гэх мэт зүйлийг яг таг хуулчихсан байжээ. Бүр энэ сайт нь нээгдэхдээ бүх хуудсан дээрээ "A Mark Zuckerberg Production" хэмээн бичсэнийг ч хуулсан байсан гээд бод доо. Xiaonei нь улсдаа том тэсрэлт болсон ба маш олон сая хэрэглэгчийг цуглуулж чаджээ.

MySpace-ийг өөрийн болгосон ч News Corp-ийн босс Мурдок Facebook-ийг сонирхох нь улам нэмэгдэж байлаа. Уг нь Цукерберг тэр хоёр тун дажгүй найзууд. Мурдок залуухан захирлын ухаан, ур чадварыг биширдэг байсан бол харин Цукерберг Мурдокийн мэдээлэл технологи хэрхэн өөрчлөгдөж байгааг харах цар хүрээг нь таалдаг байжээ. Бусад мэдээлэл технологийн магнатуудтай харьцуулахад Мурдок нь “Интернэт бол мэдээлэл технологийн компаниудыг хувьсган өөрчилж байна” гэдгийг хүлээн зөвшөөрдөг цөөн хүний нэг байсан юм. Тэрээр MySpace-ийг авсан нь өөрийн заавал хийх ёстой байсан гол алхмуудын нэг гэдэг байв. Гэвч Мурдок ганц л зүйлийг огт ойлгодоггүй байв. "Яагаад MySpace-ээс хамаагүй бага хэрэглэгчтэй-Facebook илүү үнэлэгдэх ёстой гэж Цукерберг боддог байсан юм бол?" Энэ нь Viacom-той хийсэн хэлцэл шиг чухал сэдэв биш ч, тэд энэ тухай нэлээд хүчтэй маргалддаг байсан. МурдокFacebook-ийг Цукербергийн хэлсэн үнээр үнэлэхийг тийм ч их сайн санаанд тооцдоггүй байв.

Цукерберг одоо ялимгүй бардам биеэ авч явах болов. Учир нь бүх л том компанийн захирлууд түүнтэй хамтрахыг хичээж, бүх л компани Facebook-ийгавахыг санаархаж, бүх л хүн

Facebook-ийг хэрэглэхийг хүсэж байсан болохоор тэр. Цукерберг өөр рүү нь тэмүүлэх энэ бүх хүслээс нэгэн зүйлийг олж анзаарсан юм. Ямар нэгэн компани Facebook-ийг худалан авах санал тавих болгонд үнийн дүн нь өссөөр байгааг бодох болжээ. үүнээс гадна хэрэглэгчдийн өсөлт тогтвортой болж эхлэв. Хэрэв улам олон хэрэглэгчтэй болж, улам тэлвэл компани нь бүр ч их үнэлэгдэнэ гэдэг одоо хэнд ч тодорхой болов. Гэсэн хэдий ч тэр компаниа зарна хэмээн боддоггүй хэвээр.

Facebook-ийн зардал нь одоо чамгүй их тоогоор яригддаг бөгөөд мөнгийг бараг л тонн тонноор нь залгадаг болсон байна. Хэдий их ашиг рекламнаас олоо ч энэ нь алдагдлаа нөхөж хүрдэггүй ба хөрөнгө оруулагчдын мөнгөний тусламжтайгаар л алдагдлаа нөхөж чаддаг байв. Гэвч энэ хэвээрээ үргэлжид гадны мөнгөөр алдагдлаа төлөөд яваад байж болохгүй гэдэг нь ойлгомжтой. Аз болж, Google, Microsoft, Yahoo гэх мэт томчууд нь Facebook дээр сурталчилгаагаа тавихыг хүссэн байна. Цукерберг өөрийн төлөөлөгчдөдөө эдгээр компанитай амжилттай гэрээ хэлэлцээр хийх үүрэг өгөв. Түүний хувьд энэ нь амархан мөнгө байсан юм. Тэр хэдий алдагдалд орж байсан ч сайтын дизайн, төрхийг "бохирдуулах"-аар тийм рекламыг хэзээд зөвшөөрдөггүй хэвээрээ л байлаа.

Facebook маш амжилттай өргөжиж, коллежийн зах зээлд мянга мянган сургуулийг нэгтгэн бусдаас хол тасархай тэргүүлэх болжээ. Сүлжээндээ нэгтгэсэн сургууль болгоны ихэнх оюутнууд Facebook-ийн хэрэглэгч болдог байлаа. Ахлах сургууль дээр олсон амжилт нь Зукерберт нийгмийн бусад шинэ анги давхрага дээр Facebook амжилт олно гэдэг итгэлийг төрүүлж өгсөн байна. Тиймээс Цукерберг Facebook-ийг коллеж болон ахлах сургуулиас өөр нийгмийн бүлгүүд рүү тэлэх бодолтой байлаа. Харин хамгийн гол нь тэдний сонгох дараагийн шинэ нийгмийн бүлгийн оролцогчид нь хоорондоо идэвхтэй харилцдаг байх учиртай.

Бүх харилцаа холбооны эх үүсвэр хаана тавигддаг вэ? Энэ бол албан газар. Цукерберг ингээд албан газруудад "албаны сүлжээ" тараах санааг олжээ. Энэ нь Facebook-ийн арай ахмад үеийг сүлжээндээ оруулах гэж оролдсон хамгийн анхны оролдлого байлаа. "Албаны сүлжээ" нь урьд нь Facebook хэрхэн олон сургууль дээр нээгдэж байсан, яг тэр тактик стратегээр явах аж. Харин хуудасны дурын тохигоо нь "албаны сүлжээ"-ний гишүүд нь бие биенийхээ хуудсаар дураараа зочилж болдог байв. Цукербергийн бодож байснаар "албаны сүлжээ" нь компанийн ажилчдын мэдээллээс хоцордоггүй чанарыг дээшлүүлж, энэ нь цааш АНУ-ын бүх компаниар тархаад, дараа нь дэлхийд гарна гэж бодож байв. Бүр болохгүй юмаа гэхэд компанид ажилдаг хүн болгоныг багтааж чадна хэмээн бодож байлаа. Цукербергийн бодож байсан "албаны сүлжээ" нь Facebook-ийн хөрөнгө оруулагч Рэйд Хоффманы LinkedIn хэмээх албаны хүмүүст зориулсан сайтаас арай өөр байв. Учир нь LinkedIn ажил олгогч, ажил хайгч хоёрыг холбосон илүү олон үйлчилгээтэй, ажилчдын танилцуулгатай байсан бол "албаны сүлжээ" нь өдөр тутмын ажлын харилцаа биш, ажлын талбар дээрх хүмүүсийн хоорондох харилцааг дэмжигч, мөн харилцаа холбооны хамгийн хурдан шуурхай хэрэгсэл болж өгөх зорилготой байв.

2006 оны тавдугаар сард Албаны сүлжээ нь ашиглалтад орлоо. Гэвч юу ч болсонгүй. Дэлхий ертөнц, эргэн тойронд тэдний хүлээж бодож таамаглаж байсан шиг ямар ч шуугиан дэгдээсэнгүй, чив чимээгүй л байв. Facebook хэд хэдэн компанид зориулан өөрийн "албаны

сүлжээ"-нийхээ "үүд"-ийг нээсэн боловч тун цөөхөн нь тэдэнтэй нэгдсэн байна. Гэвч нэг сонирхолтой зүйл нь АНУ-ын Арми, Тэнгисийн хүчин, Агаарын хүчин гэх мэт онцгой газруудад "албаны сүлжээ" амжилт олж чаджээ. Харин тэдний сүлжээгээ нээсэн ихэнх компани бараг тоогоогүй ба ажилчид нь ч ямар нэгэн санал хүсэлт, гомдол ирүүлээгүй байна.

Бизнесийн ертөнцөд тун цөөн хүн Facebook-ийг нээлттэй болж байгааг анзаарчээ. Харин энэ нь Facebook-ийн төгс төгөлдөр нэр хүндийг харлуулж эхэлсэн юм. "Албаны сүлжээ" нээгдсэний дараахан New-Yorker сэтгүүлд Цукерберг болон Facebook-ийн тухай уртаас урт нийтлэл гарсан байна. Нийтлэлч Жон Кассид "Винклевоссийн ах дүү нарын гаргасан шуугианы ачаар Facebook нэр алдартай болсон. Facebook-ийн хэрэглэгчид дандаа нийгэмшлийн эсрэг байдаг" хэмээн шүүмжлэн бичсэн байна. Мөн "Сайт нь тийм их алдартай байгаагийн гол шалтгаан нь бодит амьдрал дээрх харилцааг цахим болгож, бодит амьдралын харилцаанаас гардаг хүчин зүтгэл, мэрийлтийг үгүй болгодогт байгаа юм" гэжээ.

Facebook хэрэглэдэггүй хүмүүст бол энэ сайт зугаа гаргах, хосоо олох, болзооны сайт мэт л санагдаж байлаа. Хэрэглэгчийг шинэ найз нэмэх болгонд нэмэлт нэгэн цонх гарч ирэн "та энэ хүнийг яаж мэддэг вэ?" гээд хэд хэдэн сонголттой хариултууд байдаг байв. Харин энэ сонгох хариутуудын нэгэнд нь "Бид явалдаж байсан" гэдэг нэг сонголт байдаг байжээ. Ийм зүйл яаж мэргэжилтнүүдийн өдөр тутмын хэрэгцээ болж чадах вэ? Ингээд Facebook "тахиа өндөг хоёрын аль нь анхдагч вэ?" гэдэгтэй адил асуудалтай учрах нь тэр. Ажил хэрэгч хүмүүс Facebook-т өөр албан байгууллагынхныг, насанд хүрсэн өөр хүмүүсийг л харахыг хүсэж байв. Тэгсний дараал тэд Facebook-т бүртгүүлнэ. Албаныханд "салхи хагалагч" буюу анхдагч хэрэгтэй байсан юм.

Facebook анх зөвхөн коллежийн оюутнуудад л зориулагдаж гарсан болохоор ажил эрхэлдэг хүмүүст энэ мэт сүлжээ сайт нь хэрэггүй ч юм билүү гэж удирдлагууд нь санаа зовж эхлээд байлаа. Компанийн дотоод байдал хэцүүдэж эхлэв. Facebook-ийн хэрэглэгчийн гол өсөлт нь одоо болтол ахлах сургууль, оюутнууд байсаар л байна. Ажилчид Facebook-т нэгдэхийг хүсэхгүй байна гэдэг нь Цукербергийн бодсон бодол буруу байв уу гэсэн эргэлзээг төрүүлж эхлэв. Тэр бухимдангуй байна. Магадгүй дэлхий ертөнц түүний бодож байсан шиг илэрхий, тод болж амжаагүй ч байгаа юм билүү. Түүний энэ алхам нь арай эртэдсэн ч байж болох юм. "Албаныхныг нэгтгэх нь түүний хэзээ нэгэн цагт хийж байсан ажиллагааны хамгийн муу нь байсан. Энэ нь түүний алдсан анхны томоохон алдаа байсан юм" гэж Коллер хэлсэн байна.

Цукербергийн толгойд өөр олон олон эрс шинэчлэлтийн санаанууд байлаа. Гэвч насанд хүрэгчид тэдний сайтаар зочлохгүй бол түүний энэ бодсон төлөвлөсөн зүйлүүд нь нуран унах байв. Зуны эхээр Facebook-ийн удирдах зөвлөл энэ төвөгтэй асуудлын талаар маргалдаж эхлэв. Давид Сзен Greylock фирмийн төлөөлөгч ба Facebook-т хөрөнгө оруулагч болсон тул одоо удирдлагын хурал дээр ажиглагчаар суух эрхтэй болсон байна. Энэ мэт хурлуудын нэгэн дээр бас ажиглагчаар орсон Московиц "Сайтын үйл ажиллагаанд урьдчилан мэдэж таамаглаагүй гэмтэл гарах гэх мэт олон асуудал байхад хөрөнгө оруулалт хийсэндээ харамсаж байна уу?" хэмээн Сзенээс асуусан байна. Харин Сзень ганц сайн тал нь маш өөдрөг үзэлтэй хүн байсан юм. 2006 оны зун гурав дахь жилдээ Цукерберг Пало-Алтод байшин түрээслэв. Facebook-ийн хуульчдын нэг нь түүнийг энэ байшинг түрээслэснээр хуулийн томоохон хариуцлага хүлээх болно гэдгийг сануулж байсан ч зөрүүд Цукербергийг

давж гарч чадсангүй. Цукербергийн үзэж байгаагаар компани нь энэ байшингийн түрээсийн талыг төлөх ёстой аж. Учир нь компанийн хүн бүрэнэ байшингийн бассейныг ашиглах боломжтой байсан аж. Бассейны хөргөгч эвдэрсэн байсан тул ус нь маш халуун байлаа.

Цукерберг энэ байшинд амралтын өдрүүдэд ашиглах тусдаа өрөөтэй байв. Харин амралтын өдрүүдээс бусад өдрүүдэд тэрээр өөрийн орон сууцандаа амьдрах ажээ. Тэрээр Беркелид сурдаг найз охиноосоо салсан ба Харвардыг 2006 онд төгссөн хуучин найз охин Присцилла Чантайгаа буцаад нийлсэн байна. Түүнийг сургуулиа төгсөөд диплом өвөртлөн ирэх хооронд Цукерберг 500 сая долларын өмч хөрөнгөтэй, 100 орчим ажилчинтай компанийн эзэн болж амжсан байсан юм. Хэсэг хугацаанд ярилцсаны эцэст Цукерберг Чаны тавих шаардлагыг хүлээн зөвшөөрчээ. Тэр хоёр хамтдаа амьдарч чадахгүй байгаа учир дор хаяж долоо хоногт 100 минутыг хамтдаа өнгөрөөх ёстой ба долоо хоногт нэг удаа гадуур болзох ёстой гэнэ.

Компани томорсон ч ажилчид нь коллежийн зан чанараа алдаагүй хэвээр байлаа. найман хүн дөрвөн хүний байшинд амьдарч байсан ба тэдний ихэнх нь саяхан ирсэн Харвардын програмист оюутнууд. Тэд байшингийнхаа цонхон дээр The Face Book гэх үгийг грекээр товчлон Tau Phi Beta хэмээн томоос том бичиж гоёжээ.

Компанийн хуульч энэ байшинг хөлслөхөд яагаад санаа зовж байсан бэ гэвэл үдийн цай нь л гэхэд ПИВО-ТЕННИС-ний аврага шалгаруулах тэмцээн болон хувирдаг гэх мэт назгай зүйлүүд буруу тийшээ эргэвэл Цукербергийн нэр татагдах эрсдэлтэй болохоор тэр. Мөн нэг ажилчин Крис Путман ердөө 19 настай байсан юм. Жеоржиа их сургуулийн II курсын оюутан Путман Facebook-ийн серверийг амжилттай хакердаж, 2000 орчим хуудсыг яг MySpace-ийн хуудас шиг болгон өөрчилсөн байна. Тэр өөрийн бичсэн код дундаа өөрийгөө ямар ч хохирол учруулахыг хүсээгүй хэмээсэн өгүүлбэр оруулсан байжээ. Энэ үйл явдал нь Цукерберг болон Московицийг ихээр гайхашируулсан байна. Тиймээс тэд тэр бандийг даруй ажилд урьж авсан байжээ.

Энэ байшинд ажилчдын амралт зугаа нь мөн адил өгөөжтэй байдаг байв. Телевизийн програмист Дайв Петтерман "Хүмүүс ирээд л, кодоо бичээд л, эсвэл шууд лүдэшлэг зохиох юмуу Lost цувралыг үздэг байсан. үдэшлэг зохиох тухайд бол хэнийг ч багтааж чадахаар байсан юм. Оройдоо шар айраг ууна. Телевиз үзнэ. Шинэ санаануудын тухай ярилцана. Басхүү дуртай үедээ кодоо бичнэ. Марк, Дастин нар ажилдаа ирээд л хамгийн түрүүнд компьютерээ нээдэг байсан" гэжээ.

Том реклам оллогчид нь Facebook-ийг маш болгоомжтой, нарийн судалж байлаа. Энэ компаниуд нь Гвен Стефаны сурталчилдаг жирийн нэг жижиг компаниуд биш байсан юм. "Маркетингийн магнат"-уудад одоо бол Facebookулам л сонирхолтой болсоор байна. Гэвч Facebook-ийн орчин нь тэдний хүлээж авдаг байснаас тэс ондоо зүйл байв. Ялангуяа зар сурталчилгааны тал дээр. Компани нь уламжлал болсон загвараар зар сурталчилгаа тавьдаггүй ба зар сурталчилгааны тал дээр маш бага хүрээг хамарсан жижиг компани хэвээрээ байв. 2006 онд зар сурталчилгаа зохицуулах албаны даргаар Майк Мөрфиг ажилд авч байхад Цукерберг түүнд хандан "Би бүх зар сурталчилгааг үзэн яддаггүй. Зөвхөн сайтыг бохирдуулах сурталчилгаануудыг л үзэн яддаг" гэсэн байна. Туршлагатай, салбартаа ахмад ажилчдын нэг болох Ван Натта хүртэл "аль болох их реклам, их мөнгө" гэсэн зарчим барьдаг байсан ч сүүлдээ Цукербергийн "зар сурталчилгаа нь хэрэглэгчдэд ашигтай байх учиртай"

гэдгийг хүлээн зөвшөөрсөн юм.

Chase-ийн кредит карт нь Facebook-ийн реклам сурталчилгааны давчуу ертөнцөд маш чухал зам гаргагчдын нэг байлаа. Нью-Йоркийн нэгэн жижиг рекламны агентлаг Chase-ийн захиалгаар зөвхөн оюутнуудад зориулсан "Chaze+1 card" хийсэн байжээ. Карт нь хар өнгөтэй байсан ба оюутан сурагчид яг ийм загварыг л хүсэж байсан гэнэ. Энэ карт нь мөн “халаасны оноо” гэдэг зүйлийн урамшуулалтай байлаа. Энэ оноог ашиглан хамгийн энгийн шагналуудыг авч болох байв. Жишээ нь, концертын билет гэх мэт. Бусад шагналын картыг бодвол энэ картаар тийм ч их хэмжээний гүйлгээ хийгээгүй байхад халаасны оноо цуглуулж болохоор байв. Бүх гүйлгээнд их, бага байхаас үл хамааран 20 оноо өгдөг байжээ. Бас Chase-ийн ивээн тэтгэдэг Facebook бүлгэмд нэгдвэл оноо авах боломжтой. Chase нь энэ картаа "олон нийтийн" болгож чаджээ. өөрийн оноогоо ашиглахгүй бол Facebook найзууддаа ч өгөх боломжтой.

Програмыг ажиллуулаад долоо хоноход 34 мянган хэрэглэгч энэ бүлгэмд аль хэдийн элсэж, Chase мянга мянган картыг худалдаанд гаргаж эхлэв. Банкны эзэд ч сэтгэл хангалуун байлаа. Facebook энэ алхмаараа тусгай тоногдсон зар сурталчилгаа нь аль алиндаа ашигтай гэдгийг нотолж чаджээ.

Энэ явдлаас хэдэн сарын дараа Procter Gamble нь яг Chase-тэй адил сурталчилгаа хийхийг хүсэв. Procter Gamble-ийн захирал Лафли харилцагч үйлчлүүлэгч нартайгаа илүү ойр дотно ажиллах хүсэлтээ илэрхийлэхээр иржээ. Facebook-ийн зар сурталчилгаа хариуцсан мэргэжилтэн Коллеран ингээд P G-ийнхэн ямар бүтээгдэхүүнээ коллежийн оюутнууд руу чиглүүлэн гаргасан, ямар бүтээгдэхүүн нь коллежийн оюутнуудад тохирохгүй талаар судалгаа хийв. Тэгтэл P G-ийн Crest White Strips гэгч шүд цагааруулагч бодис нь хэзээ ч коллежийн оюутнуудад зориулагдаж сурталчлагдаагүй байна. Харин тэдний ярьж байгаагаар энэ бүтээгдэхүүн нь хамгийн ихдээ их сургуулийн хажуугийн “WallMart”-аар зарагддаг гэсэн судалгаатай байв. Ингээд P G Facebook-тэй Smile State гэх компанит ажлыг эхлүүлсэн юм.

P G Chase болон Apple-ийн хийсэн шиг Facebook дээр өөрсдийн Crest White Strips бүлгэмийг ивээн тэтгэх болжээ. Энэ бүлгэм нь “WallMart”-ийн хажууд байрлалтай 20-оод их дээд сургуулийн оюутнуудад бараагаа сурталчилдаг байжээ. Бүлгэмд элссэн гишүүн бүр Матью МкКонаугийн “Бид Маршалууд” хэмээх киноны билетийг урамшуулалд авдаг байв. Харин Crest White Strips-ийн бүлгэмд хамгийн олон гишүүн элссэн сургуульд “Def Jam Records” нь концерт зохион байгуулах шагналтай байв. Бараг 20 мянган хүн “Def Jam Records”-ийн зохион байгуулсан концертод оролцсон байна. 20 мянган хүн өөрийн нэр, нас, гээд үнэн мэдээллээ нуулгүй Crest White Strips-ийг дэмжиж байгаагаа энэ маягаар илэрхийлсэн нь P G-ийн хувьд үнэхээр том амжилт байсан юм. Энэ явдал нь Facebook-ийн ч, P G-ийн ч ялалт байв.

Цукерберг Facebook-ийн хэрэглэгчдийг саатуулах, төвөг учруулах, эсвэл сайтын ерөнхий төрх байдал, загварт сөрөг нөлөө үзүүлэх зар сурталчилгаанууд хэдий ашигтай байсан ч үгүй гэж хэлсээр байлаа. 2006 оны тавдугаар сард Sprite компани шинэ савлагаатай ундаа гаргасан бөгөөд сурталчилгааны ажлыг хамгийн гол нь залуу үе рүү чиглүүлэн ажиллахыг хүсэж байв. Тэд Facebook-ийн нүүр хуудсыг өөрийн компанийг илэрхийлсэн ногоон загвартайгаар 24 цаг байлгахын тулд нэг сая доллар өгье гэсэн санал тавьсан ч Цукерберг энэ мөнгийг авах талаар

огтхон ч бодолцож үзээгүй юм даа.

Тухайн оны наймдугаар сард Facebook ирээдүйн гол хандлагаа олж харсан байна. Энэ нь техникийн салбарын "акул"-руу чиглэсэн боломж. Myspace нь Google-ийн хайлтын системийг өөрсдийн сайтад байрлуулан Google-д зориулсан сурталчилгааны зайг гурван жилийн хугацаатай 900 сая доллараар түрээслэхээр гэрээ байгуулсан байна. Тухайн үед энэ гэрээ нь олон нийтийн сүлжээ сайтуудад маш дэвшилтэт алхам байсан ба энэ нь Мурдокийн MySpace-д оруулсан хөрөнгө оруулалтыг ашиг болгон хувиргасан юм. Мөн MySpace-ийн амжилтын давалгаанд Facebook хамт дэвшсэн хоёрдахь тохиолдол балсон юм. Эхний тохиолдол нь Мурдок MySpace-ийг худалдаж авахад байсан. Эл явдал нь Facebook-ийг улам үнэ цэнтэй харагдуулж тэдний нэр хүндийг өсгөхөд тусалсан болохоор тэр. Харин энэ удаа Facebook-ийн ч гэлтгүй олон нийтийн сүлжээ сайтын сурталчилгааны талбарыг яг л "алтны уурхай" мэт харагдуулж өгсөн ажээ.

Ван Натта болон тэдний Amazon.com-оос ажилд авсан бизнес хөгжлийн салбарын дэд ерөнхийлөгч Дэн Роуз нар одоо цахим сурталчилгааны үйлчилгээний томчууд болох Google, Yahoo, Microsoft гэх мэт компанитай аль хэдийн яриа хэлэлцээр хийгээд эхэлжээ. Facebook Microsoft-ийн MSN-д жижиг сурталчилгааны зай зарахаар авсаархан гэрээ хийсэн байв.

Microsoft-ийг өдөөдөг мөнхийн ганц хүсэл бол Google-ийг илт давуу гүйцэж ардаа орхих. Яг энэ үед MySpace болон Google-ийн хооронд хийсэн гэрээ олонд ил болох нь тэр. Роуз ч шууд л утсаа шүүрч аван Google-ийг давхын тулд MySpace-тэй хамтрахаар оролдоод бүтэлгүйтсэн нөгөө нэг аварга загас болох Microsoft-ийг Facebook-тэй хамтрана уу хэмээн урьсан байна.

Microsoft-ийнхон MySpace-тэй хийх гэж байсантай адил гэрээг Facebook-тэй хиймээр байгаагаа хэлжээ. Ингээд тун удалгүй тэд Microsoft-той гэрээ байгуулав. Програм хангамжийн "аварга титан" болох Microsoft-той гэрээ байгуулсан явдал нь Facebook-ийн түүхэнд үнэхээр хувьсгал болж, орлогын эх үүсвэрийг дахин нэгээр нэмсэн байна. 2006 он Microsoft-ийн хувьд их мөнгө зарсан жил болж байхад Facebook-ийн хувьд хамгийн их орлого олсон жилүүдийн нэг болон хувирсан юм. Яг энэ явдлаас хэдхэн сарын өмнө Viacom-ийн Вольф 2006 онд Facebook-ийн ашгийг 22 сая доллар болно гэсэн тооцоо гаргаж байсан юм. Гэтэл оны төгсгөлд Facebook энэ тоог хоёр нугалсан ашиг олсон байжээ.

Цукербергийн "Хэрхэн амжилттай Захирал болох вэ?" гэдэг хичээлүүд нь дуусаж байв. Тэрээр энэ үед Ван Наттад Паркерийн гүйцэтгэдэг үүргийг биелүүлэхийг зөвшөөрч байсан юм. Түүнийг ноён "Гадаад Ертөнц" болгож, гадаад ертөнцтэй харилцах гол хүнээр сонгов. Ван Натта Interpublic болон Microsoft гэх мэт томчуудтай гэрээ хэлэлцээр хийн улам шат ахиж, туршлагажсаар байлаа.

Viacom Facebook-ийг худалдаж авах гээд бүтэлгүйтсэн ч Майкл Вольфтэй хийсэн яриа хэлэлцээр нь Цукербергт гэрээ хэлэлцээрийг хэрхэн хийдэг, мэдээлэл технологийн салбар яаж ажилладаг талаар маш тодорхой ойлголт өгчээ. Хожим түүний олж авсан энэ мэдлэг туршлага нь түүнд үнэлж баршгүй хэрэг болсон билээ. Компани дотроо Цукерберг одоо л удирдагч хүн шиг харагддаг болов.

"Найзуудад минь яг юу тохиолдоод байгааг би нэг л ойлгохгүй байна!"

Facebook-ийн фото аппликейшний гайхам амжилт нь компанийнхныг өөрсдийгөө дүгнэхэд хүргэсэн байна. Фото аппликейшн ингэж их амжилт олоход нөлөөлсөн гол хүчин зүйл юу байв гэдгийг Цукерберг болон тэдний багийнхан бодов. Эхний шалтгаан нь найзуудынхаа шинэ зургийг хамгийн хялбар замаар олж болох боломж. Бүх хүний хуудсанд хяналтын самбар байх ба энэ самбар дээр ямар найз тань хамгийн сүүлд зургийн цомогоо шинэчилсэн байна гэдгийг харж болох байв. Энэ нь хэрэглэгчийн "аль нь шинэ вэ?" гэх сонирхол дээр түшиглэсэн санаа байсан аж. Нөгөө шинэчлэлт нь тухайн хэрэглэгчийн нүүр хуудсан дээр гарах найзуудын нэрсийг "хэний хуудсанд хамгийн сүүлд өөрчлөлт орсон байна?" гэдэг дараалал дээр түшиглэн жагсаадаг байсанд юм. үүнийгээ "цаг хугацаагаар ангилах" гэж нэрлэжээ. Хэн нэг нь нүүр зургаа солилоо гэхэд дунджаар 25 шинэ хандалт тухайн зургаа сольсон хэрэглэгчид шууд ирдэг гэсэн судалгаа гарсан байна.

Хүмүүсийн Facebook дээр хийдэг байсан гол зүйл нь бусдын мэдээллийг судлах. Тэд юу шинэчлэгдэж, юу өөрчлөгдөж, юу тохиолдсон байна гэдгийг сайтар уншиж найзуудаа танддаг. Найзуудынхаа хуудсыг шинжих гэдэг нь бараг зуршил шахуу болсон байдаг байлаа. Нэг дараад л хамгийн сүүлд зочилсны дараагаас юу өөрчлөгдсөнийг харж болно. Тэр найз бүсгүйгүй хэвээрээ байгаа болов уу? Энэ фото нь түүнийг Карибид байсан гэдгийг гэрчилж байна уу? Тэр яагаад энэ үдэшлэгт надад хэлэлгүйгээр явсан байдаг билээ? Дараад л, дараад л, дараад л... Олохыг хүссэн мэдээллээ олох нь сайхан ч, хайна гэдэг нь их уйтгартай байлаа.

Удаан бодсоны үндсэн дээр компанийн залуу удирдагчид хамгийн сүүлд ачаалласан зургийг биш, найзуудын хамгийн сүүлд хийсэн үйлдэл болгоныг харуулах тийм хуудас нэмэж хийхээр болсон байна. Московиц: "Бид өөрсдийн хамгийн ойр дотны хүмүүсийн талаар мэдээллийг хэрхэн мэдэж авдаг вэ? хэмээх асуултаас л хамаг юм эхэлсэн. Тиймээс бидэнд тухайн хэрэглэгчийн ойр дотны хүмүүсийн хамгийн сүүлийн үеийн үйлдлийг харуулах шинэ хуудас хийе гэсэн санаа орж ирсэн. Ингэж л News Feed-ийн санаа төрсөн юм даа" гэсэн байна.

Тэдний хийх гэж байгаа энэ шинэ функц нь хэрэглэгчдэд өөрсдийн хэрэгтэй мэдээллийг хамгийн түргэн шуурхай олоход зориулагдсан билээ. Таны найз тав дахь өдөр ямар үдэшлэгэнд явах гэж байгаагаас эхлээд Тажикистаны улс төрийн байдлын талаар тавьсан вэб холбоос хүртэл бүх зүйлийг харуулах тийм л хуудас байсан юм. Харин энэ мэдээллүүд нь таны хамгийн түрүүнд юу харахыг хүсэж байна гэдэг дээр үндэслэн цаг хугацааны дарааллаар жагсаагдан харагдах ёстой аж. Цукерберг энэ тухай хамтран ажиллагч нартаа тайлбарлахдаа "Таны байшингийн гадаа үхсэн хэрэмний асуудал, магадгүй Африкт өлсгөлөнгөөр үхэж байгаа хүмүүсээс танд болон танай найз нарт илүү ач холбогдолтой байх. Тиймээс харуулах мэдээллийг хүртэл ангилах хэрэгтэй" гэж хэлсэн байна.

Ингээд энэ бүх үйл ажиллагаа 2005 оны намар эхлэв. Тун удалгүй Адам Д'Анжело Крис Кокс гэгчийг News Feed дээр ажиллуулахаар ажилд авчээ. Интернэт бидэнд мянга мянган асуултын хариуг өгч чаддаг ч миний найзуудад чухам яг юу болоод байгааг би мэдэхгүй байна гэсэн хамгийн чухал асуултад яагаад хариулт өгч чадахгүй байна?

Ингээд тэд News Feed-ийг хэрэгжүүлэхээр ажилдаа орлоо. Стэнфордыг төгссөн компьютер шинжлэх ухаан, сэтгэлзүй болон хэл судлалаар сурч байсан Кокс “News Feed нь бидний найман сарын тасралтгүй хөдөлмөрийн бүтээл” гэв. Программын хийх гол үүрэг нь тун тодорхой байлаа. Facebook дээр хэрэглэгчийн хийх үйлдлийг хураангуйлж, ямар нэгэн өөрчлөлтийг тухайн хэрэглэгч хуудсан дээрээ хийвэл үүнийг найзуудад нь тооллын дарааллаар нэгтгэн дүгнэх олон программын алгоритм зохиох байв. News Feed нэмэгдсэнээр бүх хэрэглэгчийн нүүр хуудас нь тухайн хэрэглэгчийн найзуудаас хамаарч тэс ондоо болон хувирах аж. Паркерийн дүгнэлтээр "Энэ ажил нь компанийн түүхэнд гарсан хамгийн том технологийн шалгуур" байсан гэжээ.

Facebook-ийн хэрэглэгчид нь дунджаар 100 найзтай байдаг гэсэн судалгаа бий. Тиймээс программ нь энэ бүх найзуудын бүх үйлдлийг хянаж байх ёстой гэсэн үг юм. Харин та сүлжээнд нэвтрэх болгонд энэ программ таны сонирхлыг үндэслээд найзуудын чинь хамгийн сүүлийн үйлдлүүдийг ангилан танд танилцуулна. Энэ тооцоолол нь таны урьдны зан байдал, дадал дээр тулгуурлан хуваарилагддаг байна. Магадгүй та ууртай, эсвэл кинонд явах гэж буйгаа болон өөрт таалагдсан цомог, видеог хуудсан дээрээ урьд нь тавьсан байлаа гэж бодъё. Тэгвэл Facebook-ийн шинэ программ нь энэ бүх мэдээллийг цуглуулаад таны найзад мэдээлэх эсэхээ шийддэг байна. Илгээх эсэх нь тухайн найзын урьдны дадал зуршлаар нь шийдэгдэнэ. Хэрэв таны нэг найз хэзээ ч видео үзэж байгаагүй бол түүнд Daily Show-ын талаар тавьсан мэдээллийг явуулах ямар ч хэрэг байхгүй. Хэрэв найз тань хипхоп хөгжим сонсдог бол wilco album-ын талаар тэдэнд мэдээлэх нь ямар ч ач холбогдолгүй гэх мэтээр ангилагдах аж. Ингэж хэрэглэгчдийн тавьсан шинэ мэдээ болгонд энэ программ нь дүгнэлт хийнэ. Энэ бүх үйлдлээ 15 минутын давтамжтай байнга шинээр хийж байх ёстой. Харин одоо энэ бүхнийг Facebook-ийн идэвхтэй хэрэглэгчийн тоо болох зургаан саяар үржүүлээд үздээ. Энэ ажил нь кодчилал, инженерийн болон бүтээгдэхүүн дизайны үнэхээр нүсэр том ажил, шалгуур болсон юм даа.

News Feed нь эрс өөрчлөлтийг авчирах байв. Тухайн үед Цукербергийн хэлж байгаагаар "Энэ нь ямар нэгэн төрлийн шинэ функц биш, харин үндсэн бүтээгдэхүүний дэвшилтэт хувьсал" аж. үнэхээр ч энэ нь Facebook-ийг шинээр төрүүлсэн зүйл юм. Энэ нь ирээдүйн шинэчлэлийн хамгийн гол суурь гэдгийг тэр аль хэдийн бодсон байжээ. Гэвч тэр энэ мэдрэмж, зөн совингоо компанийн инженерүүд болон бүтээгдэхүүний дизайнеруудад тийм ч сайн ойлгуулж чадаагүй юм. Олон программист инженерүүд нь түүний энэ санааг маш тааруу гэж бодоцгоон, дурамжхан хүлээж авч байлаа.

Хэдийгээр Цукерберг компаниа зарахыг огт боддоггүй байсан ч түүний эргэн тойронд байсан олон хүнд Facebook-ийг худалдаж авахын төлөө мэдээлэл технологийн том компаниуд хэдийг төлөхөд бэлэн байгааг мэдэх нь сонирхолтой байжээ. Овен Ван Натта энэ мэт тагнуул, туршуулын ажилд жинхэнэ мастер. 2006 оны хавар Facebook-ийн төлөө 800 сая доллар бэлнээр өгнө хэмээж байсан Viacom-той Facebook-ийхэн ойлголцож чадаагүй. Хэрэв хэн нэгэн нэг тэрбум доллар бэлнээр амлах юм бол Facebook-ийг зарах талаар ярих болно гэдэг албан бус гэрээг компанийн удирдлагууд хоорондоо хийсэн байна. Цукерберг энэ саналтай дуртай дургүй санал нэгдсэн юм. Учир нь тэрээр "албаны сүлжээ" нь амжилт олоогүй учраас Facebook-ийг ч төсөөлж байсан шигээ томруулахгүй, хязгаарлахын дохио гэж бодож байжээ.

Энэ үеэр Yahoo-ийн удирдлагууд мөн санаа зовон сууж байв. Олон нийтийн сүлжээ сайт нь хүмүүсийн амьдралд улам бүр нэвчин орсоор байхад Yahoo-ийнхан яг энэ салбарт ямар ч байр суурьгүй хоосон байсан юм. Yahoo-ийн CEO Терри Семелийн сонирхлыг Facebook ихээхэн татаж байлаа. Yahoo-ийн ажлын албаны дарга Розенсвайг Facebook-ийг аль эртнээс л мэдэх ба 2005 онд Марктай танилцаж байсан аж. Розенсвайг Цукербергт “Хэрэв чи өөрөө сонирхолтой байгаа бол Yahoo Facebook-ийг худалдан авах асуудлаар ярилцаж болно” гэдгийг нэг бус удаа сануулсан аж. Гэвч Цукербергт энэ нь ямар ч сонирхолгүй.

Зургадугаар сард Yahoo-ийн удирдлагууд Facebook-ийг авах хэрэгтэй гэдэг дээр бүрэн санал нэгдэцгээв. Семель Цукербергтэй ярилцах болсон байна. Yahoo Facebook-ийн төлөө нэг тэрбум доллар төлөхөд бэлэн байгаа нь маш хурдан илэрхий болжээ. Семель, Розенсвайг болон Yahoo-ийн Стратеги судалгааны хэлтэсийн дарга Тоби Коппел нар Ван Натта, Коллер, Цукерберг нартай хэд хэдэн гэрээг эхлүүлэв. Тэдний ихэнх уулзалт Ван Наттагийн гэрт болдог байжээ.

Цукерберг энэ саналд баярлах уу, эсэргүүцэх үү огт мэдэхгүй байлаа. Тиймээс аль аль араншингээ үзүүлэхийн тулд тусгаар тогтнолын баяраар 500 доллароор салют авч, Пало-Алтогийн цэцэрлэгт хүрээлэнд тавьсан нь цагдаа нартай маргалдахад хүргэжээ. Харин дараа өдөр нь Yahoo-ийн тал өөрсдийн тавьж буй шаардлага болон хүсэлтийг цаасан хэлбэрт буулган Цукербергт илгээжээ.

Московиц ч Цукербергтэй адил компаниа зарахыг хүсдэггүй хүмүүсийн нэг. Тиймээс "Анхандаа бидний компани хэр өртөг хүрэх вэ гэдэг нь миний сонирхлыг татаж байсан гол асуудал. Тэрнээс биш бид компаниа зарахыг огт бодож байгаагүй. Харин нэг л мэдэхэд Yahoo-той гэрээ байлуулах, гарын үсэг зурах дээрээ тулчихсан байсан" гэсэн байна.

Удирдах зөвлөлийн гишүүн Жим Бреер харин бүх зүйлийг өөрөөр харж байлаа. Энэ мэт ашигтай саналыг хүлээж аваад мөнгө алдалгүй "тоглоомоос гарах" нь ямар ч хөрөнгө оруулагчийн хүсдэг л зүйл. Хэрэв Yahoo-д Facebook-ийг нэг тэрбум доллараар зараад Жим Бреер өөрийн хувийг аваад гарсан бол Assel компани нь өөрийн оруулсан хөрөнгийг нь 14 сарын дотор 10 дахин ихэсгэх байсан юм. Бреер "Би бүгдийг нь удирдах зөвлөлийн хуралд дуудсан. Бид энэ саналыг дүлий хүн шиг өнгөрөөж болохгүй. Бичиг баримтаа бүрдүүлээд бүх зүйлийг гүйцэлдүүлэх хэрэгтэй гэж хэлсэн. Харин манай залуу удирдагчид заасан мөнгөн дүнд нь хүрсэн санал тавьсанч ягаад ч юм худалдах талаар ярихад хөшүүн хандаж байсан. Ялангуяа Марк зарахгүй тал дээр бүр бат зогссон юм" хэмээн ярьжээ. Энэ асуудлаас болж компанийн удирдлагуудын хоорондох харилцаа улам хурцадмал болж эхэлжээ.

Ингээд нэгэн уулзалт дээр Цукерберг тэвчээрээ алдсан гэнэ. Тэр Бреерт хандан "Хөөе Жим! Хэрэв би зарахгүй л гэсэн бол бид зарахгүй гэсэн үг. Ойлгосон уу!" гэж огцом хэлсэн байна. Бреер "Тэрийг ч мэдэж байна л даа Марк. Гэхдээ бид анхандаа нэг тэрбум хүрвэл зарна гэж тохиролцож байсан шүү дээ. Дахиад сайн бодож үзэх хэрэгтэй юм биш үү!" гэж ууртайгаар хариулав.

Бреер зарахыг хүсэж, олныг ятгаж, турхирч байсан цорын ганц хүн нь биш байв. Компанийн удирдлагууд хоёр хуваагдсан аж. Нэг тал нь Yahoo-д зарахыг хүссэн ахмад ажилчид болох Ван Натта, Коллер нар. Нөгөө талд залуу оюутнуудын бүлэг болох Цукерберг, Московиц нар болон

компанийн хувьцааг эзэмшигч Шон Паркер нэмэгдэнэ. Шон Паркерийн бодлоор Facebook дөнгөж л эхлэлээ тавьж байгаа учир зарах нь арай эртэдсэн мэт санагдсан аж. Ахмад хувьцаа эзэмшигчдийн тоонд орох Петер Тиел компанийг заавал зарах шаардлагатай эсэх дээр Цукербергтэй байнга ярилцан суудаг байжээ. Тиел анхандаа түүнийг Yahoo-д заруулахыг ятгаж, гуйж байсан ч сүүлдээ Цукербергийн бодол санааг хүндэлсэн хэвээр үлджээ. Цукерберг сүүлд "Тиел эцэстээ намайг дэмжигч болон хувирсан юм. Харин Жим Бреер бусдыг нэлээд турхирч байлаа. Маш олон хүн тэр үед компанийг зарах ёстой гэсэн байр суурьтай байсан юм" гэжээ.

Үргэлж Цукербергийг дэмжиж, түүний талд байдаг Московиц компанийг зарах ёсгүй гэдэг байр суурь дээр маш бат зогссон хүмүүсийн нэг байсан юм. Московиц "Хэрэв Yahoo Facebook-ийг авсан бол тийм ч сайн ажилуулж чадахгүй байсан. Мөн Паркерийн хэлж байснаар ямар ч хоёр компанийн нэгдлийн 80 хувь нь сүйрдэг нь компанийг зарахгүй байх гол шалтгаануудын нэг болсон" гэсэн байна. Цукерберг Московицтэй тавдугаар сарын эхээр Google-ийн Dodgeball хэмээх гар утас ашиглан тухайн хүний байршлыг тодорхойлдог компанийг худалдаж авах үйл ажиллагааг сайтар ажиглан сууж байв. Московиц "Бид ч Dodgeball-ийг сүйрэх нь гарцаагүй боллоо гэж харж байсан юм. Харин Google ашиглалтад оруулахдаа мастер шүү дээ! Хэрэв энэ наймаа нь амжилтгүй болвол Facebook дээр ч энэ мэт үйлдэл давтагдах магадлалтай" гэжээ. Тэр хоёр ийм зорилгоор тэдний алдаа оноог сайн ажиглаж байжээ.

Yahoo-ийн тавьсан үнийн санал хэдий гайхмаар их байсан ч хэрэв News Feed ашиглалтад орсон тохиолдолд хамаагүй бага үнэ болох байлаа. News Feed-ийн нээлтийн ажиллагааг хичээлийн шинэ жилтэй давхцуулахаар төлөвлөсөн байжээ. Хичээлийн шинэ жил эхлэхэд тэд ганц News Feedээрээ өөрчлөлтийг авчрахыг хүссэнгүй. Тэд өөр нэгэн шинэ өөрчлөлт хийхээр төлөвлөж байв. Энэ нь Facebook-ийг хүн болгонд нээлттэй болгох санаа ажээ. Тэгэхээр Facebook-ийн хэрэглэгч болохын тулд одоо заавал их сургууль болон ахлах сургуульд сурдаг байх, эсвэл албан газар ажилдаг байх шаардлагагүй болж байгаа юм. Энэ нээлттэй бүртгэлийг тэд "Open Reg" хэмээн нэрийджээ. Албаны Сүлжээтэй харьцуулах юм бол энэ нь шууд коллежийн хувилбарыг аван өөр зах зээл дээр турших гэсэн оролдлого биш. Харин ч маш том өөрчлөлт ба Facebook нь одоо бол хэн бүхэнд нээлттэй гэдгийг тунхаглан харуулах ёстой байсан аж. Компани нь бүх нийтэд нээлттэй болох гэж байгаа гээд хуучин суурь бүтцээ авч хаясангүй.

Сайт нь ороход тусдаа сүлжээтэй байх ба оюутнууд нь өөрсдийн их сургуулийнхантайгаа нэг сүлжээнд, ахлах сургуулийнхан нь тусдаа гэх мэт ангилсан сүлжээнд хамаарагдах бөгөөд шинэ гишүүд нь өөрийн хот, муж, дүүрэг гэх мэтээр нэгдэн сүлжээ болох боломжтой байв. Энэ алхам нь Facebook-ийг оюутан сурагчдын хүрээнээс халин гарч чадах уу гэдгийг шалгасан хамгийн эхний шалгуур байжээ.

Коллер, Бреер нар "албаны сүлжээ" нь амжилт олоогүйтэй адил одоогийн яригдаж буй "open reg" ч амжилт олохгүй, улмаар энэ нь Facebook оюутан сурагчдын хүрээллээс гарч чадахгүй гэдгийг харуулах вий хэмээн санаа зовж байжээ. Коллер "Бид их сургуулийхныг бүгдийг нь бүрхэж чадсан. Ахлах сургуулийхныг ч ялгаагүй. Харин MySpace 20-оос дээш насныхны дунд нэлээд бат бөх байр суурь олчихсон байсан. Гэтэл энэ үед Цукербергт юу байв. Зөвхөн ахмад

үеийнхэн бидний сүлжээг ашиглана гэдэг сохор итгэлээс өөр зүйл байсангүй. Бидний эсэргүүцэж,Цукербергийн хэлж байсан олон зүйл үнэн байдаг ч тэр "албаны сүлжээ"-г амжилт олно хэмээн таамаглаад алдсан удаатай. Тиймээс "open reg"-ийг нээх нь хэт аз туршсан хэрэг" гэсэн байна.

Хэрэв Facebook их сургууль болон ахлах сургуулийн тойргоос гарч өөр олон хэрэглэгч рүү чиглэхгүй бол хэрэглэгчийн тоо бараг тулчихсан байсан юм. Харин Коллерийн хувьд энэ нь Yahoo-ийн санал хамгийн зөв бөгөөд ашигтай сонголт мэт харагдуулж байлаа. Коллер Маркт хандан "Чи open reg-ийг нээснээр амжилт олно гэдгийг яаж мэдээд байна? үнэхээр тэгж бодогдуулах шалтгаан байгаа бол би бодол санаагаа өөрчлөхөд бэлэн. Хамгийн гол нь чи яагаад тэгж их итгэлтэй байгаагаа тайлбарлачих" гэхэд Цукерберг"Би яг ч тайлбарлаж хэлж чадахгүй... Зүгээр л үүнийг мэдэж байна" гэжээ.

Ахмад ажилчдийн хувьд Facebook коллежийн болон ахлах сургуулийн зах зээлээс гаралгүй, нэгэнт олсон байр сууриа ашиглан цааш хөлжих алтан боломжоо ашиглах ёстой гэнэ. Зарим нэг нь Facebook-ийг залуучуудын өдөржин шөнөжин тасралтгүй үздэг хамтлаг дуучдын видеог харуулах, шинэ үеийн залуучуудад зориулсан мэдээллийн хэрэгсэл болох MTV-ийн анхны жилүүд шиг харж байжээ. Энэ байр суурийг баримталж байсан хүмүүсийн хувьд Facebook нь ахлах сургууль болон коллежийн зах зээл дээр олж авсан маш баг байр сууриа хэнд ч хэрэггүй уйтгартай хэдэн хөгшчүүдэд нээлттэй болгосноор алдана хэмээн бодогдуулж байв.

Гэвч Цукерберг тэдэнтэй санал нэгддэггүй байв. Түүний үзэл бодол нь хувирашгүй ба тов тодорхой. "Facebook коллежийн оюутнуудын хүрээнээс гарч, олон олон хүмүүсийн найз нөхөдтэйгөө харьцах хэрэгсэл нь болох ёстой. Facebook "cool" байхдаа биш, хамгийн гол нь хүмүүсийн хэрэгцээг хангаж байх нь чухал” гэж Паркер, Москович, Цукерберг нар аль 2005 оноос л хэлсээр ирсэн. Хэрэв сайтын залуу хэрэглэгчид арай ахмад үе нь нэгдэхэд дургүй болж сайтаас татгалзвал татгалзаг. Цукерберг Facebook-ийн хэрэглэгчид найзуудын хүрээнээс бусад хүмүүст тийм ч дургүй байдаггүйг угаасаа мэднэ. Ахмад хүмүүс коллежийн хүүхдүүд мэдэх завдалгүй байхад л хэнд ч мэдэгдэлгүй нэмэгдээд орчихно....

Yahoo-д зарах асуудлаар гарсан маргаан нь Цукербергийг бүр зовоож эхлэв. Зарим шөнө тэр унтаж чаддаггүй байсан ба гарч машиндаа суугаад Green Day болон Weezer-ийн хуурцгийг хамаг чангаар нь тоглуулан давхиад өгдөг байжээ. Оффисийнхоо хажуугаар юм бодон алхаж цагийг өнгөрөөх нь ихсэв гэнэ. Энэ үеэр Цукерберг Facebook-т ажиллаж байсан өөрийн төрсөн эгч Рандитай уулзжээ. Түүний эгч "Тэр маш их дотоод зөрчил, сэтгэлийн шаналалтай байсан. Маш их мөнгө. Энэ их мөнгө нь түүний төлөө ажилладаг олон хүний амьдралыг тэр чигээр нь өөрчилж болох мөнгө. Гэвч өөрсдөд нь дэлхий ертөнцийг үүнээс илүүтэйгээр өөрчилж чадах хүч байгааг тэр мэдэж байсан. Гэхдээ энэ их мөнгийг авахгүй байх нь тийм ч зөв шийдвэр биш юм шиг байна" гэжээ.

Ван Наттагийн байшинд болсон хэлэлцээр нь долдугаар сарын эхний хоёр долоо хоногийн турш үргэлжилсэн байна. Эцэстээ хоёр тал нэг тэрбум доллар бэлнээр төлөх дээр санал нэгдэв. Гэвч Yahoo-ийн талын нэг хүн Цукербергийг одоо болтол тийм ч итгэлтэй биш байгаа талаар мэдээлжээ. Тэрээр гэрээ хэлэлцээрийн бүх шатанд маш их цаг авч байгаа мэт. Yahoo-ийхон Ван Наттатай бүх юмыг ярилцаж тохиролцсон байсан ч Цукербергийг бүх юманд

бэлэн байгаа эсэхийг тийм ч сайн олж харахгүй байсан юм. Тэдний ч зөв байв. Мөн Цукербергийн зарим хандлага ч Yahoo-ийн багийнхныг гайхшруулсан байна. Жишээ нь, Цукерберг сайтдаа ямар ч реклам тавих сонирхолгүй байсан нь тэднийг бүр алмайруулсан гэнэ.

Facebook Yahoo-д зарагдах нь бараг тодорхой болж, төгсгөл шатандаа орж байхад нэгэн гэнэтийн явдал тохиолдов. Долдугаар сарын дундуур Yahoo эхний хагас жилийн санхүүгийн дүгнэлтээ гаргасан байна. Wall Street тэднийг санхүүгийн салбарт доошилсон гэж харуулсан ба Yahoo-ийн хувьцааг ганцхан өдрийн дотор 22 хувиар бууруулжээ. Хэрэв Yahoo уг тоо баримтыг эс тоон маш бага ашигтай ажилладаг Facebook-ийг нэг тэрбум доллараар худалдаж авлаа гэсэн мэдээлэл цацагдвал Wall Street Yahoo-ийн энэ үйлдэлд хэрхэн хандах бол гэдэг асуудал түүний санааг зовоож байв. Яагаад гэвэл хувьцааны ханш тэр даруй унах байжээ. Тиймээс аз туршсан алхам хийхээс айсан Семель бэлнээр төлөх мөнгөн хэмжээг 850 сая доллар болгон бууруулсан байна. Энэ нь түүний хувьд эцсийн үнэ гэнэ. Түүний орлогч Розенсвайг Цукерберг руу утасдан ийнхүү шинэ үнийн саналыг хэлжээ. Гэтэл Цукерберг шинэ үнийн саналыг сонсуутаа маш их баярлаж, утсаа салгаж ч амжилгүй Moskoviцтэй гараа цохилцсон нь сонсогдсон байна. Яагаад гэвэл тэд Yahoo-ийн хэлэлцээрээс салах далим хайн цөхөрч байсан юм. Утсаар ярьсны дараа Цукерберг 10 минутын шуурхай хурал хийж, Facebook-ийн удирдах зөвлөл гэрээг бүрмөсөн хаажээ. Брееер ч тэдний энэ шийдвэрт сэтгэл хангалуун байлаа.

Энэ явдлын дараа мэдээлэл технологийн бусад компанийн захирлууд Facebook-ийг худалдаж авахаар шунах болов. Yahoo-ийн нэг тэрбум долларын цуу яриа нь аль хэдийн бүгдэд илт болжээ.

Time Warner-ийнхан Facebook-ийг өөрийн болгох тухай яриаг маш нухацтайгаар хэлэлцэх болов. AOL-ийн CEO авахыг хамгийн их хүсэж байсан хүмүүсийн нэг юм. Тэрээр энэ нийтийн сүлжээг AOL-ийн гол цөм болно гэдэгт эргэлзээгүй итгэж байлаа. Хоорондоо харилцах өрөөтэй, хэлэлцүүлэгтэй гээд ер нь л сайн тал маш их байв. Түүний бодлоор Facebook нь AOL-д яг тохирох аж. Харин гол асуудал нь AOL өөрөө Time Warner-ийн ердийн нэг салбар байсан учир энэ мэт гэрээ хэлэлцээрийг бие даан шийдэх боломжгүй. Миллер толгой компанийн удирдлагатай тийм ч амар хэл амаа ололцохгүй ба урьд нь өөр нэгэн компанийг өмчлөн авах асуудлыг нь татгалзаж байсан удаатай. Тиймээс Миллерт толгой компанитайгаа өрсөлдөхгүйгээр өөрийн хүслийг биелүүлнэ гэдэг үлгэр домог мэт. Мөн Миллер Цукербергийг Time Warner-ийн бага гүйлгээтэй ямар нэгэн хувьцаагаар Facebook-ийг наймаалцахгүй гэдгийг мэдэж байжээ. Тиймээс л Цукербергтэй ярилцахаар шийдвэл бэлэн мөнгөний тухай л ярина гэдгийг тэрээр сайтар ойлгочихсон байжээ.

Ингээд Миллер хөдөлж эхэллээ. Time Warner-ийн бас нэгэн салбартай хамтрах нь толгой компанийн эсэргүүцлийг багасгахад тусална гэж тэр бодов. өөрийн эгнээндээ Time Warner-ийн сэтгүүл хэвлэлийн салбар болох Time Inc.-ийн CEO Анн Мурыг нэгтгэж чадлаа. Тэд хамтдаа Facebook-т үнэ хаялцах болно. Facebook-ийг худалдаж авах бэлэн мөнгөө тэр хоёр активаа зарах замаар хоёр талаас босгох төлөвлөгөөтэй байжээ. AOL нь Marquest болон гар утсан дээр тухайн хүний бичих гэж байгаа үгийг урьдчилан таамагладаг программ болох Tegic-ийг 600 сая доллараар зарчихна гэж найдаж байв. Харин Анн Мур Time Inc.-ийн

Британи сэтгүүлийн хэвлэгч болох IPC-ийг 500 сая доллараар зарах бодолтой байлаа. Ингээд Facebook-ийг авахад хангалттай мөнгөтэй болохоор байв.

Тэд өөрсдийн төлөвлөгөөгөө бэлдээд Time Warner-ийн ерөнхийлөгч Жефф Бьюкесст танилцуулахад тэдний саналыг хүлээж аваагүй байна. Ингээд Миллер, Мур нарын төлөвлөгөө эцэстээ тулжээ. Тэд Цукерберг болон Facebook-ийхэнд саналаа тавьж х чадалгүй таг болсон юм.

Компанийн сайт дээр хийхээр төлөвлөж байгаа хоёр шинэ өөрчлөлт нь хичээлийн шинэ жилийн эхний хоёр долоо хоногт хэрэглэгчдэд хүрэхээр төлөвлөгдсөн байжээ. "Open Reg" нь нээгдсэнээр ямар ч хэрэглэгч дурын и-мэйл ашиглан найзуудынхаа хаягийг татаж болно. үүний тусламжтайгаар хэдхэн товч дараад л и-мэйл хаяг тэмдэглэгдсэн найзууд тань Facebook-ийн хэрэглэгч эсэхийг мэдэж, хэрэв хэрэглэгч биш бол тухайн найзаа Facebook-т нэгдэхийг урьж болох байв.

News Feed-ийг хийх ажил нь Facebook-ийн түүхэнд хамгийн их цаг авсан хамгийн нүсэр ажиллагаатай төслийн нэг байсан юм. Гэвч зуны дундуур гэхэд тэд бэлэн болгочихсон байжээ. Нэгэн орой News Feed-ийн менежер Крис Кокс өрөөндөө сууж байгаад хамгийн анхны News Feed-ийг харав. Түүний Facebook хуудсан дээр "Марк Цукерберг шинэ зураг нэмлээ" гэсэн мэдээ ирсэн байжээ. "Энэ нь яг л Франкенштейн хуруугаа хөдөлгөсөн мөч шиг байсан" хэмээн Кокс хошигнон дурсана. News Feed нь энэ мэт олон "мэдэгдлүүдийг" тухайн хэрэглэгчид зориулж багтаах ёстой юм. Facebook хэрэглэгчдэд ирэх энэ жижиг тексттэй дохиог "story-түүх" хэмээн нэрлэсэн байна. Харин ямар түүх ямар хэрэглэгчрүү явах ёстойг тооцон гаргадаг нь "the publisher".

News Feed-ийн нээлт ойртох үед ямар нэгэн содон, ер бусын, хувьсгал, шуугиан тарих юм шиг совин хэн бүхэнд татсаар байв. Дайв Морин Apple-д ажиллаж байгаад Паркер, Московиц нарын ятгалгаар Facebook-тэнэ бачимдуу үед ажилд оржээ. (Паркер компаниас цалинжаагүй ч Facebook-ийг амжилтад хүргэх гэсэн хүсэл нь огт сулраагүй байсан юм.) Морин News Feed-ийг ачааллаж эхлэхийн өмнөх орой Паркертай утсаар ярьснаа дурсав. "Маргааш маш чухал өдөр. Facebook юу ч биш, хэнд ч хэрэггүй хог болох юм уу, эсвэл томорч Google-ийг ардаа орхихоор агуу компани болох эсэх нь маргааш л шийдэгдэнэ" хэмээн Паркер Моринд хандан их сандарсан, сэтгэл нь догдолсон өнгөөр хэлсэн гэнэ. Харин Московицийн хувьд арай л өөр зүйлийг бодож явсан байв. Тэрээр Моринд хандан "Маргаашнаас эхлэн чи Facebook-ийн шинэ нүүр хуудсанд үнэхээр дурлах болно. Дурлаад бүр үнэгүй ажиллах ч хүсэл төрж магадгүй шүү" хэмээн хэлж байжээ.

Facebook нь есдүгээр сарын 5-ны өглөө News Feed-ээ ачааллаа. Бүгд л борви бохис хийлгүй ажиллаж байсан учир Facebook-ийн оффис бараг л нурж унах гэж байгаа аятай болсон байв. Кабелийн утас, бичиг цаас хаа сайгүй. Оффист байх хөргөгчинд News Feed-ийн нээлтийн том баярт зориулсан хямдхан Корбел оргилуун дарсаар дүүрсэн байжээ. Хүн болгон л хөргөгчнөөс нэг нэгийг аваад бүгд хундганд ч хийлгүй амаар нь ууцгаана. Зарим хүн бүр шинэ жилийн дуу гаргагч хүртэл авчирсан байлаа. Энэ үйл явдал нь тэмдэглэхээс аргагүй өдрүүдийн нэг байсан юм. Ингээд тэд албан ёсоор товчлуур даран News Feed-ийг ачааллаад, нэгэн том дэлгэцний өмнө ажиглан зогслоо. Цукерберг ч тэнд байжээ. Хөл нүцгэн, Нью-Йоркийн CBGB шөнийн клубын сурталчилгааны улаан футволктой, доогуураа сагсан

бөмбөгийн шорт өмсөн иржээ.

Тэр өглөө News Feed-ийн үр дүнгийн менежер Ручи Сангви Facebook-ийн блогт шинэ нэмэлтийнхээ талаар эрч хүчээр дүүрэн жижигхэн тэмдэглэгээ хийсэн байна. "Бид ёстой cool функцыг нэмлээ. News feed буюу таны нүүр хуудсан дээр харагдаж байгаа нэмэлт хуудас ба Mini-Feed буюу бүх хэрэглэгчийн хувийн хуудсанд харагдах нэмэлт хуудаснууд. News Feed нь таны Facebook-ийн найзуудын хүрээлэл дотор юу болж өнгөрснийг цаг тухайд нь мэдэгдэж байх юм. Тэгэхээр та одоо Маркийг Бритни Спийрсийг хэзээ найзаа болгосныг, эсвэл таны харж явдаг хүүхэн (залуу) чинь буцаад ганц бие болсон үгүйг шууд, цаг алдалгүй мэдэж болох боломжтой боллоо... Mini Feed нь News Feed-тэйгээ их ойролцоо. Гол ялгаа нь таны сонгосон хүний үйлдэл шинэчлэлтийг л танд танилцуулж байх үүрэгтэй юм" хэмээн бичжээ.

Хэрэглэгчдийн хуудас нь тэр чигээрээ алгоритмын аргаар сонгогдсон, таны найз юу хийсэн талаар хэлэх жижиг жижиг түүхүүдээс бүрдэх болов. Ингээд зарим нэг хэрэглэгчийн News Feed дээр ямар ямар түүх гарч байсныг нь харъя. "Давид Волт шинэ зураг нэмлээ. Моника Сетзер бол ганц бие. Аманда Валерио хуудасныхаа нүүр зургийг солив. Алекс Стивман "Пиво-Теннисийн эсрэг оюутнууд" бүлгэмээс гарлаа. Дан Сталман, Алекс Рул нар найзууд боллоо. Лаурен Чоу "Бурхад галзуу байх нь гарцаагүй" уулзалтад явахаар төлөвлөж байна. Гаррет Тубманий сэтгэл санаа тайвширлаа. Яагаад гэвэл Заак түүнийг инээлгэсэн. Таны 14 найз "News Feed-ийн үзэн ядагчид" бүлгэмд нэгдсэн байна..." гэх мэт түүх гарч байжээ.

Тиймээ, асуудал гарав. Facebook-ийн хэрэглэгчид News Feed-д сэтгэл дундуур байгаа нь илэрхий байлаа. Инженерчлэлийн баг бүх үйлдлийг дэлгэцээр шууд харуулахад 9.4 сая хэрэглэгчийн хамгийн анхны бичсэн сэтгэгдлийг уншихад "Энэ балай юмаа хурдан унтраа!" гэсэн байна. Баярласан олны сэтгэл тэр дороо шууд солигдов. Бүгд ууж, баярлаж, инээлдэж байсан бол одоо бүгд гайхсан байртайгаар хүмүүсийн юу бичиж байгааг том дэлгэцээ ажиглан зогсоно.

Энэ нь нэг ёсондоо Facebook-ийн түүхэнд гарсан хамгийн том хямрал байсан юм. 100 сэтгэгдэл дунд ердөө ганц нь л News Feed-ийн талаар эерэг агуулгатай байв. Иллинойсийн оюутан Бен Парр мягмар гаригийн өглөө Facebook хуудас руугаа ороход нэг шөнийн дотор бий болсон шинэчлэлүүд түүнд таалагдсангүй гэнэ. Ингээд тэр дороо "News Feed-ийн үзэн ядагчид" гэсэн бүлэг нээсэн байна. Дотор нь "Facebook-ийхээн! Та бүхэн энэ удаа хэт хичээчихжээ... Бидний тун цөөн нь л өөрсдийн юу хийж байгааг бусдад харуулахыг хүсдэг биз... Та нарын нэмсэн News Feed чинь бие зарсхийлгэсэн, хүн дагасан өлөгчин шиг байна... Хурдан хас" хэмээн бичсэн байжээ. Гурван цагийн дараа бүлгэмийн гишүүд 13 мянган болов. Шөнийн 02.00 цаг гэхэд 100 мянга болтлоо өссөн байна. Дараа өдрийн үд дунд гэхэд 280 мянга, харин гурав хоногийн дараа 700 мянган гишүүнтэй болтлоо өргөжсөн байна.

Энэ бүлгэмээс гадна News Feed-ийн эсрэг бараг 500-аад бүлгэм нээгдсэн аж. "Энэ шинэ функц үнэн тэнэг юмаа!!!!", "Жэки Чан хурдан ирж биднийг News Feed-ээс авраач!", "Ручи бол шулам" гэх мэт нэртэй бүлгэмүүд байжээ. Сайтын бүх хэрэглэгчийн 10 хувь нь л энэ өөрчлөлтийг дэвшил мэтээр харж, тэднийг дэмжиж байсан байна.

Хэрэглэгчдэд таалагдаагүй анхны шалтгаан нь News Feed маш олон мэдээллийг маш олон

хүн рүү явуулдаг байв. Аризонагийн Их сургуулийн Arizon Daily Wildcat сонинд "Хэрэглэгч оюутнууд нь News Feed-ийг отогчтой зүйрлэн ярьж байна" гэсэн байна. Мөн нийтлэлдээ Facebook-ийн нэгэн хэрэглэгч оюутны үгийг хавсаргажээ. Тэр оюутан "Танд өөрийн хийсэн зүйлүүдээ бичдэг блог хэрэггүй боллоо. Одоо Facebook-ээр дамжин бүгдэд харагддаг боллоо" гэжээ. Бас нэг оюутан Мичиганы Их сургуулийн Michigan Daily сонинд өгсөн ярилцлагадаа "News Feed нь хэрэглэгчдэд хэт төвөгтэй, яршигтай байгааг" дурьджээ. Тэр цааш нь "Надад шинэ Facebook үнэхээр таалагдахгүй байгаа. Намайг яг л хүмүүсийн нууцаар мөрдөгч шиг, хулгайч шиг санагдуулж байна" гэсэн байна. Маш олон хэрэглэгч нь Facebook-ийг Stalkerbook буюу "мөрдөлтийн хуудас, мөрдөлтийн дэвтэр" хэмээн нэрлэх болов. Чи хүмүүсийг нууцаар даган чимээгүй мөрдсөн байна. Чи өөрөө мөрдөгч, чимээгүй дагах хулгайч адил боллоо. үүнийг хэн хүссэн юм бэ?

Энэ олон эсэргүүцэлд программ ачаалласан өдрийн оройноо компанийн зүгээс хамгийн анхны албан ёсны хариу үйлдлийг хийв. Цукерберг блогтоо "Тайвширцгаа. Гүн амьсгал. Бид та нарыг сонсож байгаа" гэсэн гарчигтай бичвэр оруулжээ. "Бид энэ олон хүний хэлж байгаа зүйлийг анхаарахгүй байгаа юм биш. (далимдуулан хэлэхэд Ручи шулам биш). Мөн бид бусдыг мөрдөх нь тийм ч cool биш гэдэгтэй санал нэгдэнэ л дээ. Гэхдээ найзуудын маань амьдралд юу болж байгааг цаг алдалгүй мэднэ гэдэг чинь cool шүү дээ. Маш сайн хуваарилагдаж, зохион байгуулагдсан мэдээллийг ашиглан ойр дотныхоо хүний талаар мэдэж болно гэдэг чинь давуу тал. Энэ мэт мэдээллийг хэрэглэгч өдөр болгон л бодит амьдрал дээр ухаж олдог шүү дээ" гэж өмөөрөнгүй бичсэн байна. Тэр мөн өөрт болон хамтран ажиллагчдад нь News Feed маш чухал гэдгийг дурдсан байна. Дараа өдөр нь телевизийнхэн Facebook-ийн оффисийн гадаа цугларсан байлаа. Компанийнхан ажилчдаа аюулгүй, тайван гаргахын тулд бүр хамгаалагч нарыг хүртэл хөлсөлсөн байв. Зарим сургуулийн оюутнууд нь өөрийн биеэр эсэргүүцлээ илэрхийлэхээр ирсэн юм. Facebook-ийн ажилчид айсан байлаа. Ручигийн санаж байгаагаар тэд хоорондоо "Бид News Feed-ийг унтраах хэрэгтэй юу? Энэ нь компанийг уналтад оруулах уу? гэх мэтээр мэтгэлцээд л байсан" гэнэ. Яг энэ асуудлыг ярьж байхад нэг ажилчин нь "Хэрэглэгчдийн эсэргүүцсэн сэтгэгдэл, мессежийг бусдын News Feed-д харагдуулахгүй, шууд блоклож байя" гэсэн санааг хэлжээ. өөрөөр хэлбэл, хүчээр эсэргүүцлийн мөрийг арилгана гэсэн үг юм. Харин тухайн үед Нью-Йоркт сурталчилгааны ажлаар явж байсан Цукерберг утас, и-мэйл-ээр тэдний энэ санааг няцаажээ. Түүний хувьд ингэж бусдын сэтгэгдлийг харагдуулахгүй болгох нь Facebook-ийн гол зорилгуудын нэг болох "хэн бүхэнд илэрхий, ил тод, нээлттэй нийгмийг байгуулна" гэсэнтэй нь харшилж байсан юм.

Гэвч үймээн шуугианаас гадна Цукерберг болон Facebook-ийн бусад ажилчид "эсэргүүцлийн бүлэг" маш хурдацтай нэмэгдэж байгааг анзаарчээ. Харин нөгөө талаараа энэ нь тэдний удаан хугацаанд хөрөнгө хүч гарган хийсэн News Feed-ийнх нь ашиглалт хэр сайн байгааг харуулаад өгсөн байна. Хэрэглэгчид нь "News Feed-ийн эсрэг" бүлгэмийг өөрсдийнхөө News Feed-ээс мэдэж авсан учир тэд нэгдэж байсан юм. Цукербергийн тухайн үед тайлбарлаж байснаар "News Feed-ийн гол зорилгуудын нэг нь эргэн тойронд юу болж байгааг цаг алдалгүй хүргэх. Харин News Feed-ийн талаар эргэн тойрныхон нь ямар сэтгэгдэлтэй байгааг хэрэглэгчид нь өөрсдийнхөө News Feed-ээс мэдэж авч байна. Тэгэхээр News Feed аль хэдийн бидний хүсэж байсан шиг ажиллаад эхэлсэн гэж ойлгож болох юм" гэсэн байна.

Гэвч энэ мэт тайван байдал болон логик нь үүсэн бий болоод байгаа шуугианыг дарна гэдэг юу л бол. Эцэстээ Цукерберг буулт хийхээр боллоо. Кокс, Сангви, Анджо Босворф болон өөр хэсэг бүлэг программистууд 48 цагийн турш тасралтгүй News Feed дээр харагдах мэдээлэл, түүхийг удирдаж болох хувийн тохиргоо хийхээр ажиллажээ. Ингээд хэрэглэгч нь тусгай үйлдэл болон мэдээллийн түүхийг автоматаар таны News Feed дээр харагдахаас хасдаг болгож, мөн өөрийнхөө үйлдэл, мэдээллийг ч бусдын News Feed дээр гаргах эсэхийг ялгаж, салгаж, ангилах боломжтой болгосон юм. Жишээ нь, та хэн нэгний зураг дээр сэтгэгдэл үлдээхдээ энэ тухай бусдад дохио явуулалгүй, чив чимээгүй хийж болохоор болов. Хамгийн гол нь тохиргоондоо энэ бүхнийг засаж өгөх л хэрэгтэй байв.

Цукерберг пүрэв гарагийн шөнийг Нью-Йоркийн зочид буудлын өрөөнд News Feed-ийн хувийн тохиргоог таницлуулсан блог-нийтлэл бичин өнгөрөөжээ. Энэ нь News Feed-ийн талаар анх танилцуулж байсан баяр баясгалантай, өөртэй итгэлтэй өнгөнөөс тэс өөрөөр бичигджээ. Тухайлбал "Бид энэ тохиолдолд үнэхээр буруудсан байна..." хэмээн эхлэсэн байх жишээтэй. Тэр цааш "Бид шинэ функцээ маш муу тайлбарласан. Харин бүр муу зүйл нь тэр функцийг та нарт удирдуулах бүрэн боломж олгож өгөөгүйд байсан гэдгийг сая ойлголоо... News Feed-д шаардлагатай тохиргоог суурилуулж өгөөгүй нь бидний буруу. Энэ нь маш том алдаа, намайг уучлаарай" гэжээ. Тэр мөн хэдхэн цагийн дараа "Интернэт дэх мэдээлэлийн урсгал" гэх бүлгэмийн олон нийтийн ярианд оролцох гэж байгаагаа мэдэгджээ.

Тухайн өдөр "News Feed-ийг үзэн ядагчид"-ийн гишүүд оргилдоо буюу 750 мянган гишүүнтэй болсон байна. Жагсаал, эсэргүүцэл нь цуцлагдав. News Feed хувийн тохиргоотой болсон нь бусдын эсэргүүцлийг тэр дор нь дарж чадсан юм.

News Feed нь Facebook-д анх удаа маш том бүлгэмийг хэсэгхэн хугацааны дотор үүсэж болохыг харуулсан байна. Харин ийм зүйл урьд нь News Feed-гүйгээр ямар ч боломжгүй байсан юм. "Anti-News Feed" бүлгэмүүд нь ганц долоо хоногт хоромхон зуур алдарт хүрсэн юм биш. Нөгөө талд хүүхдийнх шиг өнгө аястай хэрнээ нэгэн бүлгэм хэрэглэгчдийн тоо нь огцом өсөж байлаа. Нэр нь "Хэрэв энэ бүлгэмийн гишүүдийн тоо 100 мянга хүрэх юм бол манай найз охин групп секс хийнэ" гэсэн байв. Энэ зорилгодоо ердөө гурав ч хонолгүй хүрсэн юм. үүнийг ингэж хурдан тархахад гол нөлөөлсөн хүчин зүйл нь мэдээж News Feed байсан юм. үүнтэй зэрэгцээд "Дарфурыг аварцгая!" нэртэй бас нэгэн бүлгэм хормын дотор арав арван мянгаар нь шинэ гишүүдтэй болж байв. Дарфурт дайн болоод хэцүү байгааг олон нийт мэдэж байсан болохоор дуу хоолойгоо дайны эсрэг нэгтгэхийг хүсчээ. Энэ нь анх удаа Facebook-ийн ажилчдад News Feed-ийн үнэн зөв зорилго, чиглэл, хэрэглээг харуулж өгсөн юм.

Цукерберг News Feed-ийг засаж янзлах талаар боддог байсан ч үүнийг үйлчилгээнээс хасна гэж хэзээ ч бодож байсангүй. Кокст Цукерберг тайлбарлаж гарав:

“-Хэрэв News Feed амжилт олохгүй, олны талархлыг хүлээхгүй, хэрэглээнд нэвтэрч чадахгүй байгаа бол энэ нь Facebook-ийн амжилттай явж байгааг тайлбарлах бүх онол, тайлбарыг үгүйсгэнэ. Хэрэв News Feed буруу алхам байсан юм бол Facebook-ийг цаашид ажиллуулах ямар ч шалтгаан байхгүй" гэжээ.

Хэрэглэгчид нь хэдий олон бүлгэмд дургүйцлээ илэрхийлж байгаа ч тэд News Feed-ийг

таалж байгаа гэдгийг гэрчлэх хангалттай баримтууд байсан юм. Жишээ нь, News Feed-ийг ачаалласны дараа хэрэглэгчид сайтад News Feed ачааллагдаагүй байх үеэс хамаагүй их цагийг өнгөрөөдөг болсон байна. Мөн наймдугаар сард 12 тэрбум хандалттай байсан бол аравдугаар сард буюу News Feed ачааллагдсаны дараа хандалтын тоо 22 тэрбум болтлоо өссөн юм. Би анх есдүгээр сарын 8-н буюу News Feed-ийн тохиргооны шинэчлэлтийг хэрэглэгчдэд зарлаад байсан яг тэр өдөр Цукербергтэй уулзсан юм. Хэдхэн цагийн өмнө тэрээр шөнөжингөө бичсэн нийтлэлээ блогтоо оруулсан ба News Feed-ийг эсэргүүцэгчдийг тайвшруулахын тулд "асуул-хариулт" тэмцээнд орсон аж.

Тэрээр огт түүртэж, бухимдсан шинжгүй байлаа. Ресторанд надтай уулзахаар ирэхдээ богино ханцуйтай, шувууны зурагтай футболк өмссөн байсан. Ирэнгүүтээ олон нийтийн сүлжээ болон Facebook үүнд хэрхэн уусаж байгаа талаар надтай л илэн далангүй ярилцаж эхэлсэн юм. Түүний бодол нь үнэхээр өргөн хүрээтэй ба алсыг харсан гэдэг нь надад тэр дороо л мэдрэгдсэн. үүнээс гадна тэр үнэхээр чөлөөтэй, News Feed-ийг хэрэглэгчид нь яагаад эсрэгээр хүлээж авсан талаар надтай санал бодлоо хуваалцаж байв. News Feed-ийг нэвтрүүлэхэд тэрээр эсэргүүцэл, шуугиан гарна гэж огт төсөөлөөгүй ба Facebook-ийн үндсэн зарчимтай зохицсон учир хүн болгон дуртайяа хүлээж авах ёстой л гэсэн ойлголттой байсан гэнэ. Гэвч одоо түүний дүгнэлт ердөө таамаг төдий байсныг тэр хүлээн зөвшөөрчээ. Тийм учираас одоо хэрэглэгчдэд энэ шинэчлэлтэй дасан зохицох цаг хугацааг л өгөх хэрэгтэй байв.

News Feed нь Facebook-ийн хувьд ердийн нэгэн өөрчлөлт биш. Харин хүмүүс хоорондын мэдээлэл солилцох загварын шинэ үеийн хэлбэр байсан юм. News Feed нь харилцах жирийн зуршлуудыг бүгдийг нь үгүйсгэж байлаа. Хэн нэгэн мэдээлэл олж авахын тулд өөрөө эхлээд үйдлэл хийдэг байсныг болиулсан юм.

Та өөрийн үйлдлийг бусдад мэдэгдэхдээ энэ тухай дурдахад л хангалттай. Бусад бүх ажлыг Facebook өөрөө хийх аж. Таны найзуудын сонирхол, зуршил дээр үндэслэн мэдээллийг тань хамгийн их сонрихож болох хүмүүс рүү л явуулна. Харилцааны энэ шинэ загвар нь мэдээллээ маш олон хүнтэй, хамгийн ашигтай, үр нөлөөтэй байдлаар хуваалцах, харилцах хувилбар байсан юм. Энэ нь бидний асар том дэлхий ертөнцийг улам хумин жижиг талбар болгож байв.

Зарчмын хувьд Facebook-ийн хийсэн News Feed гэгч нь "найзуудын мэдээллийг захиалах" нэг арга зам байсан юм. Найзууд тань өөрсдийн тухай, өөрт сүүлд тохиолдсон явдлын тухай мэдээллийг тань руу явуулахыг хүлээж суух шаардлагагүй. Харин найзуудаасаа ямар төрлийн мэдээ мэдээлэл авахыг хүсэж байгаагаа хэлэхэд л хангалттай. өөр хэрэглэгчтэй найз болно гэдэг нь тэдний мэдээлэлд "захиалга" өгч байна л гэсэн үг аж. Facebook-ийн программ нь найзуудын тань тухай сүүлийн үеийн мэдээллүүдийг таны хуудсан дээр харуулах юм. Энэ мэт мэдээлэл захиалах загварын хамгийн анхны хэлбэр нь блог болон вэб сайтуудаар нэлээд өргөн хэрэглэгдэж байсан RSS (Really Simple Syndication) гэгч юм. RSS нь вэб хэрэглэгчдийн хувьд маш чухал зүйл болж байсан ба шинэ мэдээ, сэтгэгдэл, бичлэг гэх мэт олон зүйлийг "захиалсан" хүндээ цаг алдалгүй хүргэдэг ач тустай зүйл байжээ.

Гэвч News Feed-д дурамжхан байсан олон гишүүний хувьд хэн нэгэнд өөрсдийн хийж буй үйлдэл болгоныг үзүүлнэ гэдэг үнэхээр төвөгтэй байлаа. Хэрэв хэн нэгэн хүний үйлдэл болгоныг бусад нь мэдэж байвал тухайн хүний амьдрах хэв маягт ч өөрчлөлт оруулж чадах

аюултай. News Feed-ийн энэ олон эсэргүүцэл, дургүйцлийг араасаа дагуулсан гол учир шалтгаан нь үнэндээ News Feed-ийн тусламжтайгаар тухайн хэрэглэгчийн жинхэнэ нүүр царай ил болж, хэнээс ч юуг ч нууж чадахгүй болсонд байгаа юм. Одоо бол тэд өөрсдийн хийх үйлдэлдээ үнэхээр хянуур, хариуцлагатай хандахгүй бол болохгүй. Гэлээ ч энэ нь олон хэрэглэгчийн дургүйг хүргэж байлаа.

Ингээд тухайн хэрэглэгчийн хийж буй үйлдэл болгоныг цаг хугацааны дарааллаар найзуудын хуудас дээр мэдэгдэнэ гэдэг нь найзуудад тухайн хэрэглэгчийн талаар мэдэж байсан, мэддэггүй байсан олон зүйлийг илчлэх боллоо. Хэрэв хэрэглэгч нь нэгэн үдэшлэг дээр тамхи татаж байтал хэн нэг нь түүний зургийг аваад Facebook дээр тавьчихсан байх боломжтой... Хэрэв та найзууддаа хэлэлгүйгээр нууцаар үдэшлэгэнд явсан бол таны ойр дотны найзууд энэ тухай News Feed-ээсээ мэдчихнэ... Мөн тухайн хэрэглэгч өөрийн "ганц бие", "хосоо олсон" гэх мэтийг тунхаглах ёстой учраас залуучууд хэн нэг бүсгүйд нэг зүйл яриад, нөгөө бүсгүйд өөр зүйл яриад яваад байж болохгүй. Учир нь таны "хостой эсэх" буюу "харилцааны статус" өөрчлөгдөхөд News Feed-ээр дамжин бүх найзад тань хүрчихнэ.

News Feed хэрэглэгчдийн дургүйг хүргэж байсан шалтгаануудын нэг нь Facebook-ийн олон хэрэглэгч дэндүү олон найзтай болсон байсан явдал юм. Facebook-ийн гол зорилго нь "бодит амьдрал дээр таньж мэддэг хүмүүсийн хоорондох харилцаа холбоог дэмжих". Гэтэл олон хэрэглэгч Facebook-ийг зөвхөн найз “цуглуулах”, бараг л "хэн олон найзтай нь ялагч" гэсэн тэмцээнд оролцож байгаа мэт таньж мэдэхгүй олон хүнийг найзаар нэмсэн байсан нь хожим News Feed ачааллагдахад нэлээд асуудал учруулсан юм. Учир нь News Feed ачаалласны дараа найзуудын жагсаалтад байх бүх хүний хийсэн үйлдэл тухайн хэрэглэгчийн хуудсан дээр гарч ирэх нь үнэхээр замбраагүй, залхмаар санагдах нь тодорхой. Таних, танихгүй олон найзтай болсон хэрэглэгч өөрсдийнх нь хувийн амьдрал, хувийн мэдээлэл, үйлдэл бүр дээр улам бага хяналттай болж эхэлж байна гэсэн үг. News Feed-ийг эсэргүүцэгчдэд Цукерберг үүнийг өөрийн төлөвлөсөн ээлжит алхам байсан мэтээр тайлбарласан байна. Хамгийн гол нь Цукерберг News Feed бусдын хувийн амьдралд ямар өөрчлөлт авчрахыг огт тооцоолж бодоогүй, энэ өөрчлөлт нь бусдад ямар мэдрэмж вэ төрүүлэх вэ? гэдгийг огт таамаглаагүй байсан юм. Цукербергийн хүсэж байсан шиг "ил тод" байдлыг олон хүн хүсдэг байлаа ч хүсдэггүй нь бас олон. Мөн зарим хүний нээлттэй, илэрхий байдал нь өөр хүний амьдралд садаа болж болох нь ч бий. Тиймээс л анхандаа ямар нэгэн шүүмжлэлийг хүлээж авахгүй, өөрийн бүтээгдэхүүнээ хамгаалж байсан Цукерберг сүүлдээ алдаагаа ойлгож, буулт хийсэн юм.

News Feed-ийн ээдрээтэй эхлэл нь Facebook-ийг цааш өргөжих асуудал дээр анхаарал хандуулахад хүргэлээ. Цукерберг "open reg"-ийг хурдан нээмээр санагдаж байв. Олон хэрэглэгчтэй болж, их мөнгө олох гэсэндээ биш, Facebook их хэрэглэгчидтэй байх тусмаа илүү үр нөлөөтэй гэж бодож байсан болохоор л тэр. Есдүгээр сарын 8-нд тэрээр News Feed-ийг ачааллахын өмнө "Бид хаашаа ч сүлжээгээ тэлсэн гэсэн ялгаагүй. Бүх л зүйл бидний сүлжээг улам хүчтэй болгоно" хэмээн итгэл төгс хэлж байжээ.

Крис Хьюзес болон олон нийттэй харилцах албаны менежер Мелани Дейч нар "open-reg"-ийг News Feed-ийн шуугиан арилах хүртэл хүлээж, төлөвлөсөн хугацаанаас хоёр долоо хоногийн дараа нээлттэй болгож болно, болохгүй гэдэг дээр тун удаан маргалджээ. Гэвч

Цукерберг "openreg"-ийг нөөцлөх, хадгалах, үйлчилгээнд оруулах өдрийг хойшлуулах ямар ч сонирхолгүй байв.

Эцэст нь Цукерберг "open-reg"-ийн нээлтийг есдүгээр сарын 26-нд хийхээр болж хоёр долоо хоногоор хойшлуулсан байна. Ингэдэг нь News Feedийн шуугиан арилахыг хүлээсэндээ бус, News Feed-д оруулж өгсөн нэмэлт тохиргоонд хуучин хэрэглэгчид нь дасаасай, дадаасай гэсэндээ байв. Учир нь шинэ хэрэглэгчид орж ирээд тэднээс суралцах ёстой аж. Тэрээр яг ижил алдааг нэг сард хоёр удаа гаргахыг хүссэнгүй.

Тэгтэл яг энэ үеэр Цукербергийн цагийг үрсэн бас нэгэн асуудал гарч ирэх нь тэр. Yahoo буцаад иржээ. Хэдийгээр компанийх нь хувьцаа долоодугаар сард эрс унаж, нэг тэрбум долларын саналаасаа татгалзсан ч Yahoo-гийн CEO Семель Facebook-ийг өөрийн болгох хүсэл нь унтраагүй хэвээр байв. Тэд энэ хугацаанд News Feed нь хэрхэн ачааллагдаж, ямар ямар асуудалтай тулгарч, тэдний хэрхэн шийдэж байгааг ажиглан сууж байсан аж. Тэдэнд News Feed нь үнэхээр таалагдсан байлаа. Yahoo-ийн хувьцаа долдугаар сарынхыг бодвол одоо алдсан хувиасаа талаас илүү хувийн өсөлттэй гарсан байна.

Ингээд Семель Цукерберг дээр гэнэтхэн ороод ирэх нь тэр. Тэрээр өмнө нь ярилцаж байсан нэг тэрбум доллараа бэлнээр амлажээ. Мөн хэрэв сайн гэрээ хэлэлцээр хийвэл үүнээс ч илүү үнээр худалдаж авах боломжтойгоо илэрхийлсэн байна. Энэ мөчөөс эхлэн компанийн дотоод асуудал одоо News Feed биш Yahoo болон хувирчээ. News Feed-ийн хямралын үеэр ч хүлээцтэй хандаж сандралгүй байсан Цукерберг дахин сэтгэл зовних боллоо. Түүний бодож байсан шиг Facebook-ийн хэрэглэгчид гэдэг тийм ч амархан сэтгэлзүйг нь тааж мэдэх хүмүүс биш ажээ. Мөн "Албаны Сүлжээ"-г ачааллах санаа нь газар авч чадаагүй болохоор өнөө маргаашгүй нээлтээ хийх гэж байгаа "open-reg"-ийг амжилт олно гэдэгт итгэл нь суларч эхэлжээ. Тиймээс тэр нэг тэрбум долларын санал ирвэл нухацтайгаар бодож үзнэ хэмээн удирдах зөвлөлийн хурал дээр удирдлагуудын өмнө зарласан байна.

Цукерберг болон Бреер нар ээлжит удаагаа ойлгомжгүй, тодорхойгүй яриа хийлээ. Тэр хоёр хоёулаа урьдын гэрээ хэлэлцээрийн таагүй дурсамжийг санаж байлаа. Цукерберг мөн л Бреерт хандан "Хэрэв би компаниа зарахаар бол надад сонголт хэрэгтэй. "Open-Reg"-ийг үйлчилгээндээ оруулсны дараа хэрэглэгчийн тоо огцом өсөхгүй бол би тэрбум долларын саналыг хүлээж авахад бэлэн байна" гэжээ.

Нэг үгээр хэлбэл "Open-Reg" Facebook цаашид оршин тогтнох эсэхийг шийдэх зүйл болон хувирав. Энэ нь "албаны сүлжээ" амжилт авчраагүй шиг олонд дэлгэрч чадахгүй юм биш биз? Арай ахмад үеийнхэн Facebook-ийг хэрэглэх болов уу?

"Open-Reg" нь есдүгээр сарын 26-нд үйлчилгээнд нэвтэрлээ. Ачааллаж эхэлсэн эхний өдрөөс хойш хоёр долоо хоногийн турш Цукерберг, Бреер, Петер Тиел, Ван Натта, Коллер, Московиц нар хамгийн сүүлийн үеийн мэдээн дээрээс нүд салгалгүй ажиглан суудаг болвоо. Есдүгээр сарын сүүлийн хоногуудад тооцоо нь маш тодорхойгүй байсан учир зарагдах асуудал бараг л тодорхой болоод байв. Yahoo-ийн хуульчид ч хэрэгтэй бичиг цаасыг бэлдэж, гэрээ хийхэд бүх юм бэлэн болжээ. Харин энэ бүхнийг Шон Паркер хөндлөнгөөс анхааралтай ажиглан суух ажээ. Тэр "Бид бараг л зарахад бэлэн болчихсон байсан юм. Энэ явдал нь Марк анх удаагаа компаниа зарах талаар хамтран ажиллагсдынхаа дарамт шахалтаар хийсэн үйлдэл байсан"

гэсэн байна.

Гэвч Цукербергийн зөн совин нь энэ удаа түүнийг хуурсангүй. Гэрээний талаар ярилцаж байсан захирлуудын уулзалтын үеэр нэг нь шагайгаад "10 сая! Гайхалтай!" хэмээн зарлаад буцаад явчихсан аж. Ингээд л Yahoo-д дахин аз дутах нь тэр. Тэрбум долларын гэрээнээс Facebook дахин татгалзав.

Энэ явдлаас долоо хоногийн дараа ахмад үеийнхэн зөвхөн Facebook-т бүртгүүлээд зогсохгүй, бүр найзуудаа урьж, зургаа оруулж, хуучин хэрэглэгчдийн хийдэг байсан бүх л зүйлийг чадамгай хийж эхэлсэн байна. Тэд маш амархан идэвхтэй хэрэглэгчид болон хувирчээ. "Open-Reg"-ийн ачаар Facebook-т өдөрт 20 мянган хүн бүртгэгдэх болсон байна. Харин аравдугаар сарын төгсгөл гэхэд өдөрт дунджаар 50 мянган хүн шинээр бүртгүүлэх болжээ. Мөн заримынх нь таамаглаж байсан шиг оюутнууд шинэ хэрэглэгчид болж буй ахмад үеийн эсрэг ямар ч эсэргүүцэл илэрхийлээгүй юм. Магадгүй News Feed-ийн шуугиан нь хэрэглэгчдийн анхаарлыг татчихсан байгаад Facebook-д дахин юу болж байгааг сүртэй анзаараагүй ч байж болох. Эсвэл тэд News Feed-д суралцаад ямар нэгэн эсэргүүцэл үзүүлэх завгүй байсныг ч үгүйсгэхгүй.

"Open-Reg"-ээс гарсан үр дүн нь тэрбум доллараас болоод бухимдангуй байсан Бреерийг бага зэрэг тайвшируулж эхлэв. Тэрээр энэ тухайгаа: "Бүх хүнд нээлттэй болгосноор бид Facebook-ийг шинэ түвшний хэрэглээнд аваачиж өгсөн юм. Манай хэрэглэгчдийн өсөлт болон сайтад өнгөрүүлэх хугацаа нь ч сайхан харагдаж байлаа. Тэгээд бид Yahoo-д хандан зүгээр л “Бид хараахан зарах болоогүй байна” гээд хэлсэн юм даа” хэмээн дурсдаг ажээ.

Компани нь бүрэн бүтэн чигээрээ үлдсэн байсан ч Цукербергийн зарим хамтрагчид эргэлзээтэй болон хувирсан юм. Дараа сар нь Бреертэй хийх гэрээ хэлэлцээрүүд сунгагдаж байлаа. Ван Натта Yahoo-д компанийг заруулах тал дээр Цукербергээс өдөржин шөнөжин гуйх ба бүр өөрт нь итгэхээргүй болтол түүнийг залхаасан гэнэ. Цукербергийн хамгийн итгэлт хүмүүсийн нэг болох Коллер хүртэл сөргөөцөлдсөн байна. Ингээд хэсэг хугацааны турш Коллер компанийн дотоод сүлжээнээс хөөгдөхөд хүрэв. Нэгэн ажилтан "Марк компанийн ажлыг үнэн сэтгэлээсээ хийдэг. Харин түүний сэтгэл зүрхээ зориулж хийсэн зүйлийг Yahoo-д зарахыг ятгавал чи Марктай найз биш, түүний дайсан л гэсэн үг" гэж хэлжээ.

Дуулиан шуугианаар дүүрэн 2006 оны есдүгээр сарын ачаар Цукерберг компанидаа жинхэнэ удирдагчийн төрхтэй болжээ. Хүн бүр түүнийг News Feed болон "Open-Reg"-ийн тал дээр хэрхэн няцашгүй, өөртөө итгэлтэй бусдын эсэргүүцлийг үл тоон зогсож байсныг мэднэ. Цукербергийн News Feed-ийн эсэргүүцэгчидтэй хийсэн үйлдлийн талаар Facebook-ийн нэгэн ажилчин "Энэ мөч Маркийн хувьд хамгийн чухал үе байсан. Энэ үе л Маркийг энэ компанийн мөнхийн удирдагч мэтээр харагдуулж өгсөн юм. Тэрээр бусдын дургүйцлийг ойлгон маш ухаалаг буулт хийсэн. Түүний буулт нь харин ч том зүйлийн эхлэл байсан. Одоо бол хүн болгон өөрсдийн бусдад харагдах мэдээллийг удирдаж чадах боллоо. Энэ нь бүх эсэргүүцэгчийн амыг тагалсан ба хэдхэн өдрийн дараа бүх зүйл ор мөргүй алга болсон юм" хэмээн дүгнэн ярьжээ.

Компанийн 130 гаруй ажилчид Yahoo-той хэрхэн харилцах талаар бүгд анхааралтай ажиглан

хүлээж байсан юм. Учир нь Цукерберг компаниа зарахаар шийдвэл ажилчид нь бүгдээрээ саятан болох байсан болхоор.

Дашрамд дурьдахад Бреерийн компанийг зарах талаар хуучны бодол өөрчлөгдөв. Одоо бол Бреерийн төсөөлөлд бүх интернэт сүлжээ даяар тархсан агуу том Facebook харагдаж байлаа. Тухайн үед компанийн үрдүнгийн менежерээр ажиллаж байсан Наоми Глейт News Feed-ийг эсэргүүцэгчдийн нэг байсан юм. Харин одоо тэр "Цукерберг бүхнээс яг хоёр алхам урдахыг олж хардаг байсан. Тэр хэрэгтэй үед нь компанийг урагш нь чирсэн. Мэдээж ингэснийхээ хариуд маш олон янзын эсэргүүцэлтэй тулгарсан. Эцсийн дүндээ түүний л зөв болж таарсан даа" гэж ярих болжээ.

Цукерберг өөрөө Yahoo-той хэлэлцээр хийж байх үеийн нөхцөл байдлыг дурсан ярих дуртай. "Энэ нь хамгийн их бухимдалтай үеийн нэг байсан" хэмээн тэрээр өөрийн сэтгэл санааны байдал, санаа зоволт, түгшүүрийг хүлээн зөвшөөрсөн байна. Удирдах зөвлөл нь компанийг Yahoo-д зарахгүй гэж шийдвэл ажилчид хэрхэн хүлээж авах талаар санаа нь ихэд зовж байжээ. "Би маш азтай байсан юм. Учир нь ямар ч компани хэзээ нэгэн цагт энэ мэт хүнд шийдвэр гаргахад зөв, буруу эсэх нь бүх асуудал намжсаны дараа л илэрдэг байсан болохоор би азтай. Зараагүй нь зөвдсөн гэдэг нь тун удалгүй батлагдсан юм" гэсэн байна.

Арванхоёрдугаар сард тохиох амралтаараа компани нь 150-иад ажилтнаа автобус хөлслөн авч Сан Францискогийн Great America Music Hall-руу ачаалалтай жилийг амжилттай давснаа тэмдэглэхээр явцгаасан байна. Автобусанд ороод л минут болоогүй байхад бүгд сурсан зангаар архи хундаглаж эхэлжээ. Харин үдэшлэг эхлэхэд тэд аль хэдийн согтсон байлаа. Компани нь аль хэдийн 12 сая идэвхтэй хэрэглэгчтэй болсон байсан юм. Оюутны байрнаас эхлэлээ авсан жижигхэн төсөл гэхэд тэд дэндүү хол өргөжин тэлсэн байна шүү.

10. Хувийн хэрэг

"Хүн бүр өөрийн гэсэн хуудастай"

Өөрсдийнхөө юу юуг ертөнцтэй хуваалцах вэ? гэдэг нь Facebook хэрэглэгчийн чухал асуудлуудын нэг. Би Fortune сэтгүүлийн техникийн салбарын нийтлэлийг хариуцдаг сэтгүүлч бөгөөд харин одоо Facebook-ийн тухай ном бичиж байна гэдгээ та бүхэнд хэлэх хэрэгтэй юу? Эсвэл жүжигчин эхнэртэй, нэг охинтой, 77 настай, яруу найраг оролддог зэрэг хувийн зүйлсээ нийтэд дэлгэх үү? Би таны нийгмийн харилцаа, найз нөхөд гэх мэтийг харан байж дээрх хоёрын аль нэгийг нь танилцуулах хэрэгтэй болно.

Энэ нь тохиолдлын зүйл биш бөгөөд Цукерберг Facebook-ийг ийм л байхаар анхнаасаа зохиосон. "Танд ганцхан л хуудас хангалттай" хэмээн 2009 онд болсон нэгэн уулзалтан дээрээ тэрээр минутанд гурван удаа давтан хэлсэн юм шүү. Эхэндээ хэрэглэгчид бодит мэдээллээ тавьсан нэг хуудас, зүгээр зугаагаа гаргах бас нэг хуудастай байх хэрэгтэй хэмээн мэтгэлцэж байснаа дурсана. үүнийг тэр үргэлж эсэргүүцэж "Найзууд, хамт олон, өөр бусдад зориулсан тусдаа тусдаа хуудсууд Facebook-ийг ангал руу чирэхтэй адил бөгөөд маш амархан 'үхэх' болно." хэмээжээ.

Тэгээд хэд хэдэн няцаалтыг хийж байлаа. "Хоёр хуудастай байна гэдэг нь чин сэтгэлийн дотно харилцаа, нэгдмэл байдлыг үгүй хийнэ гэсэн үг шүү дээ, би бий болгохыг хүсч байгаа бүгдэд минь ямар нэг хуурамч зүйлийг хүлээн зөвшөөрөхгүй" гэсэн юм.

Тэр хамт олон, найзууд зэрэг хүн бүр бодит мэдээллээ бусдад нээн, өөрийгөө хэн бэ гэдгээ таниулснаар эрүүл нийгмийг бүрдүүлнэ гэдэгт итгэдэг байжээ. Ингэх нь нээлттэй бөгөөд ил тод нийгэмд үйлдэл бүрээ хянах, хариуцлага хүлээж сурах ач холбогдолтой байв. Тэр "Ийм нээлттэй нийгэм бий болгох маш төвөгтэй ч бид хийж чадах бөгөөд үүнд багахаан л цаг хугацаа орно. үйлдэл бүр нь ил болох шинэ ертөнц нь хувийн асуудал, хувийн гэсэн юм болгондоо санаа зовдог олон нийтийн хувьд огт дуулдаагүй харь гаригийнх мэт сонсогдож байгаа байх" гэжээ. Олон хүн үүнийг дэмжихгүй байсан учир тэрээр энэ санааныхаа цөөн хэдэн сул талыг засахаар ажиллаж байлаа. Ил тод, нээлттэй ертөнцөд хүрэх зам нь хувийн амьдрал, нууцаа хэдийн алдсан хохирогчдод хаалттай байв. Хувь хүний эрх, хувийн нууцийн талаар мэргэшсэн нэгэн хуульч Цукербергээс "Их олон ижил хүйстэн найзтай бол хүмүүс таныг энэ найзуудаар чинь буруу дүгнэх аюултай. Тиймээс та өөрийгөө ижил хүйстэн биш гэдгийг бусдад нотолж чадах уу?" хэмээн асуусан байна. Иймэрхүү мэдээлэл нь хувь хүний амьдралтай нь холбогдоод ирэхээр Facebook-ийн алдаа доголдолтой тал илрээд ирнэ шүү дээ...

Facebook тухайн үеийн нийгмийг тэр чигээр нь хамарсан нөхцөл байдал дээр бүрдэн тогтсон бөгөөд нээлттэй, ил тод байдал нь бүх дэлхийг байлдан дагуулна гэдгийг тэд анх харж чаджээ. Харин Цукерберг 500 сая хэрэглэгчийнх нь зүгээс ирэх олон шаардлага, дарамт, шахалтыг үл харгалзан бусдыг дагуулах хүч, өөртөө итгэх байдал болон стратегийн уян хатан чанарынхаа ачаар нээлттэй, ил тод нийгмийг буй болгохоор залж буй билээ. Facebook-ийн түүхийг ойлгохын тулд тэдний байнгын хэрэглэдэг нээлттэй, ил тод байдал гэж юу болох тухай хамгийн гол нь эхлээд ойлгох хэрэгтэй. Компанийн хамгийн эгзэгтэй, хүнд үе нь

бол“News Feed” хэрэглэгчийн мэдээллийг замбараагүй ихээр тараахыг тэд урьдчилан таамаглаагүй үе ажээ.

Facebook нь хувийн мэдээлэл гэгчийн хил хязгаарыг хэдийн давсан байв. Маш олон хүн өөрсдийнхөө талаар, ажил, харьцаа, сонирхол болон намтар гэх зэрэг тодорхой мэдээллээ сайн дураараа бичнэ. Хэрэв та Facebook-т хэн нэгэнтэй найзалвал тэр хүнийг арван жил мессенжерээр харилцсан сайн найзаасаа магадгүй илүү мэдэж ойлгож болох юм. Цукерберг өөрийгөө хувийн мэдээллийн "партизан" хэмээн төсөөлөх ба тэрээр хэрэглэгч мэдээлэл харах, удирдахад нь анх тусласандаа машид бахархах аж. Гэвч хэрэглэгч өгөгдөл тусгаарлах ямар ч сонирхолгүй байгааг анзаарсан тэрээр энэ нөхцөл байдалд тохируулахын тулд илүү их мэдээллийн нөлөөнд оруулахаар ажилласан байна. Хувийн мэдээллийг ч мөн адил.

Гэвч Цукербергийн бодлоос үл шалтгаалан хүмүүсийн хувийн мэдээлэл Facebook-ээс бүрэн хамаарахгүй байх арга замууд бас бий. Хэрэглэгчийн хувийн мэдээллийг бусад хүн харж байна гэдэг нь биднийг ямар ч хамгаалалтгүй болгож байгаа юу? Facebook-ийн хувийн нууцлалын салбарын дарга Крис Келли захиралдаа "Хэрэглэгч бодит мэдээллээ удирдсанаар интернэтэд илүү аюулгүй орчныг бий болгож чадна. Учир нь бодит мэдээллээ ашигласнаар хүмүүс хийх үйлдлийнхээ үр дагавар, хариуцлагыг хүлээх юм" гэсэн байна. Харин бусад салбарын мэргэжилтнүүд болон зарим хүмүүс Facebook-ийн хувийн мэдээлэл хэт их шаардах энэ байдлыг хараахан сайшаахгүй байсан. "Цаг өнгөрөх тусам Facebook дээр хувийн мэдээллээ удирдахад улам хэцүү болсоор л байна" гэж цахим хувийн мэдээллийн төвийн захирал Марк Ротенберг интернэт орчинд болж буй зүйлсийг бичдэг нийтлэлдээ дурджээ. Түүнийхээр хүмүүст мэдээллээ удирдах эрх чөлөө хамаагүй бага байгаа аж. Харин Facebook -ийн яриад байгаа ил тод байдал нь хэрэглэгчийн хувийн нууц, хувийн мэдээлэл дээр яг тулаад ирэхээр замхарч ил тод биш болдог гэнэ.

Хэрэглэгчийн мэдээлэл нь хувийн нууцын асуудлыг хөндөх юм. Энэ компани ч бай, өөр ямар нэгэн компани ч бай ингэж хэт их мэдээлэл цуглуулж хүмүүсийг удирдах хэрэгтэй юу? Энэ нь төрийн удирдах хэрэг биш гэж үү? Хэрэглэгч өөрсдийн цахим танилцуулгыг удирдахыг хүснэ. Facebook хэрэглэгчийн хувийн нууц, хувийн мэдээллийн талаар чандлан хамгаалах амлалтуудыг өгч байгаа ч одоо биш юм аа гэхэд ирээдүйд мэдээлэл хэрэглэгчийн эсрэг ашиглагдаж эхэлвэл яах вэ? Facebook нь ашиг олох зорилгоор бидний өгөгдөл, мэдээллийг, зар сурталчилгаа реклам олгогчдод нээлттэй болгодог. Тэгэхээр зар олгогч, реклам сурталчилгаа хийдэг компаниуд нь бидний мэдээллийг шууд харж, биднийг дураараа судалж болно гэсэн үг. Тэд биднийг зүйл бүрээр судалж байхад, бид энэ талаар улам л бага мэдээлэлтэй болоод байв.

Хувийн мэдээлэл юунаас ч хараат бус байхын төлөө идэвхтэй тэмцэгч Ротенберг ч энэ талаар яг ингэж боддог гэнэ. "Бид бүх мэдээллээ хэнд харуулахаа өөрсдөө л сонгомоор байна. Facebook энэ бүхнийг бидний өмнөөс хийгээсэй гэж би лав бодохгүй байна". Facebook-ийнхэнд хэрэглэгчид болон төр засгийн зүгээс энэ мэт асуудалд маш олон дарамт ирдэг нь тодорхой.

Хөгширөх тусам та Facebook-ийг таны хувийн мэдээлэл, хувийн амьдрал руу улам хутгалдан орж байгааг анзаарах болно. Насанд хүрсэн олон хүн өөрийг нь, ажил амьдрал гээд бүгдийг нь тодорхойлох хуудастай байна гэдэг дээр дурамжхан ханддаг. Зарим нэг нь Facebook-ийг

зөвхөн хувийн зорилгоор ашигладаг тул бүр ажлын найзуудаа ч нэмдэггүй байна. Зарим нэг нь Facebook-ийг сүлжээний "мангас" болгохоор зорьж, таньж мэдэхгүй олон хүнтэй, хамт олон, найзуудтайгаа өөрийн хувийн мэдээлэлээ хамгаалах, нууцлах зорилгоор тийм ч их харьцдаггүй байна. Миний Facebook-ийн найз шинжлэх ухааны баримтат зохиол бичдэг 52 настай Роберт Вraith саяхан өөрийн бичсэн The Revolution Of God номоо сурталчлах зорилгоор Facebook-д дургүйхэн нэгдсэн юм. Түүний сэтгэгдэл: "Facebook миний хувьд илэн далангүй, эрээ цээргүй юм шиг санагдлаа. Би хэт даруу болохоор орчин үеийн технологийг ашигтай, үр дүнтэй хэрэглэж чадахгүй юм" гэсэн байна. Бүр Цукербергийн хамгийн ойрын зөвлөгч нар нь хүртэл түүний ил тод гэж улайрдагтай нь санал нийлдэггүй байв. "Марк нийгмийн амьдрал болон албаны амьдрал гэдэг нь хоорондоо эрс ялгаатай гэдэгт огт итгэдэггүй" гэж LinkedIn-ий захирал Рийд Хоффман хэлдэг байв. Тэднийх зөвхөн "албаны амьдрал"-ыг холбодог олон нийтийн сүлжээ юм. Түүний бодлоор "хувийн амьдрал"-д хутгалдах нь хэт эрсдэлтэй учир ийнхүү "албаны амьдрал"-ыг холбох сүлжээ сайтыг хийсэн байна. "Цукерберг яг л коллежийн хүүхдийн бодолтой байсан. Хөгшрөх тусам энэ хоёр нь хам сэдэв биш гэдгийг тэр ойлгох болно" гэжээ. Facebook-ийн программистаар маш удаан ажилласан (одоо халагдсан) Чарли Чивер харин өөр бодолтой. Тэр "Магадгүй Марк хувийн амьдрал, нууц мэдээлэл гэдэг зүйлийг тийм ч сайн ойлгодоггүй байсан байж болно. Эсвэл тэр яг энэ зүйлүүдийг Facebook-ийг амжилтад хүргэх гол хүч гэж бодож байсан ч болох юм. Хэрэв энэ нь амжилтад хүргэх гол зүйл юм бол Марк үүнийг хүн болгон өөрсдөө хүсэх үед нь өгөх хэрэгтэй" гэжээ.

Нэг хэсэг нь ингэж бодож байхад зарим нэг нь Цукербергийн санааг дэмждэг байсан аж. Интернэт бизнесийн талаар олон шилдэг ном бичиж байсан Deloitte Consulting компанид судлаач, зөвлөгчөөр ажилладаг 58 настай Жон Хагел "өөрсдийн нэгдмэл хувилбар" гэдэг ойлголтод итгэдэг бөгөөд түүнийхээр энэ нь тогтмол бөгөөд маш их ач тустай гэнэ. Ингэж бодох гол учир шалтгаан нь Facebook бизнес болон нийгмийн амьдралын хурдыг түргэсгэх гэнэ. "Хэрэв бид шинэ мэдлэг, мэдээллийг илүү өргөн хүрээнд харилцаж байж олж авахгүй юм бол гол утга алдагдана. Гэвч энэ тасралтгүй харилцаа хамгийн гол нь итгэл дээр тулгуурласан байх учиртай. Хэрэв та өөрийгөө дутуу, тал нээж танилцуулсан бол энэ нь хэцүү асуудал юм. Хүний итгэлийг олж авч чадахгүй л болов уу?"

Гэхдээ өөрийгөө бүрэн нээнэ гэдэг бүрэн илчлэх гэсэн үг биш. Цукерберг өөрийн хэт хувийн асуудлыг Facebook хуудсан дээрээ хэзээ ч тавихгүй. Хагел ч гэсэн Цукербергийн ярих ил тод нийгмийн санааг зөвшөөрдөг ч тодорхой хязгаарыг мэдэрдэг. "Хэрэв би охидоо загнаж шүүмжлэх бол үүнийг Facebook-ээр хийхгүй" гэж тэр хэлнэ. Мөн "Гэхдээ би хүмүүст хоёр охинтой гэдгээ мэдэгдвэл хүмүүс миний хэн болохыг илүү сайн ойлгох болно" гэсэн байна.

Гэвч зарим хүн бүрэн нээлттэй байх талыг дэмждэг. Жишээ нь, Нью-Йоркийн нэгэн компанийн захирал Жефф Пулвер өөрийн ихэнх ажлыг онлайн болон оффлайны тусламжтайгаар амжуулдаг. Мөн аливаа уулзалтад үг хэлэхийн тулд Facebook, Twitter эшлэл авч ашигладаг байна. Тэр хамгийн гол нь энэ мэт байдалд яг өөрийнхөөрөө, жинэхэнэ дүр төрхөөрөө нээгдэж чаджээ. "Би үүнийг life 3.0 гэж нэрлэдэг юм. Онлайнд ихэнх цагийг өнгөрөөж, тэнд амьдарч, жинхэнэ холбоо сүлбээг үүсгэж болно. Бамбайгаа өргөөд өөрсдийгөө бусдаас хамгаалж байгаа хүн нь Face-book, Twitter болон бусад олон нийтийн сүлжээ сайтын сайн талыг хэзээ ч олж харахгүй. Бүр буруушаах нь ойлгомжтой" гэжээ. 2008

онд New York Times Magazine-д Клив Томпсон Facebook болон Twitter -ийн нөлөөний талаар бичихдээ эдгээр сүлжээ гарч ирснээр өөрийнх нь амьдрах том хот тахь жижигхээн тосгон шиг амгалан тайван болсон гэнэ. Учир нь жижиг тосгонд хүн болгон бие биенээ мэддэг, тайван байдаг шүү дээ!

Бодит байдал дээр Facebook-т байгаа бүх зүйл бүгд найдвартай, итгэлтэй юу, хамгаалагдсан уу гэвэл үгүй юм. Энэ мэт нууцлалын итгэлтэй байдлын тал дээр компанийн удирдлага өөрсдөө ч асуудалтай. Таны хувийн чанартай ямар ч мэдээлэл олон нийтэд нээлттэй болж болох юм. Тэд "Бид таны сайт дээр ачааллаж байгаа зүйлийг хөндлөнгийн хүнд харуулахааргүй болгож чадна гэдэг баталгааг өгч чадахгүй" гэдэг. Яг үнэндээ энэ нь Facebook-ийг хуулийн өмнө ямар нэгэн үүрэг хүлээхээс урьдчилан сэргийлж байгаа аж. Гэхдээ Facebook-ийхэн компаний нууцлал, хамгаалалт багтай хамгаалагдсан талаар маш хичээн ажилладаг нь үнэн. Харамсалтай нь, олон хэрэглэгч хувийн мэдээллээ өөрсдөө хэрхэн удирдахыг ойлгодоггүй, эсвэл өөрсдийгөө хамгаалах аргыг ашигладаггүй байна. Тиймээс л буруу ойлголт авч, бачимдсаар байгаа юм.

Хэрэв хэрэглэгчид өөрсдийгөө Facebook дээр бүрэн нээлээ гэхэд тэдний хийсэн тэнэг алхам, буруу үйлдэл нь олонд нээлттэй болох аюултай. Anglo-Irish банкны нэгэн залуу ажилтан баасан гарагт “гэр бүлийн шалтгаантай” хэмээн ажлаасаа эрт буухыг захирлаасаа гуйжээ. Харин түүнийг энэ орой бүжгийн хувтастай үдэшлэгэн дээр байсан зургийг Facebook дээр тавьсан байв. Хамт ажиллагсад хийгээд дарга нь түүний худал хэлж ажлаас чөлөө авсныг Facebook-ийн тусламжтайгаар олж илрүүлсэн байна. Ванкуверт төрийн албан тушаалд нэр дэвшигч нэгэн улстөрчийн хоёр хүнээр дотоожоо тайлуулж буй баяр баясгалантай зураг Facebook-т тавигдаж, сонинд ч нийтлэгдсэн байна. үүнээс болж тэр хүнийг сонгуульд нэр дэвших эрхийг нь хасчээ. Баракк Обамагийн олон нийтэд хэлэх үгийг бэлдэж өгдөг Жон Фаврау Хиллари Клинтоны бодит хэмжээтэй тохируулан хийсэн картонон зургын хөхөн дээр гараа тавин зураг авхуулсан нь нэгэн блог дээр тавигдсанд олон нийт ихэд дургүйцжээ. Энэ зургийг түүний найзуудын нэг нь анх Facebook-тээ оруулж, улмаар цааш алдсан аж. 2009 онд Америкийн ажил олгогчид өргөдөл явуулагчдын 35 хувийг Facebook дэх мэдээллээс нь болж ажилд аваагүй гэсэн судалгаа гарсан байна. Ажилд авахаас татгалзах хамгийн наад захын шалтгаан нь Facebook-тээ бусдыг өдөөсөн, зохисгүй зураг мэдээлэл тавьсан гэх мэт байжээ. Коллеж болон их дээд сургуулиуд ч Facebook болон MySpace-ийн хуудсан дээрх мэдээлэл дээр үндэслэн элсэгчдээ шалгах болсон гэнэ.

Ерөнхийлөгч Обама 2009 онд Виржини мужийн ахлах сургуулийн сурагчдын өмнө үг хэлэхдээ Фавраугийн гаргасан алдааг сайн санаж байв. Тиймээс "Би энд байгаа бүх хүнийг Facebook-тээ юу байршуулах талаар анхааралттай, хяналттай байгаасай гэж хүсэж байна. Яагаад гэвэл бодлогогүй хийсэн ганц буруу алхам ч хожим том уршиг тарих эрсдэлтэй. Та бүхэн залуу байгаа болохоор бодлогогүй алхам хийж, алдаа гаргах нь их байна" гэжээ. Facebook-ийн гишүүд цаг хугацаа өнгөрөх тусам залуужиж байв. Хэдийгээр Facebook хэрэглэгчийнхээ насны доод хязгаарыг 13 насаар тогтоосон ч 11 болон үүнээс ч бага насны хүүхдүүд бүртгүүлсээр л байв.

Энэ ил тод ертөнцөд зөвхөн залуу хүмүүс алдаа гаргадаг уу гэвэл үгүй юм. Маш олон тохиолдолд хариуцлагатай албан тушаал хашиж байгаа хүмүүс бодлогогүй үйлдэл хийсэн

байдаг. Тухайлбал Английн Leicester шоронгийн хамгаалагч Facebook хуудсандаа хоригдлуудыг найзаар нэмсэнээс болж ажлаасаа халагдсан байна. Филадельфи мужийн нэгэн хүн тухайн шүүхэд ажилладаг офицер өөрийг нь Facebook-т найз болох урилга явуулсан хэмээн мэдэгдсэнээс болж шүүх хуралд байцаагдаж байсан ажээ.

Бүр заримдаа өөрсдөө нууцын эзэн байх ёстой ажил хийдэг хүмүүс ч Facebook-ийн “нүдэнд” амархан өртдөг болов. Англид 2009 онд Жон Саверсийг тагнуулын албаны шинэ даргаар томилох гэж байгаа тухай мэдээлэхэд The Daily Mail сонинд түүний эхнэрийн Facebook-тээ тавьсан зургуудыг нийтэлсэн байна. Энэ зургуудад тэд амралтаа хэрхэн өнгөрөөж байгаа, гэр бүл болон ойр дотны найз нөхөд, мөн Саверс чөлөөт цагаа хэрхэн өнгөрөөдөг гээд бүх л зүйл нь илчлэгджээ.

Facebook-ийн ил тод байдал нь хайр сэтгэлийн асуудал дээр ч бас буруугаар ашиглагдсан. Хэрэв таны найз залуу бусдын зураг дээр өөр охинтой тэврэлдсэн байлаа гэж бодъё. Тэд зүгээр найзууд л даа. Гэхдээ үнэн эсэхийг хэн мэдэх билээ? Харин үүнээс гарах үр дүн нь аймшигтай, гашуудалтай байж болох юм. Англид нэг залуу эхнэрээсээ салсан даруйдаа Facebook статусаа "ганц бие" хэмээн өөрчилжээ. Гэтэл үүнийг хуучин эхнэр нь тэвчиж чадалгүй, хэт уурсан түүнийг хөнөөсөн хэрэг гарсан гээд боддоо.

Аливаа зураг таны нууцыг илчлэх магадлалтай. Яг л Жон Саверсийг илчилсэн шиг хэнтэй хамгийн их цагийг өнгөрөөдөг, хэн таны хамгийн сайн найз болох, хаагуур явах дуртай... гээд л. Харин ахлах сургуулийн хэрэглэгчид бүх харилцан яриагаа хэнээс ч нуухгүй өөрийн "хана"-н дээрээ бичдэг. Ахлах сургуулийнхан хэт илэн далангүй болохоор тэдний амьдрал бүгдэд нээлттэй.

Залуу, шинэ нийгмийн хэдхэн хувь нь л Facebook-ийг ашиггүй, өөрийгөө илэрхийлэх буруу алхам мэтээр бодон зөрөх аж. Тэдний нэг нь Шон Долан. Тэрээр одоо 25 настай ба Нью-Йоркийн нэгэн мэдээллийн компанид ажилладаг. Тэр Facebook-ээс аль болох хол байхыг хүсчээ. "Миний үе тэнгийнхэн их амиа бодсон хүмүүс..." гэж тэр над руу явуулсан и-мэйлээ эхлүүлсэн байв. Цааш нь "Найзуудтайгаа гарч зугаацаж гэхэд тэд заавал камертайгаа явна. Дараа нь авсан зураг, бичлэгээ Facebook дээрээ тавих ганцхан зорилготой. Facebook-т л зураг тавиагүй бол энэ үйл явдал хэзээ ч болоогүй мэт. Хүн болгон өөрсдийгөө бусдын зураг дээр tag-лагдсан байна уу, эсвэл ямар зураг хамгийн гоё гарсан байна, өөрийг нь ямар зураг хамгийн сайн илэрхийлж вэ? гэх мэт зүйлээс болж өдөржин Facebook-т цагийг өнгөрөөдөг муу талтай болохоор хол байхыг хүсдэг" гэж бухимсан байх юм.

Зарим хүн ингэж Facebook хуудсандаа анхаарал тавьдаг хүмүүсийг "үзүүлбэр" мэтээр Facebook-ийг ашигладаг хэмээн тодорхойлдог. Эсвэл Fortune сэтгүүлийн миний найз Брент Шелдерийн хэлдгээр "цахим нэр хүнд"-ийн төлөө улайрдаг байна. Яг л People Magazine дээр олон хүн Бритни Спирсийг дагадаг шиг. Facebook дээр бол бид найзуудынхаа амьдралыг дагагч нь юм. Анди Варолийн хэлж байгаагаар "Ямар ч хүн Facebook дээр 15 минутын дотор алдартай болж чадна. Гэхдээ хамгийн гол нь хэр хурдандаа бус, харин хэр өргөн хүрээнд алдартай болох нь чухал байдаг. Сургуулийнхаа хүрээнд ч юм уу, найзуудынхаа дунд" гэсэн байна.

Хүүхэд залуус өөрийнх нь хэт дэлгэрэнгүй мэдээлэл хэзээ аюултай, осолтой болж эхэлдгийг

ялгадаггүй. Охайогийн Акроний амьтаны дэлгүүрийн худалдагч 20 настай охин өөрийн Facebook-т усанд оруулсан хоёр туулайг барьсан зургаа тавьсан байжээ. Хожим амьтны эрхийг хамгаалах хөдөлгөөнийхөн үүнийг мэдэж, тэр охин амьтантай зүй бус харьцсан хэргээр баривчлагдсан байна. өсвөр үеийнхэн ч гэсэн өөрсдийн тамхи болон архи хэрэглэж байгаа зургийг Facebook дээрээ тавих нь элбэг болсон байна. Хамгийн гол нь хууль ёсны насанд хүрээгүй хүүхдүүд шүү дээ. Массачусетсийн Амхерстийн ахлах сургуулийн нэгэн оюутны Facebook-ийн хуудаснаас хүүхдүүдийн архи ууж байгаа, бас хар тамхи хэрэглэж байгаа гэх мэт зургийг илрүүлж, сургуулийн сахилга бат хүмүүжлийн хороонд дуудагдаж байжээ. Бас нэг ахлах сургуулийн багш сургуулийнх нь бүх тамирчид нэгэн үдэшлэг дээр шар айраг барин зогсож байхыг харжээ. Гол нь бүгд насанд хүрээгүй аж. Виржинид байдаг 60 настай эмээ ачаа хүүгээ Facebook дээр зүй бус үг хэрэглэн хүмүүстэй хэрэлдэж буйг уншжээ. Ачийнх нь сурдаг сургууль чанд хатуу тул хэрэв аав ээжид нь мэдэгдвэл хөөнө гэж бодоод чимээгүй өнгөрчээ. Энэ мэтээр хэтэрхий нээлттэй болвол мэдээлэл хормын хугацаанд тархаж хэрэглэгчийн эсрэг ашиглагдах эрсдэлтэй юм.

Хэрэглэгчийг хэтэрхий нээлттэй байлгах нь Facebook-ийнхний үргэлж маргалддаг ярианы гол сэдэв юм. "Бидний гол зорилго бол, ажиллаж эхэлсэн өдрөөс л нийгмийг нээлттэй болгох байсан" хэмээн санхүүч Дейв Морин үздэг. Тэр удаан хугацаанд Цукербергийн ойр дотны хүмүүсийн нэг байсан. Тэр "Бид хэрэглэгчийг том орон зайд илүү нээлттэй байхад тусалдаг. Миний бодлоор хүмүүс жинхэнэ БИ-ээрээ байхдаа санаа зовох нэг их хэрэггүй" гэжээ. Харин Facebook-ийн өөр нэгэн ажилтан Шерил Сандберг эдгээрийг тэс ондоо өнцгөөс харан "Марк ил ертөнц, нээлттэй нийгэм, хэн бүхэнд тодорхой байх гэдэг ойлголтуудад үнэхээр итгэдэг байсан. Тиймээс тэрээр энэ ертөнцдөө бусдыг татан оруулахыг хүссэн. үүнд хүрэх хамгийн дөт зам нь хүн бүрт бүгдийг удирдах боломжийг бага ч гэсэн өгөх хэрэгтэйг тэр бас ойлгосон байх. Хэрэглэгч нээлттэй, бусдад ил болж байх тусам Марк баярлах болно. Тэгэхээр энэ нь түүний хувьд эцсийн зогсоол мэт. Харин миний хувьд үгүй" гэсэн байна. Цукербергээс 14 насаар ахмад Сандберг хэн нэгэн түүний амьдарлыг ил тод болгоход туслахгүй ч энэ нь хамаагүй гэнэ. Хэн нэг хүн нийгмээ ил тод болгоход хүслийг нь сөрж туслах шаардлагагүй аж.

Facebook нь хэрэглэгчийн мэдээлэл хаашаа урсаж байгааг хянах маш онцгой тохиргоотой. Гэхдээ энэ нь хэрэглэгч зөвхөн жинхэнэ нэрээрээ бүртгүүлсэн тохиолдолд л бүрэн хэрэгжинэ. Найзуудаа (гэр бүл, сайн найз, хамт олон, сургуулийн найз,) гэхчлэн тус тусад нь хувааж, аль бүлэг нь таны мэдээллийг бүтэн харах, аль нь харж болохгүйг тохируулдаг. Зарим нэг бүлгийг өөрт нь таньд зөвхөн мэдээлэл явуулдаг болгосноор хамгаалалтаа бататгаж чадах аж. Харамсалтай нь нийт хэрэглэгчийн ердөө 25 хувь нь л эдгээр функцуудыг ашигладаг. Ихэнх нь ийм тохиргоог ашиглахад хүндрэлтэй, хэцүү гэх шалтгаанаар ашигладаггүй гэнэ.

Өөрийн мэдээллээ удирдах боломжийг Facebook уул нь хэрэглэгчдэд олгосон юм. Компанийн суурийг тавилцсан хүний нэг Адам Д'Анжело хэлэхдээ яг энэ удирдах боломжийнхоо ачаар л Facebook нь "мэдээллийн шинэ хэлбэр" болсон гэв. Нэгж мэдээлэл бүрийг хэн харж болох, болохгүйг зохицуулж болдог болсон. Зөвхөн зөвшөөрөгдсөн хэрэглэгч л тухайн хүний мэдээллийг харж болно. Энэхүү мэдээллээ удирдах боломж нь интернэтийн орчинд өөр хаана ч байхгүй гэнэ. Яагаад гэвэл Facebook дээр л хэрэглэгчид бусдын

мэдээллийг судалдаг учраас...

2009 онд Facebook-ийхэн "хувийн тохиргоо"-г шинэчилжээ. Тэд энэхүү шинэчлэлээ тайлбарлаж, найзуудаа дэд бүлэгүүдэд хэрхэн хуваах болон мэдээллээ хэрхэн хянах талаар хэрэглэгчдэд тайлбарлах гэж ихэд хичээсэн байна. Ингээд хэрэглэгчдэд илүү ойлгомжтой болох зорилгоор тохиргоонд "бүх хүнд" буюу public гэсэн сонголттой болгов. Хэрэглэгчид өөрсдөө үүнийг солих боломжтой юм. Тэгтэл үүнийг анзаараагүй хэрэглэгчид тохиргоогоо хийдэггүй учир мэдээлэл нь бүх хүнд харагдаж байлаа. үүнийг ашиглах хүмүүсийн хариу үйлдэл хэт хатуу байжээ. Марк Ротенбергээр удирдуулсан Хувийн мэдээлэл, хувийн нууцыг хамгаалдаг идэвхтэн бүлгүүд АНУ-ын Арилжааны Комисст хандан Facebook-т шалгалт явуулж, шийтгэл оноохыг хүсчээ. өргөдөл гаргагчид мөн Эрх Чөлөөний Холбоо, Хэрэглэгчийн Эрхийг Хамгаалах төв гэх мэт чухал чухал байгууллагуудыг эгнээндээ нэгтгэсэн байна. Тэдний ярьж буйгаар Facebook нь хэрэглэгчдийнхээ хувийн мэдээллийг албаар бүх хүнд хяналтгүй тархахад тусалсан юм байх. Тэднийхээр энэ нь тус компанийг хэрэглэгчийн хувийн нууц гэж юу болох тал дээр одоо болтол төгс суралцаж чадаагүйг харуулж байгаа юм. Магадгүй тэд ил тод ертөнцөд тийм ч бэлхэн байгаа эсэх нь эргэлзээтэй гэжээ.

Цукерберг ямар ч байсан хэрэглэгчид мэдээллээ удирдах бага ч гэсэн боломж өгсөн нь зөвдөв. Эхэндээ энэ сүлжээ нь тэдний хүсч байсан шиг ил тод байж чадсан. Анх зөвхөн Харвардад нээгдсэн учир оюутнуудын оруулсан мэдээллийг зөвхөн Харвардынхан л уншдаг, мэддэг байсан. Харин өргөжих тусам олон янзын асуудалтай тулгарах нь тэр. өргөжих тусам их сургууль, ахлах сургууль, ажил алба гээд тус тусдаа дэд бүлгүүдтэй болж, хэрэглэгчид тэр бүгдэд зориулан мэдээллээ оруулдаг болжээ. Тэгэхээр та өөрийн сүлжээнд байгаа хүмүүсийг баталгаажуулахаас нааш тэд таны мэдээллийг уншиж чадахгүй болсон юм. Харин одоо бол газар зүйн байршил гэх ойлголт нэмэгдэж, өөр газраас хэрэглэгчид ордог болсон учир тухайн сүлжээний хүний хувийн мэдээллийг харж болох нь улам багассаар л байна. Найзууд болохоос нааш энэ нь бүтэшгүй асуудал юм.

Энэ мэт бүх аюулгүй ажиллагаа нууцлалын тохиргоог олон хэрэглэгч таашаав. 2009 онд хамгийн их найдлага хүлээж, хэрэглэгчийн итгэлийг олсон компани гэдэг санал асуулгад Facebook эхний 10-т багтсан ба Apple болон Google, Microsoft гэх мэт томчуудын өмнө орж чадсан билээ.

Хэрэглэгчийн мэдээлэл хамгийн эмзэг, ил тод байдаг хэсэг гэвэл Facebook-ийн Фото-аппликейшн. Энэ нь мэдээллийг олж авах эрхийг хязгаарлаж болох хамгийн хэцүү хэсэг юм. Таны зургийг хэн нэгэн өөрийн Facebook дээрээ ачаалласан байхад үүнийг та удирдах ямар ч боломжгүй. Таны хийж чадах ганц зүйл бол таныг хэн бэ гэдгийг зааж өгсөн tag-ийг устгах. Гэвч зарим тохиолдолд tag устгасан тухай мэдээлэл ч News Feed дээр харагддаг. (Уг нь дурын хэрэглэгч өөрийгөө хэзээ ч tag-лагддаггүй байхаар тохируулж болох юм.) Харин зурагнууд нь хэн бүхэнд хүрнэ. Сүлжээнд байгаа бүх хүн зургийг тухайн ачаалласан хэрэглэгч л хязгаарлахгүй бол үзэх боломжтой юм.

Олон хэрэглэгч өөрийнх нь зүй бус гарсан, зохимжгүй, тэнэг, хошин зургийг өөр хүмүүс Facebook-т ачаалласан тохиолдолд устгаж өгөхийг компаниас олон жилийн турш хүсч байжээ. Учир нь бусад хүний хуудсан дээр байгаа зургийг тухайн хэрэглэгч устгаж чадахгүй

байсан болохоор тэр. Гэвч компани нь хэрэглэгчийн эрхэд халдахыг хүссэнгүй. Tag-ийг устгаж, нэмэх нь тухайн хүний эрх, өөрийн оруулсан зургаа устгах эсэх нь ч тухайн хэрэглэгчийн эрх гэж үзжээ.

Радикал ил тод байдал гэдэг зүйлийг дэмжигч хэсэг нь хүн болгон нээлттэй, ил тод байх нь бусдыг ч сайн тал руу өөрчилдөг гэнэ. Зарим хүн Facebook-ийн ачаар залуу хосууд бие биенээ хуурах нь багассан гэнэ. Мөн ил тод нийгэм нь илүү үнэнч ертөнцийг бүтээх учиртай аж. Учир нь ил тод ертөнцөд хэн бүхэн зөвхөн зөв зүйтэй алхам хийхийг хичээнэ шүү дээ. Харин цөөн хэсэг нь л бусдын муу зуршил, дадал зэрийг даган дуурайх нь бий. Гэвч энэ ил тод байдлыг эсэргүүцсэн гол шалтгаан нь 2006 оны есдүгээр сард нээгдсэн News Feed юм.

Бүх л талаараа ил тод болсон хүмүүсийн ихэнх нь жижиг сажиг олон асуудал, эсэргүүцэлтэй тулгардаг байна. Английн Essex-д оффисийн зохион байгуулагчаар 16 настай Кимберли Сванн ажилладаг байсан гэнэ. Тэрээр ажилд орсныхоо дараа хамт олноо Facebook-тээ нэмэж гэнэ. Хэдэн долоо хоногийн дараа тэр ажил маш уйтгартай байгаа талаар өөрийн хуудастаа бичжээ. үүнийг хамт ажилладаг нэг нь захиралдаа харуулсан байна. Ингээд Сванн тэр дороо халагджээ. Хожим тэр The Daily Telegraph сонинд ярилцлага өгөхдөө "Би компанийхаа нэрийг ч дурьдаагүй. Энэ арай л хэтэрсэн шийтгэл болсон" гэжээ. Энэ нь нилээд шуугиан тарьж, олны анхааралд өртсөн тохиолдлуудын нэг юм.

Өөр нэгэн жишээ. Pebroke Pines Charter ахлах сургуулийн сурагч Катерин Еванс "Facebook-т эрх чөлөөтэй үг хэлэх орчин бүрдүүлж өг" хэмээн мужынхаа шүүхэд хандсан байна. Учир нь тэр Facebook-тээ багшынхаа тухай "Миний амьдралдаа харж байсан хамгийн муу багш" хэмээн бичсэн нь сургуулийн захиргаанд хүрч, улмаар ийм зүйл бичсэний төлөө түүнийг шийтгэсэн байна. Тиймээс тэр өөрийн хуудастаа үг хэлэх эрх чөлөөг боогдуулж, хүний эрхийг хорьж байна хэмээн шүүхэд хандсан нь энэ ажээ.

Хүн болгон өөрсдийн мэдээллийг бусадтай хуваалцахыг хүсдэг ба харин үүнийхээ хажуугаар ямар нэгэн хүсээгүй, тэдэнд таалагдахгүй байж болох гэнэтийн зүйлсээс хамгаалдсан байхыг хүсдэг. Харин тэдний гол чадахгүй байгаа зүйл нь Facebook-ийг хүмүүс хэрхэн хэрэглэдэг, яг тэр шалтгаанд л оршдог. Нью-Йоркийн Хуулийн сургуулийн профессор Гриммелман энэ асуудлыг 2009 онд бичсэн "Facebook-ийг Аврах нь" гэх бүтээлдээ хөндөж, тайлбарлажээ. "Facebook нь хувийн мэдээллийн тал дээр гайхалтай сайн хамгаалалтын уран загвартай. Хувийн мэдээллийн талаарх ихэнх асуудал нь хүмүүс Facebook-ийг хэрхэн, юуны тулд ашигладаг вэ гэсэн хамгийн энгийн зүйл дээр оршин тогтнодог" гэжээ. Мөн Facebook-т тохиолдох хувийн мэдээллийн асуудлууд нь компанийн муу ажиллагаанаас бус, гагцхүү хэрэглэгчээс, тэдний өөрсдийнх нь нэмсэн найзуудаас болдог гэнэ. Учир нь мэдээллийг хулгайлах, танихгүй хүний зураг тавих эсэх нь тухайн хэрэглэгч найзаар нэмсэн хүмүүсийг тийм ч сайн мэдэхгүй, танихгүйд байдаг байна. Тиймээс одоо зарим коллежийн үдэшлэгүүдэд бусдын архи ууж, тамхи татаж байгаа зургийг зөвшөөрөлгүй авч, Facebook-ээр тараалгахгүй байхын тулд гар утас болон зургийн аппаратыг хорьдог болсон байна. Харин зарим нь ямар нэгэн байдлаар зураг тараалгахгүйн тулд гэрэл муутай, бүүдгэр орчинд үдэшлэг зохиох болсон гэнэ. Ихэнх сурагч, оюутан, тамирчид одоо ямар нэгэн үдэшлэгт явсны дараа Facebook-т өөрийнх нь зураг tag-лагдсан эсэхийг тэр даруй шалгадаг болсон байна. Мэдээж онцгүй зураг оруулж, tag-ласан байвал устгах нь тодорхой. Гэвч энэ бүхэн эцсийн дүндээ

таны найзаараа сонгосон хүмүүсийн л хийсэн ажил гэдэгт хамаг учир нь оршиж байгаа юм. Гриммелманы ярьж байгаагаар чухам найзуудаас болж л олон хүний хувийн мэдээлэлтэй холбоотой маргаан үүсдэг гэнэ.

Бид бүгд Facebook-ийг ашиглахын тулд өөрийн нэр болон бусад бодит мэдээллээ оруулдаг учир өөрсдийн хэлсэн үг, үйлдэл бүртээ хариуцлага хүлээдэг. Гэтэл биднээс ч олон хүн аливаа хариуцлагаас зугтахын тулд бүгд хуурамч нэр болон мэдээлэл ашигласан байдаг. Гэлээ ч Facebook хэрэглэгчдийн мэдээлэл үнэн эсэхийг нэгд нэгэнгүй бичиг баримттай нь тулган шалгаж бүртэгдэггүй. Тийм боломж ч байхгүй. Ийм учраас хуурамч нэр, мэдээлэлтэй хэрэглэгч бишгүй олон байдаг юм. Олон хүн үүнийг зүгээр л зугаацах үүднээс хийдэг байх. Гэвч энэ мэт хуурамч хүмүүс нь амархан баригддаг. Биднийг жинхэнэ гэдгийг баталдаг хамгийн гол зүйл бол Facebook дэх бидний найзууд юм. Харин хуурамч хэрэглэгчид маш цөөн найзтай байдаг ба зарим нь бүр найзгүй гэхэд болно. Харин үүнээс бусад хуурамч хуудаснуудыг илрүүлэх нь нилээд төвөгтэй. Жишээ нь, залуу сайхан хүүхний зурагтай хуудастай хэрэглэгч байлаа гэж бодоход түүн рүү маш олон залуу найз болох хүсэлт явуулдаг. Ингээд тухайн "хуурамч хэрэглэгч" маш олон найзтай болж, илрүүлэхэд хэцүү болдог байна. Энэ мэтээр залуус эмэгтэй хүний дүрд орон Facebook хуудас нээж, өөртэй нь танилцахыг хүссэн залуусын нүцгэн зураг гэх мэтийг нэхэн авдаг байжээ.

Олны танил хүмүүсийн хувьд хуурамч эсэхийг илрүүлэхэд бүр хэцүү. Microsoft компанийн захирал Билл Гейтс нь 2008 оны эхээр өөрийн Facebook хуудсыг хоёр шалтгааны улмаас хаахаар шийдсэн гэнэ. Эхний шалтгаан нь тэрээр маш олон найз болох хүсэлт авдаг байсан гэнэ. өдөрт мянга мянгаар ирдэг байсан ба үүнийг удирдах нь түүнд хэцүү санагдсан аж. Харин хоёр дахь шалтгаан нь Facebook-т түүнээс гадна таван Билл Гейтс байсан гэнэ. Бүгд л түүний дүрийг бүтээхийг хүсэж байсан ба бүгдээрээ маш олон найзтай.

Зарим содон нэртэй хэрэглэгчийн хувьд тэд өөр нэгэн асуудалтай байжээ. Facebook тэдний нэрийг хуурамч гэж бодон автоматаар хасдаг байсан байна. Австралийн Елмо Кийп гэх 26 настай эмэгтэй Facebook-ийн төв рүү өөрийн паспорт болон жолооны үнэмлэхний хуулбарыг явуулж баталгаажуулхаас наана бүртгүүлж чадаагүй байна. Мөн Калифорн мужийн Коста Месагийн оршин суугч нь 52 настай В Аддеман Facebook-т бүртгүүлэх гэтэл автоматаар хасагдаад байж. Тэрээр Facebook-ийн Хэрэглэгчийн хүсэлт авах салбар дээр нилээд маргалдаж, бичиг баримтаа үзүүлсний эцэст бүртгүүлсэн аж. Учир нь түүний нэрийн дан В үсгийг албан ёсны нэр хэмээн хүлээн зөвшөөрөхгүй байж. үүнээс гадна Японы зохиолч Hiroko Yoda, Шинэ Зеландийн Rowena Gay болон нэрэнд нь Beaver (минж), Jelly (царцмаг), Beer (шар айраг), Duck (нугас) гэсэн үг орсон хүмүүс Facebook-ийн бүртгэлээс автоматаар хязгаарлагдаж байсан байна. Интернэтэд зураг ачааллах үйлчилгээтэй Flickr сайтын зохион бүтээгч Катерина Фейк (fake нь худал хуурмаг гэсэн үг) анхандаа Facebook-т нэвтэрч чаддаггүй байжээ.

Маш олон хүн одоо өөрийнхөө нэрийг тун хянамгай, үнэн зөвөөр өгдөг болжээ. Энэ нь ч Facebook-т онцгой боломжийг нээж өгч байгаа юм. Кардифф хэмээх англи хэрэглэгч 35 жилийн турш огт уулзаагүй дүүгээ Facebook-ийн ачаар олж авчээ. Тэрээр зүгээр л Facebook-т дүүгийнхээ жинхэнэ нэрийг бичээд хайтал дүү нь гараад ирсэн аж. Энэ мэт удаан уулзаагүй, холбоогүй байсан найз нөхөд болон хамаатан садангаа Facebook-ээр олох нь амьдралд бол

энгийн зүйл болон хувирчээ.

Одоо бол хүмүүс заавал и-мэйл хаягаа солилцох хэрэггүй. Тэд Face-book хуудас руу нь ороод л бүх зүйлийг мэдэж болно. Гэвч Facebook дээр дэлгэрсэн зарим нэг таагүй баримт нь биднийг үргэлж дагана гэсэн үг үү? Бид үргэлж найзынхаа зургийн цомогт байсан инээдтэй малгай өмссөн согтуу нэгэн мэтээр бусдад дурсагдах болов уу? Зарим нэг таагүй дурсамж, таагүй баримтаас болж хүмүүс шинэ хот, шинэ улс руу нүүн шинэ амьдрал эхлэхийг хүсдэг. Тэгвэл одоо Facebook гарч ирснээр энэ бүх зүйл үгүй болж, бидний гаргасан ганц алдаа амьдралын турш дагана гэсэн үг үү?

Миний хувьд л гэхэд энэ мэт зүйлээс зугтахын тулд "нүүр хуудас"ны дүрмийг ашигладаг. Би нүүр хуудсан дээрээ өөрийн тухай маш их мэдээллийг байнга шинэчлэн тавьдаг. Тэгээд өөрийн сонгосон мэдээллийг хуудсан дээрээ тавиад бусадтай харилцан яриа, мэтгэлцээнд оролцохыг хичээдэг. Гэвч би ингэхдээ хэт хувийн чанартай, бусдын чихийг дэлдийлгэх зүйлсийг аль болох тавихгүй байхыг хичээдэг.

Цукерберг өөрийн “ил тод” хэмээх уриатай компанит ажилдаа маш хэрэгтэй нэг сонин дэмжигчидтэй болсон байна. Энэ нь "News Feed-ийг үзэн ядагчид"-ийн бүлгийг нээж олон хүнийг эгнээндээ оруулж байсан Northwestern их сургуулийн оюутан Бен Парр юм. Тэрээр одоо техник, технологийн сэдвээр нийтлэл, ном бичдэг болсон ба түүний хамгийн сүүлийн үеийн нийтлэлүүдийн нэгд "Сүүлийн хоёр жил их өөрчлөлт оржээ. Бид өөрсдийн амьдрал болон бодлоо мянга мянган хүнд нээлттэй болгоход илүү тухтай болсон байна. Хамгийн сайн найзууд болон огт танихгүй хүн байсан ч ялгаагүй. Цукерберг энэ бүх шинэчлэл, техник, технологийн дэвшлийг авчирсан гол хүн юм... News Feed үнэхээр хувьсгалыг авчирсан зүйлүүдийн нэг гэдгийг одоо хэн ч хүлээн зөвшөөрнө. үүний хажуугаар хувийн мэдээлэл гэх зүйл ч алга болоогүй. Харин ч удирдахад улам бүр хялбар болсон байна. Хэнтэй юу хуваалцахыг яг таг тохируулж чадна. өөрийн мэдээллийг бүх хүнд хүргэе гэвэл хүргэж чадна. Эсвэл дотроо хадгалъя гэсэн зүйлээ хэнд ч мэдэгдэлгүй хадгалж чадна" хэмээн бичжээ.

11. Платформ

"Бид хамтдаа хувьсгал хийнэ!"

Марк Цукерберг эхэн үед маш онцгой, содон хүсэл мөрөөдөлтэй байсан гэдэг. 2004 онд Марк Трибекка гэдэг хятад ресторанд Шон Паркертай анх уулзахдаа нэг зүйл дээр ам мурийжээ. Пакрерын бодлоор Цукерберг анхны энэ уулзалт дээрээ юм л бол ярианы сэдэв өөрчилж Facebook-ийг платформ болгон хэрхэн хөгжүүлэх сонирхолтой байгаагаа ярьж байв. Энэ нь дөнгөж мэндлээд байсан Facebook-ийг Microsoft-ийн Windows, Apple-ийн Macintosh шиг бусад аппликейшн, програм хөгжүүлэх талбар болгоно гэсэн үг юм. Харин Паркер ийм зүйл ярихад хэт эрт байгааг ойлгуулахыг хичээж байлаа.

Accel Partners-ийн Кевин Ефрази мөн адил тийм зүйл санах аж. 2005 онд Accel Partners Facebook-т хөрөнгө оруулсны дараахан Цукербергтэй анх уулзахад залуу гүйцэтгэх захирал маань түүнтэй танилцангуутаа "Кевин, миний платформ болгох төлөвлөгөөнд тусалж чадах хэн нэгэнтэй танилцуулж өгөөч" гэж гуйжээ.

"Пөөх, тийм ээ тийм. Хэзээ нэгэн цагт магадгүй платформ болон өргөжиж болох л юм" гэж Ефрази шоолонгуй хэлээд "Гэхдээ бид чинь одоо зургаахан ажилчинтай жижиг компани шүү дээ. Гэвч би ВЕА (програм хангамжийн компани)-ийн маш сонирхолтой платформ хийж байсан туршлагатай нэг залууг танина" гэхэд

Цукерберг түүний яриаг таслан "Юун ВЕА? Би чинь Билл Гейтс, Стив Жобс нарыг л бодоод байгаа шүү дээ. Намайг Билл Гейтстэй уулзуулж чадах уу?" гэх нь тэр. Хариуд нь "Ммм... Мэдэхгүй. Яг наад асуудал дээр чинь Бреер л тусалж магад" гэсэн байна.

Долоо хоног өнгөрөв. Ефрази Цукербергийг хүлээж өрөөнд нь сууж байлаа. Цукерберг гэв гэнэт л "За, би түүнтэй уулзсан" гэсээр орж ирэв.

"Хэнтэй?"

"Билл Гейтстэй!"

Хэдхэн хэрэглэгчтэй, зургаахан ажилчинтай жижиг компани байсан ч Цукерберг өргөжин тэлэх талаар энэ мэтчилэн маш өргөн ойлголт агуулж байсан юм. Энэ мэтээр хүмүүсийн зүгээр нэг хоорондоо харилцах гэж ордог сайтаас хамаагүй том байх дүр төрхийг тэр анхнаасаа л бодолдоо ургуулсан байжээ.

Алдар нэр, амжилт олсон мэдээлэл технологийн бүхий л компаниудын түүхэнд үүсгэн байгуулагчид нь хийж буйгаа жирийн нэг жижиг биш томоохон ер бусын зүйл, олныг хамрана гэдгийг ухааруулсан, хувь заяаг өөрчилсөн нэг юм уу хоёр эрс эргэлт зайлшгүй хийсэн байдаг. Билл Гейтс, Полл Аллен нар жижиг компаниудын програмыг захиалгаар бичдэг байсан ч програм хангамж бол зөвхөн тэдний ирээдүй, өөрсдийнх нь үйлдвэрлэл байх ёстойг ойлгосон нь тэдний хувьд эхний эрс эргэлт юм. Дараачийнх нь бүх компьютерийг үйлдлийн системтэй гаргах ёстой гэдэг санаа тэднийг алдартай болгосон. Ингээд л Microsoft дэлхийн

хамгийн өндөр орлоготой компаниудын нэг болсон юм. үүнтэй адил нэг л шөнө Жерри Ян, Жефф Фило нарт Yahoo нь зөвхөн интернэт байрлал төдийгүй хайлтын томоохон тоноглогдсон тусгай систем болно гэдэг санаа орж ирснээр шинэчлэлт хийж сурталчилгааг дэмжигч түүхэн дэх хамгийн том интернэт компани болжээ. Google-ийг үүсгэн байгуулагчид болох Сергей Брин, Ларри Пейж нар хайлтыг интернэт дэх сайтууд төдийгүй харин бүр тусгаарлагдсан, сурталчилгааны өгөгдлөөр хийх боломжтойг ухаарсан нь огцом эргэлт авчирсан. Ингэснээр эрин зууны интернэтийн хамгийн том компани болон хувирч чадсан юм.

Харин Цукерберг, Москович нарын анхны "эврика" нь Facebook сүлжээ коллежоос илүү өргөн хүрээг хамарч чадна гэдгийг ойлгосон явдал юм. Удаах нь Facebook-т зураг аппликейшн суурилуулж өгсөн нь аж. үүний дараа тэд бүгдээрээ ямар нэгэн оцгой, олныг хамарч чадах зүйлийг бүтээж байна гэдгээ ухаарч эхэлсэн гэнэ. "Бидний зураг аппликейшн хэн бүхэнд хэрэгтэй, дутагдаж байсан учраас хийсэн юм" гэж Цукерберг надтай 2007 онд уулзахдаа хэлж байсан юм. Мөн "Бид өндөр нягтаршилтай зургийг байршуулдаггүй, нягтрашлыг нь багасгадаг байлаа. Яагаад гэвэл хуулах үйлдэл хэт удаг байсан болохоор тэр. Мөн саяхныг хүртэл Facebook-ийн хэрэглэгчид цомог дахь зурагныхаа дарааллыг ч сольж болдоггүй байсан юм. Гэхдээ энэ аппликейшнийг интернэтэд хүмүүс хамгийн их ашигладаг, хамгийн их хандалттай фото-сайт болж чадсан юм" хэмээж байв. үүнээс гадна Facebook-ийн инженерүүдийн хийсэн өөр нэгэн аппликейшн бас маш алдартай болж чадсан байна. Энэ нь event буюу ямар нэгэн үдэшлэг, уулзалт, семинар гэх мэт олон нийтийн үйл ажиллагаанд зориулсан урилга явуулах аппликейшн юм. Олон жилийн турш бараг л монополь болчихоод байсан урилга илгээх үйлчилгээтэй Evite.com-оос Facebook-ийн аппликейшн хоромхон хугацааны дотор их хэрэглээтэй, олон хэрэглэгчтэй болж чадсан байна.

"Яагаад эдгээр функц ийм хурдан, маш олон хэрэглэгчтэй болж чадав?" хэмээн асуувал хариулт нь тодорхой. "Яагаад гэвэл энэ нь бусадтай ижил үйлчилгээ боловч бусдаас ялгарах маш чухал зүйлийг өөртөө агуулж байсан болохоор тэр. Энэ нь бүх аппликейшний үйлчилгээ нь нийтийн сүлжээнд холбогдож өгсөн байсантай холбоотой" юм. "Бид маш их бодож, ярилцаж үзсэний үндсэн дээр Facebook-ийн хамгийн гол давуу тал нь найзуудын холбоо, нийтийн сүлжээ гэдгийг ойлгосон юм" хэмээн тэр үргэлжлүүлэн ярив. "Бидний гарт маш том, маш хүчирхэг үйлдвэрлэлийн механизм байсан юм" гэж Цукерберг онгиронгуй тайлбарлана. Харин энэ хүч нь зөвхөн зураг болон урилга илгээх аппликейшнд хэрэглэгдээд зогсохгүй өөр ямар ч төрлийн аппликейшнийг амжилтад хүргэж чадах аж.

"Үйлдвэрлэх" гэдэг үгээр тэр арай өөр зүйлийг хэлэх гэж оролдсон юм. Facebook дээр найзуудтайгаа холбогдож нэгэн төрлийн сүлжээг үүсгэдэг. Харин энэ сүлжээ дотроос ямар ч төрлийн мэдээлэл "үйлдвэрлэгдэх" боломжтой учир тэр албаар "үйлдвэрлэх" гэдэг үгийг сонгожээ. Хэрэв хэрэглэгч нь зураг нэмлээ гэж бодоход тухайн хүний найзуудад Face-book энэ тухай хэлж өгдөг. Мөн та өөрийнхөө хостой эсэх статусаа солих юм бол, эсвэл Мексикт долоо хонохоор явсан гэдгээ бичих юм бол энэ мэдээлэл таны найзуудын хүрээнд хормын төдийд тархах болно. үүнийг л тэр "мэдээлэл үйлдвэрлэх" хэмээн томъёолсон аж. Хамгийн их нэр хүнд болон ашиг авчирсан аппликейшн нь зураг, урилга /event/ болон тэдний өөрсдийнх нь зохиосон бусад аппликейшн юм.

Програм хангамжийн ихэнх компаниуд өөрсдийгөө онцгой хүчирхэг аппликейшн хийх чадвартайгаа мэдрээд ирэхээрээ маш олноор хийхийг хичээдэг. Олон нийтийн сүлжээ сайтаас илүүтэй онлайн худалдаа, тоглоом эсвэл бизнест зориулан аппликейшн гаргах нь элбэг. Харин Facebook аппликейшн хийхээ түр зогсоожээ. 2006 оны намар Цукерберг програм, аппликейшнийг платформ болгох маш удаан төлөвлөсөн бодлоо хэрэгжүүлэхээр шийдсэн аж. Цукерберг Билл Гейтсийн компьютерт хийсэн зүйлийг интернэт орчинд хийхийг хүсч байлаа. Тэрээр стандарт програмын дэд бүтцийг бүтээх ба үүнд тулгуурлаад хүмүүс аппликейшн хийхэд хялбар болох ажээ. Гэхдээ олон нийтийн сүлжээний агуулгатай байх учиртай. Тэрээр "Бид Facebook-ийг яг л үйлдлийн систем шиг болгомоор байна. Хүн бүр дурын аппликейшнээ хийгээд л, ажиллуулаад л ..." хэмээн тайлбарлажээ.

Цукерберг платформын тухай зөвхөн Facebook ажилласнаас хойш бус анх бараг компьютерийн гар, хулганад хүрсэн үеэсээ л бодож эхэлсэн байна. Хүүхэд байхаасаа л America On Line буюу AOL-д зориулсан функцуудын кодчилолыг хийдэг байж. Цукерберг нарын бүрэлдэхүүнтэй хакерүүдийн бүлэг AOL-ийг хүссэн хүсээгүй платформ болгон хувиргав. Харин дараа нь Exeter-т сурч байхдаа Д'Анжелотой хамтран MP3 файл тоглуулах програм Synapse-ийг хийж байжээ. Synapse-ийн олонд хүрсэн гол шалтгаан нь кодчиллын хэл мэддэг хүн бүхэн нэмэлт буюу "плаг-ин" хийж болдог байсан. Тэгэхээр Synapse нь нэг үгээр хэлбэл жижиг платформ байсан аж. Харин бүтэж хэрэгжээгүй Wirehog-ийн дараа Facebook-ийг платформ болгох талаараа илүү их бодох болсон байна. Хэрэв Wirehog хэрэгжсэн бол Facebook дээр дангаараа ажиллах хамгийн анхны аппликейшн болох байжээ.

Бусдын бүтээсэн аппликейшн, програмуудыг ачааллах боломжтой платформ хийх нь мэдээлэл технологийн компаниудын хувьд жинхэнэ мундаг ажлуудын нэг. Microsoft яг үүний ачаар л бараг хоёр зууныг дамнан мэдээлэл технологийн салбарт тэргүүлж ирсэн. Windows хамгийн их хэрэглэгддэг, монополь үйлдлийн систем байсан. Хэн нэгэн түүнд зориулж програм, аппликейшн хийхэд мэдээж Windows-ийг л ашиглах нь тодорхой. (Тодруулахад, Билл Гейтс нь "платформ" гэх ойлголтыг анх хэрэглэж, алдаршуулсан хүн юм)

Платформ бүтээнэ гэдэг нь програм хангамжийн компанид нэг төрлийн систем, бүлэг үүсэх ба үүнд оролцогчид нь тухайн компаниас бүрэн хамаарна гэсэн үг юм. Харин тухайн компани нь бүх зүйлийн гол судас болж байхад өрсөлдөгчид нь түүнийг давж гарна гэдэг бараг л бүтэшгүй болдог. Энэ маягаар Apple үйлдлийн систем Macintosh-оо амжилтанд хүргээд зогсохгүй, мөн энэ аргаараа эхлээд iPOD, дараа нь iPhone-ыг бүтээж, түгээсэн аж.

Өөрийн гэсэн платформтой болсноор Facebook өрсөлдөгч нараасаа хол тасрах учиртай байв. Тэд өөрсдөө хэрэглэгчийн бүгдийнх нь хэрэгцээнд тохируулсан хүссэн аппликейшн зохионо гэж бараг үгүй бөгөөд бүтэшгүй. Тийм учир платформ болсноор дурын компаниар өөртөө таарсан, хүсэлдээ нийцсэн аппликейшнийг бусдад болон өөртөө зориулан бүтээлгэх, бүтээх боломжтой. Facebook нь хэрэглэгчийн хувийн хуудас болон найзуудын холбоонд маш их анхаарал хандуулж, тодорхой хэмжээний амжилтад хүрсэн учраас энэ нь болосжтой мэт байлаа.

Цукерберг Платформ болох эхний алхмаа аль 2006 оны найман сард эхэлсэн гэлээ ч ертөнц дахин үүнийг нь бараг л анзаарсангүй ээ. Програмист Дайв Феттерман Facebook API (application programming interface) гэх зүйлийг үйлчилгээндээ нэвтрүүллээ. Энэ нь бусад

хамтрагч сайт руу Facebook-ийн хэрэглэгч Facebook нэр болон нууц үгээ ашиглан орж болох байв. Харин нөгөө сайт нь Facebook-ээс тухайн хэрэглэгчийн мэдээллийг авдаг байв. Facebook-ийн зарим удирдлага, ялангуяа арай ахмад хэд нь үүнийг маш ихээр эсэргүүцэж байсан юм. Тэднийхээр бусад сайтуудад маш үнэт зүйл болох хэрэглэгчийнхээ мэдээллийг өгөөд, харин оронд нь юу ч авахгүй байгаа хэмээн цухалдаж байлаа. Хэдийгээр их эсэргүүцэлтэй тулсан ч Цукерберг үүнийг ашиглалтаас хасах талаар бодолцож үзээгүй юм.

Үүний дараа олон шуугианы эзэн болох нөгөөх News Feed-ийг нэвтрүүлжээ. News Feed нь тухайн хэрэглэгчийн найзуудад, тухайн хэрэглэгчийн үйлдлүүдийг мэдээлдэг аж. Жишээ нь ямар аппликейшн ашиглаж эхэлсэн бэ гэх мэт. Платформ болгоход нь магадгүй News Feed гол нөлөө үзүүлсэн байж болох. Харин бүх хүнд нээлттэй болсон нь ихээхэн ажил хөнгөвчилсөн. Facebook нийгмийн хүрээлэл, зиндаа, яс, арьс, үндэстэн, шашин шүтлэг, нас хүйс үл хамаарах хэрэглэгч олонтой тул програм, аппликейшн хөгжүүлэгчдийн анхаарлыг ихээхэн татах нь дамжиггүй.

News Feed-ийг тойрсон шуугиан намдаж эхлэнгүүт компанийхан маань платформ болгох ажилдаа эргэж буцалтгүйгээр орон Д'Анжело, Чарли Шивер хоёр хамгийн хүнд ажил болох кодчилал, програмчлалыг дагнан хийлээ. Харин Дайв Морин, Феттерман нар платформ амжиттай бүтээсэн eBay, Salesforce.com, Apple зэрэг компаниудтай уулзаж туршлага судлажээ.

Гэвч энэ олон компанийн жишээ, загваруудыг хайхралгүй тэд өөрсдийнхөө шинэ санаанд илүү анхаарч байлаа. "Бид фото зургийн салбарт үнэхээр амжилт гаргасан. Зурган аппликейшнээ хараад бие биенээсээ - Аппликейшн бүрээ яаж ийм болгох вэ? хэмээн асууцгаадаг байв" хэмээн Морин хэлжээ. Хэрэглэгчийн хуудас нь зураг, цомогт зориулсан тусгай хийцтэй, зураг дээр дарвал тусдаа цонх нээгдэж зургийг харуулна. Яг л тусдаа шинэ веб хуудас шиг. Хэрэглэгч зураг оруулахад өөрийн mini-feed болон найзуудын News Feed дээр харагддаг. Тиймээс платформыг бүтээх багийнхан програм хөгжүүлэгчдэд зориулж зурган аппликейшны хайрцгийг хэрэглэгч бүрийн хувийн хуудас дээр тавих, мөн түүнчлэн шинэ, бүтэн хуудас Facebook-т оруулах боломжтой болгож өгсөн байна.

Ингэснээр шинэ хамтрагч нартаа маш таатай боломжыг бүрдүүлжээ. Хамгийн гайхалтай нь програм хөгжүүлэгчдэд платформ нь өөрсдийн зохиосон аппликейшнаараа мөнгө олох боломжыг нээж өгсөн байна. Тэднээс аппликейшнээ Facebook дээр ажиллуулж байгаа хэмээн ямар ч хураамж, татвар авахгүй. "Хүмүүс манай платформ дээр дурын зүйлээ ямар ч хураамж төлбөргүйгээр ажиллуулж болно. Бүх хэрэглэгч өөрийн гэсэн бизнесээ, зар сурталчилгаа байрлуулж, хамтрагчдаа ивээн тэтгэгч олж болно. Юмаа зарж, худалдаж авч, бусад сайт руу орох холбоосыг тавих бүрэн эрх чөлөөтэй. Магадгүй зөвхөн Facebook дээр аппликейшнээ ажиллуулан мөнгө олдог компаниуд бий болохыг ч үгүйсгэхгүй" хэмээн платформоо нээж хэлсэн үгэндээ Цукерберг дурджээ.

Гэвч энэ нь ямар ашигтай вэ? Facebook-т энэ нь зөв бизнес болж чадах уу? үнэндээ шинэ платформ нь Facebook-т санхүүгийн хувьд ямар ч давуу тал олгоогүй юм. "Бид үүгээр хэрхэн мөнгө олж болох вэ гэж өөрсдийгөө шаналгах ямар ч хэрэг байхгүй. Бидний платформ олон програмистуудын аппликейшнээ ажиллуулдаг талбар болох нь зах зээлд бидний байр суурийг улам баталгаажуулна гэж л ойлгох хэрэгтэй. Мөнгөний талаар дараа учир нь олдоно биз"

хэмээн Цукерберг хэлсэн байна.

Энэ болзөвхөн Цукербергийн байр суурь. Харин түүний зарим хамтран ажиллагсад нь үүнд маш их уурлаж байлаа. Яагаад энэ аппликейшн хөгжүүлэгчид бидний платформыг үнэгүй ашиглаж байж зар сурталчилгаа тавьж мөнгө олно гэж? үүнээс болж бухимдал үүсэж, маргаантай уулзалт, хурлууд шил шилээ дарах болов. Цукербергийг тал талаас нь загнаж, ятгаж, болиулах гэж оролдсон ч байр сууриа огт өөрчлөөгүй ажээ. "Аппликейшнууд эрэлт хэрэгцээтэй байна гэдэг нь Facebook өөрөө эрэлт хэрэгцээтэй байна гэсэн үг" хэмээн тэр хамгаалан, тууштай зогсоно. "Facebook идэвхтэй байна гэдэг нь хэрэглэгчийн тоо ихсэнэ гэсэн үг учир харин ч бүр аппликейшн хөгжүүлэгч нарт өөрсдөө мөнгө төлж тэднээс рекламны зай авах ёстой" гэсэн үзэл бодолтой байлаа.

Иймэрхүү маргаанууд бага зэрэг намжсаны дараа би Цукербергтэй хувийнх нь өрөөнд уулзсан юм. Бүх юм нь цагаан өнгөтэй, Eames-ийн цагаан буйдангууд, Saarinen-ийн метал хөлтэй гоёмсог ширээ, цагаан хөшиг, цагаан цонхны хаалт, саарал буйдан болон саарал хивстэй, дундад зууны үеийн тавилгатай маш гоёмсог өрөөнд намайг угтаж авлаа. (үүнийгээ өөрөө тохижуулаагүй ч түүнд таалагддаг ажээ). Facebook-ийн ажилчид "байцаалтын өрөө" хэмээн шоглон нэрлэдгийн учир нь Цукерберг энэ өрөөндөө дуудаж оруулан янз бүрийн зүйлийг шалгадаг байсан ба цагаан өнгө нь тэдэнд шоронгийн өрөөг санагдуулам байж. Түүнтэй уулзахаар намайг очиход Цукербергийн 23 насны төрсөн өдөр тохиож байв. Тэрээр хөл нүцгэн, сахлаа хусаагүй, A W шар айрагны футволк, цэнхэр жинсээ өмсчээ. өрөөний буланд задалж хараахан амжаагүй Transformers-ийн робот тоглоомуудын хайрцаг байлаа. Цукерберг ханыг нэлэнхүйд нь эзэлсэн цагаан самбартаа янз бүрийн диаграмм зуран зогсоно. Түүнд арилгагч олдоогүй бололтой, шалан дээр хэвтэх нэхмэл малгайгаа авч самбараа арчин зогсож байсан юм даа. Тэрээ надад ярихдаа Facebook-ийн нэг чухал зорилго нь платформыг үйлчилгээндээ нэвтрүүлснээр Америкийн олон нийтийн сүлжээ сайтад тэргүүлэх байр суурьтай, хамгийн их хэрэглэгчтэй MySpace-ийг гүйцэх явдал ажээ. Учир нь MySpace гуравдагч ямар нэгэн компанийн аппликейшн, програм нь тэдний бүтээгдэхүүн дээр түшиглэхийг хориглосон дүрэм гаргасан байсан юм. үүний илрэл болж MySpace дээр зар сурталчилгаа авч байсан нэг аппликейшнийг MySpace-ийхэн хаасан байсан байна. Энэ явдлыг Цукерберг: "Бид өөр өөрийн тусдаа философитой, өөр өөрийн гэсэн ертөнцийг харах үзэлтэй" хэмээн тайлбарлаж байжээ. Мөн "Бид бол техник технологи мэдээллийн компани, харин MySpace нь өөрсдийн загвартаа илүү анхаарч, дизайныг нь гадны этгээд эвдэхийг зөвшөөрдөггүй. Тэдний гол ажил нь өмчлөх, сэтгэл ханамжтай байх" гэжээ.

Амжилт олохын тулд Facebook нь програм хөгжүүлэгч нарт платформоо сурталчлах шаардлага гарав. Дайв Морин, Матт Коллер хоёр бүтээгдэхүүний давуу тал, бусдын анхаарлыг татах зүйлүүдийг нь онцолж, бусдад танилцуулж, Facebook-т зориулсан аппликейшн хийхийг уриалжээ. Олны анхаарлыг татсан

Facebook-ийн платформ танилцуулсан үйл ажиллагаа 2007 оны таван сарын 24-нд Сан Франискод болсон юм. Facebook-ийхэн үүнийг "F8" хэмээн нэрлэсэн нь програм хөгжүүлэгчдийн платформ болох нь хувь зохиол гэдгийг бэлэгджээ. (F8 нь FATE гэж уншигдах аж. FATE - хувь тавилан, хувь зохиол гэсэн утгатай). Энэ үйл ажиллагаандаа хэвлэл мэдээллийнхнийг ч урьжээ. Би ч мөн адил уригдаж Fortune сэтгүүлдээ "Facebook ертөнц

дахиныг холбоно" гэдэг нийтлэл бичиж явсан цаг.

Майкл Кристманыг үйл ажиллагаа зохион байгуулах ажилд авсан байжээ. Тэр удаан үргэлжилсэн эхний уулзалтад том танхимын адагт хаалганы дэргэд сууж байжээ. өрөөнд хавтгай дэлгэцтэй зурагт болон Nintendo Wii байлаа. Гэнэт хаалга нээгдэж Кристманы сандлын түшлэгийг нь хаалга шүргэв. Кристман эргэж харвал хоёр залуу хөвгүүн байх ба хуралдаж буйг хараад хаав. Хэдэн хормын дараа өнөө хоёр уулзалт дууссан байх гэж бодсон янзтай орох гээд хаалгаар сандлыг дахин шүргэчихэв. Тэд Nintendo Wii тоглохыг л хүсэж байсан аж. Энэ үйлдэл гурав дахиа давтагдахад Кристман эргэж харан ууртайгаар "Залуусаа та нар Wii тогломоор байвал ороод ир. Харин гол нь миний сандлыг дахиж битгий цохиорой" гэжээ. Харин тэгэхэд хурлыг удирдаж байсан "F8" төслийн ажилтан Меган Маркс нь Майкл Кристманд хандан "Майкл, манай компанийн ерөнхийлөгчтэй танилцах цаг нь ирлээ гэж бодож байна. Танилц: Марк Цукерберг" гэж орхих нь тэр. өнөө тоглох гэж ордог хоёрын нэг нь Цукерберг байсан ажээ.

"F8" болох дөхөхөд ажилчдын сэтгэл хөөр баяслаар дүүрэн байлаа. Бүгд л түүх бүтээж буйдаа сэтгэл ихэд хангалуун байх аж. Графит зургаар хучигдсан компанийн хонгилын өрөө нь "Бид интернэтийг өөрчилнө!", "Бид интернэтийг олон нийтийн болгоно!", "Бид интернэтийн жинхэнэ компанийг байгуулна" гэх мэт сүр жавхлантай уриа, тунхагаар дүүрсэн байв. Apple-д зүтгэж асан мэргэжилтэн Морин платформд нэвтрүүлэхийн өмнөх өдрүүдийг "Надад яг л анх Macintosh-ийг үйлчилгээнд гаргах гэж байсан шиг гайхалтай сэтгэгдэл төрж байсан" гэж дурсжээ.

Програмчлалын бараг уралдаан болж байлаа. Адам Д'Анжело болон түүнтэй платформын ажилд хамтран ажиллаж байсан багийнхан бараг гурван сарын турш ямар ч амралтгүй, бямба ням гарагуудыг ч үл тоон ажиллажээ. "F8"-ийн нээлтийн урд орой тэд ажлынхаа ихэнхийг амжуулахыг хичээн хэд хоног нойргүй ажилласан ч бас л дутуу байлаа.

Дахиад нэг ч орой болов унталгүй ажиллахын тулд зарим нэг нь энергийн маш хүчтэй ундаа Provisual-ийг нойр сэргээх, үр бүтээмжтэй байхын тулд хэрэглэх болов. Зарим нь бүр хагас солиорлын байдалд оржээ. Илүү сэргэлэн цовоо болж, тархиа сайн ажиллуулахын тулд ундаатайгаа кокайн холих хэрэгтэй хэмээн тэд хошигноно. Шөнөжин ажиллацгааж, нээлтээс хэдхэн хоромын өмнө ам мөлтөс дуусгав. Бүрэн дүүрэн ажиллаж буйг нь шалгахар туршихад бүх юм хэвийн байлаа. Манай хэд ч арай ядан эцсийн хүчээ шавхан ажилласаар цагт нь дуусгаж чадлаа.

Үнэндээ бол энэ нээлтийн үйл ажиллагааг чухам юу болох талаар олон нийт огтхон ч ойлголтгүй байсан юм. Платформын талаар Facebook-тэй хамтран аппликейшн хөгжүүлэхээр гэрээ байгуулсан хэдхэн хамтрагч болон Facebook-ийнхэнээс өөр хэн ч мэдэхгүй байлаа. Компани "F8"-ийн гол зорилго, утга учрыг нуусаар байв. Цахиурт Хөндийд мэдэгдэж байсан ганц л зүйл нь Facebook маш том зарлал тараасан явдал байв. Facebook урьд нь хэзээ ч энэ мэт зүйл хийгээд хурал, арга хэмжээ зохион байгууж байгаагүй учир мэргэжлийнхэний болон олон нийтийн анхаарлыг багагүй татсан нь дамжиггүй. Зуу зуун сэтгүүлчид танхимын урд талын эгнээг дүүргэн сууцгаасан байв. Бараг л Калифорн мужид байх бүх мэдээлэл, технологи, интернэт бизнес эрхлэгч компанийн төлөөлөл хүрэлцэн ирсэн байлаа. өөр мужуудаас ч ирсэн байсан юм.

"F8"-ийн үйл ажиллагаа албан ёсоор эхэллээ. Танхимд цугларсан 750 гаруй хүн жирийн нэг футволк дээр сийрсэн хүрэм өмссөн Цукербергт анхаарлаа хандуулж эхлэв. Цукерберг тайзан дээр гараад итгэл төгс өнгө аясаар "Бид хамтдаа хувьсгал хийнэ!" хэмээн яриагаа эхэлсэн юм. Энэ өгүүлбэр нь Сан Францискогийн стратеги маркетингийн компани болох Stone Yamashita-аас санал болгож, тусгайлан зөвлөсөн өгүүлбэр байжээ.

Цукербергийн платформийн талаарх илтгэл нь түүний тавьж байсан илтгэлүүдээс хамгийн сайн, хамгийн их бэлдсэн нь гэж болно. Тэрээр өөрийн хэлэх үг бүрийг маш анхааралтай бодолцож, үзүүлэн танилцуулгынхаа хэлбэр дүрсийг ч маш сайн судалж байлаа. Бүр "F8" эхлэх цаг болчихоод байхад тэр хүрэлцэн ирэгсдийн өмнө агуулгын алдаа гаргахгүйн тулд өрөөндөө слайдынхаа байрлалуудыг сольж үзсээр байжээ. Цукерберг маш их сандарсан байлаа. Хүн бүр түүнийг харах болно. Танхимд суух түүний ээж аав ч ялгаагүй. Төдөлгүй цаг нь тулчихаад байхад слайдаа оролдсоны балаг илрэх нь тэр. Тайзан дээр ярьж эхэлтэл слайдууд нь тэс өөр дарааллаар гарч эхлэв. Түүний ярьж байгаатай нь огт авцалдахгүй слайдууд гарсаар байв. Улмаар тэр ярихаа зогсоолоо. Маш их гайхаж, үнэхээр их сандарсан байлаа. "F8"-ыг зохион байгуулагчид болон Facebook-ийн удирдлагууд амьсгаа даран түгшин сууна. "өрөөнд байхад зүгээр л байсан юм даа..." хэмээн тэр тайзан дээрээс хошигноход бүх сэтгэл санааны зовиур, дарамт нь үгүй болжээ. Ингээд зөв слайд ч гарч ирэв. Цааш алдаа мадаггүй бүгдийг удирдан амжилттай дуусгасан байна.

Платформ нь танхим дахь хүмүүсийг үнэхээр гайхашируулж чадсан гэж болно. MySpace-ийг ардаа хол хаях нь нэгэнт тодорхой болжээ. өөр ямар ч олон нийтийн сүлжээ вэб сайт өмнө нь ийм үйлчилгээтэй байгаагүй юм. Энэ гайхалтай мэдээ нь тэнд байсан сэтгүүлч нарын блог болон сэтгүүлийн гол сэдэв болсон билээ.

Тэдний яриад байсан "сүлжээ" нь аль хэдийн үүсчээ. Бараг 50 орчим компани Facebook-т зориулсан аппликейшнээ тайлбарлан үзүүлэв. Агуу Microsoft ч өөрийн ашиглаж байсан хоёр интернэт програмиыг Facebook хэрхэн нэгтгэж болж байгааг харуулж баталсан байна. The Washington Post "Political Compass" гэгч өөрийн аппликейшнээ нээв. Энэ нь тухайн хэрэглэгчийн найзуудын улс төрийн үзлийг хооронд нь харьцуулах жижиг аппликейшн юм. Харин Шон Паркер Цукербергийн Харвардын найзуудын нэг болох Жое Грийнтэй хамтран Causes хэмээх ашгийн төлөө бус байгууллагууд мөнгөө өсгөх боломжтой аппликейшнийг хийжээ. Facebook-ийн өөр нэгэн том хамтрагч нь Facebook платформд зориулж iLike хэмээх аппликейшнийг хийсэн байна. Урьд энэ нь таалагдсан дуу болон хөгжмийг хоорондоо солилцох зорилготой олон нийтийн сүлжээ сайт байсан юм.

Цукербергийн үзүүлэн дууссаны дараа "F8" нь нээлттэй аппликейшн хөгжүүлэх үйл ажиллагаагаар найман цагийн турш үргэлжилсэн байна. Програм хөгжүүлэгч хэн бүхэнд Цукерберг болон тэдний программистуудтай хамт сууж, газар дээр нь аппликейшн, програм бичин платформийг туршиж үзэх боломжийг бүрдүүлсэн юм. Ингээд шөнийн 00.00 цагт үйл ажиллагаа бүрэн дууслаа. Гэвч Facebook-ийн багийнхны хувьд шөнө дуусах болоогүй...

Хурал дууссаны дараа тэд "W" зочид буудал руу явцгаав. Энд тэд платформийг үйлчилгээнд гүйцэд оруулах ажлыг бүрэн дуусгах учиртай байлаа. Нэг хэсэг нь "F8"-д ирсэн хүмүүсийн хамт бичиг цаасны ажил хийн хурлын өрөөнд үлдсэн бол Московиц, Морин нар зочид буудлын утасгүй интернэтийг ашиглан зөөврийн компьютерээсээ ажлаа хийнэ. Ингээд

платформ нь нэгэнт ажилд орсны дараа л тэд унтах завтай болжээ. Гэхдээ болоогүй мэдээж бас нэгэн жижиг хэмжээний үдэшлэгийн дараа шүү...

Маргааш өглөө нь Дайв Морины утсанд нэгэн сонирхолтой мессеж ирсэн байлаа. "Бидний ачаалал хэт их болоод байна. Бид яг юу хийхээ мэдэхгүй байна. Бидэнд өөр олон шинэ сервер олоход тусалж чадах уу?" гэсэн зурвасыг iLike-ийн удирдлагуудын нэг нь илгээсэн байв. үйлчилгээгээ явуулж эхлэсэн аппликейшн болгон маш их ачаалалтай болж, ачааллаа дийлэхгүй томоохон асуудалтай тулгарч байсан юм. Ингээд Морин хөгжүүлэгчидтэй уулзахаар явжээ. iLike-ийн удирдлагууд Сиэтл хотоос нисэн ирж, U-Haul компаниас ачааны машин түрээслэн аваад Цахиурт Хөндийн сервер түрээслэдэг бүх л компаниар явав. Тэд байсан бүх серверийг нь авлаа. Баасан гараг буюу энэ өглөө 40 мянган хэрэглэгч iLike аппликейшнийг өөрийн хуудсандаа суулгасан байсан ба ердөө хоёрхон өдрийн дараа гэхэд энэ тоо 400 мянга болсон байна.

"F8"-ыг тойрох цуу яриа нь техник технологийн компаниудын дунд тэсрэх бөмбөг адил тархаж, давс хужир нь дэндсэн байлаа. Facebook-ийн платформ болон Apple-ийн iPhone-ийн нээлт нь тухайн сард технологийн салбарт гарсан хамгийн том хоёр үйл явдал байсан юм. өргөн олон уншигчтай сэтгүүлийн нэг болох TechCrunch нь Facebook-ийн платформийг "гойд санаа" хэмээн нэрлэсэн байна. Цукерберг болон тэдний багийнхны тооцоолсноор дараагийн жил гэхэд Facebook-ийн 5000 аппликейшнийг гадаад хөгжүүлэгчид санал болгох ба үүнээс зөвхөн талыг нь л хэрэглэгч хуудсандаа суулгана хэмээн найдаж байсан байна. Харин ердөө зургаан сарын дараа гэхэд 250 мянган хөгжүүлэгч нь аль хэдийн бүртгэгдсэн ба 25 мянган аппликейшн нь Facebook-ийн платформ дээр үйлчилгээгээ явуулж байв.

Яг л Цукербергийн хэлж байсанчлан Facebook-ийн аппликейшн нь олон гишүүдийг хамрах үгээр хэлшгүй чадвартай байсан юм. News Feed нь хэрэглэгч шинээр аппликейшн суулгах болонд найз нарт нь мэдэгддэг байлаа. Тэгэхээр ганцхан хүний бүтээсэн хамгийн энгийн, ямар ч хөрөнгө мөнгө зараагүй аппликейшн хүртэл News Feed-ийн тусламжтайгаар хормын дотор сая сая хэрэглэгчтэй болж болох байв. Гэхдээ мэдээж тухайн хэрэглэгчдэд таалагдаж байвал шүү дээ. Хэдийгээр News Feed дээр гарах ихэнх мэдээлэл тусгайлан бэлтгэсэн алгоритмээр сонгогддог байсан ч хожим үүнийг өөрчлөн, тухайн хэрэглэгч аппликейшн суулгах болгонд найзуудад нь мэдэгддэг байхаар тохируулжээ. Зургаан сарын дараа гэхэд Facebook-ийн бүх хэрэглэгчдийн тэн хагас нь өөрийн хуудас дээрээ дор хаяж нэг аппликейшн суулгасан гэсэн тооцоо гарсан байна. Гэнэтхэн л Facebook-ийн платформд зориулсан аппликейшн хийх талаар Microsoft мэтийн "акул"-уудаас эхлээд ямар ч мөнгө хөрөнгөгүй, компьютерээс өөр юмгүй жирийн нэгэн залуус хүртэл ярих болсон байна. Facebook-ийн платформ өөрөө бие даасан жижиг хөгжүүлэгчээс Microsoft мэтийн аврага компанид хүртэл аппликейшн хийх боломж олгож байсан юм. Платформоо үйлчилгээнд оруулсныхаа дараа Facebook анхны аппликейшнуудын нэг болох Courses буюу найзуудын сонгосон хичээлийг танддаг аппликейшнийг хаасан байна. Нью Жерсигийн нэгэн ахлах сургуулийн сурагч Жайк Жарвис боломжийг хянамгай олж харан Courses аппликейшн устангуут Courses-тэй төстэй үйлчилгээтэй аппликейшнийг хийжээ. Ингээд зургаан сарын дараа тэрээр энэ аппликейшнээ коллежийн нэг жилийг төлбөрөөс ч илүү мөнгөөр зарсан юм даа.

Платформ нь Facebook-т урьд байгаагүй их нэр хүндийг авчирав. Энэ нь технологийн

салбарын мэргэжилтнээс авхуулаад жирийн нэг хэрэглэгчийн бодож байсан шиг зүгээр л олон нийтийн харилцааны энгийн хэрэгсэл биш гэдгийг ойлгуулж өгсөн байна. Энэ мэтээр платформ үйлчилгээнд орсны дараа аппликейшнууд нь Facebook-ийг тусдаа нэгэн бие даасан интернэт мэт харагдуулж байлаа. Facebook өөрийн гэсэн ертөнц болон хувирчээ. Ингээд нэг л мэдэхэд Цахиурт Хөндийд болон технологийн хөгжилтэй тэй хөл нийлүүлэн алхахыг хүсэгч хэн бүхэн Facebook хуудасгүй байна гэдэг нь огт утга учиргүй мэт ойлголт төрүүлдөг болжээ.

Ахлах сургуулийн сурагчид болон коллежийн оюутнуудын хувьд ихэнх цагаа интернэтэд өнгөрөөх нь бараг л зуршил болсон байдаг гэхэд болно. Харин аппликейшн үйлчилгээнд орж эхэлснээр энэ зуршил нь бүх насны хүмүүсийг хамрах болсон байна. 2007 оны тавдугаар сарын 24-нд буюу "F8" өдөрлөгийн үеэр Facebook нь 24 сая идэвхтэй хэрэглэгчтэй, өдөр болгон 150 мянган хүн шинээр хэрэглэгч болдог байсан юм. Бүх хэрэглэгчийн таван сая нь 25-34, нэг сая нь 35-40, 200 мянга нь 65 болон түүнээс дээш настай гэсэн судалгаа гарсан байна. Тэгвэл нэг жилийн дотор Facebook хэрэглэгчийнхээ тоог гурав дахин өсгөж, 70 сая идэвхтэй хэрэглэгчтэй болж чаджээ.

"F8"-д бэлдэж байхдаа Цукерберг болон тэдний багийнхан Facebook дээр ямар төрлийн аппликейшн нийцэж амжилттай ажиллах вэ гэдэг дээр хамгийн бага анхаарал хандуулж байсан юм. Намайг "F8"-ын талаар асууж лавлахаар Facebook дээр очиход нэгэн ажилчин нь "Манайх Adobe, Electronic Arts гэх мэт програм хангамжийн томчуудын бүх л зүйлийг өөр дээрээ хийж болох боломжийг бүрдүүлж байна" хэмээн хэлсэн юм. Тиймээ. Тэд Facebook-ийн аппликейшнууд нь энэ компаниудын бүтээл мэт бусдад хэрэгтэй аппликейшн, програмууд байна гэдэгт огт эргэлзэж байгаагүй юм. Дээрх компаниуд нь салбартаа тэргүүлэгчид. Энэ компануудыг жишиг болгон авч үзсэн нь Facebook хэр өндөр зорилго тавин мэрийж байгааг харуулж байсан юм.

Гэвч Facebook гэдэг бол хэрэглэгчдийн хоорондох үйл явдал, харилцаанаас өөр юу ч биш юм. Тиймээс л ямар төрлийн аппликейшн хэрэгтэй вэ? гэдэг нь эцсийн дүндээ Маркийн хүсэл зорилгоор бус, чухам хэрэглэгчдийн шийдэх асуудал байлаа.

Платформ ажилд орсны дараа шинэ аппликейшнууд Facebook-т борооны дараах мөөг шиг л нэмэгдэж байжээ. Гэвч тэдний ихэнхид нь Марк дургүй байв. Хормын дотор олон хэрэглэгчийг байлдан дагуулж байгаа аппликейшнууд нь ихэнхдээ тэнэг, гаж, утгагүй гэмээр үйлдлүүдтэй байдаг байлаа. Харин Маркийн төсөөлж байснаар Facebook платформ нь олон нийтэд илүү хэрэгцээтэй байх ёстой аж. Facebook-т анхны "од" болж чадсан аппликейшнуудын нэг нь Fluff Friends. Энэ нь жирийн нэг нохой болон муур тэжээхээс өөр ямар ч үйлчилгээгүй байв. Гэвч тухайн хэрэглэгч нь өөрийн найзын тэжээвэр амьтныг хооллосон бол зураг нь найзынх нь хуудсан дээр гарч ирдэг байлаа. Энэ нь хэрэглэгч найздаа өөрийгөө илэрхийлэх хамгийн энгийн хувилбар байсан бөгөөд таван сая гаруй хэрэглэгчийг байлдан дагуулж чадсан юм. үүнээс гадна vampire bite буюу найзууддаа вампирийн хазалт өгдөг аппликейшн ч байв. Food Fight хэмээх аппликейшн нь найзууд руугаа хоол шидэх зориулалттай байсан ба хэдхэн долоо хоногийн дотор бараг хоёр сая хэрэглэгчтэй болж чадсан байна. Graffiti хэмээх нэг жижигхэн утгагүй аппликейшн нь найзуудын хуудсан дээр юм сараачихад зориулсан байв. Энэ нь хамгийн их хэрэглэгчтэй аппликейшнуудын хоёрт орсон гээд бод доо. Сан Францискогийн хэдэн дэггүй залуу энэ аппликейшнийг хэдхэн өдрийн

дотор бичсэн аж.

"F8" болохоос хэдэн долоо хоногийн өмнө Морин Tribe.net болон Sixdegrees-ийн олон нийтийн сүлжээ сайтын патентыг эзэмшигчдийн нэг Facebook-ийн хөрөнгө оруулагч Марк Пинкустай уулзсан байна. Пинкус Моринд Facebook-ийн шинэ платформд зориулж покерийн аппликейшн хийх төлөвлөгөөтэй байгаагаа хэлжээ. Морин ч "Покер амжилт олохгүй дээ... Тоглоом хурдан тархах чадваргүй. Покерт хоххойтой хүмүүс л тоглоно байх" гэсэн байна. Пинкус Морины үгийг сонссонгүй... Тэрээр хожим их амжилт олох Zynga хэмээх компанийг үүсгэн байгуулж, Facebook-ийн платформд үйлдэгдэх Texas HoldEm Poker-ийг ажиллуулсан байна. Цукерберг энэ олон аппликейшний тэнэг, утгагүй байдалд маш дургүй байлаа. Тэрээр өөрийн платформ болон компанийг хүмүүст хэрэгтэй зүйлд нь туслах, хэрэгтэй зүйлээр холбох зорилготой хийсэн болохоос зугааг гаргах зорилгоор хийгээгүй болохоор тэр ажээ.

Дараа нь Scrabulous гэдэг нэгэн аппликейшн гарч ирэв. Энэтхэгийн ах дүүс Ражат, Жаяант Агарвалла нар классик тоглоомуудын нэг болох Scrabble-ийг ичгүүргүйгээр дууриалган Facebook-д зориулан хийсэн байна. Тэдний энэ аппликейшн нь хэдэн ч тоглоомыг хэдэн ч найзтайгаа тоглож болдог байжээ. Scrabulous нь тэр үедээ жинхэнэ шуугиан дэгдээж байлаа. PC WORLD сэтгүүл "2008 оны шилдэг бүтээгдэхүүн" гэх жагсаалтаа гаргахад Scarbulous 15-д орсон байна. Scarbulous нь Craigslist болон Nintendo Wii гэх мэт том том бүтээгдэхүүнүүдийг ардаа орхисон юм. Харин Facebook энэ жагсаалтын гуравдугаарт жагссан байлаа.

Scrabulous нь Маркийн анхаарлыг татаж чадсан юм. Учир нь Цукерберг урьд нь эмээ өвөөгөө Facebook-т нэгтгэхийг олон удаа ятгаж байсан ч зөвшөөрөөгүй аж. Харин одоо л тэд Facebook-т бүртгүүлэхээр болжээ. Гол шалтгаан нь түүнтэй хамт Scarbulous тоглох зорилготой байв. Face-book дээрх онлайн тоглоомуудад таагүй ханддаг байсан Цукерберг хүртэл энэ явдлаас хойш бага багаар өөрчлөгдөж эхлэсэн юм. Scarbulous тоглоно гэдэг нь өөрийн ойр дотны хүнд анхаарал тавьж байгаагийн нэг илрэл болж байсан юм. Харин Scrabble нь үг таах, сэтгэхүйн тоглоом байсан учир Харвард мэтийн элит сургуулийн оюутан болох хүн бүр заавал тоглож, сэтгэхүйгээ уралдуулдаг байв.

Улмаар Scarbulous-ийн амжилт Scrabble-ийн эзэмшигчдэд тийм ч их таалагдсангүй. Scarbulous ачааллагдсаны дараа Scrabble-ийн Америк болон Канад дахь патентыг эзэмшигч Hasbro компани Scarbulous-ийг 10 сая доллараар худалдаж авах санал тавьсан байна. Агарваллагийн ах дүү нар зарахаас татгалзав. Тэгтэл Hasbro тэднийг оюуны өмчийг зөвшөөрөлгүйгээр ашигласан хэргээр иргэний хэрэг үүсгэн шүүхэд өргөдөл гаргах нь тэр. Эцсийн дүндээ Scarbulous хаагдсан билээ. Харин энэ үеэр Scrabble-ийг Америк Канадаас бусад газар зарах эрхийг эзэмшдэг байсан компани болох Mattel Scrabble-ийн өөрийн гэсэн Facebook хувилбарыг Хойд Америкаас бусад газарт ачаалласан байна. Харин нэлээд хожим Hasbro хууль ёсны эрхийн дагуу АНУ-ын хүрээнд үйлчлэх Facebook-ийн Scrabble-ийг ачаалласан байна. Агарваллагийн ах дүү нар өөрсдийн Scarbulous-ийг Scrabble-тай нэрийн хувьд хэт ойрхон байгааг өөрчлөхийн тулд Lexulous гэдэг шинэ нэр өгчээ. Энэ тоглоом нь одоо болтол алдартай хэвээрээ байгаа юм.

Пинкусийн Texas HoldEm нь олныг шуугуулсан хоёр дахь том онлайн тоглоом байсан юм. Морины хэлж байсан нь ч ортой байжээ. Тоглоом нь зарим аппликейшн шиг хормын дотор тархах чадваргүй байв. Гэхдээ тоглоомуудад нэг чухал онцлог байсан аж. Аппликейшнуудыг

бодвол тоглоомыг хэрэглэгч нэг л тоглоод эхэлвэл үе үе буцаж орж ирж тоглодог. өөрөөр хэлбэл донтдог талтай. Zynga хожим Farmville, Mafia Wars гэх мэт тоглоомуудыг дахин нэмжээ. Энэ хоёр нь хоёулаа олон сая хэрэглэгчийн талархлыг хүлээсэн юм. Zynga нь одоо 1300 гаруй ажилчинтай, 500 сая долларын орлоготой, Facebook-ийн аппликейшнууд дээр үйл ажиллагаа явуулдаг компаниудаас хамгийн том нь болсон. Мөн дэр нь маш ашигтай компани. 2010 оны арваннэгдүгээр сарын байдлаар Texas HoldEm нь 35 сая идэвхтэй хэрэглэгчтэй, түүхэнд байсан хамгийн том покерийн сайт болон хувирсан юм. Гэвч бүр их гайхашируулсан үзүүлэлтийг Zynga-ийн Farmville тоглоом гаргасан билээ. Farmville дээр хэрэглэгч нь өөрийн гэсэн ферм удирдан, ургацаа хурааж, амьтдаа хооллож, үржүүлнэ... Хөршүүдтэйгээ бүтээгдэхүүнээ солилцож, фермерүүдийн бүлэгт элсэн хамгийн том бөгөөд хамгийн их бүтээгдэхүүнтэй ферм үүсгэх зорилготой. Farmville нь бараг 54 сая хэрэглэгчийг байлдан дагуулж чаджээ. 2010 оны арваннэгдүгээр сарын байдлаар Zynga компанийн бүх тоглоомын нийт хэрэглэгчийн тоо 196 сая давж гарсан билээ юм.

Тоглоомууд нь одоо бол Facebook дээрх аппликейшнуудын хамгийн амжилттай нь юм. Яагаад гэдэг нь ч тодорхой. Тоглоом нь угаасаа олон нийтийн чанартай байсан учир. Facebook нь хэрэглэгчийг өөрийн ямар ч найзтайгаа сүлжээнд тоглох боломжийг өгч байлаа. Inside Networks-ийн судалгаагаар 2010 оны арваннэгдүгээр сард Facebook дээр 10 сая хэрэглэгчтэй 18 тоглоом байсан гэнэ. World Of Warcraft маш олон жилийн турш онлайн сүлжээний тоглоомуудыг тэргүүлж байсан гэдгийг та мэдэх байх. Энэ тоглоом 11.5 сая идэвхитэй тоглогчтой. Харин Face-book тун удахгүй тэдний энэ тоог эвдэн, хамгийн олон тоглогчтой онлайн сүлжээ болохыг ч үгүйсгэх аргагүй. "Бид одоо өдөр тутам тоглоом тоглодог мөртлөө өөрсдийгөө кибер-тамирчин гэдгийг хүлээн зөвшөөрдөггүй 10 сая гаруй хэрэглэгчтэй болсон" хэмээн Facebook-ийн платформ дахь тоглоомын хэсгийг ажиглагч Гареф Давис мэдэгдсэн байна. Мөн "Тэд Facebook дээр тоглоом тоглож байгаагийн гол шалтгаан нь найзуудтайгаа цагийг зугаатай өнгөрөөх ганцхан зорилготой" гэсэн юм.

Давис тоглоом үйлдвэрлэгчдийн классик видео тоглоомуудыг Facebook-тэй холбох чиглэлээр анхаарал тавин ажиллаж байгаа. "Гурван жилийн дотор бүх л тоглоом сүлжээнийх болон хувирна" хэмээн тэр таамаглаж байгаа аж. Тэрээ "Телевизор, утас гэх мэт бүх төрлийн тоног төхөөрөмж, багаж нь удахгүй бүгд Facebook-т холбогддог болж, Facebook-ээс шууд өгөгдлийг цуглуулах боломжтой болох юм" гэсэн байна. Social Gaming Network гэгч нэгэн компани Facebook-т теннис тоглох боломж олгожээ. Хамгийн гол нь Facebook-д холбосон iPhone байхад л хангалттай. Энэ тоглоомыг олон хэрэглэгч тоглоод салж чадахаа болихын зэрэгцээ үзэн ядагчид ч дэлхий даяар хаа сайгүй бий болжээ.

Тоглоомууд болон зугаа гаргах, утгагүй гэмээр аппликейшнууд нь Facebook-ийн платформын эхний жилүүдэд хэтэрхий олон хийгдсэн юм. Хэн дуртай нь л аппликейшн хийж болох байсан учираас тэр. Бараг бүгд л аппликейшнээ ашиглан хурдан мөнгө олохыг бодох ажээ. Хэрэглэгчэд зориулсан аппликейшны дунд маш ширүүн өрсөлдөөн гарах болов.

Апликейшнууд нь ихэнхдээ олон хэрэглэгчийг татах ба тэдэнд зугаатай болон хэрэгтэй зүйлийн тухай байдаг. Хамгийн гол нь хөгжүүлэгчид хэрхэн Facebook-ийн програмыг хуурч, бусад хэрэглэгчийн News Feed-д өөрсдийн аппликейшнийг татах урилга явуулах вэ гэдэг дээр маш их анхаарал хандуулдаг байсан юм. Апликейшнууд нь бусад хэрэглэгчийн нүүр хуудас

дээр мэдээлэл гаргахдаа маш гарамгай болсон байна. Эдний нэг нь Fun-wall нэртэй аппликейшн юм. Тухайн хэрэглэгчийн хуудас дээр хөдөлгөөнт дүрс болон видео татаж авах зориулалттай байв. Дажгүй сайн аппликейшн. Гэвч энэ нь далдын хор хөнөөлтэй байсан юм. Тодорхойгүй, хоёр утгатай үг хэллэг ашиглан хэрэглэгчийг бүх найз руугаа энэ аппликейшн рүү урин дуудсан урилга явуулахаар хуурдаг байжээ.

Facebook-ийхэн "спамчид"-тай байнга л тэмцэх хэрэг гарна. Тэд үнэхээр сайн аппликейшнуудад илүү боломж олгохыг хүсэж байсан юм. Ингээд компанийн зүгээс аппликейшнуудад зориулан "спамчид"-аас хамгаалж шинэ дүрэм оруулсан байна. Энэ нь хэрэглэгчид худал хуурмаг аппликейшн байгаа эсэхийг мэдээлж байх үйлдэл юм. Мөн хэрэглэгчийн News Feed дээр гарах аппликейшн суулгасан талаарх мэдээллүүдийг тодорхой хэмжээгээр хязгаарлах болсон байна. Маш олон асуудал гарч байсан учир Facebook-ийнхэн платформыг удирдуулахаар Бен Линг хэмээх туршлагатай ахмад ажилтныг авсан аж. Тэрээр хятад болон америк цустай бөгөөд Google-ийн онлайн төлбөрийн үйлчилгээ болох Google Checkout-ийг удирдаж байсан туршлагатай, чадвартай нэгэн юм. Тийм ч учираас тэр Facebook-ийн түүхэнд хамгийн өндөр үнээр ирсэн ажилчин билээ. Түүн шиг чадвартай, туршлагатай ажилчныг Google-ээс худалдан авахын тулд нилээд их мөнгө зарсан гэнэ шүү. Facebook-ийн удирдлагууд түүнийг "Рок-Од" хэмээн хочилдог байлаа.

2008 оны зун гэхэд асуудлууд нь бүр хяналтаас гарч эхэлжээ. Facebook-ийн платформ нь яг л "Догшин өрнө" кинон дээр гардаг шиг байсан юм. Ингээд хоёрдугаар "F8" арга хэмжээн дээр Facebook платформ үйлчилгээн дээр хийгдсэн хэд хэдэн шинэчлэлтүүд болон дүрмийн өөрчлөлтөө танилцуулжээ. үүний нэг нь үнэлгээ өгөх систем байв. Одоо бол Facebook хэрэглэгчийн үнэлгээ өгсөн байдлаар хамгийн муу аппликейшныг тодорхойлж, "спам"уудаас зугтаж чаддаг болсон. Ингэж тэд хамгийн сайн, хүнд тустай, хөгжилтэй гэх мэт сайн аппликейшнуудыг дэмжих зорилготой байв. Гэхдээ Facebook-ийг үймүүлэгчдийн дунд хэд хэдэн сайн аппликейшн бий. Тэдний нэг нь Visual bookshelf. Энэ нь хэрэглэгчийг уншсан номоо жагсааж, түүндээ үнэлгээ өгч, жижиг хэмжээний тайлбар бичихийг зөвшөөрдөг байсан байна.

Цукербергийн хувьд хамгийн дуртай аппликейшн нь Паркер, Грийн нарын хамтран хийсэн Causes байсан юм. Энэ нь ашгийн бус байгууллагийнханд мөнгөө өсгөх боломжийг олгож байв. Facebook-ийн хэрэглэгч ямар нэгэн зүйлд хандив өргөж сайн үйлс хийвэл энэ тухай найзуудынх нь News Feed-д шууд харагдах аж. Энэ нь найзуудынх нь сэтгэлийг хөдөлгөж, тэдэнд ч бас хандив өгөх сэдэл өгдөг байсан байна. Жое Грийн үүнийг "Олон нийтийн харилцаа гэдэг нь буян, халамжийн зүйлд ч байх учиртай. Их хандив өргөж байгаа хүмүүс өөрсдийн нэрийг тухайн газрын хаяг дээр томоор бичигдсэн байхыг харахыг хүсдэг. Тэгвэл Causes нь тухайн хэрэглэгчийг юунд санаа зовж, юунд хандив өргөснийг нь найзуудад нь төвөггүй харуулах юм" хэмээн тайлбарлажээ. Энэ нь хэрэглэгчэд маш хурдан хүрчээ. Causes нь одоо болтол Facebook-ийн хамгийн том, хамгийн алдартай аппликейшнуудын нэг хэвээр байсаар байна.

Facebook платформ одоо л бодит биелэлээ олов. 180 гаруй орноос бүртгэгдсэн сая сая хөгжүүлэгчдийн бүтээсэн 550 мянган аппликеш Facebook дээр ажиллаж байна. Энэ аппликейшнуудын 250 орчим нь сард дор хаяж сая гаруй шинэ хэрэглэгчтэй болж байна.

Хөрөнгө оруулагчид ч энэ шинэ төрлийн програм хангамжийн компанид маш их итгэл хүлээлгэх болов. Facebook дээр ажиллах аппликейшнуудын хамгийн том таван компани болох Zynga, Playfish, Rock You!, CrowdStar, Causes нар нь дундын хөрөнгө оруулалтаа бараг 359 сая доллараар өсгөсөн байна. үүнд бие даасан хөрөнгө оруулагч Digital Sky Technologies гэх Оросын фирмийн Zynga-д хийсэн 180 сая долларын хөрөнгө оруулалт ч багтана. Дан ганц Facebook платформыг ашиглан өөрийн аппликейшн болон тоглоомыг бүтээх замаар мөнгө олдог компани 50 орчим байгааг Inside Facebook-ийн судалгааг гаргажээ. Zynga бол тэр дундаас хамгийн том нь. Facebook платформ дээр аппликейшн хөгжүүлэгчдээс бараг 200-аад нь жилд хэдэн саяар тоологдох орлоготой. (Тэдний ихэнх нь 2-4 хөгжүүлэгчтэй.) Мөн бие даасан 300 орчим хөгжүүлэгчид ч хангалттай их орлоготой гэдгийг Inside Facebook-ийн судалгаагаар тогтоосон байна.

Энэ мэтээр Facebook-ийг хөгжүүлэгч компаниуд нь үнэхээр сайн ажиллаж байв. 2010 оны судалгаагаар тэдний нийт ашгийн хэмжээ Facebook-ийн өөрийн ашгаас ч дутахааргүй гарсан байна. Тодруулбал, 835 сая доллар. Энэ олон аппликейшн олон янзаар ашиг олж байсан юм. Тэдний хувьд зар сурталчилгаагаар бараг л мөнгө олдоггүй. Харин ихэнх нь бусад аппликейшнээ сурталчилж, түүнийг нь хэрэглэгч авах тоолонд нэг хүний 50 цент гэх мэтээр ашиг олдог байжээ.

Мөн аппликейшнд байх “виртуал бараа”-г худалдаж авах нь маш их ашиг өгдөг байлаа. Inside Facebook-ийн Жастин Смитийн ярьж байгаагаар зөвхөн 2010 онд л гэхэд энэ мэт виртуал барааны гүйлгээгээр 657 сая доллар олсон байна. үүний ихэнх нь ямар нэгэн тоглоомын шинэ хувилбар болон тоглоомын баатрын чадварыг ихэсгэх, шинэчлэх зэргээс орж ирсэн орлого байв. 2009 оны Валентиний баяраар л гэхэд виртуал-сарнайн борлуулалтаас 10 сая долларын ашиг олжээ. Zynga-ийн Texas HoldEm дээр хэрэглэгчид өдөр бүр мөнгө төлж, хасаа худалдан авдаг байна. Энэ мэтчилэн Facebook-ийн хэд хэдэн тоглоом нь сард дор хаяж гурван сая долларын орлоготой болсон байлаа.

Интернэт, програм хангамжийн бизнесээс бусад салбарт бизнес эрхлэгчид ч Facebook платформыг өөрсдийгөө сурталчлах үнэгүй бөгөөд маш ухаантай сонголт гэдгийг ойлгожээ. Тиймээс The Washington Post компанийхан Political Compass гэх аппликейшнээ хийсэн юм. Алдарт дуучин Боб Дилан 2008 онд гаргасан шинэ цомгийнхоо сурталчилгааг Facebook платформ ашиглан хийсэн юм. Тэд Боб Диланы хоосон самбар барьсан зургуудтай аппликейшн хийжээ. Facebook хэрэглэгч нь энэ самбарт өөрсдийн хүссэн зүйлээ бичиж болох ба үүнийг өөрийн хуудас дээрээ нийтэлж, эсвэл бусдын хуудас дээр мессеж мэтээр тавиж болох байсан аж.

Өөрийн сүлжээг гадны ямар ч хөгжүүлэгч ашиглаж болох платформ болгох нь Facebook-т маш их боломжыг нээж байсан ч үүнийг дагаад олон эрсдэл бий болж байв. Ашиг олохын төлөө улайрсан аппликейшнууд нь хэрэглэгчийн өгөгдөлтэй хэт задгай, хайнга харьцах нь элбэг. Аппликейшн суулгана гэдэг нь тухайн хэрэглэгч өөрийнхөө өгөгдөл, мэдээлэлд бүрэн нэвтрэх эрх олгож байна гэсэн үг юм. Нэгэнт хэрэглэгчийн мэдээлэл нь хөгжүүлэгчийн гарт орсон бол хэрэглэгч өөрийн мэдээллийг удирдах хяналтаа алдаж байгаа юм. Facebook энэ асуудлыг шийдэхээр хэд хэдэн алхам хийжээ. 2010 оны тавдугаар сард Facebook-ийхэн тухайн хэрэглэгчийн хэрэглэж байгаа аппликейшн болон тоглоом нь таны ямар ямар өгөгдлийг

ашигладаг болохыг харуулах хяналтын жижиг самбарыг бий болгосон байна. Ингэснээр хэрэглэгчид хэн нэгэнд харуулахыг хүсэхгүй байгаа өгөгдлийг нь нэхсэн аппликейшнийг хэрэглэхгүй байх боломжтой болсон юм. Гэхдээ л хувийн мэдээллийн асуудал платформ бий болсноор улам хурцаар хөндөгдөх болсон юм. Цахим хувийн мэдээллийг хамгаалах төвийн Марк Ротенберг "Facebook болон бизнесийн хамтрагчид нь бидний талаар илүү олон зүйлийг судалж, биднийг илүү их мэддэг болж байхад харин бид тэднийг улам л бага мэддэг болж байна. Бидний мэдээллийг хэн, ямар зорилгоор ашиглаад байгаа талаар бид маш бага мэдээлэлтэй байна" гэжээ.

Facebook-ийн платформыг илүү олон компани ашиглаж, тэд дэлхийн олон нийтийн сүлжээнд илт давамгайл болж эхлэх тусам платформ дээр баримтлах бодлого стратеги нь байнга хувьсан өөрчлөгдсөөр л байна.

12. 15 тэрбум доллар

"Итгэлтэй хүн-зар сурталчилгааны ашигтай хувилбар"

Дурын хүнд нээлттэй болсон нь Facebook-т маш том амжилт авчирсан байна. 2007 оны намар болоход Facebook-ийн нийт хэрэглэгчийн тал хувь нь АНУ-аас өөр улсынх гэсэн тооцоо гарчээ. Компани нь гадаад орны хэрэглэгчдийг байлдан дагуулахаар юу ч хийгээгүй, бүх зүйл нь зөвхөн англи хэл дээр байхад л ийнхүү олон улсын маш олон хэрэглэгчтэй болж чадав. Олон улсад амжилттай тархаж байгаа нь Facebook-ийг цаашид ч бүх дэлхийн хэрэглээ болно гэдгийн том баталгаа болж байлаа.

Гэвч хэрэглэгчийн тоо олширч байгаа нь цаанаа заавал бизнесийн чухал асуудлыг хөндөж байдаг билээ. Олон улсын хэрэглэгчдэд зориулсан үйлчилгээ нь хэт өртөг өндөртэй байсан юм. Тиймээс Facebook хэрхэн мөнгө олж, бизнес хийх вэ? гэдэг дээр илүү их анхаарч ажиллах хэрэгтэй болов. Бүх л зар сурталчилгаа нь зөвхөн америкчуудад зориулагдсан шүү дээ. Энэ нь Facebook-ийн бүх хэрэглэгчийн тал хувь болох гадаад улсад хандсан зар сурталчилгаа, бизнес байхгүйтэй холбоотой үүдсэн асуудал юм. Microsoft-той хийсэн гэрээ нь зөвхөн АНУ-ын нутаг дэвсгэрт л үйлчилж байв. Хэрэв олон улсын хэрэглэгчдээс орлого олохыг хүсвэл тэд хамгийн түрүүнд зар сурталчилгааг олон улсын хэмжээнд зарж чадах том хэмжээний хамтрагчтай болох хэрэгтэй болсон юм. Microsoft-ийхон ч гэрээгээ олон улсын хүрээтэй болгох тал дээр огт дургүйцэхгүй байв.

Цукерберг зар сурталчилгааны тал дээр үргэлж ханасан байр суурьтай, байнгын хөшүүн, дургүйхэн ханддаг байлаа. Facebook одоо 50 сая идэвхтэй хэрэглэгчтэй болсон ба тэдний платформ нь Facebook-ийг үйлдвэрлэлийн "од" мэт болгосон байлаа. Компани энэ олон сая хэрэглэгчийнхээ ачааллыг бүрэн давах мөнгөний эх үүсвэр олох нь тун чухал байв. Хэдэн зуун мянгаараа долоо хоног бүр шинэ хэрэглэгч нэмэгдэж байсан учир дэд бүтцээ ирээдүйд илүү их ачаалал даах чадвартайгаар байгуулсаар байжээ. Харин энэ нь шинэ серверүүдэд зориулах мөнгөн дүн улам ихэснэ гэсэн үг. Олон арван сая доллараар шинэ серверүүд худалдаж авдаг болов. Хэрэв Цукерберг зар сурталчилгааг мөнгө олох гол үүсвэрээ болгох юм бол шинэ төрөл, шинэ маягийн үйлчилгээнд маш сайн тохирох, хэрэглэгчдэд ямар ч садаа учруулахгүй тийм л зар сурталчилгааг хүсэж байлаа. Яг л телевизээр кино үзэж байгаа юм шиг үзэгчийг залхаасан тийм зар сурталчилгааны хэлбэрийг Цукерберг огт хүсэхгүй аж.

Facebook зөвхөн Америкт зар сурталчилгаа зарах эрхтэй байсан нь Microsoft-ийнхонд олон улсад зар сурталчилгаа зарах асуудал дээр ч давуу эрх олгож байсан юм. Тэд энэ эрхийг худалдан авч чадсан байна. Гэвч үүнийг өөрчлөх хэрэгтэй. Дан ганц Microsoft-оор дамжин олох орлогод найдна гэвэл маш эрсдэлтэй тул Facebook-т өөрийн гэсэн зохицуулалттай мөнгөний урсгал хэрэгтэй гэдэг нь ойлгомжтой болж ирэв.

Эцсийн эцэст Цукерберг болон Facebook-ийн удирдлагын гишүүд нь илүү их мөнгө өсгөх хэрэгтэй гэдэг ганц зүйл дээр л санал нэгдэцгээлээ. Петер Тиелийн саналаар тэд мөнгө өсгөх ажлаа энэ намар эхлүүлэх бодолтой байлаа. Учир нь Тиел санхүүгийн зах зээлийн савалгаа, уналт босолтыг мэдэрч, урьдчилан харж чаддаг онцгой хүн байсан юм. Facebook-ийн нэр хүнд F8-ийг нээгдсэнээс хойш огцом өссөн ба энэ байдлаа ашиглан хөрөнгө

оруулагчдыг татах хамгийн тохиромжтой цаг байсан юм. Гэхдээ шууд гараад л хэн нэгнээс хөрөнгө оруулахыг гуйх юм бол тэд компанийг нь худалдаж авахыг хүснэ гэдгийг Тиел мэдэж байв. Тиел болон Бреерийн хувьд компанийг худалдана гэдэг үнэхээр боломжийн санаа юм. Тэр хоёр болж өгвөл их үнээр зарах хүсэлтэй байсан болов ч Цукербергийн хувьд "зарах" гэдэг үгийг сонсох ч дургүй байлаа. Тэгээд ч тэр удирдах зөвлөлд өөрийн суудлаас гадна хоосон хоёр суудал эзэмшдэг байсан болохоор түүний хүслээр л бүх юм шийдэгдэнэ.

Санхүү хариуцсан эрхлэгч Ван Натта компанийн жижиг хувьцааг бусад компаниуд болон хөрөнгө оруулагчид хэр их сонирхож буйг тандуулах зорилгоор Гидеон Юуй гэгчийг ажилд авсан байна. Тэр урьд нь YouTube-ийн санхүүг хариуцсан эрхлэгч байсан юм. Гидеоний хэлж байгаагаар Facebook нь өөрийн хувьцааг дөрвөн тэрбум доллараар үнэлвэл хөрөнгө оруулагчдийг хангалттай сайн татаж чадах гэнэ. Энэ нь маш их мөнгө байсан юм. Жилийн өмнө санхүүжилтийн гуравдугаар үе шатан дээр тэд Facebook-ийн хувьцааг 525 сая доллараар үнэлж, 27.5 сая доллар босгож чадсан түүхтэй.

Гэвч Facebook хэзээд "ер бусын" компани байсан учир бүх зүйл бусдын нийтлэг жишгээс ялгаатай... Аз туршсан хэд хэдэн хөрөнгө оруулагч болон үнэт цаасны фирм Facebook-ийг 10 тэрбум доллараар үнэлэн хувьцааны багахан хэсгийг авч хөрөнгө оруулалт хийхэд бэлэн байлаа. Энэ нь Юуйгийн нүдийг нээж өгчээ. Энэ нь Цукербергийн санаанд тийм ч их нийцсэнгүй. Түүний хувьд компани нь дор хаяж 20 тэрбум долларын үнэлгээтэй байх ёстой аж. Тийм учраас Ван Натта, Цукерберг нар үнэлгээг хоёр талаас гаргах саналын дундуур буюу 15 тэрбум доллар гэдгээр туршиж үзэхээр шийдсэн байна. Тэд хэд хэдэн компанийн сонирхолыг судалж үзтэл тэд яг бэлэн мөнгөөр гэрээ байгуулахад бэлэн бус, зүгээр л сонирхож байсан нь тодорхой боллоо. Гэрээний нөхцөлд л өөрчлөлт оруулахгүй бол хэн ч хөрөнгө оруулалт хийхгүй. Харин Юуйгийн хэлж байгаагаар тэд 15 тэрбум доллараар гэрээ хийх бүрэн боломжтой аж.

Энэ нь яг Microsoft-той олон улсын хүрээнд зар сурталчилгаа зарах гэрээг ид ярьж байхад болсон юм. "Программ хангажийн аврага" нь Америкийн хэмжээнд үйлчлэх эрхээ авч үлдэхийн зэрэгцээ арай өөр нөхцөл бүхий шинэ байгуулахыг хүсчээ. Гэрээг шинэчлэх хэрэгтэй байв. Microsoft нь дотоод сурталчилгаанаас бараг гурван сая доллар алдаж байсан юм. Microsoft-ийн тавих зар сурталчилгааны ихэнх нь Facebook-ийн зурагтай хэсэгт гардаг байсан ба хүмүүс энэ орчинд тэдний зар сурталчилгааг тийм ч их анзаардаггүй байв. Тиймээс реклам олгогчоос авах мөнгөн дүн ч бага байжээ.

Microsoft-ийн онлайн зар сурталчилгаанд хийж байгаа бүх л зүйл нь Google-ийн өдрөөс өдөрт өсөн дэвжих хүчинд хариу болдог "харилцан дайралт" байсан юм. GoogleAds л гэхэд дэлхийн онлайн зар сурталчилгаанаас олох бүх мөнгөний тал хувийг дангаараа олдог байжээ. Ингээд орлого нь нэмэгдэх тусам тэд программ хангамжийн салбарыг сонирхох болж, Microsoft-ийн цөм болсон компьютерийн бүтээгдэхүүнээр тоглож эхэлсэн байна. Microsoft-ийнхон өөрсдийгөө хамгаалахын тулд Google-ийн хамгийн их ашиг олдог онлайн сурталчилгааны талбар дээр халз тулах шийдвэр гаргажээ. Ийнхүү хичээл зүтгэл гаргасны хүчинд Microsoft-ийхон өөрсдийн онлайн хайлтын программдаа хэдэн тэрбум долларын хөрөнгө оруулалт хийсэн байна. Харин үүнээс тусдаа нэгэн чухал алхам хийсэн нь тавдугаар сард зургаан тэрбум доллараар aQuantive гэх онлайн сурталчилгааны компанийг худалдан

авсан явдал юм.

Microsoft-ийн CEO Стив Баллмер Google-д хангалттай их зүйл алдаж байлаа. Тэрээр хамгийн том хоёр компанитай хамтрахаар тохиролцоонд бараг хүрч байгаад Google-д алдсан түүхтэй. Google дандаа л эцсийн мөчид гэнэт гарч ирээд хамаг зүйлийг хамаад явчихдаг байжээ. Баллмер 2005 онд Time Warner-ийн AOL-тэй зар сурталчилгааны гэрээ байгуулахаар Нью-Йорк руу ниссэн байна. Харин тэрээр AOL-ийнхэнтэй гэрээ байгуулчихсан хэмээн сэтгэл хангалуун буцжээ. Тэгтэл Google өөрийн чадварлаг менежер Тим Армстронгоор удирдуулсан зар сурталчилгааны багаа AOL-руу явуулж, Microsoft-оос илүү үнэ амлан гэрээг нь мөнгөний хүчээр цуцлуулж орхижээ. Тэд нэг тэрбум долларын хөрөнгө оруулалтыг 20 тэрбум болтол өсгөсөн байсан юм. үүний дараа 2006 онд Microsoft мөн л MySpace-тэй хамтран ажиллах гэрээ байгуулахаар болсон байна. Гэтэл бас л яг урьдынхтай адил түүх давтагджээ. Дараа нь интернэт баннер зар сурталчилгааны компани болох DoubleClick-ийг 3.1 тэрбум доллараар худалдаж авах боломжоо Microsoft мөн адил Google-д алдсан юм. Харин одоо Facebook дээр дахин алдахыг Баллмер хүссэнгүй.

Ван Наттагийн давуу тал бол гэрээ хэлэлцээр хийх чадвар. Тэрээр Microsoft-ийнхны цөсийг хэрхэн хөөргөхөө сайн мэддэг байлаа. Ван Натта “Google” хэмээх ганцхан шидтэй үг Microsoft-ийн шунахай занг хөдөлгөнө гэдгийг мэддэг байв. Харин нөгөө талд Google компани Facebook-ийнхэн олон улсын зар сурталчилгааны хамтрагч хайж байгааг мэдэж байгаа. Тиймээс Microsoft-ийхон дахин ялагдахгүйн тулд маш их болгоомжилж байв.

2007 оны аравдугаар сард Google зар сурталчилгааны талбар дээр шилдэг түншүүддээ зориулсан “Google Zeitgest” хэмээх арга хэмжээг зохион байгуулсан байна. Зар сурталчилгааны маш олон том фирм болон, том том агентлагийн төлөөлөгч нар хоёр өдөр үргэлжлэх уг зөвлөгөөнд оролцохоор ирсэн байв. Энэ бол гэрээ хэлэлцээр хийхэд хамгийн тохиромжтой цаг үе байсан юм.

Google-ийн сурталчилгааны албаны эрхлэгч Тим Армстронг Ван Наттатай ярилцжээ. Тэд олон улсын зах зээлд реклам сурталчилгааны чиглэлээр Microsoft-той хийх гэрээ нилээд урагштай явааг нь гадарлаж байсан юм. Армстронг удирдлагуудтайгаа ярилцаж, энэ боломжийг ашиглан Microsoft-оос уг гэрээг булаах хүслээ илэрхийлсэн байна. Тэр мөн Microsoft-ийхонтой маш чухал яриа өрнүүлэх хэрэгтэй болжээ. Удирдах зөвлөл нь ч “Facebook-ийнхэн сонирхож байвал гэрээг авах талаар шууд ярилцаж болно” гэсэн байна.

Google-ийнхэн Facebook-тэй хамтрах сонирголоо тийм ч их нууж хаасангүй. Zeitgeist үйл ажиллагааны үеэр болсон хэвлэлийн хурал дээр Google-ийн CEO Эрик Шмидт "Олон нийтийн сүлжээ гэдэг нь жинхэнэ гоц үзэгдэл. Хүмүүс интернэтэд олон нийтийн сүлжээ сайт маш олон байдгийг ойлгодоггүй" гэжээ. Энэ нь тэдний олон жилийн турш хөөцөлдөж буй ажил, ганц хүндрэлтэй асуудлынх нь эхлэл байсан юм. Учир нь Google-ийн хайх систем нь хувийн эзэмшигчтэй хуудаснуудын цаана чухам хэн байгааг хайж олдоггүй байсан юм. Тиймээс Facebook-тэй ойр дорно харилцаатай байна гэдэг нь Google-д шинэ зарын талбартай байхаас гадна цахим ертөнцийн хайлтын системд хэзээд ноёлоход нь тусалж чадах байв. Орой нь хүн бүр Google-ийн тусгайлан барьсан гоёмсог асарт суух аж. Нилээд удаан үргэлжилсэн коктейльтэй хүлээн авалтын дараа Zeitgest-д ирсэн 250 зочин зоогийн ширээнээ тухаллаа. Бүх юм өвөрмөц, тансаг. Зарим хоол нь нимгэн мөсөн тавагтай байв. Google тухайн

үед хүч чадлын оргилдоо хүрээд байсан юм. Тэдний дансанд мөнгө гол шиг л урсан орж ирдэг байсан үе. Google-ийнхэн ирсэн бүх зочин болон хамтрагч нартаа талархал илэрхийлж байх үедхарин голын ширээн дээр маш халуун харилцан яриа өрнөж байлаа. Энэ ширээнд Google-ийг үүсгэн байгуулагчдын нэг Ларри Пейж, Зар сурталчилгааны албаны эрхлэгч Армстронг, гэрээний мэргэжилтэн Меган Смит нар Facebook-ийн залуухан CEO Цукерберг, Санхүү хариуцсан эрхлэгч Ван Нагта, Хувь нийлүүлсэн хөгжлийн дарга Ден Роуз нар суусан байна. Facebook-ийн талынхан өөрсдийгөө Microsoft-той гэрээ хийх тал дээр нилээд ахицтай яваагаа хэлэхэд Google-ийн багийнхан ч ийм гэрээ хийх маш их хүсэлтэй байгаагаа илэрхийлжээ. Тэд Microsoft-оос ч илүү боломжийн гэрээг шууд хүлээж авахад бэлэн гэсэн байна.

Ингээд зоог барьж дуусахад 22.00 цаг болж байв. Facebook-ийн гурав Google-ийн удирдлагуудын хамт компанийн хамгийн ойр орших оффис руу явсан байна. Тэд яриагаа үргэлжлүүлэхийг хүсчээ. Улмар шөнө болтол хэлэлцээр өрнөлөө. Google Америк болон олон улсын хэмжээнд зар сурталчилгааны эрх авахыг хүсэж байгаа. Мөн тэд 15 тэрбум долларын хөрөнгө оруулалт хийх талаар анхаарч үзэхээ хэлжээ. Google-ийнхэн энэ боломжийг хахуульдах замаар авахыг хүсэж байв. Учир нь Microsoft-ийг "зайлуулахад" чамгүй бэрхшээл тулгарах болохоор тэр. Хэрэв Facebook одоо хүчин төгөлдөр үйлчилж байгаа АНУ-ын нутаг дэвсгэрт зар сурталчилгаа цацах эрх бүхий Microsoft-ийн гэрээг шууд цуцлах юм бол хууль шүүхээр заргалдаж, чамгүй хүндрэл учрах байв. Гэвч Google-ийн удирдлагууд 15 тэрбум доллар бэлнээр өгөх боломжтой хэмээн амлаж байлаа. Харин Цукерберг алинд нь ч давуу байдал олгосонгүй. Тэр Facebook-ээ зарах болоогүй...

Цукерберг хэт нарийвчилсан, жижиг зүйлүүдэд ч анхаарлаа хандуулж байсан юм. Жишээ нь, сурталчилгааны хүрээ, өнгө гэх мэтийг ихэнх компаниуд өчүүхэн зүйл гээд бараг л тоохгүй орхидог бол Цукербергийн хувьд хамгийн чухал нь энэ.

Бүх яриа хэлэлцээрийн туршид Google-ийн талынхан Microsoft гэрээ хийх тал дээр урагштай байгааг мэдэж байсан ба Facebook-ийнхний сэтгэлийг эргүүлэх боломж бага байв.

Microsoft-ийнхон Цукербергтэй нөхөрлөлийн харилцаагаа улам бэхжүүлэхээр хичээж байлаа. Microsoft-ийн CEO Стив Баллмер Цукербергтэй уулзахаар Пало-Алтод хоёр ч удаа ирж байсан. Microsoft-ийн программ хангамжийн салбарын эрхлэгч Рей Оззи ч Пало-Алтод байнга ирэх болов. Харин Цукерберг тэднийг жирийн л угтаж, хотын цэцэрлэгт хүрээлэнгээр алхан ярилцах аж. Тэрээр Баллмерт Facebook үнэлгээгээ 15 тэрбум доллар болгосон гэдгээ хэлсэн байна.

Үүнийг сонссон Баллмерийн толгойд нэгэн бодол зурсхийн орж ирлээ. Тэр Цукербергт "Бид яагаад компанийг чинь 15 тэрбум доллараар авч болохгүй гэж?" хэмээн нэлээд итгэл төгс хэлсэн байна. Гэвч Цукерберг нэг л янзаараа, энэ их мөнгөний саналд огт гайхсан шинжгүй байв. Энэ бол Microsoft-ийнхны удирдах зөвлөл болон хувьцаа эзэмшигчдийг хүнд байдалд оруулж байж л босох үнэхээр их хэмжээний мөнгө шүү дээ.

"Би компаниа өөрөө удирдаж чадаж байгаа цагт зарахыг огт хүсэхгүй байна" хэмээн тэр угийн араншингаа гаргав. Facebook-ийг зарчих л юм бол дараа нь ямар нэгэн байдлаар хяналт тавих боломжгүй. Тиймээс уг яриаг энэ хүргээд төгөсгөсөн байна.

Баллмер ч энэ саналыг лавшруулалгүй ямар нэгэн туршилт болгон өөртөө үлдээхээр шийдэв. Тэрээр Microsoft Facebook-ийг худалдаж авах хүсэлтэй гэдгийг маш сайн ойлгуулсан. Ингээд Баллмер Цукербергт илүү мөнгө төлөхгүйгээр компанийг нь авах маш ярвигтай төлөвлөгөө боловсруулж эхлэв. Энэ төлөвлөгөө нь Facebook-ийг 15 тэрбум доллараар үнэлээд, компанийн багахан хэсгийг эзэмших буюу бага багаар “мэрэх” санал аж. Microsoft зургаан сар тутам Facebook-ийн таван хувийг худалдаж авч байхаар санал оруулжээ. Ингээд нийтдээ 5-7 жилийн дараа Facebook-ийг бүрэн өөрийн болгоно гэсэн тооцоо гаргасан байна. Энэ хувилбараар бол эцсийн дүндээ Microsoft 15 тэрбумаас ч илүүг төлөх болж байгаа юм. Энэ сонголтын гол онцлог нь компанийг бүрэн худалдан автал Цукербергээр өөрөөр нь удирдуулах буюу “өөрийн босгосон компаниасаа гэнэт салж шоконд орохоос” сэргийлсэн хэрэг. өөрөөр хэлбэл, цаг хугацааны явцад дасан зохицох хувилбар гэсэн үг.

Энэ саналаа тавихаар Баллмер Microsoft-ийн зар сурталчилгааг хариуцан ажилладаг Кевин Жонсоны хамт ирсэн байна. Ван Натта олон хүний анхааралд өртөхгүйг бодолцож, оффисоос гадуур өөрийнхөө гэрт уг уулзалтыг зохион байгуулахаар болсон байна. Гэвч бүх юм Ван Наттагийн бодсоноор болсонгүй. Баллмер богино долгионы станц, чихэвчээр тоногдсон баахан бие хамгаалагч дагуулан хар өнгийн Cadillac Escalade машинтайгаа тэдний байрны гадаа сүр дуулиантай гэгч нь ирлээ. Тэднийг ирэхэд Ван Натта тэдэнд таагүй мэдээ дуулгав.

Facebook компани Microsoft-той байгуулсан гэрээгээ өөрчлөхийг хүсчээ. Тэд өөрсдийн зар сурталчилгааг зарахаар шийдсэн ба Microsoft хүлээж авах эсэх нь огт хамаагүй байлаа. Хэрэв Microsoft олон улсын хүрээнд зар сурталчилгаа тараахыг хүсэж байгаа бол АНУ-ын хүрээнд үйлчлэх гэрээнд буулт хийж, хөнгөлөлт үзүүлэх хэрэгтэй гэж Ван Натта хэлжээ. Баллмер тун хэцүү байдалд орох нь тэр. Facebook-ийнхэн өөрсдийн шинэ төрлийн зар сурталчилгааг туршиж үзмээр байсан аж. Хэрэв Microsoft зөвшөөрөхгүй байлаа ч гашуудах хэрэг огт байхгүй. Булан тойроод л Google хүлээж байгаа.

Ван Натта, Баллмер нарын уулзалт маш сонирхолтой болсон юм. Ван Натта магадгүй аймшиггүй, түрэмгий, дайчин, огт үгэнд ордоггүй хэлэлцэгч байсан ч Баллмер түүний хажууд зангарагатай, хурц зантай, эцэст нь хүртэл явж чаддаг тууштай, хүчтэй хүн байсан юм. Ер нь түүнтэй орооцолдох аюултай...

Дэлхийн хамгийн хүчирхэг технологийн компанийн CEO гэдгийг нь огт дурдахгүйгээр шүү дээ. Баллмер бардам зангаа алдсангүй. Тэр Ван Наттад дотоодод үйлчилж байгаа зар сурталчилгааны гэрээг дахин шинэчлэх ямар ч сонирхолгүй, харин компанийг худалдаж авах зорилго өвөрлөн ирсэн гэдгээ шулуухан хэлсэн байна.

Үүнийг сонссон Цукерберг болгоомжтой биеэ авч явах боллоо. Залуухан захирал компаниа зарах тухай жаахан ч гэсэн “үнэр” өгчихвөл буцаад энэ байдалаасаа гарч, хаалгаа хаахад маш хэцүү байдгийг жилийн өмнө Yahoo-той хэлэлцээр хийх үед яс махандаа шингэтэл ойлгож авсан. Тиймээс Цукерберг тэдэнд компаниа зарах ямар ч сонирхолгүй байгаагаа маш сайн ойлгуулсан байна. Энэ тухай Microsoft-ийн нэгэн ажилтан "Цукерберг төдөн доллар төлвөл би зөвшөөрлөө гэх мэт байр суурь огт илэрхийлдэггүй. Тэр бол ямар нэгэн панзчин биш. Түүний хүсэл, горьдлого нь хэдэн арван тэрбум доллароос тэс өөр зүйл байх" гэж ярьсан байдаг. Хэрэв тэр Баллмерийн саналыг зөвшөөрөх юм бол гэртээ дор хаяж дөрвөн тэрбум доллар бэлнээр өвөртлөөд харих учиртай. Гэвч тэр үүнийг огт сонирхоогүй ажээ.

Ингээд олон улсын хэмжээнд реклам сурталчилгаа явуулах тал дээр гэрээ хэлэлцээр яригдаж байх хооронд Facebook-ийнхэн Microsoft-ийн ямар нэгэн гэрээнд уян хатан ханддаг чанарыг ашиглан үнэгүй и-мэйл сүлжээ болох Hotmail-тэй холбоотой харилцан маргаанаа шийдэж чадсан байна. Facebook-ийн хэрэглэгчийн тоог нэмэгдүүлдэг гол хүчин зүйл бол шинээр хэрэглэгч бүртгүүлэхэд тухайн хэрэглэгчийн и-мэйл сүлжээн дэх найзууд байдаг. Тодруулбал, шинэ хэрэглэгчид и-мэйл хаяг болон нууц үгээ оруулахад Facebook тухайн хэрэглэгчийн и-мэйлийн жагсаалтад байгаа найзуудад нь урилга явуулдаг байсан юм. Харин Hotmail маш олон хэрэглэгчтэй байсан тул яг энэ маягаар хэрэглэгчийн тоог өсгөхөд хамгийн гол цөм, ундрага болох байв. Гэвч Facebook-ээс ирэх урилга буюу и-мэйлийнхэнх нь спам болоод Hotmail-ийн хэрэглэгчдэд хүрдэггүй байв. Заримдаа Hotmail-ийн хэрэглэгчид мэйл хаягаа энэ мэтээр ашиглахыг хориглон блоклог байжээ. Яг ийм үеэр л Facebook-ийн шинэ хэрэглэгчийн тоо бараг 70 хувиар буурдаг байсан аж. Тиймээс зар сурталчилгааны эрх олж авах яриа хэлэлцээр ид явагдаж байх үеэр Ван Натта, Москович, Д'Анжело нар Редмондод Microsoft-ийн удирдлагуудтай уулзаж, асуудлыг шийдэхээр ярилцсан байна. Тэд бараг бүтэн хоёр өдөр ярилцсаны эцэст Hotmail-ийн хэрэглэгчийн жагсаалтыг Facebook-т импортлох ажлын хориог ямар ч үнэ төлбөргүйгээр арилгаж чаджээ.

Facebook болон Microsoft-ийнхны удирдлагуудын хооронд яригдах гэрээ хэлэлцээр маш хурцадмал болж эхлэв. Facebook-ийнхэн Microsoft-ийнхөнд ашиглуулж байсан орон зайд өөрсдийнхөө сурталчилгааг тавина гэхэд тэд зөвшөөрсөнгүй. Хариуд нь Ван Натта хэрэглэгчийн зурагны хажууд гарах Microsoft-ийн зар сурталчилгааны үнийг өсгөнө хэмээн айлгах аж. Microsoft-ийн Зар сурталчилгааны албаны эрхлэгч Жонсон мөчөөгөө өгөлгүй улсын хэмжээнд зар сурталчилгааны түгээх эрх Microsoft-д хадгалагдаж буйг сануулахын зэрэгцээ “Та нар ингэж зөрүүдлээд байвал олон улсын зар сурталчилгааны гэрээ хийх боломжоо алдана шүү” хэмээн айлгах гэж оролдов. Гэсэн ч Ван Натта "Зүгээр, зүгээр. Та бүхэн татгалзсан ч Google бэлэн байгаа..." хэмээн маадгар сууна.

Ингээд Жонсон арга буюу буцлаа. Харин Microsoft-ийн хамгийн сайн хэлэлцээрчдийн нэг болох Ханк Вижил нь Ван Наттатай яриаг үргэлжлүүлэхээр үлдсэн байна. Тэрээр энд үлдэж, удаан ярилцсаны эцэст амжилт олж чаджээ. Ван Натта “Microsoft-ийн багийнхан хэр амжилттай, хэр ашигтай яриа хэлэлцээр, гэрээ байгуулахаас миний ажил шалтгаалдаг” хэмээсэн байна. Вижил түүний энэ байр суурийг ашиглахаар шийджээ. Хоёр талдаа ижил зүйлээр буулт хийх шаардлагатайг Microsoft-ийнхөн ойлгожээ. Нийтлэг эрх ашгаа бодолцон амжилттай гэрээ байгуулбал Ван Наттад ашигтай...

Вижил “Хэрэв тодорхой зүйлүүд дээр зөвшилцөлд хүрэх юм бол Microsoft дотоодод явуулах сурталчилгааны 15 хувийг Facebook-ийн мэдэлд өгнө” гэдгээ хэлсэн байна. Ингээд ням гарагийн өглөө зар сурталчилгааны асуудлыг хариуцсан Кевин Жонсон болон Ван Натта нарын хамт дахин хуралдав. Вижилийн ярьсан 15 хувийн санал гэдэг нь “Facebook олон улсад зар тараах эрхийг Microsoft-д өгөөд, зурган зарынхаа үнийг багасгаж, Facebook-т Microsoft-ийн хайлтын системийг ашиглахыг зөвшөөрвөл дотоод зар сурталчилгааны ашгийн 15 хувийг Facebook-т өгөх” хувилбар юм. Жонсон Вижилийг даваа гарагийн өглөө Facebook-ийн оффис дээр багаараа очиж, гэрээ хийгээгүй цагт гарч болохгүй гэсэн даалгавар өгчээ. Даваа гарагт 11.00 цагийн үед хэлэлцээрт оролцогчид Пало-Алтогийн Их сургуулийн өргөн чөлөөнд орших Facebook-ийн оффисын хурлын өрөөнд цугларсан байлаа. Нар нэвт гэрэлтэх шилэн

ширээний ард тэд сууцгааж, хожим Facebook-ийн нэр хүндийг улам өсгөх хэлэлцээрийг маш өндөр нууцлал дор үйлдэж байв. Харин Facebook-ийн өөр нэгэн оффис дээр Google-ийн төлөөлөгчид ирчихсэн, өөрсдийн боломжит гэрээг хэлэлцэхээр зэхэж байлаа.

Ингээд бүтэн 12 цагийн турш Microsoft болон Facebook-ийн удирдлагууд жижиг, том олон асуудал дээр санал зөрөлдөн эргэж буцан тасралтгүй ярилцах ажээ. Microsoft-ийнхон өөрсдийн хайлтын системийг Facebook дээр суурилуулах саналдаа нааштай хариу авч чадлаа. Харин Facebook Microsoft-ийнхонд хуудасны дээд болон зүүн доод талд ямар ч сурталчилгаа авахгүй байх шаардлага тавьсан байна. (Энэ асуудал дээр Google-ийнхэн буулт хийсэн нь Facebook-ийхэнд ингэж өндөр шаардлага тавих зориг өгсөн байсан юм.)

Ингээд хоёр компани сурталчилгааны орлогоо хувааж авах болсон байна. Facebook энэ асуудал дээр урьд урьдын гэрээнээс арай өндөр хувийг авч чадахаар болжээ. Мөн Facebook улсын хэмжээнд харагдах нийт зарын 15 хувьтай тэнцэх зарыг өөрийн хүссэнээр шинэ хэлбэр загварт оруулан туршиж болно гэсэн байна. Тэд маш амархан зөвшилцөлд хүрцгээж байлаа. Учир нь ямар нэгэн зүйл жаахан л буруу тийш хазайж эхлэх юм бол Ван Натта "Google" хэмээх шидэт үгээ хэрэглэж асуудлыг өөрийн талдаа оруулж байв.

Үдшийн 23.00 цагийн үед тохиролцоонд хүрэх тун дөхөж буй нь хэн бүхэнд тодорхой болов. Бүгд их ядарсан байлаа. Анир чимээгүй ноёлж байсан тэдний өрөөнд гэв гэнэт маш чанга электрон хөгжим гаднаас сонсогдох нь тэр. Тэд юу болж байгааг мэдэхээр гарав. Зааланд Facebook-ийн нэгэн программист залуу тавцан дээр зогсон хөгжим тоглуулж байгааг харлаа. Энэ чанга хөгжим нь Facebook-ийн программистуудын дунд байн байн зохиогддог "хакерийн шөнө" эхэлсний дохио юм. Ийм шөнө тэд кодчилолоор уралддаг байв. Харин энэ шөнийн хувьд программистууд Facebook-ийн суурь кодыг хөрвүүлэхэд илүү дөхөм болгон өөрчлөх учиртай байж. Мэдээж хамгийн түрүүнд дууссан нь шагналтай. Facebook-ийг хөрвүүлэх нь албан ёсоор хэдэн сарын дараа эхэлсэн бөгөөд энэ нь дэлхий ертөнцийг эгнээндээ нэгтгэхэд маш хэрэгтэй зүйл юм.

Хурлын өрөөнд удаан сууж ядарсан хэлэлцэгчид бүжиглэж эхлэсэн нь этгээд, инээд хүрмээр байсан ч тэдэнд маш их эрч хүч өгчээ. Хэсэг хугацааны дараа хөгжим намдахад хэлэлцэгчид буцан оров. Шөнийн 03.00 цагийн үед тэд тохиролцоонд хүрчээ. Ялангуяа Facebook өөрийн хүссэндээ хүрлээ. Ингээд аль аль тал нь амрахаар явах эрхтэй боллоо. Хөрөнгө оруулалтын асуудал уулзалтын үеэр нэг их яригдаагүй ч Ван Натта энэ талаар маргааш өглөөний яриан дээр цухуйлгаад авав. Facebook-ийн төлөөлөгч Роуз "Хэрэв та бүхэн хөрөнгө оруулах замаар Facebook-тэй улам сайн харилцаатай болмоор байвал хамгийн тохиромжтой цаг шүү. Магадгүй бид та нарын өрсөлдөгчтэй ч тохиролцоонд хүрчихэж болох юм гэж Ван Натта яриан дундаа Google-ийг хавчуулан тэднийг бас л айлгаад амжсан" гэж би хожим сонссон. Харин Microsoft-ийн хувьд хэрэв Facebook зарагдахаар бол сонирхох болно гэдгээ ойлгомжтой илэрхийлсэн гэнэ. Гэвч Цукербергт зарах ямар ч бодол байхгүй. Ван Натта ч энэ үгээрээ зүгээр л Microsoft-ийг өдөөж байсан хэрэг. Баллмер Facebook-ийг 15 тэрбум доллараар авахад бэлэн гэдгээ хэлж байсан. Энэ нь Microsoft-ийн хувьд сонин биш. Ер бусын өндөр үнэлгээтэй байгаа ийм тохиолдолд өчүүхэн хувиа зараад хамаг мөнгийг нь сордог салбараа сэлбэх хөрөнгөтэй болно гэсэн үг байв. Хонконгийн тэрбумтан Ли Ка Шинг Facebook-т хөрөнгө оруулах талаар аль эртнээс л ярьж эхэлсэн бөгөөд яг энэ хэлэлцээрийн

үед хөрөнгө оруулалтын талаар чухал зүйл ярьж явжээ. Тэрээр 15 тэрбумаар хөрөнгө оруулахыг зөвшөөрчээ. Юуйгийн бодлоор энэ үед үнэхээр хүмүүсийн толгой нь эргэсэн байжээ. Учир нь бүгд л Facebook-ийг ирээдүйд “мөнгө ургуулдаг мод” болно гэж бодон галзуурмаар өндөр үнэлгээтэйгээр хөрөнгө оруулж байсан гэнэ. Тэд яагаад ийм их хөрөнгө оруулж буйгаа тайлбарлаж чадахгүй байв. Ганц хэлдэг тайлбар нь “Facebook-ийн хэрэглэгчид хурдан өсдөг!” үнэндээ Facebook өөрийгөө ч хангалттай аваад явж чадахааргүй орлого муутай компани байсан юм.

Ингээд маш их эргэлзэж, толгой нь эргэсэн Microsoft-ийхон нэг өдрийн дотор л 15 тэрбумаар Facebook-ийг үнэлэн, 1.6 хувьд нь 240 сая доллараар санхүүжүүлэхээр шийдсэн байна. Харин үүнтэй зэрэгцээд Хонконгийн тэрбумтан Facebook-ийн 0.4 хувь хувьцааны төлөө 60 сая доллар төлжээ. Microsoft-ийн удирдлагууд ч сэтгэл хангалуун байлаа. Ямар ч байсан Google-ээс өрсөж чадсандаа тэд үнэхээр баяртай байв. Google-ийнхэнтэй “байлдахад” 240 сая доллар юу ч биш аж.

Хэрэв Facebook зарагдах юм бол Microsoft нь 240 сая доллараа юм уу аль эсвэл тухайн зарагдсан үний 1,6 хувьтай тэнцэх мөнгөн дүнг авах эрхтэй. Мөнхэрэв Facebook хүсвэл, Microsoft нь өөрийн эзэмших хувиа компанийн тухайн үнэ 15 тэрбум аас их байна уу, бага байна уу хамааралгүй 15 саяаар үнэлэн өөрт байх хувьцаагаа хүчээр зарах учиртай байсан юм. Microsoft нь энэ бүх хатуу нөхцлийг хүлээж авсан юм. Яагаад гэвэл тэдний гол зорилго нь энэ хувьцаа биш харин гэрээний нөхцөлд тохиролцоонд хүрсэн байсан олон улсын хүрээнд зар сурталчилгаа зарах асуудал байсан юм. Ингээд хамгийн эцсийн минутанд Microsoft-ийнхон хамгийн сүүлийн хамгийн чухал шаардлагаа Facebook-ийнхэнд таьсан байна: Facebook нь Google-ээс ямар ч хөрөнгө оруулалт авах учиргүй аж. Мөн хэрэв Facebook-ийг ямар нэгэн байдлаар Google-д зарах шийдвэр гаргалаа гэхэд Microsoft-тод урьдчилан мэдэгдэх ёстой аж. Энэ гэрээ нь аравдугаар сарын 24-ний лхагва гарагт олон нийтэд ил болов. Бүгд л энэхүү гэрээний нөхцөл болон үнийг сонсоод алмайрч байжээ. The WallStreet Journal Facebook-ийг "Интернэт дэх шинэ од" хэмээн нэрлэсэн байна. The Los Angeles Times-т 15 тэрбум долларын үнэлгээг "толгой эргүүлж, мангартуулмаар их тоо" хэмээн бичиж байжээ. Энэ нь үнэндээ л интернэт технологийн түүхэнд өөрийгөө аваад явах ямар ч чадваргүй, орлогогүй хувийн компанииг үнэлсэн хамгийн өндөр үнэ байсан юм. Таван сарын өмнө болсон F8 нь Facebook-ийг мэдээлэл технологийн компаниудын газрын зураг дээр тодоор үлдэх боломжийг олгосон бол харин энэ өдрийн толгой эргүүлэм өртгөөр хөрөнгө оруулсан явдал нь Wall Street-ийн түүхэнд бас л тодоос тод үлдэх боломжийг олгосон байна. үүний дараахан Microsoft-ийн хувьцаа WallStreet дээр харьцангуй үсрэлт хийж эхэлсэн байна.

Facebook-ийн энэ гэрээ хэлэлцээр хөрөнгө оруулалт хийхэд үүнээс илүү тохирсон цаг гэж байгаагүй аж. Цаг хугацааны асуудал дээр яг голыг нь оносон байлаа. Хоёрхон долоо хоногийн өмнө хөрөнгийн зах зээл урьд өмнө байгаагүй үнийн хөөрөгдлийг амсаж байсан юм. 2008 онд дэлхий тэр чигээрээ эдийн засгийн хямралд орон яг л дайны өмнөх үе шиг байсан. Гэвч Цукерберг энэ мэт хүнд цаг үед компаниа дангаараа аваад гарчих хөрөнгө босгож амжлаа. Хэдхэн сарын өмнө хөрөнгө оруулалтаар 300 сая доллар авсан ба Ли Ка Шинг дахин 60 сая доллар оруулсан байв. Яг энэ цаг үед Мьюхенд байрлах гурван хөрөнгө оруулагч Samwear Brothers 15 сая долларын хөрөнгө оруулалт хийсэн байв. Ингээд Facebook

нийтдээ 375 сая доллар босгоод байсан юм. Энэ мэт гайхалтай эдийн засгийн амжилтад хүргэсэн явдалдаа Цукерберг маш энгийн нэгэн тайлбар хэлж байв. Амжилтын гол түлхүүр бол Петер Тиел. Петер Тиел цаг хугацааг маш сайн мэдэрдэг ба энэ бүх үйл ажиллагаа яг эхлэхийн өмнөхөн Тиел "За одоо л мөнгөө өсгөх цаг ирлээ" гэж хэлдэг байжээ.

Одоо бол Microsoft Facebook-ийн хувьд зар сурталчилгааны тал дээр асуудалгүй болсон. Цукерберг болон тэдний багийнхан сайтдаа шинэ төрлийн зарын үйлчилгээ нэвтрүүлэх ажилд цаг алдалгүй орсон байна. Microsoft-той хийсэн хуучин гэрээ нь дуусаад ердөө хоёр долоо ч хоноогүй байхад Facebook-ийнхэн шинэ төрлийн зар сурталчилгаагаа нээжээ. Энэ нь "Page" буюу хуудас. Ямар ч ашгийн төлөө аж ахуйн нэгжүүд Facebook дээр өөрийн гэсэн хуудас хуудсыг огт үнэ төлбөргүйгээр нээж болохоор болсон байна. Энэ хуудас нь хэрэглэгчийн хувийн хуудастай тун төстэй ба аппликейшн тавьж болох юм. Компанийн ойрын зорилго нь чадах чинээгээрээ олон байгууллагыг өөрсдийн энэ сурталчилгааны шинэ үйлчилгээнд нэгтгэх. Жирийн нэг хэрэглэгчид эдгээр хуудаст найз биш, "фэн" болж болох байв. Эдгээр шинэ сурталчилгааны хуудсан дээрх үйлдлүүд нь Facebook-ийн найзуудын News Feed дээр гарах болно. (Хожим би New York Times-ийн "фэн" болоход миний найз энэ тухай өөрийн News Feed-ээсээ мэдсэн байх жишээтэй). үүнтэй адил Beason гэх нэгэн аппликейшн байсан ба 44 компанитай үйл ажилгаагаа явуулдаг, гол зорилго нь хэрэглэгчдийн ямар зүйл худалдан авсныг найзуудын News Feed-рүү явуулах замаар тухайн компанийг рекламддаг байв. Энэ нь хожим маш том асуудлын учир шалтгаан болсон.

Энэ шинэ төрлийн сурталчилгааны хэлбэр нь өндөр ашиг орлоготой том компаниудаас эхлээд дөнгөж байгуулагдсан жижиг компаниуд хүртэл өөрсдийн үйл ажиллагааг эрх тэгш сурталчлах бүрэн боломж олгож өгсөн юм. Энэ мэтээр хамгийн бага хөрөнгөтэй компани, хувь хүн ч дэлхий нийтэд хүрэх зар сурталчилгааг өөрийн гэсэн хуудас нээснээр үнэгүй хийх боломжтой аж. Энэ шинэ хэлбэрийн зар сурталчилгааны загвараа үйлчилгээнд нэвтрүүлэхийн өмнө Цукерберг маш том цуу яриаг тараасан ба үүнийгээ арваннэгдүгээр сарын 6-нд олны өмнө ёслол төгөлдөр нээн, өөрөө танилцуулж, үйлчилгээнд оруулсан байна. Энэ нь түүний хувьд Цахиурт Хөндийгөөс өөр газар хийж байгаа анхны том сурталчилгааны яриа, илтгэл байсан гэхэд болно. "100 жил тутам мэдээлэл технологи нь хувьсаж байдаг" хэмээн тэр яриагаа эхэлжээ. Цааш "Сүүлийн 100 жилд олон нийтэд зориулсан мэдээлэл гэдэг зүйл ноёрхлоо. Гэвч олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэлд хүмүүс одоо итгэх нь багасч эхэлж байна. Тиймээс дараагийн 100 жил мэдээлэл нь олны амаар биш харин зөвхөн итгэлт хүнээс л олж сонсвол мэдээлэл гэх жинхэнэ утгаа хадгалах болно. Мэдээлэл нь бие биетэйгээ итгэлээр холбогдсон сая сая хүний хооронд л үүсэх болно... Ямар ч хүнд хамгийн ихээр нөлөөлж чадах зүйл бол хамгийн итгэлт найзын хэлсэн үг, мэдээлэл, санал юм... Энэ шинэ үед "итгэлт хүн" гэдэг маань зар сурталчилгааны амин сүнс юм" хэмээн яриагаа үргэлжлүүлжээ.

Энэ өдрүүдэд тохиолдсон өөр нэгэн зүйл бол Beason гэгч функцийн тухай шуугиан байлаа. Энэ функцийн нөлөө нь Facebook-ээс хэтэрч гадаад ертөнцөд үйлчилгээгээ үзүүлэх болсон нь хэрэглэгчдийн дургүйг хүргэж байсан юм. Beason нь маш ядмаг хийцтэй, өөртэй нь хамтран ажиллах вэб сайт дээр хийгдсэн тухайн хэрэглэгчийн үйлдлийг Facebook найзуудад нь харуулдаг, News Feed дээр нь мэдэгдэл хүргэдэг үйлчилгээ байв. Энэ нь бүр зар сурталчилгааны ч зориулалттай байгаагүй юм. Тиймээс ашиг ч олдоггүй байв. Beason нь

Facebook-ийн платформын багийнхны хийсэн ажил. Энэ нь тухайн хэрэглэгчийн авсан худалдааг найзуудад нь дохио, мэдэгдэл болгон News Feed дээр нь гаргадаг. Ингэснээр тухайн хэрэглэгчийн худалдан авсан дэлгүүр болон сайтыг рекламддаг байсан байна. Facebook ч хамтрагчдыг нь олж өгсөн байсан ба нийтдээ 44 компанитай хамтран ажиллаж байжээ.

Жишээ нь, хэрэглэгч Netflix-ээс кино түрээслэсэн, Zappos.com-оос гутал худалдан авсан, эсвэл Fandango-оос киноны тасалбар авсан бол энэ тухай Facebook найзуудын News Feed дээр зураг хэлбэрээр харуулдаг байсан байна. Beason нь зар сурталчилгааны нэмэлт болон гарах ёстой байсан учир хэрэглэгчид тийм сайн туршиж үзээгүй байна.

Ингээд олон нийтэд ачааллагдаж эхэлсний дараа хэрэглэгчдийн зүгээс маш муу сэтгэгдлийг хүлээж авав. Массачусетсийн нэгэн залуу эхнэртээ зориулан бөгж авчээ. Харин түүний эхнэрийх нь хуудсан дээр энэ тухай мэдээлэгдсэн байна. "Шон Лайн 14 каратын цагаан алтан бөгжийг overstock.com-оос худалдан авлаа" гэсэн байжээ. Хоёр цагийн дараа Лайны гайхсан эхнэр түүн рүү "Энэ бөгжийг хэнд өгөх гэж байгаа юм" гэсэн зурвас явуулав. Лайн эхнэртээ зул сараар гэнэтийн бэлэг барих гэж байсан нь ийн задарсан аж. Энэ мэтээр Beason-оор үйлчлүүлсэн ихэнх хэрэглэгчийн Зул сарын бэлэг нь бэлэг гэдэг утгаа алдсан байна.

Ингээд ажил нь буруу тийшээ явж эхлэхэд олон хэрэглэгчид бухимдаж эхлэв. Гэтэл Цукерберг бахархсан бардамнасан байдалтай тайлбарыг хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээр түгээж байлаа. үүнээс болж хэрэглэгчид "Facebook-т хүч нөлөө л чухал. Цукербергийн хувьд хэрэглэгчдэд нь юу тохиолдож байгаа нь огт сонин биш" хэмээн эгдүүцэж эхэлсэн юм. Гэвч энэ нь тийм ч зөв дүгнэлт биш байсан бизээ.

Хэрэглэгчдийн дургүйцсэн хандлага улам их хүчээ авав. Facebook-ийн мэдээлэл хурдацтай түгээх чадвар нь энэ удаа эргээд өөрийнх нь эсрэг ашиглагдах болов. MoveOn.org хэмээх либералчуудын хөдөлгөөн Beason-ыг эсэргүүцэгчдийг тэргүүлж байв. Ингээд тэд Facebook дээр ч эсэргүүцлийн бүлэг нээсэн байна. Бүлгийн тайлбар хэсэг дээр "Facebook нь бидний хувийн амьдралд халдаж байгаа юм биш үү" хэмээн асуусан байжээ. Нийтдээ 68 мянган хэрэглэгч энэ бүлэгт нэгджээ. Гэвч энэ нь тийм ч их тоо биш байв. Бодит байдал дээр эсэргүүцсэн хэрэглэгчийн тоо News Feed дээр гарах мэдэний дөнгөж 0.1 хувийг л энэ эзэлж байсан юм. Гэвч MoveOn олны анхаарлыг дэндүү их татаж чадсан юм. Тэд бусад эсэргүүцэгч идэвхтнүүдтэй хамтран Улсын үйлчлүүлэгчийн Эрхийг Хамгаалах газар гомдол гаргаж, зарим нэг нь шүүхэд өгөх хандлагатай болж эхлэв.

Beason нь Facebook-ийн түүхэнд гарч байсан хамгийн хөнөөлтэй, хамгийн их газар авсан маргааны нэг болсон юм. Энэ нь олон шалтгаантай. Жишээ нь, Facebook бүтээгдэхүүнээ үнэхээр буруу сонгосон байсан ба Beason ч хэрэглэгчдийн мэдээллийг үнэхээр буруу ашигласаар байсан. Гэтэл Facebook-ийнхэн сохор юм шиг тоохгүй байсан нь нэг том шалтгаан. Beason нь Цукербергийн чандлан хайрласаар, хамгаалсаар ирсэн нөгөө л хэрэглэгчийн нууцлал болон мэдээллээ удирдах эрх гэх мэтийг шууд зөрчиж байсан юм. Ийм байхад Цукерберг бараг гурван долоо хоногийн турш энэ тухай ямар ч мэдэгдэл тайлбар хийлгүй таг чиг болж, юу ч болоогүй юм шиг аашилж байсан нь эсэргүүцэгчдийг улам уурлуулж, маргааныг улам асахад хүргэжээ. Цукерберг зүгээр л дэлгэцийн араас статистик тоо баримтыг харан суух ба тэндээс Beason Facebook-т тийм ч сайн тохирохгүй байгааг олж мэднэ. Тэгсэн хэрнээ эсрэг арга хэмжээ огт авахгүй. Харин энэ мэт чимээгүй байдал нь цөөн

ч гэсэн хэрэглэгчийн дургүйг үнэхээр их хүргэсээр хэвлэл мэдээллийнхний чихэнд ч хүрсэн юм.

Түүний энэ чимээгүй, үл хайхарсан байдал нь Цукербергт заримдаа муугаар нөлөөлдөг. Энэ удаад ч тэгэв. Хамгийн гол нь тэр энэ асуудал дээр ямар ч мэдэгдэл хийж, уучлалт хүсээгүй ба саяхныг хүртэл бүр тууштай эсэргүүцсээр, тэдэнтэй сөргөлдсөөр л байсан юм. Анхандаа тэр хэрэглэгчдийн хэрэгцээнд тохирох үйлчилгээнд анхаарлаа хандуулж байсан бол энэ удаа гэв гэнэт хэрэглэгчдээ бүхнээс илүү мэдэх юм шиг зан гаргасан байна. Энэ нь хэрэглэгчдэд огт таалагдсангүй.

Өнгөрснийг эргэж харвал Цукерберг өөрийгөө тэр үед хэт ичгүүргүй загнаж байснаа хүлээн зөвшөөрдөг ажээ. Тэр "Бид энэ асуудлыг тийм ч шуурхай хүлээж аваагүй юм" хэмээн харамсангүй хэлнэ. "Яагаад гэвэл бид бүгд хэрэглэгчдийн юм болгоныг муулдаг занд бүр дөжирчихсөн байсан юм. Мөн энэ эсэргүүцэж буй зүйл нь яваандаа зөв болно хэмээн бодоод хайнга хандсан. Харин дараа нь бид энэ асуудлыг дутуу үнэлсэн гэдгээ ойлгосон" хэмээн Цукерберг хэлсэн байна.

Ингээд арваннэгдүгээр сарын 29-нд буюу Beason үйлчилгээнд нэвтэрч эхэлснээс гурван долоо хоногийн дараа Facebook Beason-ыг шинээр загварчилсан байна. Одоо бол хэрэглэгчийн зөвшөөрөлгүйгээр ямар ч мэдээлэл найзуудынх нь News Feed дээр гарахгүй. Энэ явдлаас долоо хоногийн дараа Цукерберг блог дээрээ "Beason-ы талаарх бодол" гэсэн гарчигтай, буруугаа хүлээсэн агуулгатай нийтлэл оруулжээ. Уг нийтлэлдээ "Бид энэ функцийг үйлчилгээнд оруулснаар их том алдаануудыг гаргасан байна. Мөн бид үүнийг давж гарах гээд улам их алдаа гаргачихлаа. Бидний энэ бүтээгдэхүүн зүгээр л муу бүтээгдэхүүн байна. Тийм учраас би та бүхнээс уучлалт гуйж байна. Бид гаргасан алдаандаа зөв шийдвэр олох гэж маш их цагийг гарздан бодлоо. Facebook өдий хүртэл амжилттай яваа нь хэрэглэгчиддээ өөрийн бүх мэдээллийг удирдах бүрэн эрхийг үлдээдэг байсантай шууд холбоотой. Харин Facebook шиг амжилт олохын тулд Beason яг л ийм зүйлүүдийг өөртөө багтаах ёстой байсан..." хэмээжээ. Мөн тэрээр "Хэрэв олон хэрэглэгчээс санал гомдол ирвэл Beason-ыг үйлчилгээнээс хасахад бэлэн" гэдгээ хэлсэн байна. Чухам үүнийг л MoveOn-ийхон хүлээж байсан билээ. Beason нь Facebook-ийн нэр хүндэд одоо болтол арилж дуусаагүй байгаа хар толбыг үлдээсэн юм. Хэвлэл мэдээллээр тархсан шуугианы улмаас хэрэглэгчдийн өсөлт ч удааширсан байна. Face-book нь Beason-ы хямралаас гарах гэж нилээд хугацааг алдсан юм. Муу тал их байсан ч, нэг ололттой тал нь Beason Facebook-ийн ирээдүйд явах замыг нь тод гэрэлтүүлж өгсөнд оршино. Тодруулбал, жинхэнэ ил тод ертөнцийнх нь эхлэл байсан юм. Хэрэв тухайн хэрэглэгч ямар нэгэн зүйл худалдаж авлаа гэхэд, эсвэл хэн нэгний блог дээр сэтгэгдэл бичлээ гэхэд Facebook-ийн хамгийн гол зорилго нь найзуудад энэ бүхнийг ямар ч төвөг саадгүйгээр мэдээллэхэд оршино. Beason програм нь 2008 оны төгсгөл хүртэл ажилласан хэвээр байлаа. Энэ хооронд түүнийг эсэргүүцэгчид ч намдсан байна. Цукербергийн хэлж байгаагаар тэд Beason-ыг хэтэрхий эрт үйлчилгээнд оруулсан байсан гэнэ. "Beason-ы хамгийн сул тал нь цаг үеэ олоогүйд байсан юм. Учир нь хүмүүс өөрсдийн үйлдэл болгоныг нээлттэй байлгахад бэлэн биш байсан билээ. 2009 онд тэд Beason-ы арай өргөжүүлсэн загвар болох Facebook Connect-ийг үйлчилгээнд нэвтрүүлжээ. Хүн бүр хийсэн үйлдлээ үүнийг ашиглан хүсвэл найзууддаа харуулах боломжтой.

Beason-ыг тойрсон энэ бүх хэрүүл маргаан намжингуут удирдах зөвлөлийн гишүүн Жим Бреер Цукербергтэй маш чухал асуудлаар ярилцжээ. "Энэ удаа алдлаа, бид шууд л уучлалт гуйх ёстой байсан юм" хэмээн тулгах нь тэр. "Миний хувьд энэ нь Маркт шинэ гүйцэтгэх захирал авах хэр чухал болохыг баталсан юм" гэж тэр дурсжээ. Ван Натта бол хэлэлцээр гайхалтай хийдэг, бизнес хөгжүүлэх талаар хэнтэй ч харьцуулшгүй, тэвчээртэй, тогтвортой хүмүүсийн нэг бөгөөд, 23 настай "одоо хүртэл суралцсаар яваа" захиралдаа байнга тусалж түшиж дэмждэг компанид зайлшгүй байх ёстой хүмүүсийн нэг байв. Түүнчлэн онлайн зар сурталчилгаа хэмээх төвөгтэй салбарыг авч явж чадах хэн нэгэн зайлшгүй хэрэгтэй байлаа. Цукерберг энэ тухай хэдэн долоо хоногийн турш бодож үзсний эцэст Бреерийн хэлснийг зөвшөөрсөн байна. Харин Бреер тохирох хүнийг хайх ажлыг Ван Наттад томилжээ.

Арван хоёр сарын дундуур болсон Зул сарын үдэшлэг дээр Цукерберг Ван Наттагийн олсон хүн болох Шерил Сандбергтэй уулзжээ. Тэрээр Google-ийн удирдлагуудын нэг байсан бөгөөд хайлтын системийн мангас энэ компанийн хувийн сурталчлах рекламны хэлбэрийг санхүүгийн ширгэшгүй ундрага болтол нь хөгжүүлсэн хүмүүсийн нэг аж. Цукерберг тэр хоёр танхимын буланд бараг бүтэн цагийн турш зогсоогоороо шахуу өсөн дэвшиж байгаа технологийн компанийг хэрхэн зохион байгуулах тухай ярилцсан байна. Тэр хоёр ийнхүү үдэшлэг дуусан дуустал ярилцаад дараа нь цуг хооллон яриагаа үргэлжлүүлэхээр болжээ.

Сандбергтэй хийсэн урт удаан ярилцлагын дараа Цукерберг ажилд нэр дэвшигчидтэй уулзаж эхэлсэн байна. Түүний уулзсан хүмүүсийн нэг нь, ердөө жил хүрэхгүйн өмнө Facebook-ийг худалдаж авахаар "мөрч нохой" шиг салахгүй дагаж байсан Yahoo-ийн ашиглалтын хэлтсийн дарга Дан Розенсвайг байв. Тэрээр Цукерберг, Сандберг хоёрын уулзсан үдэшлэг дээр бас ирсэн байлаа. үдэшлэг дээр Цукерберг бас нэгэн хүнтэй уулзсан нь Yahoo-ийн хамгийн шилдэг ажилчдын нэг бөгөөд маргаан шийдвэрлэх болон зохион байгуулах ур чадвараараа бишрэгдсэн Жефф Вайнер гэгч байж.

Сандберг Google-д 2001 оноос ажиллаж эхэлсэн бөгөөд биржээс нь сая сая доллар олчихсон учир хангалттай гэж үзээд явахаар шийджээ. Гарах гэж байгаа сургаар нь мэдээлэл технологийн алдартай компани East Coast ихээхэн том албан тушаалын санал тавьсан байна. Тэрээр энэ талаар бодолцон, Цахиурт Хөндийд алдартай бөгөөд иймэрхүү асуудалд хамгаас бодитоор ханддаг Рожер МкНамийтай уулзан өдөржин ярилцаж зөвөлгөө авчээ. "Наадах чинь үнэхээр сайхан санал байна шүү дээ. үүнийг хийх хэрэгтэй" хэмээн МкНамий хэлснээ, эргэлзэнгүйгээр "Гэхдээ боломж гарвал чи Цукербергтэй хамтран ажиллах хэрэгтэй" хэмээн зөвлөжээ. МкНамий Цукербергийг шинэ гүйцэтгэх захиралд тохирох хүнийг хайж байгааг мэдэх аж. Харин Facebook-ийн боловсон хүчнийг хариуцсан Коллер, Сандбергийг ажилд орох талаар аль жилийн өмнө л санал тавьж байсан аж. Коллер түүнтэй таарах болгондоо "За, хэзээ ажилдаа орох гэж байна даа?" хэмээн тоглоом шоглоомоор цухуйлгадаг байв. Ингээд Сандберг, Цукерберг нар хооллох талаар и-мэйл санаандгүй солилцжээ. Сандберг үүнийг ажилд орох ярилцлага гэж огт гадарлалгүй очсон гэдэг.

Тэд Пало-Алтод байрлах даруухан жижигхэн нэгэн ресторанд уулзахаар болов. МкНамий Сандбергийн тухай Цукербергт хангалттай ярьж өгчээ. өдрийн цайны үеэс авахуулаад 22.00 цаг болж ресторан хаатал ярилцаад Сандбергийн гэр лүү нь очиж яриагаа үргэлжлүүлэхийг Цукерберг хүссэн аж. Сандберг хоёр жаахан хүүхэдтэй эмэгтэй байсан бөгөөд ихэнхдээ 21.30

цагт орондоо ордог байж. Гэтэл Цукерберг тэднийд шөнө дөл өнгөртөл ярьсан хэвээр байсан тул Сандберг тэсэлгүй хөөж явуулжээ. Ингэхгүй л бол Цукерберг үхэн үхтлээ ярилцаж магадгүй мэт санагдсан аж.

Энэ мэтчилэн ажилд нэр дэвшигчид Цукербергтэй зөндөө уулзалт хийдэг байв. Цукерберг хүний нөөцийн асуудалд маш тайван, огт яаралгүй ханддаг байсан бөгөөд ялангуяа энэ ажлын байрны тухайд их нухацтай боджээ. Тэрээр энэ урт удаан ярилцлагаараа магадгүй 10, 20 жил тасралтгүй ажиллах хүнийг нэвт мэдэж авдаг байсан байх. Энэ удаа ч тэрээр сонголтоо маш зөв хийн, хэдэн арван жилээр зүтгэх тэр л хүнийг хайсан аж. Цукербергтэй нийт 55 цаг ярилцсан уулзалтаа Сандберг "дуусахгүй ярилцлага" хэмээн шоглон хэлсэн байдаг. Сандберг эдгээр уулзалтаа Цахиурт хөндийн давчуу жижиг ертөнцөд огт мэдэгдэлгүй, нууцаар өнгөрөөхийг хүсч байв. Нэг удаа Сандберг нөхөртэйгээ (Yahoo-гийн шилдэг ажилтны нэг Дайв Голдберг), Цукерберг найз охин Присцилла Чантайгаа дөрвүүл хэнд ч мэдэгдэхгүйн тулд хотын төвөөс нэлээн зайдуу Сан Францискогийн онгоцны буудлын хавьд уулзжээ.

Цукерберг ч бахь л байдгаараа, Сандбергийг шалгаасаар байв. Ярианы сэдэв нь Facebook-ийн таван жилийн дараах ирээдүй, Сандбергийн улс төрийн бодлого, туршлага болон түүний намтар түүх аж. Цукерберг янз бүрийн асуултаар булж, түүнийгээ дүгнэнэ. Ажилд орох гэж байгаа Сандберг ч даргыгаа хувь хүн талаас нь таньж мэдэх хэрэгтэй байв. Түүнд Цукерберг тийм ч итгэл даах хүн мэт санагддаггүй байж. Учир нь тэр хоёрыг уулзахаас хэдхэн өдрийн өмнө Харвардын оюутнуудын эрхлэн гаргадаг 02138 сэтгүүлд томоохон хэмжээний нийтлэл гарсан ба үүнд Винквоссийн ах дүүсээс эхлээд Facebook-ийн бүхий л түүхийг бичээд эцэст нь Цукербергийг оюуны өмчийн хулгайч хэмээн дүгнэсэн байжээ. үүнийг уншсан байсан болохоор найз МкНамийгийн санал болгосон Цукерберг гэгчид эргэлзээ төрсөн аж.

Нэгдүгээр сарын сүүлчээр Сандберг, Цукерберг хоёр Швейцарийн Давос хотноо болсон Дэлхийн эдийн засгийн чуулгад оролцохоор явжээ. Сандберг Google-ийг үүсгэн байгуулагчид Ларри Пейж, Сергей Брин нарын хувийн онгоц Google One-оор Зьюрих хүртэл нисэхдээ Цукербергийг хамт нисэхийг урьсан аж. Тэр хоёр Google-ийхэнд ямар нэгэн сэжиг авахуулахыг огт хүсээгүй учир нислэгийн турш маш болгоомжтой нуугдан ярилцжээ.

Тэр хоёрын ярианы сэдэв гүнзгийрч, улам чухал болж эхлэх тусам Сандберг сайн найз Washington Post Co.-ийн захирал Дон Грахамаас Цукерберг гэж чухам хэн болох, Facebook хэр найдвартай компани болох талаар лавлажээ. (Дон Грахам Сандбергийг 2000 онд Улсын сан хөмрөг хадгалах газраас гарахад ажилд авах гэж мөн нэлээд хөөцөлдөж байсан аж.) Гэтэл хамгийн сонирхолтой нь Сандберг гэгч чухам хэн болох талаар Дон Грахамаас Цукерберг мөн адил лавласан байв. Дон Грахам ч тэдэнд хоёуланд нь "Ёстой сонин зохицол, гайхалтай хослол болно" гэж тэр дор нь хариулжээ.

Цукерберг Сандбергийг ажилд аван, 2008 оны гурван сараас албан ёсоор ажлаа эхэлсэн байна. Microsoft-ийн дуулиант хөрөнгө оруулалт Facebook-ийг санхүүгийн шинэ "хүчтэн" мэт харагдуулж байсан бол Сандбергийг авсан явдал нь маш сайн зохион байгуулалттай компани болно гэдгийг харуулсан юм.

Сандберг ажилд ороход ердөө 23-хан настай энэ залуутай хамтарч ажиллахад ямар байх

болон хэр зохицох тухай түгшүүр түүнд байлаа. Ажилд орсон эхний өдрөө Сандберг, Цукерберг тэргүүтэй хүмүүст ажилтнуудыг дүгнэх системийн талаар Google-д хэрхэн дүгнэдэг байсан, ямар ямар арга зам байдгийг нэлээд удаан тайлбарласан байна. Ингээд бүгд энэ дүгнэх ситемийг хэрэглэхээр зөвшөөрчээ. Анхныхаа уулзалтыг амжилттай гээд ганцаараа гарсан Сандберг дээр Цукерберг очин:

-Намайг уучлаарай! хэмээжээ.

-Юунд тэр вэ? гэж Сандберг гайхан асуувал,

-Анхааралтай сонсож чадалгүй ийш тийш харж суусанд.

-Тийм үү? Би огт анзаарсангүй.

-За.. гээд Цукерберг нэг их юм хэлэх гэж байгаа аятай гүнзгий амьсгаа авснаа "Би компанийн CEO-гийн хувьд дөнгөж ажилд орсон чамайг дэмжих ёстой. Хуучин ажилтнуудад чамд итгэж буйгаа харуулах ёстой. Саяын уулзалт дээр харин би үүнийг харуулж чадсангүй" гэсэн байна.

Үүнийг сонсоод Цукербергт эргэлзэж байсан бүх эргэлзээ, түгшүүр нь ариллаа. "үүний дараа би Хамтран ажиллаж болох юм байна гэж л бодсон" гэж дурсжээ.

Сандберг ирснээс хойш шилдэг ажилтан, сурталчилгааны аврага, шилдэг борлуулагч үргэлж шалгарч байх болов. Тэрээр Google гэгч том компанийн сурталчилгааны албанд ажиллаж байсан дуусашгүй их туршлагатай нэгэн бөгөөд интернэт дэх сурталчилгааны бизнесийн талаар хэнээс ч илүүтэй ойлгодог, ажиллаж чаддаг байжээ. Microsoft-той хийсэн гэрээ, Facebook-ийн сурталчилгаа гээд ашиг олох олон зүйлийг хурдан хийх хэрэгтэй байсан ч юун түрүүнд Facebook-ийг жинхэнэ бизнес болгох нь чухал байлаа. Тиймээс Сандбергийг чамгүй их ажил хүлээж байлаа.

13. Мөнгө олох

"Бид ямар бизнес рүү оров?"

Шерил Сандбергийг ажилд орох үед олон нийтэд хоромхон зуур түгэж чадсан гайхам амжилтаа хэрхэн ашигтай бизнес болгох гэдэг асуудал удирдлагуудын ярилцах хамгийн ноцтой сэдэв болсон байсан юм. Энэ талаар тодорхой хариулт Цукербергт ч байгаагүй бөгөөд үнэндээ үүнийг нэг их чухалд тооцдоггүй байв. Харин Сандберг бол зохион байгуулалт, аргачлал сайтай менежер хүн. Тэрээр Facebook-ийн удирдлагыг нэг бүлэг болгохыг хүсчээ. Түүний ирсэн гол зорилго нь компанийг зар сурталчилгааны "эх ундрага" болгоход оршиж байв. Тийм ч учраас тэрээр өөрийн бүх ажилчдаа "М" багтай зохицон нягт хамтран ажиллахыг уриалж байжээ. Түүний бодол санаанд Facebook нь дэлхийн түүхэнд байсан хамгийн том зар сурталчилгааны талбар болно гэсэн дүрслэлхэдийн биеллээ олоод байсан юм.

Бодит байдал дээр энэ асуудал тийм ч амар биш байв. Учир нь Facebook-т мөнгө дутагдаж байсан юм. Microsoft, Ли Ка Шинг болон Samwer Brothers-ээс босгосон 375 сая доллар нь гэрлийн хурдаар үрэгдэн, шавхагдаж байлаа. Цукербергийн зарим хамтрагч нар нь одоо "анхнаасаа олон хөрөнгө оруулагчдыг татах зорилгоор арай бага үнэлгээг зарлах байсан юм" гэж дургүйцлээ илэрхийлдэг боллоо. (Арай бага үнэлгээ өгсөн бол Facebook-ийг олон хөрөнгө оруулагч сонирхох нь тодорхой байсан юм). Компанийн ажилчдын тоо ч хурдацтай нэмэгдэж байлаа. Тухайн үед Facebook нь 500-аад ажилчинтай болсон байв. Энэ олон ажилчдын цалин, мөн шинэ сервер нэмэх асуудал гээд л мөнгө салхи шиг хийсэн алга болж байв. Удахгүй тэд АНУ-аас гадна өөрийн өгөгдлийн төвийг барих хэрэгтэй байсан бөгөөд энэ нь Facebook-ийг олон улсын талбарт бүрэн гарахад тус болох учиртай. үүнийг барихад бас л мөнгө хэрэгтэй болно. Мөн хэсэг хугацааны өмнө төв байрны хажуухан талд нэгэн гоёмсог кафе барьсан байна. Энэ хоолны газарт Google-ээс өндөр цалин амлаж байж худалдаж авсан тогооч нар Facebook-ийнхэнд үйлчлэх ба бүх л төрлийн тансаг хоолыг Facebook-ийн ажилчид бүгд үнэгүй иддэг байв.

Сандберг компанид ажиллаад таван долоо хоног болсны дараа Facebook-ийн удирдлагыг зар сурталчилгааны бололцоонд анхаарлыг нь хандуулахаар олон уулзалт зохион байгуулсан байна. Цукерберг энэ уулзалтад оролцсонгүй. Учир нь тэрээр сарын турш дэлхийг тойрон аялахаар бэлдэж байсан юм. Тэрээр бүх юмнаас жаахан ч гэсэн завсарлахыг хүсчээ. Харин завсарлага авах хамгийн тохирсон үе нь яг одоо ирсэн байв. Гав ганцаараа үүрдэг цүнхтэйгээ Берлин, Истанбул, Энэтхэг, Япон гэх мэт улсаар дамжин дэлхийг тойрон аялах төлөвлөгөөтэй байв. Энэтхэгт тэрээр Гималайн нуруунд орших нэгэн агуйд очсон бөгөөд яг л энэ агуйд Стив Жобс (Apple Computers-ийн үүсгэн байгуулагч) "гэгээрлийг" олсон гэдэг.

Хамтран зүтгэгчдийнх нь үзэж байгаагаар Цукерберг Сандбергд өөрийн нэр хүндийг өсгөх боломж олгон ажлаасаа албаар түр хугацаанд чөлөө авсан гэнэ. Тиймээс Сандберг Цукербергийн байхгүйд шийдэх, ядаж чиглэлийг нь гаргах ёстой "Facebook-ийн асар олон хэрэглэгчийг яаж мөнгө болгон хувиргах вэ" гэдэг том асуудалтай хоцоржээ. Тиймээс Сандберг Facebook-ийн салбарын эрхлэгчдийг оролцуулсан хурал, уулзалтуудыг ихээр хийх болсон байна.

Энэ уулзалтууд нь ихэнхдээ оройн 18-21 цагийн хооронд долоо хоногт 1-2 удаа болдог байсан юм. Эхний уулзалт дээр компанийн сурталчилгаатай холбоотой салбарын цөөн дарга нар л ирсэн байлаа. Зар сурталчилгаа зарах асуудлыг хариуцдаг Майк Мөрфи, бизнес хөгжил болон олон улсад гарах асуудлыг хариуцдаг Чамат Палихапития, онлайнаар хувийн сурталчилгаа хариуцан ажилладаг Тим Кенделл, Microsoft-ийн сурталчилгааг хариуцдаг Дан Роуз, зарын бүтээгдэхүүний удирдлага Кент Счоен, зар сурталчилгааны техникийн асуудлыг хариуцдаг Канг Ши Жин, Матт Коллер нар иржээ. Сандберг уулзалтад хүрэлцэн ирсэн хүмүүсийн өмнө гарч Цукербергийн цагаан самбар дээр "Бид одоо ямар бизнестэй байна вэ?" гэх өгүүлбэрийг бичээд яриандаа оржээ.

Тэнд хүрэлцэн ирэгсэд нь бүгд эрчүүд байв. Ийнхүү Сандберг эрчүүдийг өөрсдийн үзэл бодлоо илэрхийлэхийг хүссэн байна. Энэ мэтээр уулзалт нь илүү сонирхолтой болж эхэлсэн ба дараа дараагийн уулзалт дээр улам олон хүн ирдэг болов. Энэ уулзалтыг тасалж болохгүй гэсэн яриа ч сүүлдээ тархав. Ингээд л тэд орой болгон 15-20 хүнтэй ярилцлага хийж, тулгамдсан асуудал дээр санаа оноогоо солилцдог боллоо.

Энэ цаг үед Facebook-ийн хэрэглэгчдээр мөнгө олох арга нь олон янз байсан юм. Microsoft Facebook-т зарлалын баннер зарснаар тэд мөнгө олдог байлаа. Гэвч 2007 оны сүүлчээр хийгдсэн олон улсын хүрээнд зар явуулах эрхийг авснаас хойш Microsoft бүх орлогын 25 хувийг л өгөх болсон байна. Харин Facebook-ийн хувьд энэ нь хангалтгүй байсан юм. Тэд өөрсдийн ирээдүйд хангалттай итгэлтэй байхад нь өөр нэгэн мөнгөний урсгал зайлшгүй хэрэг болов. Тэдний хувийн сурталчилгааны хувилбар болох "хуудас" нь Beacon гэгч гайхал этгээд хэрэглэгчдийн уур хилэнг хамгаас их хүргэсэн үед үйлчилгээнд орсон учир дорвитой амжилт олж чадсангүй. Facebook-ийн мөнгө олдог өөр нэг урсгал нь "ивээн тэтгэгчтэй зурвас" байсан юм. Энэ нь хэрэглэгчдийн News Feed дээр яг л найзуудаас нь ирэх дохио шиг ирэх боловч найзууд бус, Кока-Кола гэх ч юмуу, бусад ивээн тэтгэсэн компаниас ирэх ажээ. Онлайн бэлэг нь маш хурдацтай олныг хамарч эхэлсэн байна. Жишээ нь жижигхэн аяган доторх дээрээ лаа асаасан бялууг хэрэглэгчид найзынхаа төрсөн өдөрт зориулж нэг доллараар худалдан авч "ханан" дээр нь тавьдаг байлаа. Гэвч энэ нь мөнгө олдог салбаруудаас хамгийн сул нь байсан нь тодорхой.

Цукербергийн цагаан самбар дээр Сандберг хэрхэн мөнгө хийж болох талаар боломжит хувилбаруудыг бичжээ. Facebook зар сурталчилгааны бизнест орж болох байв. Эсвэл хэрэглэгчдийн өгөгдлийг зарах, аватар буюу хуудасны зураг болон хэрэглэгчдэд илгээдэг өөр бэлэгнүүдийг нэмэх замаар мөнгө олж болох байв. Мөн хоёр хэрэглэгчийн хооронд онлайн наймаа хийж байх үед PayPal шиг хийгдсэн наймаа болгоноос тодорхой хувийн шимтгэл авч болно. Уулзалтад хүрэлцэн ирсэн хүмүүс дараагийн уулзалт дээр энэ бүхбизнесийн зах зээлийн талаар судалгаа хийж ирдэг байлаа. Тэд онлайн наймаанаас шимтгэл авахарга замыг сонговол энэ нь хэр олныг хамарч болох, энэ нь хэрэглэгчдийн хандалтад нөлөөлөх эсэх, тухайн зах зээлийг сонголоо гэхэд ямар интернет компани тэдний хамгийн том өрсөлдөгч вэ? гэх мэт бүх л мэдээллийг судалдаг байжээ. Ингээд уулзалтын хамгийн сүүлийн өдөр Сандберг танхимд байсан бүх хүнээс “Энэ олон хэлбэрийн зар сурталчилгаа нь орлогын хэдэн хувийг бүрдүүлж болох вэ” хэмээн асуухад бүгд "талаас доошгүй" хэмээн хариулцагдсан байна. Тэд бүх ашгийг зар сурталчилгаанууд бүрдүүлнэ гэдэгт эргэлзэж байсан юм. Учир нь тэдний захирал зар сурталчилгааны тал дээр тэс өөр ойлголттой гэдгийг

тэд яс махандаа шингэтэл ойлгосон хүмүүс.

Бүгд “Цукерберг зөвхөн компанийн хэтийн зорилтод нийцсэн төслийг л хүлээж авдаг” гэдгийг мэдэх аж. "Марк компанийн хэтийн зорилтод их анхаарал тавьдаг юм" хэмээн уулзалтад оролцож байсан нэгэн хүн хэлсэн байна. Мөн бас нэг нь "Тэр хэтийн зорилтод саад болж байгаа ямар ч ашигтай зүйлд цаг болон мөнгө үрэх хамгаас дургүй. Хэрэв та бид ямар бизнесийн нөхцөлд байгааг мэдэхгүй байгаа бол таны мөнгө олохын төлөө хийж байгаа зүйл бүхэн чинь хий дэмий цагийн гарз болон хувирна. Яагаад гэвэл удаан наслахгүй санаа учир Марк хүлээн зөвшөөрөхгүй" гэсэн байна. үнэндээ ч Цукербергт хэрэглэгчийн өсөлт болон хэрэглэгчээс олж авах туршлага нь мөнгө олохоос хамаагүй илүү байсан юм. Тэрээр ирээдүйд санхүүгийн тал дээр ялалт авчирна гэдэг нь хэрэглэгчдийн өсөлтөөс шууд хамааралтай гэдэгт итгэдэг нэгэн. Харин Веасон-ыг тойрсон азгүйтэл олон хүний итгэлийг алдсан байв.

Ингээд бизнес стратегиа боловсруулахын тулд хамгийн гол анхаарах зүйл бол Facebook-ийн хэтийн зорилтод нийцэх учиртайгаас гадна Facebook-ийн ямар салбар дээр амжилт гаргахыг олох хэрэгтэй. Мөн өрсөлдөгчдийнхөө сул талыг олж мэдэх хэрэгтэй. Энэ сул тал дээр л Facebook гол тоглолтоо хийнэ гэсэн үг юм. Facebook-ийхэн өөрийн гэсэн онцлогийг олох хэрэгтэй байлаа. Жишээ нь Google-ийнхны хувьд тэдний интернэт сурталчилгааны хэлбэр нь хэрэглэгчдийн авахаар хэдийн шийдчихсэн юмыг сурталчилдаг байв. Тиймээс Facebook-ийн гол онцлог нь үүний эсрэг буюу хэрэглэгчдэд юу хүсэж байгааг нь мэдэхэд туслах зар сурталчилгааны хэлбэрийг сонгох байсан юм. Жишээ нь Google-ийн хайлтын систем дээр ямар нэгэн тодорхой зүйлийг хэрэглэгч хайлаа гэж бодоход түлхүүр үгэнд нь тохируулах зар сурталчилгааг Google илэрцдээ харуулдаг. Яг энэ аргаар тэд сая сая доллар олдог. Илэрцэд гарах сурталчилгааны ихэнх нь тухайн хэрэглэгчийн хайж байсан, авахыг хүсэж байсан зүйлийн сурталчилгаа гаргадаг гэсэн үг юм. Мэргэжлийн хэллэгээр бол Google-ийн сурталчилгаа нь хэрэглэгчийн "шаардлага хангадаг" функцтэй байсан байна.

Харин Facebook-ийн хувьд тэднээс ялгаатай нэг зүйл нь шаардлага хангах биш, харин шаардлагыг бий болгох зар сурталчилгааны хэлбэрийг сонгосонд оршино. Энэ нь нэг үгээр хэлбэл одоог хүртэл маш амжилттай оршин тогтносоор байгаа телевизийн зар сурталчилгаатай ижилхэн юм. Хэрэглэгчдийн тархинд шинэ санааг суулгаж өгөх зорилготой. Яг л “Чи мөнгөө энэ зүйлд үрэх хэрэгтэй юм биш үү?” гэж байгаа юм шиг л... Хэрэглэгчид Google-ийн хайлтын цонхон дээр “digital camera” гэж бичсэний дараа өөрийн хүсэх Canon Camera-г харж болох юм. Гэвч хамгийн гол нь Google заавал энэ камерийг авах хэрэгтэй гэсэн шаардлагыг огт бий болгож өгдөггүй. Дэлхийн бүх зар сурталчилгааны араас үрдэг мөнгө болох 600 тэрбум долларын 20 хувь нь л "өөрөө юу авахаа мэдэж байгаа" хүмүүсийн мөнгө байдаг гэдгийг Сандбергийн багийнхан судалж гаргажээ. Харин үлдсэн 80 хувь буюу жилийн 480 тэрбум доллар нь "шаардлагыг бий болгосон" сурталчилгаанд үрэгддэг гэсэн судалгаа гарсан байна.

Facebook-ийн зар сурталчилгаан дээр явуулах бодлого нь энэ 80 хувь руу итгэл төгс чиглэж байсан юм. Интернэт нь хэрэглэгчдийг телевизор, сонин, сэтгүүл гэх мэт зүйлүүдээс улам холдуулж байхад Харин Facebook нь хэрэглэгчдийн интернэтэд өнгөрөөх цагийг улам сунжруулсаар байв.

Одоо бол зөвхөн америк гэлтгүй өөр олон улсын хэрэглэгчид Facebook-т маш их цагийг өнгөрөөх болжээ. Тиймээс тэд Facebook-ийн хамгийн чухал зэвсэг болох хэрэглэгчдийн мэдээллийг ашиглан зар олгогчдод рекламаа чиглүүлэх боломжийг өгөх нь тэдний давуу тал байсан юм. Энэ шийдвэрийг Сандбергийн багийнхан Цукербергийг дэлхий тойрон аялах амралтаасаа ирэхийн өмнөхөн эцэслэн шийдсэн байна. Ингээд Цукербергт энэ санаагаа уламжлахад тэрээр энэ шийдвэрийг үнэхээр сайшаажээ.

Цукерберг өөрийн зарын санаануудаа Facebook дээр маш нарийвчлалтай тайлбарласан байна. Тэр ажилчиддаа Facebook-ийн хамгийн том онцлог, бусад сайтуудаас ялгарах хамгийн том ялгаа нь хэрэглэгчдэд хоёр төрлийн харилцаа олгодогт байгаа гэдгийг хэлэв. Найз нөхөдтэйгөө болон зар түгээгчтэй аль алинтай нь салангид ч, зэрэг ч харьцаж болох гэнэ. "Хамгийн гол нь зар сурталчилгаа нь хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжид нийцэж байх ёстой. Хүмүүсийн ихэнх мэдээлэл нь байгалиасаа зар сурталчилгааны хэлбэртэй байдаг юм. Хэрэв ямар нэгэн хэрэглэгчийн хуудсыг харах юм бол тэнд жижигхэн ч зар сурталчилгааны агуулгатай зүйл бий. Жишээ нь дуу, хөгжим, кино болон тоглоом гэх мэт. (Харри Поттерийг дуртай номынхоо жагсаалтад оруулсан байлаа гэхэд энэ нь бусдад сурталчилсан л гэсэн үг). Энэ мэт тухайн хэрэглэгчийг тодорхойлох зүйлс ч нэг талаараа зар сурталчилгааны ач холбогдолтой болж ирж байгаа юм" гэсэн байна.

Түүний хийсэн энэ яриа нь Facebook дээр "урилган зар" буюу "engagement ad" гэдэг ойлголтыг төрүүлсэн байна. Энэ хамгийн энгийнээр харагдах зар олгогчоос ирэх хэрэглэгчийг хуудсан дээр нь үйлдэл хийхийг урьсан зурвас байсан юм. "Урилган зар" нь хэрэглэгчийг ямар нэгэн видео бичлэг дээр сэтгэгдэл үлдээхийг, эсвэл ямар нэгэн бүтээгдэхүүнд санал гомдлоо илэрхийлэхийг, эсвэл тухайн бүтээгдэхүүний "хуудас"-ны фэн болохыг ч урьсан хэлбэрээр ирдэг байлаа.

"Урилган зар" нь хожим "ивээн тэтгэгчтэй зурвас" гэх хамгийн гол зар сурталчилгааны хэлбэрийг дангаараа орлох болсон байна. Шинээр мэндэлсэн энэ "урилган зар"-ууд нь маш том шуугиан тарьж чадлаа. үйлчилгээнд орсон анхны жилдээ л гэхэд дангаараа 100 сая долларын ашиг олсон байна. Энэ "урилган зар" нь 1000 удаа харагдах тоолонд Facebook таван доллар олдог байжээ. Харин хэдэн сая хэрэглэгчтэй Facebook-ийн хувьд өөрийн хуудсаар байнга орж гардаг хэрэглэгчид нь энэ мөнгийг хэд дахин өсгөөд өгдөг байв.

Үүнээс гадна хэрэв хэрэглэгч тэдний бүтээгдэхүүнийг Facebook-ээр дамжуулан мэдэж, өөрийн сонирхлоор зар олгогчтой холбоо тогтоон үйлчлүүлсэн болон худалдан авсан тохиолдолд энэ нь 200 хүний хандалт хэмээн бодогдож шууд 1000 долларын орлого болон ирдэг байсан байна.

"Бид дахин хэзээ ч баннер зар зарахгүй" хэмээн Роуз хэлсэн байна. Учир нь урилган зар нь интернэтдэх зар сурталчилгааны ертөнцөд зар олгогч нь зар хүлээн авагчидтай нэгд нэгэнгүй харьцаж, мэдэж болдог маш содон онцлогтой. Энэ нь интернэтэд уламжлал болсон баннер сурталчилгаанаас хамаагүй өөр зүйл аж. Гэвч үүнийг үл тоон, Microsoft гэрээнийхээ ачаар Facebook-т зориулсан олон олон баннер зарсаар л байлаа. Тэд 2009 онд л гэхэд баннер зар сурталчилгаанаас 50 сая доллар олсон байна. Харин гэрээний хүчин төгөлдөр хугацаа нь 2010 оны эхэнд дууссан билээ.

Facebook зар олгогчдод бусад сайтуудыг бодвол зараа хүргэх хэрэглэгчдийг зөв "онилох" асуудал дээр үнэхээр давуу талтай байсан юм. Яагаад гэвэл хүмүүс Facebook хуудсан дээрээ маш их мэдээлэл тавьдаг байсан учир үүнийг нь зар олгогч нарт ашиглахад маш тохиромжтой байв. Мөн хэрэглэгчид Facebook-т дэндүү олон төрлийн үйлдэл хийдэг байсан болохоор зар олгогч нарт өөрийгөө таниулах боломжийг ч тэр хэрээр олгож байсан юм. Хэрэв Google-ийн хайлтын цонхон дээр "digital camer" хэмээн бичихэд илэрцийн хамт digital camer-тай холбоотой зар сурталчилгаа тухайн хэрэглэгчид харагддаг байсан бол Facebook хаа хамаагүй хүнд зарыг харуулах биш, зөвхөн хэрэгтэй хүнд нь хэрэгтэй зүйлийг харуулдаг онцлогтой. Ингэж Facebook шаардлага биелүүлэх бус, бий болгодог тактикийг хамгийн амжилттайгаар ашиглаж байлаа.

Зар сурталчилгаа нь хэдий маш чухал салбаруудын нэг ч мөнгө олох өөр зүйл бас байсан юм. Роуз үүнийг "хэрэглэгчдийн монетизаци" хэмээн нэрлэдэг. Энэ нь хэрэглэгчид Facebook-т ямар нэгэн үйлдэл хийсний төлөө шууд төлбөр төлөхөд орох орлого юм. Жишээ нь, хэрэглэгчид Facebook-ээр дамжуулан зар солилцох тохиолдолд Facebook тодорхой хураамж авч болох байв. Ялангуяа Facebook-ийн онлайн тоглоомын хэрэглээн дээр ажиглагддаг. Энэ үйлчилгээг компани хэдийн үйлчилгээнд оруулчихсан байсан юм. Сандбергийн тооцоолсноор Facebook-ийн нийт ашгийн 2030 хувь нь яг энэ онлайнаар бүтээгдэхүүн худалдаж авах буюу хураамж авахаас бүрддэг аж. 2009 оны байдлаар витуал-барааны худалдаанаас-Facebook 30 сая доллар олсон байна.

2010 оны эхээр Facebook мөнгөн тэмдэгтийн асуудал дээр онцгой анхаарал хандуулах болов. Тэд шинэ мөнгөн хураамжийн үйлчилгээ нэвтрүүлсэн ба үүнийгээ "Facebook Credit" хэмээн нэрлэсэн байна. Facebook Credit нь ихэнхдээ онлайн тоглоомуудад ашиглагддаг байсан ба хэрэглэгчид тухайн компаниас тоглоомын дарааачийн үе, тоглоомд хэрэгтэй онцгой хэрэгсэл болон виртуал бараа худалдаж авахад ашигладаг байсан байна. Ингээд хэрэв хэрэглэгч өөрийн Facebook Credit-ийг ашиглах юм бол компани 30 хувийг нь шимтгэн авах замаар орлого олдог байжээ. Facebook-ийн зарим тоглоом нь зөвхөн энэ төрлийн төлбөрийн системийг ашиглах болж, хуучны төлбөрийн хэлбэр болох гуравдагч этгээдийг төлбөр төлөх үйл ажиллагаанд оролцохыг бүрэн зогсоосон байна. Facebook-ийн талаарх гол статистик мэдээллийг гаргадаг Inside Facebook-ийн захирал Жастин Смитийн хэлж байгаагаар энэ төрлийн төлбөрийн үйлчилгээ нь Facebook-ийн ирээдүйтэй салшгүй холбоотой аж. Тэр "үүний гол утга нь Facebook-ийн хэрэглэгчид гуравдагч этгээдээр дамжин төлбөр хийхээс илүү их хялбар болох учир цаашид бидний орлогыг өсгөх болно" гэсэн байна. Кока-Колагийн гүйцэтгэх захирал надад саяхан шахуу "Facebook-ийн хэрэглэгчид Facebook Credit-ийг ашиглан кола авч болох боломж байгаа" талаар хэлж байсан юм. Ийм системээр бол нэг бүтээгдэхүүн л гэхэд Facebook-т маш том мөнгөний урсгал болох байсан аж.

Одоо бол Facebook капитализмын шинэчлэл өөрчлөлтийн хамгийн цөмд нь оршиж байна. Марк Цукерберг энэ бүхнийг Facebook-ийг анх Харвардад нээх үеэсээ л зөн совингоороо мэдэрч байсан. Компанийн маркетинг гэдэг нь хүмүүсийн чих болон нүд рүү зар сурталчилгаа "чихэх"ийг хэлэхгүй. Ингэх нь тийм ч буруу алхам биш л дээ. Гэвч одоо ийм арга хол явахаа байсан. Сурталчилгаа гэдэг нь Facebook-т болж байгаа зүйлийг бүрэн илэрхийлэх, бүрэн тохирох үг хараахан биш аж. Facebook өдгөө энэ чиг хандлагаа улам урагшлуулан техник технологийн талаарх хамгийн мэдлэг муутай, хөрөнгө мөнгөгүй

хэрэглэгч ч ашиглаж болохоор энгийн ойлгомжтой болгож байна. Хэрэглэгчид өөрийн гэсэн нүүр хуудастай болж, бусдад зурвас илгээх, дуртай зүйлээ тавих бүрэн эрхтэй байна. Харин ихэнх зүйл нь ашгийн төлөөх үйлчилгээ юмуу, бүтээгдэхүүн байх нь элбэг. Хэн бүхэн өөрийнхөө бараа үйлчилгээг сурталчилсан хуудас нээх бүрэн боломжтой.

"Facebook хуудас нээсэн бизнесийнхэнд хэрэглэгчид заавал таатай хандах албагүй. Хамгийн гол нь хэрэглэгчид тэдний нээсэн бүлэг болон хуудсуудын талбарт өөрсдийн байр суурийг илэрхийлж, санаа бодлоо солилцож байгаа нь чухал" гэж Сан Францискогийн хамгийн том цахим сурталчилгааны үйлчилгээ явуулдаг АКQA компанийн захирал Том Бедекаре хэлж байна. Facebook-ийн сурталчилгааны албаны дарга Майк Мөрфийн ашигладаг нэгэн том маркетинг бол бусад компаниудаас зар сурталчилгаа авахаасаа өмнө тухайн компанийн үйлчилгээ нь Facebook-ийн хэрэглэгчдийн дунд хэр хутгалдсан байгааг хайлтын систем ашиглан эхлээд хардаг байсан аж. McDonald's зэрэг том компаниудын хувьд хэрэглэгчдийн үзүүлэлт болон Facebook хуудсандаа дурдсан байдал нь хэдэн саяар тоологддог байв.

Зарим компани хэрэглэгчдийн хандлагад уурлан олиггүй үйлдэл хийх нь ч бий. Канадийн нэгэн кофений дэлгүүрийн эзэн түүний үйлчилгээг муулсан Facebook бүлгэмийн гишүүдтэй маргалдаж, бүр хуульч хөлсөлж аваад тэднийг энэ үйлдлээ зогсоо хэмээн зурвас явуулж байсан байна. Тэглээ гээд бараг нөлөө үзүүлээгүй юм. Хэнбугай ч хэрэглэгчийн Facebook-т ямар нэгэн бүтээгдэхүүнийг муулах болон доромжлох эрхийг хорьж чадахгүй юм. Яг л Interactive Advertising Bureau-ийн захирал Рандалл Ротенбергийн хэлж байсан шиг хэрэглэгчдийн сэтгэгдэл болон яриаг хэн ч удирдаж чадахгүй. Тэдэнтэй зөвхөн нэгдэж л болох юм.

Жишээ нь, Mazda компани өөрсдийн Facebook хуудсын фэнүүдийг 2008 оны шинэ машины загвар гаргахад туслалцаа хүссэн байна. Дэлхийн өнцөг булан бүрт дизайны чиглэлээр суралцдаг оюутнууд өөрсдийн санаагаа явуулсан юм. Мөн Ben Jerry's хэмээх зайрамагны фирм фэнүүдээсээ зайрамаганд нэмэхийг хүсэж байгаа амттаны санал авсан байна. Ингээд фэнүүд саналаа үлдээх болгонд тэдний найзуудынх нь News Feed дээр харагддаг байлаа. Энэ мэтээр зар олгогчдод тустай мэдээллийг хэрэглэгчид өөрсдөө түгээж байгаа юм. Яг энэ аргаар Ben Jerry's зургаахан долоо хоногийн дотор 300 000-1 000 000 фэнтэй болж чадсан аж. Дээрх хоёр тохиолдолд "урилган зар"-ыг ашиглан Facebook-ийн нүүр хуудсан дээр харагдсан юм. Ийнхүү хэрэглэгчдэд хандах хүсэлтэй маш олон компани өөрсдийн хувийн сайтад анхаарал хандуулахаас илүү Facebook-ийн энэ боломж руу хошуурдаг болсон байна. Жишээ нь, Vitamin Water л гэхэд телевизийн сурталчилгаа болон интернэтэд энд тэндгүй өгөх баннер зар сурталчилгаандаа Facebook хуудсын хаягаа зааж өгдөг болсон юм. Facebook.com/vitaminwater гэх мэт. өөр нэг жишээ гэвэл Gap брэнд billboard.com дээрх баннераа шууд Facebook хуудастайгаа холбож өгсөн аж.

Хэрэглэгч болон зар олгогч хоёрын хоорондын харилцаа нь Facebook-ээр дамжин улам л хөгжиж байсан юм. Энэ нь хөгжил дэвшилд хөтөлж байв. Хэрэглэгчидтэйгээ нягт ажиллан, шинэ бүтээгдэхүүнээ төсөөлүүлэн, дүрслүүлэн, бүрэн харуулж байсан нь тухайн компани, байгууллагын илүү зардлыг бууруулах ба хэрэглэгчдэд шууд хүрэх бүтээгдэхүүн хийхэд нь тусалж байсан юм. Ийнхүү Facebook-ийн тусламжтайгаар тухайн компани хэрэглэгчдийн таашаалд нийцэж чадах байлаа. Энэ мэтээр Facebook нь үнэхээр том, сүлжээний цогцолбор

болтлоо хөгжжээ. Ямар нэгэн шинэчлэл, бизнесийн салбарын ажлаа эхлүүлэхэд Facebook хамгийн төгс талбар болсон байлаа. Facebook дэлхийн түүхэн дэх хамгийн онцлог бүтээгдэхүүний нэг болж чаджээ. Facebook-ийн ачаар зар олгогчид өөрийн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг хамгийн их сонирхох магадлалтай хүмүүст зориулж, зөвхөн тэдэнд хандсан зарын бүтээгдэхүүн хийх боломжтой. Facebook гарчирээгүй байхад зар олгогчид тухайн хэрэглэгчийн интернэтийн дадал, хамгийн их үздэг мэдээ гэх зэргийг байнга хянаж байдаг гэх cookies-ийн баталгаатай бус тооцоолол дээр үндэслэн зар сурталчилгаагаа түгээдэг байсан. Гэвч ихэнхдээ буруу хэрэглэгчдэд хаягладаг байсан юм. Харин Facebook гарч ирснээр энэ ажилдаа илүү нямбай хандах боломжтой болжээ. Учир нь Facebook-ийн ихэнх хэрэглэгчид өөрийн бодит мэдээллийг өөрийн хуудастаа харамгүй тавьсан байдаг болохоор тэр. Яг л "Энэ бол би, тиймээс би ийм л зар үзмээр байна. Ийм зүйл сонирхож байна" хэмээн өөрсдөө хэлж байгаа юм шиг. Facebook хэрэглэгчдийнхээ нэр, нас, хүйс, газар зүйн байршил гээд бүхнийг мэднэ. Тиймээс үүнийг нь зар олгогчид өөрсдийн бүтээгдэхүүн үйлчилгээг зөв хаяглахад ашиглах нь хамгаас тохиромжтой байсан юм.

Facebook-ийн хэрэглэгчдийн тухай зөвхөн тэдний хуудас дээрээ нийтлэх мэдээллээс гадна ямар бүлгэмд элссэн, ямар аппликейшн ашиглаж байна, ямар хүнтэй найзууд вэ? гэх мэт олон зүйлээс мэдэж, тухайн хэрэглэгчийг дүгнэж болдог. Энэ нь нөгөө талдаа бас л зар сурталчилгааг хэрэгтэй хүнд нь хаяглагдахад ашиглагддаг байсан юм. Facebook-ийн бодлого нь хэрэглэгчийн ямар нэг тогтсон өгөгдлийг зар олгогчдод задлахад оршдоггүй. Энэ нь компанийн дүрмийг бүдүүлгээр зөрчиж байгаа үйлдэл болно. Тиймээс зар олгогчдод хэрэглэгчдийн нийтлэг шинж чанарыг ашиглан тухайн бүлэгт сурталчилгаагаа хаяглахад туслах ажээ. Жишээ нь, зар олгогч өөрийн зарыг зөвхөн Охайод амьдрах 35 настай гэрлэсэн эмэгтэйчүүдэд харуулж болох юм. Бүр зараа зөвхөн нэг тогтсон компанийн ажилчдад, ямар нэг өдрийн тогтсон цагт ч харуулж болох юм. Харин "урилган зар"-ыг ашиглагчдын хувьд бүр илүү нарийвчилсан сонголтоос сонгох боломжтой. Хүүхэдтэй, найзуудтайгаа харилцах, бусдад сэтгэгдэл бичихдээ "манцуй, өлгий" гэдэг үгийг их ашигласан, Coldplay сонсдог, том хотод амьдардаг эмэгтэйчүүдэд зараа явуулж болох юм. "Энэ мэт хэрэглэгчдийн онилох чадвар нь Facebook-ийн одоо болтол найдвартай өсөн хөгжиж байгаагийн гол түлхүүр юм" хэмээн удирдах албаны ажилтан Роуз хэлсэн байна. Жишээ нь, би л гэхэд өөрийн хамгийн дуртай хамтлаг дуучдаа өөрийн Facebook дээр жагсаасан байгаа. Тиймээс би хуучны пянзыг MP3 болгон хувиргадаг USB холболттой пянз тоглуулагчийн рекламыг нэлээд их хардаг. Тэгвэл яг ийм бүтээгдэхүүний зар олгогч нь үүнийг төвөггүй мэдэж, над руу болон надтай адил сонирхолтой хүмүүс рүү зараа хаягласан байдаг.

Facebook-ийн хэрэглэгчдийн талаарх хангалттай мэдээлэл нь зар олгогчдод зах зээлээ зөв судлахад тусладаг хүчтэй зэвсэг болж байв. Нэгэн компани телевизийн зар сурталчилгаанийхаа ард ямар хөгжим тоглуулах тал дээр эргэлзэж байгаа гэж бодъё. Тэгвэл Facebook энэ зар олгогчийн бүтээгдэхүүний Facebook хуудасны фэнүүд ихэвчлэн ямар хөгжим сонсдог талаар тодорхой мэдээллийг олж чадна. Харин хэрэв зар олгогч нь "урилган зар"-ыг сонговол Facebook тухайн зар дээр дарсан хүний бүх мэдээллийг хамгийн түргэн шуурхай, найдвартай хэлж өгөх юм. "Жишээ нь би нэгэн зар олгогчид тэдний бүтээгдэхүүнийг сонирхдог хүмүүсийн ихэнх нь тухайн компанийн бодож байгаа шиг 18-24 насныхан бус, 9-39 насны эрэгтэйчүүд байна гэдгийг баталгаатай хэлж чадна" хэмээн зар сурталчилгааны албаны ахлах Майк Мөрфи хэлсэн байна. Мөн тэдний ихэнх нь хөлбөмбөгт

дуртай, үзэх хамгийн дуртай гурван кино нь энэ гэх мэтээр бүр нарийн мэдээллийг ч хэлэх боломжтой. Одоо дурын зар олгогч нь бүх сурталчилгааны ажлаа Facebook-ийн тусламжтайгаар хамгийн ашигтайгаар хийх болсон байна.

Facebook нь Nielsen Homescan гэдэг компанитай хамтран ажиллаж байгаа. Энэ компани нь америкийн олон мянган гэр бүлийн худалдаж авсан баримтыг Facebook дээрх үйлдэлтэй нь гаргаж ирдэг байна. Зар олгогчид нь Facebook хэрэглэгч ямар зарыг хараад, юуг худалдан авсан байна гэдгийг мэдэх боломжтой болж байгаа аж. Энэ төрлийн үйлчилгээ нь телевизийн сурталчилгааны салбар дээр маш удаан оршсоор ирсэн зүйл. Хэрэв Facebook үүнийг бүрэн хэрэгжүүлж чадах юм бол тэдний зар олгогч улам л нэмэгдэх юм. "Одоо л Microsoft-ийн Стив Баллмер яагаад Facebook-ийг тийм галзуурмаар мөнгөөр үнэлж хөрөнгө оруулсныг ойлголоо" хэмээн зар сурталчилгааны хэмжүүрийн томоохон компани болох Nielsen IAG-ийн захирал Алан Гоулд хэлсэн байдаг. Тэр бас "өнөөдөр харахад Баллмерийн үйлдэл огт галзуу биш, харин ч холыг харж чадсан байна" гэжээ. Мөн "Би одоо Facebook-ийг зар сурталчилгааны ертөнцөд шинэчлэлт хийж, санхүүгийн хувьд хэнээс ч хараат бус бизнесийн "мангас" болж чадна гэдэгт эргэлзэхгүй байна" хэмээн Buddy Media-гийн CEO Майк Лазеров хэлжээ. Хэрэв та 400 сая хүний зөвхөн хаана амьдардгийг биш, харин тэдний найз хэн болох, тэд юунд сонирхолтой, онлайнаар ихэнхдээ юу хийдгийг бүгдийг нь хамтатгасан мэдээллийг багтаасан гээд бодвол Face-book үнэхээр агуу цахим компани гэдгийг ойлгох болно.

Гэвч сайныг дагаад саар гэгчээр Facebook-ийн зарим хэрэглэгчид өөрсдийн мэдээллийг зар хаяглахад ашиглахыг нь эсэргүүцсэн байна. Олон ч асуудал гарч ирж байв. Зар сурталчилгааг хүмүүсийн нэг хэсэг нь эерэгээр хүлээж авч байхад дургүйцэх хэсэг ч байсаар байлаа. Зарыг хаяглах систем нь үнэхээр төгс учир зарим нэг хэрэглэгчийн дургүйг хүргэхээс ч аргагүй. Жишээ нь, Виржини мужийн Линчбургийн оршин суугч Петер Смит 2009 онд өөрийн хуудсаа үзэж суутал "Хөөе Петер, чамайг халуухан ганц бие хүүхнүүд хүлээж байна !!!" гэсэн бичиг бүхий нэгэн царайлаг эмэгтэйн инээмсэглэсэн зурагтай зар гарч ирэв. Гэтэл тэр бүсгүй түүний эхнэр байх юм. Эхнэр Шерил Смит Facebook дээр нэг тоглоом тоглосон бөгөөд үүнээс болж өөрийн мэдээлэлдээ бүрэн нэвтрэх боломж олгосон ба тоглоомын компани нь түүний мэдээллийг дур мэдэн сурталчилгаанд ашигласан байв. Петер ч энэ тухай гомдол мэдүүлсэн ба Facebook-ийн дүрмийг зөрчсөн хэргээр тэр тоглоомын компани хаагдсан юм. Энэ явдлаас хойш Facebook энэ мэтчилэн хэрэглэгчийн хувийн мэдээллийг зөвшөөрөлгүй дэлгэхийг хориглосон заавар зар сурталчилгааны танилцуулгандаа тавьж өгчээ. Гэсэн хэдий ч Facebook дэх аппликейшны хэрэглээ улам ихэсч байгаа тул энэ бүхнийг хянахад улам л хүндрэлтэй болж байгаа юм. Сандбергийг Facebook-т ирсний дараахан компанид удирдах албан тушаалын олон ажлын байр эзэнгүй болжээ. Олон хүн Facebook-ийг орхих эхлэлийг Овен Ван Натта тавьсан аж. Энэ нь ч тийм их гайхах явдал биш юм. Учир нь Ван Наттагийн горьдож байсан гүйцэтгэх захирлын албан тушаалд Сандберг ирсэн. Тиймээс тэр Facebook-ээс гарахаар шийдсэн байна. Facebook-ээс гараад жил хүрэхгүй хугацааны дараа Ван Натта MySpace-ийн CEO болсон юм даа.

Ингээд Сандберг Facebook-т зар сурталчилгааны цоо шинэ эрин үеийг эхлүүлж, бүхнийг удирдан ажиллах болсон нь Цукербергтэй хамтэнэ компанийг байгуулалцсан хүмүүсийн нэг Мэтт Коллерийн явах шалтгаан болжээ. Энэ нь Сандберг Коллерийн ажлыг булаасан хэрэг

биш. Коллерт Benchmark Capital-аас тун боломжийн ажлын санал ирсэн учраас тэр Facebook-ээс явсан юм. Одоо Коллер нь хөрөнгө оруулагч болсон ба энэ нь түүний мөрөөдлийн ажил байсан гэж хэлж болно. Ажлаасаа гарсан ч тэр Цукербергтэй дотно харилцаатай хэвээр л байгаа юм. Facebook-ээс нэг биш удаа гарч, орж байсан Цукербергийн сайннайз Адам Д'Анжело энэ удаа өөрийн шинэ бизнесийг хийхээр Facebook-ийг дахин орхисон байна. Тэрээр Quora хэмээх интернэт компани байгуулсан ба Facebook-ээс гарахдаа энд ажиллаж байсан хамгийн сайн инженерүүдийн нэг Чарли Шиверийг авч гарсан аж. Гэвч энэ бүхнээс Цукербергт хамгийн том цохилт болсон нь түүний баруун гар, хамгийн итгэлт хүн, Facebook-ийг анх нээгдсэнээс хойш л хамт байсан, компанийн зургаан хувийг эзэмшдэг Дастин Московиц ажлаа орхих шийдвэр байлаа. Московиц Д'Анжелотой адил Facebook-ийг орхисон ч Цукербергтэй сайн найзууд хэвээр үлдсэн юм. Московицийн Facebook-ийг орхих болсон шалтгаан нь тэр маш удаан хугацааны турш боловсруулж явсан төлөвлөгөөгөө биелүүлж Asana хэмээх интернэт компаниг байгуулахаар шийджээ. Asana нь Facebook-тэй холбоотой компани ба ажил хэрэгч хүмүүст зориулсан програм хийхээр төлөвлөж байсан юм. Тэр Google Docs болон Microsoft Office-ийн гол өрсөлдөгчийг бий болгохоор зориг шулууджээ. Московиц анх энэ ажлаа давхар хийе гэж бодож байсан ч Facebook-ийн ажлыг хойш татна гэж бодсон учир бүрэн чөлөөлөгдөх шийдвэр гаргасан билээ. Компани нь мянга гаруй ажилчинтай болоод, бүх зүйл илүү, техник технологийн өндөр мэдрэмж, мэрэгшилтэй ажилтнаар дүүрэх тусам Московицийн нөлөө багасч эхэлсэн юм. Тэр Цукербергтэй хамтран компанийг удирдаж байсан үе нь одоо бараг түүх болон үлдсэн. Facebook томорсноос хойш тэрээр удирдах үйл ажиллагаанд огт оролцоогүй юм. Компани нь ийнхүү хөгжиж, цэцэглэж эхлэхэд Цукербергийн нэр хүнд компанитайгаа адил өссөн боловч Московицийнх улам багассан байна. Компанийн чамгүй их хувьцааг эзэмшдэг ч Facebook дэндүү олон хөрөнгө оруулагчтай болсон тул энэ нь ямар ч нөлөө үзүүлж чадахаа больсон байжээ. Мөн Цукерберг Московицийн яриад байсан Asana-ийн санааг огт дэмжихгүй байсан учраас тэр энэ ажлаа өөрөө бие дан хийхээр зориг шулуудсан аж.

Цукербергийн сайн найзууд Facebook-ээс ямар нэгэн хэрүүл маргаан үл ойлголцлын улмаас гараагүй гэдгээ бүгд хэлдэг ба одоо хүртэл өөрсдийгөө Цукербергийн хамгийн сайн найзууд гэдгээ хаана ч хэлнэ. Д'Анжелогийн хувьд тэр зүгээр л олон нийт, хамт олны зохион байгуулалттай байж сураагүй учраас Facebook-т тийм ч сайн уусаж чадаагүй гэнэ. Харин компанийг маш эрт орхисон хүмүүсийн нэг болох Крис Хьюзесийн ярьж байгаагаар Марктай хамтран ажиллах нь маш төвөгтэй гэнэ. Тэр "Хийж байгаа ажил маань Маркт таалагдах, таалагдахгүй эсэх нь хэзээ ч тодорхой байдаггүй. Марк тун барьцгүй! Марктай хамтран ажилласнаас зүгээр найзууд байх нь хамаагүй дээр" хэмээн хэлсэн байдаг.

Залуухан CEO маань хамтран ажиллагч найзууд нь явсанд нилээд дүнсгэр байлаа. Московиц түүнд Facebook-ээс гарах бодолтой байгаагаа жилийн өмнө цухуйлгасан бөгөөд үнэ үеэс л хямарсан гэнэ.

Сандберг Facebook-т ирсэн явдал нь энэ олон хүний ажлаас гарсантай ямар ч холбоогүй. Сандберг харин ч тэдний байр суурийг нөхөж улам сайн ажиллаж байсан юм. Хожим Московицээс Сандбергийн Facebook-т үзүүлсэн нөлөөний тухай асуухад "Мэдээж эерэг нөлөө үзүүлсэн шүү дээ. Гэвч миний хувийн бодлоор яг 100 хувь эерэг гэж хэлж чадахгүй. Учир нь тэр Facebook-ийг бизнес болгох үүрэгтэй байсан. Бизнес болгоно гэдэг нь ямар ч

интернэт сайтын хувьд зар сурталчилгааг л гол болгоно гэсэн үг шүү дээ. Харин би Facebook-т зар сурталчилгаатавиxад дургүй байсан. Түүний гол ажлын үүрэг нь миний хувийн бодолтой зөрчилдөж байсан болохоор тийм ч эерэг гэж үзэхгүй байна. Гэхдээ би зар сурталчилгаагаар мөнгө олох нь зайлшгүй гэдгийг сайн ойлгож байгаа. Би хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжийг эвдэхэд хамгаас бага нөлөө үзүүлэх зүйлд л хамаг мөнгөө оруулах саналыг дэмждэг. Харин энэ нь ихэнхдээ хэрэглэгчдэд харагдах зар сурталчилгаатай зөрчилддөг. Сандберг Facebook-т зориулсан зар сурталчилгааг үнэхээр онцгой, бусад сайтынхаас тэс өөр болгож, зар сурталчилгааг ангилж чадсан ч миний баримталдаг "хэрэглэгчдийн сэтгэл ханамжийг өчүүхэн ч эвдэх зүйлээс хол байх хэрэгтэй" гэсэн зарчмыг дагаагүй. Гэхдээ Сандберг зар сурталчилгааны хэлбэрийг өөрчилж, бүх зүйлийг тэнцвэрт оруулсанд би үнэхээр баяртай байгаа" гэж ярьсан юм.

Facebook-ийн мөнгө олох гол хэлбэр нь одоо болтол зар сурталчилгаа байгаа ч Цукерберг хэрэглэгчийн тоон өсөлтийг мөнгө олохоос илүүд үздэг хэвээр байв. Харин түүний үнэнч найз Адам Д'Анжело, Московиц нар ч түүний энэ байр суурьтай байнга санал нэгддэг байсан байна. Московиц "Жишээ нь өнөөдөр хэрэглэгчдээс нэг доллар салгах тухай бодох юм бол энэ нь цаашид ямар ч өгөөж өгөхгүй. Харин олон хэрэглэгч олохыг бодох юм бол бидний үйлчилгээг сонгосон нэг хэрэглэгч өөрийнхөө 1 найзыг нэгдэхийг урьж, бид илүү их ашиг олох боломжтой юм. Тиймээс би Цукербергийн энэ байр суурийг үргэлж дэмждэг" гэсэн байна. Д'Анжело ч мөн адил одоо зар сурталчилгаанд сүжиггүй болсон байна. Тэр "Би ер нь хэрэглэгчдийн тоог өсөх талыг баримтлах болсон. Хэрэв Facebook миний бодож байгаа шиг удаан оршин тогтноод, бүх дэлхийг хамарсан сүлжээ болж чадах юм бол тэртээ тэргүй мөнгийг шуудай шуудайгаар нь олох болно" хэмээн хэлжээ. Одоо энэ компанийн зөвхөн зар сурталчилгааны салбарт л гэхэд 260 хүн ажиллах болсон байна. Сандбергийг ирэхээс өмнө Facebook-ийн зар сурталчилгаа авах салбар нь зөвхөн Пало-Алто, Нью-Йорк болон Лондонд л байсан бол одоо Атланта, Аустин, Детройт, Чикаго, Даллас, Дублин, Хамбург, Хидерабад, Лос-Анжелес, Мадрид, Милан, Парис, Сиэтл, Сингапур, Сидней, Стоколм, Токио, Торонто, Вашингтон гэх мэт олон хотод оффисоо нээсэн байна. Дашрамд дурьдахад олон улсын зар сурталчилгааг удирдах штаб нь Дублинд байрладаг.

Сандбергийн хэлж байгаагаар хэрэглэгчдийн тоон өсөлтөд анхаарлаа хандуулах нь компанийн орлогод санаа тавьж байгаагаар л ижил гэнэ. Тэрээр "Бид хамгийн гол зүйлүүдээ жагсаавал: Эхлээд дэлхий ертөнц хэр их мэдээллийг хуваалцаж байна вэ? Дараа нь хэдэн хэрэглэгчтэй вэ? Энэ хоёр гол асуултын дараа л орлогын талаар ярих болно. Эдгээр нь компани эцсийн зорилтдоо хүрэхэд маш чухал ойлголтууд юм. Энэ гурвын аль нэг нь байхгүйгээр бид амжилт олж чадахгүй" гэсэн байна. өдгөө зар сурталчилгааны зах зээлийнхэн тэр чигээрээ Facebook-танхаарлаа хандуулах болсон. Facebook-ийн хувийн-сурталчлах үйлчилгээг ашиглах зар олгогчид л гэхэд 2008-2009 онд гурав дахин өссөн байна. үндэсний Зар олгогчдийн холбооноос гаргасан судалгаагаар 2009 онд бүх зар олгогчийн 66 хувь нь олон нийтийн сүлжээ сайт ашиглах болсон гэнэ. Харин үлдсэн 44 хувь нь телевиз, радио, сэтгүүл гэх мэтийг сонгожээ. Ердөө 2007 онд энэ тоо дөнгөж 20 хувь байсан юм. өнөөдөр олон нийтийн сүлжээ сайт гэдэг нь Facebook-ийг л хэлж байгаа хэрэг. АНУ-ын олон том зар олгогч Facebook-ийг ашиглах болжээ. Жишээ нь, PepsiCo, Procter Gamble, Sears, Unilever гэх мэт. Компаниудын брэндийн хуудсууд тэрбумаар тоологдох фэнтэй болж байна. 2010 оны арваннэгдүгээр сард хийсэн судалгаагаар өдөр бүр 50 сая хэрэглэгч ямар

нэгэн хуудсын фэн болж байдаг гэсэн байна. 10 сая хол давсан фэнтэй хуудас нь Кока Кола, Дисней, Skittles, South Park, Star-bucks, YouTube гэх мэт юм. Сандберг 2008 оны дэлхийн эдийн засгийн хямралыг Facebook хэрхэн амжилттай даван туулсанд итгэж яддаг нэгэн. 2008 оны намар эдийн засгийн хямралаас үүдээд Facebook хэрэглэгчийн тоог өсгөх зорилгоо татаж, хэрэгтэй зүйлд зарахаар төлөвлөж байсан мөнгөө хязгаарлан эдийн засгийн хямралд бэлдэж байжээ. "Энд тэндгүй л хямралаас үүдээд олон компани хаалгаа барьж, олон ч хүн ажилгүй болж байлаа... Би ч дотроо их л санаа зовж байлаа" хэмээн Сандберг дурсан ярина. Тэгтэл хямралын сүүдэр Facebook-ийг дайрсангүй, тойроод гарсан юм. 2009 онд өгсөн нэгэн ярилцлагадаа тэр "Эдийн засгийн хямралаас үүдэн байгууллага, хувь хүн болгон тодорхой хэмжээний эрсдэлд ороод байхад Facebook-ийн ханш, үзүүлэлт нь яг л жирийн өдрүүд шиг хэвийн байсан. Тэр ч бүү хэл, энэ хэцүү цаг үед бид өсөн дэвжсэн хэвээр байсан юм" гэсэн байна. Онлайн хэмжилзүйн компани болох comScore-оос хийсэн судалгаанд АНУ-ын ихэнх зар сурталчилгааны зах зээл олон нийтийн сүлжээ сайтруу хүчтэй орж байгааг танилцуулжээ. Зөвхөн 2010 оны III улиралд л гэхэд Facebook 297 тэрбум сурталчигааг зараад байсан байна. Энэ нь нийт онлайн сурталчилгааны 23.1 хувьтай тэнцэж байгаа юм. Энэ мэтээр Facebook-ийн бүх үзүүлэлт маш хурдацтай өсөж, 2010 оны байдлаар л 1.3 тэрбум долларын цэвэр ашиг олжээ.

Тэдний олж байгаа энэ амжилтын ихэнх хувийг бага гарын зар олгогч нарт зардаг хэрэглэгч рүү хаягласан хувийн сурталчилгаанууд эзэлж байсан юм. Яг энэ сурталчилгааны хэлбэрээр л 2009 онд 300-400 сая доллар олсон байв. Энэ хэлбэрийн сурталчилгаа ашиглах нь үнийн хувьд үнэхээр хямд ч маш олон зар олгогчтой хамтарч байсан тул үнэхээр сайн бизнес болж чадсан ажээ. Facebook-ийн нэгэн ажилтны хэлж байгаагаар орлогод хамгийн их нөлөө үзүүлдэг зүйл нь хэрэглэгчдийн тоо болон тэдний онлайн байх хугацаанд байдаг аж. Харин бодит байдал дээр энэ дүгнэлт нь хараахан нүдээ олоогүй юм. Учир нь comScore-ийн судалгаагаар АНУ-ын дундаж хэрэглэгч буюу 140 сая хэрэглэгч нь сард нийт зургаан цагийг л Facebook-т өнгөрөөдөг гэсэн байна. Энэ нь өдөрт 12 минут гэсэн үг юм.

Харин орлого бүрдүүлэлтэд жин дарж буй дараагийн бүтээгдэхүүн нь "урилган зар" аж. Энэ нь Facebook-ээс шууд зарагддаг байсан ба 100 саяыг олжээ. Microsoft-оос зарагдах зарын хувьд бас багагүй хувийг буюу 50 орчим саяыг олсон байна. Харин виртуал бараа болон бусад жижиг сажиг үйлчилгээнээс 30-50 сая долларын ашиг олсон байдаг.

"Хүмүүс Facebook-ийн орлого олдог гол загвар хэлбэрийг хайсаар, хүлээсээр, нэг л ер бусын онцгой зүйл байгаа мэтээр хардаг. Зарим нь биднийг орлого олох хэлбэрээ олоогүй байгаа ч гэж ярьцгаадаг. Харин бид орлого олох аргаа хэдийн олчихсон. Энэ бол бидний бизнес. Бид сурталчилгааны энэ замаараа муугүй амжилттай явж чадаж байна" хэмээн Сандберг хэлсэн байна.

14. Facebook болон Дэлхий

"Дэлхий ертөнцийг ил тод, нээлттэй болгоно гэдэг тийм ч амар зүйл биш"

2008 оны аравдугаар сард Испанийн Памплонад байх нэр хүндтэй сургуулиудын нэг Наваррагийн Их сургуулийн байрны хажууд Марк Цукерберг машин дотроо сууж байлаа. Энэ өдөр Цукерберг Наваррагийн Их сургуулийн хамгийн том лекцийн танхимд нэг цагийн турш чөлөөт ярилцлага хийчихээд гарч ирсэн юм. Танхимд ердөө 400 хүний суудалтай ч 600 оюутан түүний ярилцлагыг сонсохоор яаж ийгээд орж ирсэн байлаа. Түүнийг явах гэхэд олон хүн машиныг нь бүчин Цукерберг рүү гараараа даллан анхаарлыг нь татахыг хичээх аж. Тэр машинаа хөдөлгөн тэднээс холдоход 5-6 эмэгтэй оюутан бусдаас сугаран гарч араас нь гүйж эхлэв. Ингээд тэр ерөнхийлөгчийн оффистоо ирэхэд түрүүн араас нь даган гүйж явсан охид түрүүлээд ирчихсэн түүнийг хүлээж байх нь тэр. Тэд Цукербергтэй зургаа татуулахыг л хүссэн гэнэ. Мэдээж ийм чухал зургийг Facebook-тээ тавихын төлөө. Түүнтэй зураг татуулсны дараа охид үүндээ үл итгэсэн байдалтай бие биеэ нудран инээлдэж байв. "Чи ч рок од болж дээ" хэмээн 2006 оноос Цукербергийн хувийн туслахаар ажиллаж байгаа Аникка Фрагодт уулга алдах нь тэр.

За тэр ч яахав. Бусдыг алмайруулсан мэдээг анх 2009 оны гуравдугаар сард Nielsen компани дэлгэсэн байна. Хэрэглэгчдийн олон нийтийн сүлжээ сайтад өнгөрөөх хугацаа анх удаа и-мэйл үйлчилгээнд өнгөрүүлдэг байсан хугацаанаас даван гарсан байна. Шинэ төрлийн харилцааны хэлбэр нь ийнхүү нийтийнх болж буй нь улам ойлгомжтой болсон юм. Одоо Facebook ямар ч интернэт үйлчилгээний компани, сайттай харьцуулахад тэднийг бүх үзүүлэлтээрээ ардаа илт орхих болжээ. Хэрэглэгчдийн Facebook-т өнгөрөөх хугацаа нь тав дахин нэмэгдсэн ба хэрэглэгчид нэг өдөрт л гэхэд 20.5 тэрбум минутыг өнгөрөөсөн байв.

Сүүлийн жилүүдэд Facebook-ийн ингэж хурдан нэгэн зэрэг олон газар тархасныг ойлгоход тун төвөгтэй. Учир нь 2006 оны намар оюутнуудаас бусад хүмүүст үйлчилгээ нь нээлттэй болоход ямар ч сурталчилгаа, компанит ажил хийгээгүй байхад англи хэлтэй бусад орны хэрэглэгчид идэвхтэй орох болсон юм. Мөн Facebook 2008 оны төгсгөлд 35 хэлээр орчуулагдаж, олон улсын үйлчилгээнд нэвтэрсэн юм. Харин тэгтэл нэг ойлгомжгүй зүйл нь орчуулгын ажил дуусаач үгүй байхад Facebook-ийн хэрэглэгчдийн 70 хувь буюу 145 сая хэрэглэгч нь АНУ-аас өөр улсуудаас нэвтэрч байсан байна. Nielsen-ий судалгааг харвал тухайн үед дэлхийн нийт интернэт хэрэглэгчдийн 30 хувь нь Facebook-ийн хэрэглэгч болсон байжээ. үүнээс ердөө жилийн өмнө 11.1 хувьтай байсан юм. Харин өнөөдөр бол Facebook нь Google-ээс ч олон хэрэглэгчтэй болсон.

Бусад компанийнханд огт тооцоолж байгаагүй, урьдчилан хараагүй тоо баримтуудыг Facebook авчрах нь энүүхэнд байлаа. 2009 оны эхэнд тэдний урдаа тавьсан гол зорилго нь жилийн эцэст 275 сая хэрэглэгчтэй болох тухай байв. Ихэнхи ажилчид энэ амжилтад хүрнэ гэдэгт итгэсэнгүй. Энэ нь биелшгүй даалгавар мэт санагдаж байв. Харин тэгтэл наймдугаар сард л гэхэд тэд энэ зорилгоо биелүүлж чадсан ба жилийн эцэс гэхэд 350 сая хэрэглэгчтэй болсон байна. Шинэ хэрэглэгчид дэлхийн 180 орноос өдөрт хэдэн саяараа бүртгүүлдэг байжээ.

Маш сонин содон судалгаа ч гарч ирсээр л байв. Facebook-ийг хамгийн их хэрэглэдэг буюу хамгийн их тархсан хоёр дахь орон нь Индонези улс болов. үүнийг хэн ч таамаглаагүй биз. Дэлхийн нийт 30 гаруй орны нийт хүн амынх нь 30 хувь нь Facebook-ийг ашигладаг гэсэн үзүүлэлтийг Face-book Global monitor-оос гаргажээ. Канадад бүх хүн амын 50.5, Норвегид 50.1, Хонконгод 49.2, Англид 45,7, Чилид 43.9, Израельд 41.6, Бахамаст

40.7 хувьтай гарчээ. Бүр арлын жижиг улс болох Исландад хүртэл нийт хүн амын 58.2 хувь нь Facebook-ийн хэрэглэгч болсон гээд бодохоор Face-book хүмүүсийн амьдралд хэрхэн нэвчин орсныг ойлгож болох биз ээ. Мөн Facebook нь Бруней, Камбож, Малази, Сингапур зэрэг улсын номер нэг олон нийтийн сүлжээ сайт аж. Facebook аль 2008 онд MySpace-ийг бүх үзүүлэлтээрээ ардаа орхижээ. Google-ийн хайлтын системээс 2008 оны эхний хагаст Facebook гэдэг үг sex гэдэг үгээс илүү олон давтамжтай хайгдсан байна.

Ихэнх хүмүүс Facebook-ийг дэлхийн олон нийтийн сүлжээ сайтын бизнест бүрэн ноёрхол олж авахыг хүсдэг хэмээн боддог. Энэ ч үнэний талтай. Цукерберг хэрэглэгчид хэд хэдэн олон нийтийн сүлжээ сайтад зэрэг хуудас нээн нэгэн зэрэг удирдан явуулахгүй гэдгийг аль эртнээс л мэдэрч байжээ. Мөн "сүлжээний эффект" гэж юу болох талаар маш сайн ойлголттой байсан. Ямар нэгэн зүйл нь "сүлжээний эффект"-ээр нэгэнт хүчээ авч эхэлсэн бол тухайн зүйлийг зогсоох нь тун хэцүү ба энэ нь бүх дэлхийг бүрхэх болдог гэдгийг сайтар мэдэж байсан юм. (Сүлжээний эффектээр ингэж хүчирхэгжсэн зүйлд интернэт, гар утас, цахилгаан гэх мэтийг дурдаж болно) Тиймээс хүн болгон хамгийн их хэрэглэгчтэй олон нийтийн сүлжээ сайтыг өөрсдөө сонгох болно. Иймээс Цукерберг өөрийн бүтээгдэхүүнээ зөвхөн АНУ-ын хэрэглэгчдэд биш, дэлхий ертөнцөд хүртээлтэй байхыг зорилгоо болгосон байна. Тийм учраас Цукербергт бүх л олон нийтийн сүлжээ сайтын хэрэглэгчдийг Facebook-т татан, дэлхий ертөнцийн бүх хэрэглэгчийн үлгэр жишээ болсон стандарт хэрэглээг бий болгох нь чухал байв.

Бразил, Хятад, Япон, Солонгос, ОХУ гэх мэт улсад өөрийн гэсэн олон нийтийн сүлжээ нь хэт түгчихсэн байсан учир Facebook-ийг багтаах зай эдгээр зах зээлд байгаагүй юм. Харин Цукербергийн зорилго нь дэлхийн бүх улсын дотоод хэрэгцээг хангаж, Facebook-ээр ноёрхох байсан учир тэр яах ч аргагүй илүү хичээх ёстой гэсэн үг. Испаниар аялж байхдаа Цукерберг Мадридад нэг ярилцлага өгсөн байдаг. Тэр "Дэлхий ертөнцийг ил тод болгоно гэдэг тийм ч амаргүй. Нэг шөнийн дотор хийчих ажил биш. Дор хаяж 10-15 жил хэрэгтэй" гэжээ.

Гэвч Facebook нь хэрхэн ийм богино хугацааны дотор олон улсын таван дээр амжилттай өсөн дэвшиж чадав? Ялангуяа олон улсын хэмжээнд гарах хэрэгтэй гэдэг бодол нь саяхан л Цукербергийн толгойд орж ирсэн шүү дээ. Тэгвэл санаачлагатай, хичээнгүй Шон Паркерийн ачаар Цукерберг өөрийн сүлжээ сайтаа дэлхийн нийтийн хэрэглээ болж чадна хэмээн бодож эхэлсэн байна. Тэрээр олон улсыг амжилттай байлдан дагуулахад маш хэрэгтэй, зөв ажлуудыг хийсэн аж. Хамгийн энгийн нэг жишээ нь Facebook-ийн дизайн. Цукерберг анхнаасаа л Facebook-ийг энгийн, цэвэрхэн, илүү дутуу зүйлгүйгээр хийсэн. Яг л Google шиг хамгийн энгийн дүр төрх нь дэлхийн орнуудын ямар ч хэрэглэгчдэд хамгаас дотно харагдах, таатай тухтай мэдрэмж төрүүлэх байсан юм. Испанид хийсэн өөр нэгэн ярилцлагадаа Цукерберг олон улсад баримтлах стратегиа танилцуулсан байна. "Миний стратеги тун энгийн. Хэрэглэгчид мэдээлэл солилцоход хамгаас хялбар, хамгийн шилдэг мөртлөө хамгийн

энгийн бүтээгдэхүүнийг хийх" гэжээ.

Мөн Facebook олон орны хэлээр орчуулагдсан нь тэднийг олон улсын түвшинд ноёрхоход хамгаас их нөлөө үзүүлсэн байна. 2010 оны төгсгөлд Facebook 75 хэлээр үйлчилгээгээ явуулж байжээ. Орчуулагдах ажил нь ч маш энгийн бөгөөд хамгаас ашигтайгаар зохион байгуулагджээ. Ямар нэгэн байгууллага болон хувь хүмүүстэй хамтран ажиллаж Facebook-т ашиглагддаг 300 мянган үгийг өөр улсын хэл рүү орчуулна гэдэг нь нэгдүгээрт, орчуулгыг маш чанаргүй болгох байсан ба хоёрдугаарт, маш их цаг авах байв. Тиймээс Facebook үнэнч хэрэглэгчдээсээ тусламж хүсчээ.

Тэд тусгай програм хийсэн бөгөөд ямар нэгэн шинэ хэлээр орчуулагдахаар болоход энэ програм нь шаардлагатай үгүүдийн жагсаалтыг тухайн хэрэглэгчид харуулдаг байсан байна. Тухайн хэрэглэгч өөрийн хүссэн үгээ орчуулж болох аж. Энэ мэтээр нэг үг нь л гэхэд маш олон хэрэглэгчдээр зэрэг орчуулагдсан байх жишээтэй. Харин дараа нь Facebook-ийн энэ програм хэрэглэгчдээс тухайн үгэнд тохирсон хамгийн оновчтой орчуулгад санал хураалт явуулдаг байжээ. Энэ мэтээр тэд ямар ч зарлагагүй мөртлөө хамгийн сайн хувилбараар Facebook-ийг бусад хэлрүү маш богино хугацаанд орчуулж чадсан юм.

Орчуулах энэ арга нь анх 2008 оны нэгдүгээр сард Испанид ашиглагдаж эхэлсэн юм. Тухайн үед Facebook нь 2.8 сая испани хэрэглэгчтэй байсан аж. Тэгтэл ердөө дөрвөн долоо хоногийн дотор испани хэлээр ярьдаг 1500 хэрэглэгч Facebook-ийн орчуулгыг бүрэн дуусгасан байна. Facebook-т ашиглагдах бүх үг хэллэгийг нэгэнт орчуулан дуусмагц Facebook-ийн инженерүүд энэ орчуулгуудыг кодчиллодоо оруулж өгөх ёстой байв. Испанид л гэхэд орчуулагдаж эхэлснээс ердөө сарын дараа буюу хоёдугаар сарын 11-нд испани хэлээр үйлчилгээгээ хүргэж эхэлжээ. Дараагийн улс нь Герман болов. 2000 хэрэглэгч хоёр долоо хоногийн дотор Facebook-ийг бүрэн орчуулж, Испанид нээгдсэнээс сарын дараа Герман хэлээр үйлчилгээгээ явуулж эхэлсэн байна. Харин Facebook-ийн Франц хувилбарийн хувьд 4000 хэрэглэгчийн ачаар ердөө хоёрхон хоногийн дотор дууссан байна. Facebook-ийг орчуулна гэдэг нь бараг ямар ч зардалгүй төсөл байсан юм.

Олон улсад амжилт олоход нөлөөлсөн хамгаас зөв алхмуудын нэг нь-Facebook платформ болсон явдал. Энэ нь олон улсын хэрэглээнд сайтар зохицож байлаа. 2008 оны долоодугаар сард компани нь хөгжүүлэгчдийг Facebook-ийн орчуулгын програмыг ашиглахыг зөвшөөрсөн бөгөөд одоо хөгжүүлэгчид нь өөрийн аппликейшндээ зөвхөн англи гэлтгүй дурын орны хэрэглэгчийг татаж болж байгаа юм. 2008 оны намар Цукербергийг Испанид очиход тэнд испани хэл дээрх 6000 аппликейшн ашиглагдаж байжээ. Харин испани хэлээр орчуулагдаж, үйлчилгээнд орсноос ердөө есөн сарын дараа испани хэлтэй Facebook-ийн хэрэглэгч 12 сая болсон байсан юм.

Глобалчлал нь Цукербергийн ажилд бас яггүй том нөлөө үзүүлсэн юм. Наваррагийн их сургуульд хийсэн ярилцлага дээрээ тэр "Facebook дэлхийн бүх насны хүнд зориулагдсан" хэмээн хэлсэн. Хүмүүсийн хоорондох харилцааг хөгжүүлэх, бие биенээ ойлгоход нь туслах ёстой гэдэг Цукербергийн санаан дээр түүний ойрын зөвлөгч, удирдах зөвлөлийн гишүүн Петер Тиел ийн нэмсэн байдаг. Түүнийхээр Facebook дэлхийг улам л жижигхэн болгож байгаа гэнэ. Тэр "Даяарчлагдсан дэлхийд хүмүүс хоорондоо нягт холбоотой байна гэдэг нь илэрхий. Харин Facebook яг энэ зүйл дээр тулгуурласан ба бодит нийгэм, бодит харилцаан

дээр тогтон харилцаа холбоог улам зузаатгаж өгөхөд тусалдагт нь би баярладаг. Даяарчлал гэдэг нь таныг таних танихгүй олон хүнтэй найзлах ёстой гэхгүй ч урьд урьдныхаасаа илүү олон хүнд нээлттэй байх хэрэгтэйг зааж байгаа юм" гэсэн байна.

АНУ-д л гэхэд Facebook-ийн хэрэглэгчид үг хэлэх эрх чөлөө, ил тод байдал, даяарчлалын нээлттэй байдлын давуу эрхийг эдэлдэг. Гэвч энэ нь дэлхийн бүх улсад адилгүй байсан юм. Саудийн Арабад нэгэн эцэг охиноо Facebook-ээр нэг залуутай харилцаж байгааг хараад амийг нь хөнөөсөн явдал гарсан байна. Энэ мэтээр Facebook нь улс болгоны хэрэглэгчийнхээ амьдралд хэт илүү уусан орсон жишээ элбэг тохиолдоно. Өөр нэгэн жишээ нь Италид Facebook дэндүү их хэрэглээ болсон тул оффисын ажил хийдэг хүмүүсийн ажлын үр бүтээмж муудаж, Италийн засгийн газар Facebook-ийг албан газар, оффисуудад хаах арга хэмжээ авч эхэлсэн байна. Неапольд харин оффисын ажилчид албан тасалгаандаа Facebook-т өдөрт нэг цагийг л өнгөрөөх шийдвэр гаргаж байжээ. Мөн Арабын Нэгдсэн Эмиратын засгийн газар Facebook-ийн хэрэглэгчид "Дубай дахь ижил хүйстнүүд" гэдэг бүлэг нээсэн байхыг хараад Facebook-ийг улсын хэмжээнд шууд хаажээ.

Цар хүрээ өргөжих тусам Facebook-т өрсөлдөгч нар гарч ирсээр байв. Харин одоо MySpace Facebook-ийн өрсөлдөгч яавч биш. MySpace Facebook-тэй хийсэн тулалдаанд хэдийн ялагдсан. MySpace одоо олон нийтийн сүлжээ сайт гэхээсээ илүү хамтлаг дуучдын сурталчилгааны сүлжээ сайт болон хувирсан юм. Харин хамгийн их өрсөлдөхүйц байсан олон нийтийн сүлжээ сайтууд гэвэл тухайн улсын дотоод хэрэгцээг нь хангаж байсан "үндэсний Бүтээгдэхүүн"-үүд л байлаа. Жишээ нь: Японд л гэхэд хамгийн алдартай олон нийтийн сүлжээ сайт нь Mixi байв. Энэ нь гар утсан дээр ч, суурин компьютер дээр ч ажиллах боломжтой онлайн тоглоомд хэт их түшиглэсэн сайт байсан юм. Бразилд Orkut ноёлсон хэвээр байгаа аж. Дан ганц Бразилд ч гэлтгүй Энэтхэгт ч саяхныг хүртэлм Orkut хамгийн их тархсан сүлжээ сайт байсаар, байсан юм. Гэвч 2009 онд Facebook Энэтхэгт Orkut-ийг гүйцэж чадсан байна. Учир нь 2009 онд Facebook Энэтхэгт дан ганц хинди хэлээр биш, бенгали, малаялам, пунжаби, тамил, телүгү гэх мэт энэтхэгийн олон үндэстэн ястны түгээмэл хэлээр ч орчуулагдсан байжээ.

Orkut-тэй Бразилд өрсөлдөнө гэдэг нь маш хүнд даалгавруудын нэг байв. Гэлээч Facebook дэлхийн өнцөг булан бүрт л өрсөлдөгчтэй болдог байлаа. 2004, 2005 оноос Америкт Facebook гарч ирж, оюутны зах зээл дээр ноёлж эхэлсний дараа Герман, Испани, ОХУ, Хятад гэх мэт улсад Facebook-тэй яг адилхан загвартай, оюутнуудад тулгуурласан олон нийтийн сүлжээ сайтууд шил дараалан гарч ирсэн юм. Хэдийгээр хожим Facebook өөрийн хуулбарууд болох Испанийн Tuenti, Германийн studiVZ-ийг ардаа хол хаяж чадсан ч Хятад болон ОХУ-д Facebook-ийн дотоод хуулбарууд нь ноёлсон хэвээр байна. АНУ-д хэдийн оршин тогтнох зайгүй болсон Friendster одоо болтол Зүүн Азийн зарим орнуудад ашиглагдсан хэвээр байгаа. 2009 оны дундуур Friendster-ийн нийт хэрэглэгчийн 90 хувь болох 105 сая хүн нь Зүүн Азийнх байсан гэсэн судалгааны дүн бий. 2009 оны сүүлээр Facebook Friendster-ийг гүйцэж, энэ сайтын хамгийн их тархсан Малайз, Индонези, Филиппин гэх мэт улсад ноёрхож чадсан юм. Facebook-ийн хятад хувилбар болох Xiaonei (энэ нэр нь “сургуульд” гэсэн утгатай) нь 2008 онд маш том амжилт гаргасан нь Японы нэгэн банк Xiaonei-ийн толгой компанид 430 сая долларын хөрөнгө оруулсан явдал юм. Хожим Xiaonei нэрээ Renren болгон өөрчилсөн нь (энэ нь "хүн бүхэнд" гэсэн утгатай) тэд сүлжээгээ зөвхөн сургуулийнханд бус, илүү том

хүрээтэй болгохоор гэж зэхэж байсны нэгэн том илрэл юм. Харин 2009 оны дөрөвдүгээр сард буюу Тяньмений талбайд оюутны жагсаал болсны 20 жилийн ойн үеэр Facebook-ийг Хятадын Засгийн газар бүрэн хааснаар Renren Хятадад бүрэн хүчээ авч захирал нь Азийн Цукерберг хэмээх хочтой болсон билээ.

Facebook үйлчилгээгээ эхэлсэн бүх л улсуудын хэрэглэгчдийн онцлогт маш сайн зохицож байв. Жишээ нь, Германд Facebook-ийнхэн германчуудын хамгийн ихээр ашигладаг и-мэйл сүлжээний компанитай гэрээ байгуулж, шинэ хэрэглэгч бүртгүүлэх болон холбогдоход илүү амархан болгож өгсөн байна. Харин Японд гар утаснаасаа нэвтрэхэд илүү амар болгож өгчээ.

Facebook Ази тивийн орон бүрт өөр өөр шалтгааны улмаас маш хурдан тархаж чадсан аж. Жишээ нь, Индонезид хамгийн ихээр ашиглагддаг байсан олон нийтийн сүлжээ сайт болох Friendster нь интернэт хэрэглээг гар утаснаас авч болдог болсноос хойш хэрэглэгчдээ алдаж эхэлсэн юм. Учир нь Friendster гар утсанд тохирсон аппликейшн хийгээгүй байсан болохоор тэр. Харин Facebook өөрсдийн гар утасны аппликейшнээ хийж индонезичуудыг эзэлж авч чадсан байна. Ихэнх нь компьютерээс интернэтэд ордог Тайваньчууд л гэхэд 2009 онд Facebook-рүү тэр чигээрээ шилжсэн нь өөр нэгэн шалтгаантай. Энэ нь Facebook-ийн Farmville, Zynga зэрэг тоглоомтой холбоотой. Ердөө энэ хоёр тоглоомыг тоглохын тулд л тайваньчууд нь Facebook-т бүртгүүлдэг байжээ. Facebook Global Monitor-ийн мэдээлж байгаагаар бараг ямар ч хэрэглэгчгүй байж байгаад 2009 оны эхээр үсрэлт хийж, хормын дотор 7.6 сая тайваньчуудыг үйлчилгээндээ татаж чадсан байна. Энэ нь Тайваны нийт хүн амын 51 хувь нь юм. Facebook-ийн энэ бүх тэлэлт нь ямар ч хөрөнгө оруулалт, ямар ч зар сурталчилгаагүй Ази тивээр асар хурдацтай тархаж байсан нь үнэхээр сонирхолтой, бас атаархам. Бараг л олон улсын бизнесийн бүх л бичигдээгүй дүрэм журмыг эвдсэн байдаг. Тэдэнд зар сурталчилгаа, өөрсдийн сүлжээг шинэ газар оронд таниулах гэх мэт зүйл огт хэрэг болсонгүй. өөрсдөө л үйлчилгээнийхээ онцлогоор бусдыг байлдан дагуулж чаджээ. Жишээ нь, алдарт Yahoo хүртэл Ази тивд орж эхлэхдээ Азийн орон болгон руу маш олон баг илгээж, түмэн янзын компанит ажил хийсний дараа амжилттай нэвтэрч чадсан байна. Харин Facebook-т үүний аль нь ч хэрэг болсонгүй ээ.

Facebook-ийн дэлхийг хамарсан өсөлт нь Цукербергийн техник сэтгэлгээ, удирдан зохион байгуулах чадварын аль алиныг шалгасан нэгэн төрлийн даваа байсан юм. Нэг зүйлийг сонирхуулахад, Facebook ердөө хоёрхон өгөгдлийн төвтэй. Энэ хоёр нь хоёулаа АНУ-д байдаг ба эндээс л бүх дэлхийг хангах сүлжээг удирдаж, эндээс л дэлхийн бүх хэрэглэгчийн хоорондын мэдээлэл урсан гардаг байна. Одоо бол компани нь хэд хэдэн шинэ серверийн хүрээлэн барихаар төлөвлөж байгаа юм. Олон улсад оффисоо нээх тусам үүнийг дагаад бизнесийн дэд бүтэц нь даган илрэх ёстой. Тиймээс ч энэ компани олон улсын төв захиргаагаа оффисыг Дублинд байгуулжээ.

Хэрэв Цукерберг дэлхийн хүн бүрийг сүлжээндээ нэгтгэх зорилгоо дагах юм бол тэр дэлхийн интернэт хэрэглэгчдийн нилээдгүй хувь нь оршин суудаг Хятад улсыг тойроод гарч чадахгүй юм. Хэдийгээр Хятадын төр засаг Facebook-ийн сүлжээг улсдаа албан ёсоор хаасан ч Цукерберг хэзээ нэгэн цагт тэдэнтэй хэл амаа ололцож, хятад хэрэглэгчдийг сүлжээндээ багтааж чадна гэдэгтээ итгэлтэй байгаа аж. Тийм ч учраас түүний Хятадыг байлдан дагуулах бодлого нь маш энгийн буюу өөрийгөө хөгжүүлэх алхмаар эхэлсэн. Тэр хятад хэл сурч байгаа

аж. өдөр болгон тэрээр нэг цагийг хятад хэл сурахад зориулдаг байна.

15. Хүрээлэн буй орчныг өөрчлөх нь

"Бэлэг"

Ердөө нэг хоногийн өмнө Цукербергтэй оройн хоол идэж байхдаа би түүнээс Facebook нийгэмд ямар нөлөө үзүүлж буйг асуусан юм. Тодорхойлбол улс төр, урлаг, бизнесийн салбар гэх мэт... Харин тэр Potlatch буюу бэлэг түгээдэг баяраар жишээ аван хариулсан юм. Энэ баяр нь Хойд Америкийн унаган оршин суугчдын тэмдэглэдэг баяр ба хүн бүр хийж чадах зүйл, хоол зэргээ бусдад танилцуулдаг байж. Тэндээс мөн хэн ч дуртайгаа авч болдог аж. Бусдад ихийг түгээсэн нь хамгийн нэр хүндтэй болдог гэнэ.

"Та нийгэм дэх бэлэг гэдэг ойлголтын мөн чанарыг мэдэх үү?" хэмээн тэр надаас асуулаа. "Энэ ойлголт нь бага хөгжсөн, унаган төрхөө хадгалан үлдэж чадсан соёл иргэншилд л байдаг. Зах зээлд ороогүй, материаллаг баялагт чөдөрлөгдөөгүй, хүн бүр бие биедээ харамгүй тусладаг тийм л нийгэм юм. Би нэг зүйл /хоол/ хийж хүнд өгөхөд харин тэр хүн маань ямар ч шахалт шаардлагагүй, цэвэр сайхан сэтгэлийнхээ үүднээс буцаан өгдөг байх нь наад захын жишээ. Яг л ийм тогтолцоон дээр нийгэм дэх энэ бүх бэлэг гэдэг ойлголт оршдог. Харин энэ бүх нандин холбоог барьж, оршин тогтноулж байдаг гол хүчин зүйл нь тухайн нийгмийн хүн бүр бие биеэ таньдаг байх, хэн хэнд юу юу өгөхөө мэдэх явдал. Ямар нэгэн байдлаар ийм нийгэм нь томорч эхлэхэд харин бүх зүйл нуран унадаг. Тэр үед хүмүүс нь бусдынхаа тусыг харж чаддаггүй ба ингээд хэлхээ тасардаг" гэсэн юм.

Цукерберг бэлэггэх энэ ухагдахууны арай томруулсан хувилбарыг интернэтэд ашиглахыг хүсчээ. Тэр "Хүн бүхэн ил тод байж, санаа бодлоо чөлөөтэй илэрхийлдэг болбол нийгэм Poltrach баяр шиг болно. Энэ нь эцэстээ ямар нэг компани болон хэрэглэгчдийг улам сайн байх, итгэл даах хариуцлагыг олгоно. Ил тодбайдал нь илүү сайн удирдлагатай, хүн бүр хариуцлагатай шудрага ертөнцийг бий болгоно" гэсэн нь түүний чин итгэл юм. Цукербергийн бодлоор Facebook-т хувь хүн дурын нэг үйлдэл хийх нь бусдад бэлэг болдог гэнэ. Жишээ нь нэг ахлах сургуулийн сурагч найзынхаа хуудаст "Лол, их инээдтэй байна" гэсэн сэтгэгдэл үлдээлээ гэж бодоход, тухайн сурагч өөрөөрөө байж, өөрийгөө илэрхийлж чадсанаараа бусдад илгээсэн бэлэг болох аж. Мэдээж шинэлэг зүйл мэт сонсогдохгүй байгаа байх л даа. Энэ нь зүгээр л амьдралын жирийн нэгэн үйлдлүүдийг цахим орчинд хийж буй хэрэг юм.

Харин улс төрийн тал дээр энэ нь арай өргөн хүрээг хамарна. Жишээ нь улс төрийн ямар нэг асуудалд сэтгэгдлээ илэрхийлэхэд бусдад таалагдахгүй байж болох ч дэлхий ертөнцийг сайн сайхан болгоход янз бүрийн шүүмжлэлээс үл айн жинхэнэ нэрээрээ санаа бодлоо хэлж эсэргүүцэн нэмэрлэсэн нь бэлэг аж. Цукербергийн бодлоор үзэл бодлоо чөлөөтэй хуваалцаж байгаа нь л бэлэг юм.

Facebook дээр ямар нэгэн эсэргүүцлийн бүлгийг дэмжих нь гартаа лоозон барьж жагсаал хийн эсэргүүцлээ илэрхийлэхээс тэс ондоо. Тухайн асуудлын эсрэг жинхэнэ нэр хаягтайгаа яг л гарын үсэг зурж буй мэт үйлдэл хийх бөгөөд бусад нь ч тэр дор нь харж чадна. Facebook дээр FARC-ийн эсрэг бүлгэмнээх гэж байхдаа Оскар Моралес хэрхэн эргэлзэж байсныг л сана. Түрэмгийлэгчдийн төв болсон Колумб мэтийн эрсдэлтэй газраас ингэж үгээ хэлж

эсэргүүцлээ илэрхийлэхэд Facebook л хамгийн аюулгүй бөгөөд үр дүнтэй тэмцэх зэвсэг нь болсон билээ.

Мужынхаа хууль тогтоох байгууллагын гаргасан урлагийн чиглэлээр суралцдаг оюутнуудын улсын тэтгэлэгийг хасаад, математик болон бусад шинжлэх ухаанд суралцажбуй оюутнуудын тэтгэлэг дээр нэмнэ гэсэн шийдвэрийг эсэргүүцсэн Флоридагийн их сургуулийн оюутан Вилл Андерсон Facebook-ийн хүчийг 2008 онд анх мэдэрчээ. Оскар Моралестай адил үүнд ямар нэгэн хариу үйлдэл хийхийг хүсчээ. Ингээд тэр "Таны гэрэлт ирээдүй" гэдэг бүлэг нээн 200 найздаа бүлэгт нэгдэх урилга илгээгээд 11 өдрийн дотор гэхэд 20 мянган гишүүнтэй болтлоо өргөжжээ. Хэд хоногийн дараа мужын амбан захирагч Вилл рүү залгаад 20 мянган хүнийг зүгээр орхиж чадахгүй нь гээд шийдвэрээ цуцалсан гэдэг.

Индонезид нэгэнэмэгтэй улсын эмнэлгийг муулсан захиа найздаа и-мэйлээр бичсэн "тэнэг" хэргээр баривчлагдахад Facebook-т түүнийг суллахын төлөө бүлэг нээгдэж, 10 мянгаад хэрэглэгч хууль бус үйл ажиллагааг эсэргүүцэж байгаагаа илэрхийлснээр тэр суллагдсан байна. Эцэстээ хувийн өш хонзонтой байсан прокурор ял хүлээжээ.

Энэ мэт машин тавих зогсоолоос эхлээд улс төрийн хүчин, хууль тогтоох байгууллагад ч хүртэл эсэргүүцлээ илэрхийлэх нь элбэг. Одоо Facebook дэлхийнийтийн идэвх, эсэргүүцэл, уриа гэх мэт бүгдийг илэрхийлэх хамгийн чөлөөтэй, үр нөлөөтэй талбар болсон. Ийм үйл ажиллагааүр дүнтэй байдгийн гол шалтгаан нь Facebook дээрх мэдээлэл нь вирус адил хурдан бөгөөд маш олон хэрэглэгчид зэрэг түгэж чаддагт байгаа юм.

"Би үүнийг л цахим эрх чөлөө гэж нэрлэнэ. Facebook бол ардчлалыг хамгийн үр дүнтэй сурталчлан түгээгч бөгөөд урьд өмнөдэлхийн түүхэнд огт байгаагүй" хэмээн уран зохиолч Жаред Кохен тодорхойлжээ. Тэрээр АНУ-ын улсын төрийн нарийн бичиг Кондолеза Райсын сурагч байсан бөгөөд Райс түүнийг Улсын бодлого боловсруулах газарт ажилд авсан байна. Тэрээр хорин зургаатайдаа энэ ажилд оржээ. Ямар нэг уулзалт, хурал цуглаан, болон яриандаа Facebook-ийг дурсдаггүй байсан нь ийм өндөр албан тушаалтай хүмүүс Facebook-ийн талаар бараг сонсоогүй байв. Гэвч Facebook дэлхийг чимээгүйхэн эзлэн авсаар...

2008 оны ид хямралын үеэр ерөнхийлөгч Буш болон үндэсний аюулгүй байдлын зөвлөлийнхөн цагаан ордонд Facebook-ийн талаар эрчтэй яриа өрнүүлж байжээ. Колумбид болсон явдал ньКохен, Райс, болон засгийн газрын албан хаагчдын гайхшыг төрүүлжээ.Facebook Колумб мэтийн дарангуй нийгэмтэй газар хүртэл нөлөөлөн хүмүүсийг нэгдэхэд, улс төрийн арга хэмжээ авахад хүргэж чадлаа гэж үү? Колумбид эсэргүүцэж чадсан юм чинь энэ нь дэлхий нийтээрээ терроризмыг эсэргүүцэхэд ашиглагдах болов уу? Моралесийн "Un Millon De Voces Contra Las FARC" нь тероризм дарангуйлалын эсрэг хөдөлгөөн байсан шүү дээ.

Засгийн газрын албан хаагчид Facebook дээрх туркийн "Залуу Иргэд" гэх мэт бүлэгт анхаарах боллоо. Эрх чөлөө, шашин шүтлэг нь нийгэмд гүн гүнзгий нэвчсэн Мусламийн орнуудын залуу үеийхэн энэ бүлгийг нээсэн аж. Facebook нь Туркт маш хүчтэй дэлгэрсэн олон нийтийн сүлжээ сайтын нэг бөгөөд боловсолтой залуусынихэнхнь хэрэглэгч болжээ. Эл бүлэг одоо 55 мянган гишүүнтэй ба гишүүдийн хоорондын харилцаа, төв штабын үүрэг гүйцэтгэх болжээ. Гарал үүсэл, шашин шүтлэгээрээ ихэд талцдаг турктбүлгийн гишүүд нь

олон үндэстэн ястнаас бүрджээ.Жишээ нь: Курд, Армен болон ялгаварлан гадуурхах үзлийн золиос болсон олон хүн... Энэ бүлэг нүүрээ халхлан явах эмэгтэйчүүдийн төлөөба ижил хүйстнүүдийн жагсаал гэх мэтсийг зохион байгуулдаг.

Facebook-ийн нийгэмд бий болгосон энэ бэлэг гэх ухагдхууныг хамгийн үр бүтээлтэй ашигладаг хүмүүсийн нэг бол яах аргагүйулс төрчид билээ. 2008 оны ерөнхийлөгчийн сонгуулиар Барак Обама сонгуулийн сурталчилгааны компанит ажилдаа Facebook-ийг хамгаас чадварлаг ашигласан аж. Цукербергийн найз, Facebook-ийг хамтран үүсгэн байгуулагчдийн нэг, Харвардыг төгсөөд Facebook-ийн үндсэн ажилтнаар ажиллаж байсан Крис Хьюз Обамагийн сонгуулийн ажлын онлайн сурталчилгааны албанд ажиллахаар Facebook-ийг орхисон түүхтэй. Facebook-тээ сая сая "фэн"-тэй Обамагийн бүлэг сонгуулийн үеэр дэмжигчдийг нэгдэхийг уриалж орон нутгийнхныг дайчлахад нөлөөлсөн байна.

Харин Хиллари Клинтоны сонгуулийн ажлын хамгийн сул тал нь цахим ертөнц, Facebook-ийг үр дүнтэй ашиглаж чадаагүйд байгаа юм. Хиллари Клинтоны багийнхан Facebook-ээс болж өөрсдийгөө нилээд таагүй нөхцөлд байгаагаа мэдэрч эхэлжээ. "Бид Хиллари Обама хоёрын сонгуулийн ажлуудын маш том ялгааг олж харсан.Учир нь Обама Facebook-ийг бүрэн эзэгнэсэн байсан. Жишээ нь хэн нэгэн хуудастаа Обамаг сайн талаас өмөөрөн бичих юм уу зүгээр л Обамагийн "фэн" боллоо гэхэд энэ нь багаар бодоход л тухайн хэрэглэгчдийн гучаад найзуудад шууд мэдэгдэнэ. Сайн найзынхнь ийм бодол тухайн хэрэглэгчийн найзуудад ямар нэгэн хэмжээгээр нөлөөлдөг байж. Энэ гучин хүн цааш Обамагийн "фэн" болоход лулам давуу талыг Обама олж байгаа юм.Барак Обамагийн сурталчилгааны компанит ажлынхны амжилт нь Facebook-ийн нөлөөг маш эртнээс харж чадсанд оршиж байсан" гэж Хиллари Клинтоны сонгуулийн ажлын Нью-Хампшир болон бусад мужуудын ахлагч Ник Клемонс нар хэлжээ.

Сонгуулийн ажил дууссан хэдий ч Обама одоо хүртэл Facebook дээр АНУ-ын хамгийн их “фен”-тэй улс төрчийн нэг хэвээр байгаа юм. 2010 оны эхэнд гэхэд л түүний хувийн хуудаст 17 сая дэмжигч байжээ. (Обама Майлс Давис, Жон Колтрайн, Боб Дилан, Стив Вондер, Жонан Себастиан Бах, болон The Fugees нарын уран бүтээлийг сонсох дуртай.) Харин Facebook дээрээ хамгийн их дэмжигчтэй АНУ-ын хоёрдахь улс төрч нь Хиллари Клинтон, Жорж Буш нар бус Бүгд найрамдах намын дэд ерөнхийлөгчийн албан тушаалын кандидат Сара Палин юм. (2,5 сая дэмжигчтэй.)

Палин ямар нэгэн улс төрийн чиг хандлагыг хамгаалахын тулд Facebook-ийг ашигладаггүйд түүний энэ амжилт оршдог аж. Тэрээр Facebook-ийг хамгаас сайн удирдаж сурчээ. Аляска мужийн амбан захирагчийн суудлаас огцорсныхоо дараа нийгмийн идэвх оролцоогоо Facebook-ээр амжилттай илэрхийлж иржээ. 2009 оны найман сард ерөнхийлөгч Обамагийн бэлдсэн эрүүл мэндийг хамгаалах яамны шинэчлэлтэд дургүйцлээ илэрхийлсэн бичлэг тавьсан байна. Обама бурхны дүр эсгэж, хэн нь үхэж, хэн нь амьд үлдэх ёстойг шийдвэрлэх эрхгүй хэмээн хатуу ширүүнээр эрс эсэргүүцжээ. Энэ бичлэг Facebook-т цацагдсанаас хойш ярианы гол сэдэв болж байлаа. Энэ маягаар Палин хэдэн арван мянган дэмжигчийг ганц өдрийн дотор цуглуулж чадсан ба түүнийг хуудастаа бичих үг бүр нь сэтгүүлчид болон бусдын анхаарлын төвд байдаг байв. "Facebook нь Сара Палин шиг хэт туйлширч буй хүмүүст маш сайн зэвсэг болно. Мөн энэ нь түүнд үргэлж олонтой харилцаж байх, олон нийтийн

мэдээллийн хэрэгсэл дунд ямагт онцгой байхад нь тусалдаг" гэж Жорж Бушийн ерөнхийлөгч байх үеийн хэвлэл мэдээллийн албаны ерөнхий нарийн бичгийн дарга Ари Флейшер хэлжээ. Палин ирээдүйд ерөнхийлөгчийн сонгуульд өрсөлдвөл Facebook-ийг магадгүй хамгаас чадварлаг ашиглана гэдэг нь тодорхой бизээ.

Facebook нь мөн улс төрчдийн хувьд иргэд болон ажилчидтайгаа харьцах маш чухал хэрэгсэл болж хөгжсөн. 2008 оны эхээр Густав нисдэг тэрэг Лузианнаг мөргөн томоохон осол гарахад, сүйрэл болсон ойр орчмын хүмүүсийг аюулд өртсөн эсэхийг мэдэхийн тулд АНУ-ын Онцгой байдлын албаныхан Facebook-ийн нүүр хуудаст “Ослын ойр орчим амьдран суух хүмүүс бүгд Facebook хуудсаа update хийнэ үү” гэсэн зарлал тавьсан байжээ. Энэ нь ямар хүн алга болсныг шууд мэдэх боломжтой ба ослын ойр орчим байх хүн амын талаар хамгийн бодит мэдээлэл олж болох байв. Энэ мэт үүргийг олон олон осол гэмтэлд гүйцэтгэсэн. Мөн Нью-Йоркын Эрүүл мэндийн яамныхан ДОХ, БЗХө -өөс урьдчилан сэргийлж, бэлгэвчийг олон нийтийн хэрэглээнд улам түгээхийн тулд "e-condom" гэдэг аппликешн хийнсэн нь ихэд түгэж, эл виртуал бэлгэвчийг хэрэглэгч хоорондоо солилцох болжээ. Саудын Арабын ерөнхий сайд сэтгүүлч, сурвалжлагч нартай байнга харьцаж, асуусан асуултад нь хариулж байхын тулд хуудас нээжээ. Энэ мэт нь ердөө хамгийн энгийн жишээнүүд юм. Одоо улс төрийн хүчний лидерүүд жолооны үнэмлэхийг хүртэл Facebook-ийн тусламжтай шинэчилж болох тэргүүтэй олон асуудлаар Facebook-тэй хамтран ажиллах талаар ярилцаж байна.

Facebook нь мэдээлэл нь жирийн хүмүүсийн оролцоотойгоор маш хурдацтай баяжиж байдаг сайтууд дундаа хамгийн том нь юм. Мэдээ нь ихэвчлэн хүмүүсээс үүсч хэрэглэгдэнэ. Би мэдээ оруулна, харин чи надад... Цукербергийн өнөөх лбэлэг.

Facebook 2004 онд Харвардад нээлтээ хийж, Харвардын сонин Кримсонд нэрийг нь дурдсан нийтлэлүүдийгхуудастаа хадгалж байгаад удалгүй энэ функцээ устгажээ. Яагаад гэвэд Facebook бол мэдээлэл хадгалагч архив биш харин мэдээлэл үйлдвэрлэх газар байх ёстой гэдгийг Цукерберг ухаарсан юм. үүнээс хойш тэр News Feed-ийг ямагт энэ өнцгөөс л хардаг болж ач холбогдолтой мэдээллүүдийн их сурвалж найзынх ч, бүх дэлхийнх ч бай яг эрх тэгш харуулдаг болжээ. 2006 онд News Feed нэвтрэхээс нилээд өмнө Цукерберг дэвтэр дээр эдгээр санаагаа хадгалж ирсэн хийгээд News Feed-д мэдээлэл урсах, хэрэглэгчид харагдах нь хэрхэн шинэчлэгдэж байх талаар маш нарийн тэмдэглэжээ. News Feed-д гарах мэдээлэл нь ямар нэгэн албан газар, сурталчилгааны байгууллагын хүмүүст хүргэхийг зорьж бэлдсэн мэдээллээс илүү хэрэглэгчид хамааралтайг агуулах учиртай. Энэ нь найзуудын өдөр тутмын ердийн хийж буйг л харуулдаг байсан гэж хэлэхэд боломжтой. Одоо оюутнуудад сургуулийн сонин, төгсөгчдийн зургийн цомог гэх мэт нь хэрэглээнээс аль хэдийнээ шахагдаж эхэллээ. Оюутан залуусын хэн нь юу хийж байгааг, сургууль дээр ямар юм тохиолдсныг зүгээр л Facebook-ээс мэддэг болсон.

Facebook-ийн гол үндэс болон хэрхэн үйлчлэх тухай хамгийн чухал шинж төрхийг нь нээхэд тусласан хүн бол яах аргагүй Шон Паркер. Тэрээр мэдээллийн хамрах хүрээ нь том бөгөөд хялбар байхыг хамгаас илүүд үзсэн. Түүний бодож байгаагаар энгийн хэрэглэгчид аливаа мэдээллийг орон нутгийн сонин хэвлэл, вэб сайт гэх мэтээс илүү найзынхаа News Feedээс хүлээж авах болсон гэнэ. Жишээ нь, миний найз өөрийн хуудастаа ямар нэгэн холбоос тавьсан байвал би орж үзэх магадлал MyYahoo дээрх холбоос руу орох магадлалаас ч өндөр

гэсэн үг юм. Учир нь миний найзад энэ холбоост байгаа зүйл нь таалагдсан, чухал гэж үзсэн учир надад ямар нэгэн эргэлзээ, вирус байх вий гэсэн болгоомжлол үгүй болж байгаа юм. "Хэрэв зурвас нь хоорондоо холбогдсон эгэл жирийн хүмүүсийн дунд нян адил хурдацтай тархаж чадах юм бол яагаад энэ их хүчийг хүн болгонд эрх тэгш өгч болохгүй гэж" хэмээн Facebook-ийн дэд ерөнхийлөгч Крис Кокс хэлсэн удаатай. Ингэж хурдацтай тархаж чаддаг нь нэг биш удаа батлагдсан. Жишээ нь, 2010 онд Гайтид болсон аймшигт газар хөдлөлтийн тухай мэдээг хамгийн түрүүнд CNN биш, Facebook-ийн статусаар л дэлхий нийтэд түгээж байсан юм.

Ийнхүү хувь хүмүүс мэдээллийн шуурхай эх сурвалж, түгээх хэрэгсэл болж хувирахаар уламжлалт олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэл нь үүнтэй хэрхэн зохицож чадах вэ? Сонирхолтой нь, тэд одоо шахагдахгүйн тулд хувь хүнийг мэдээлэл түгээгч болгож буй Facebook-ийн энэ л зарчмыг аливаа үйлчилгээндээ нэвтрүүлэх хэрэгтэй юм. Тиймээс ч телевиз, радио гэх мэт уламжлалт олон нийтийн мэдээ түгээдэг хэрэгслүүд Facebook-тэй өрсөлдөхийн оронд ихэнх нь хамтран ажиллахыг илүүд үзэх болсон байна. Тэд өөрсдийнхөө хуудсыг Facebook дээр нээдэг болжээ. Гэвч Facebook дээр хуудас нээнэ гэдэг нь ямар нэгэн мэдээллийн байгууллагад давуу эрх олгохгүй ба тэд яг л бусад хэрэглэгчидтэй адилхан хуудас ашиглах учиртай. Хэрэгтэй мэдээллийг түгээнэ, өөрийнхөө мэдээллийг түгээнэ. Ингээд энэ хуудсын үйлдлүүд нь хэрэглэгчдийн News Feed дээр харагдана. Яг л энгийн нэг хэрэглэгчийн үйлдэл шиг. Хувь хэрэглэгчид олон найзтай байхыг чухалчилдаг шиг байгууллагын хуудас аль болох олон фэнтэй байх нь чухал. Харин дараагийн зорилго нь өөрсдийн тавих мэдээллээр хамгийн энгийн товчлуур болох Like-ийг олон хүнээр даруулах, эсвэл олон сэтгэгдэл үлдээлгэх хэрэгтэй. Ингэж чадвал тухайн мэдээллийн хэрэгслийн хуудас нь яг л нян мэт хурдан тархаж, хэрэглэгчдийн дунд нэр хүндээ хэзээ ч алдахгүй. Энэ мэтээр уламжлалт мэдээллийн хэрэгсэл болон Facebook-ийн хоорондох ялгаа нь улам л багасч байна.

16. Facebook-ийн хувьсал

"Бидний одоо хийж байгаа зүйл бол ердөө л эхлэл"

2009 оны хамгийн эхний өдөр Марк ажил дээрээ урьд нь байнга өмсдөг байсан жирийн хувцастайгаа ирсэнгүй. Тэрээр цагаан цамц өмсөн зангиа зүүж маш ажил хэрэгч хувцаслажээ. Тэр "Энэ жил маш чухал жил байх болно" гэсэн юм. Тэрээр бүтэн жилийн турш яг өнөөдрийнх шигээ ажил хэрэгч хувцас өмсөх төлөвлөгөөтэй байсан ба энэ үед Facebook-ийн хэрэглэгчийн тоо дээд түвшиндөө тулаад байлаа.

Цукерберг одоо болтол Facebook-ийг цааш улам хөгжиж, төгөлдөржих ёстой төсөл мэтээр хардаг. 2008 оны төгсгөлд буюу хэдхэн сарын өмнө би түүнээс “өөрт тань тулгараад байгаа хамгийн том асуудал юу вэ” хэмээн асуухад тэр "Хамгийн том асуудал бол ирээдүйд хийх олон олон шинэчлэлтийн шатуудад хэрэглэгчдээ алдахгүй байх" гэж ямар ч бодсон зүйлгүй, огт эргэлзээгүйгээр хариулсан юм. "Бид ямар нэгэн шинэ үйлчилгээг Facebook-т нэвтрүүлэхэд хэрэглэгчийн тоо ихэнхдээ гэнэт зогсонги байдалд ордог. Харин бид бүх хэрэглэгчийн сэтгэлд нийцсэн төгс программ хангамжийг бүтээж чадна гэдэгтээ үргэлж итгэлтэй баймаар байна" хэмээн үргэлжлүүлэн ярьсан юм.

Facebook нь ердөө тав ч хүрэхгүй настай байсан бөгөөд маш хурдан хувьсаж, энэ богинохон хугацаанд хэрэглэгчдээ багагүй өөрчлөлтүүдийн гэрч болоход хүргэсэн юм. Фото-аппликейшн нээлт, News Feed-ийн танилцууга, аппликейшнүүдийн үйлдэгдэх платформ болгосон явдал, мөн орчуулгын ажил гээд энэ бүх өөрчлөлтүүд нь Facebook-ийн хэрэглэгчдийн хуучин, хэвшмэл дадал зуршилд байнга л нөлөө үзүүлсээр ирсэн. Одоо бол Цукерберг болон Facebook-ийн инженерүүд ирээдүйд бүр ч илүү өөрчлөлтүүдийг хийхээр төлөвлөж байгаа ба тэд хэрэглэгчдээ уйдаах талаар огт бодохгүй байна. Энэ жил ч маш чухал жил болно гэдэг нь гарцаагүй. Цукерберг ч зангианаасаа салах бодолгүй. 2008 онд Facebook өөрийн 100 сая дахь хэрэглэгчээ бүртгэснээс хоёр долоо хоногийн дараа хэрэглэгчдийн хувийн хуудсын дизайныг өөрчлөн, шинээр зохион байгуулсан байна. Ямарваа нэгэн шинэчлэлт хийгдэх болгонд гардаг байсан шиг энэ удаагийн өөрчлөлт нь араасаа бас л маш олон эсэргүүцлийг дагуулах нь тэр. "Бидний хуудсыг хуучин хэвээр болго" гэх мэт бүлгэмүүд нээгдэн хэрэглэгчид ч олноороо дэмжиж байлаа. Хэрэглэгчийн хувийн хуудсыг шинээр зохион байгуулах багийг Facebook-ийхэн нь "FB-95" хэмээн нэрлэжээ. Энэ нь алдарт Windows-ийг компьютерийн үйлдлийн системийн зах зээлд монополь болгож өгсөн алдарт программ болох Windows-95 үйлдлийн системийг бэлгэдсэн нэр юм. Тэд Microsoft-д дэлхийг эзэгнэх боломжийг олгосон Windows 95 шиг "FB-95" нь Facebook ертөнцийг байлдан дагуулахын эхлэлийн цэг хэмээн дотроо урамшиж байжээ.

Хэрэглэгчдийн хуудсыг дахин шинэчлэх болсон гол шалтгаан нь хуудсын давтамж болон мэдээлэл ачаалагдах хурдыг ихэсгэх үүднээс хийсэн ажил. Энэ нь сайтад цаг тутам илрэх мэдээллийн урсгалыг хялбар даван туулахад туслах байв. Хамгийн их мэдэгдэхүйц өөрчлөлт нь хувийн хуудас дээр байх хоёр тусдаа цэсийг нэгтгэсэн явдал юм. Зөвхөн найзуудын бичсэн сэтгэгдэл гардаг цэс болох "хана" буюу "wall"-ийг хувийн News Feed гэж хэлж болохоор өөрийн мэдээлэл гарах Mini-Feed-тэй нэгтгэсэн байна. Ингэснээр тухайн хэрэглэгчтэй холбоотой бүх зүйл нь одоо нэг л цэсэнд багтах болсон байна. Мөн тэд хэрэглэгчийн

хуудасны хамгийн тэргүүнд "publisher" буюу "нийтлэлч" функцийг тавьж өгчээ. үүнийг бараг л хуучны "статус шинэчлэлт" гэж ойлгож болох ч "статус шинэчлэлт"-ийг бодвол "нийтлэлч" нь илүү олон нэмэлт сонголттой болсон байна. "Би усанд орж байна" гэх бэлэн богино мессежээс аваад зураг, бичлэг, холболт гээд олон зүйлийг ангиалан ачааллах жижиг функцууд нэмэгдсэн байжээ. "Нийтлэлч"ийн хувийн цонхонд харагдах асуулт нь улам ихийг өгүүлэх асуулт байв. Таны бодолд юу байна?

Ярдаг, зөрүүд зантай хэрэглэгчдийг хувийн хуудасны шинэ дизайнд бага багаар уусан оруулахын тулд компани үүнийг тэр чигээр нь бүрэн шинэчлэхээсээ өмнө хоёр сар гаруй хугацаанд "дадлагын хуудас"-ыг хийж өгсөн байна. Энэ нь Facebook-ийн хувийн хуудсын шинэ болон хуучин загварууд нь хоёр сарын турш зэрэг үйлчилгээтэй байсан гэсэн үг юм. Цукерберг энэ талаар "Бидний ажилд технологи, кодчиллын асуудал хамгийн хэцүү нь биш, хамгийн хялбар нь байсан юм. Харин хэрэглэгчдийн сэтгэл зүйтэй харьцана гэдэг юунаас ч илүү хэцүү байдаг" гэжээ. Ингээд хоёр сарын дадах хугацаа дууссаны дараа хувийн загварын шинэ функц нь дангаараа үйлчилж эхлэхэд хэрэглэгчдэд энэ шинэчлэлт нь бас л таалагдсангүй. Мянга мянгаараа дахиад л эсэргүүцлийн бүлгэмд нэгдэж байлаа. Яг л News Feed-ийг эсэргүүцэж байсан шиг. Дизайн нь бүрэн шинэчлэгдсэнээс хэдхэн өдрийн дараа Dell Computers-ийн захирал Michael Dell хүртэл "Шинэ Facebook" гэдэг эсэргүүцлийн бүлгэмд нэгдэж байсан байна. Энэ бүлгэмийн ихэнх хувийг Facebook-ийг маш удаан хэрэглэсэн, хуучин "ханандаа" дасчихсан хэрэглэгчид эзэлж байлаа.

2008 оны долдугаар сард Facebook-ийхэн шинэ дизайнаа ашиглаж эхлэхэд маш олон уншигчтай сайт болох TechCrunch-д ихэвчлэн техникийн талаар бичдэг сэтгүүлч Майкл Аррингтон нэгэн оносон нийтлэл бичсэн юм. Энэ нийтлэлээ тэрээр "Facebook Friendfeed болсон нь" хэмээн нэрлэсэн юм. FriendFeed гэдэг нь 2007 онд Google-ийн хэдэн инженерийн хийж байсан нэгэн жижигхэн сайт аж. Аррингтон цааш нь "Facebook өөрийн гаргаж ирсэн хэрэглэгчдийн мэдээллийн урсгалыг анх твиттерээр танилцуулагдсан бичил-блогхөтлөх загвартай маш сайн хослуулж чадсан хувилбар байсан. Харин одоо бол шинэ дизайнтайгаа өөрийн уламжлалт News Feed-ээ твиттер дэх статус гэгч функцтэй нэгтгэж өгсөнөөр Friendfeed хэмээх жижиг сайттай улам төстэй болсон гэжээ. Твиттер нь 2006 онд үйл ажиллагаагаа нээсэн ба хэрэглэгчид ердөө 140 тэмдэгтийн дотор бичлэг үйлдэх боломж олгодог сайт юм. Твиттер хэрэглэдэггүй ихэнх хүмүүст магадгүй твиттер нь Facebook-тэй нэлээд төстэй юм шиг санагдах байх. Учир нь хоёулаа хувь хүний хоорондох мэдээллийг хуваалцдаг талбар болохоор тэр. Гэвч Твиттер-т Facebook шиг хувь хүмүүс нь хоорондоо найз болдоггүй. Харин зөвхөн тухайн хүнийг "дагаж" болдог байна. Мөн Твиттерийн холболт нь ердөө нэг чиглэлтэй, харин Facebook-ийн холболт бол найзаас найз, хэрэглэгчээс хэрэглэгчид гэсэн олон чиглэлтэй юм. Facebook-ийн гол зорилго нь бодит амьдрал дээр бие биенээ таньж мэддэг хүмүүсийн харилцааг улам хөгжүүлэх зорилготой бол Твиттер нь зөвхөн өөрөөс мэдээлэл гаргах боломжтой, жирийн иргэд гэхээсээ илүү нэр алдартай хүмүүс, одууд түлхүү ашигладаг, тэдэнд тохирсон сайт юм. Энэ хоёр сайтад ижилхэн ганцхан зүйл байсан нь "статус шинэчлэлт". Твиттер нь Facebook шиг бусад аппликейшний платформ ч болж амжаагүй байгаа.

Твиттер нь Facebook-ийн гол өрсөлдөгч, Facebook-ийг орлох сайт гэх яриа ч олны дунд их газар авсан байлаа. Тийм учраас Цукерберг болон тэдний баг нь Твиттер дээр болж байгаа

бүх шинэчлэлт бүх зүйлийг маш анхааралтай хянан ажиглах ажээ.

Facebook-ийн шинэ дизайн танилцуулагдсанаас хоёр сарын дараа Web 2.0-ийн зөвөлгөөн дээр Цукерберг өөрийн тавьсан илтгэлдээ Твиттерийг хэрхэн ажиллаж байгааг үнэхээр бишэрсэн гэдгээ хэлсэн байна. Тэрээр Твиттерийг ямар ч илүү дутуу зүйлгүй, чамин хэмээн магтсан байна. Энэ үедээ Facebook Твиттерийг 500 сая долларын хувьцаагаар нууцаар худалдаж авахыг оролдсон юм. Гэвч энэ гэрээ нь амжилттай болоогүйн учир нь Твиттерийн талаас Facebook-ийн үнэлгээ нь хэт бага байсан гэнэ. 2008 оны сүүлчээр Facebook бас нэгэн маш том өөрчлөлтийг хийжээ. Компани нь Facebook Connect-ийг үйлчилгээнд оруулсан юм. Энэ нь Face-book дээрх өөрийн мэдээллээ ашиглан дурын вэб сайтад бүртгэлгүйгээр нэвтрэх боломж олгож байв. Энэ нь хэд хэдэн зүйлийг илүү боловсронгуй болгож байлаа. Цахим ертөнцөд өөрийн ертөнцийг хаана явсан бүх л газраа авч явахаар болсон юм. Учир нь Facebook Connect-ийг ашиглан ямар нэгэн сайтад нэвтрэхэд тухайн сайт Facebook-ийн танилцуулгаас таны мэдээллийг бүртгэж авах боломжтой аж. Ингэснээр ямар нэгэн бүртгэл гэх мэт зүйлд цаг үрэх нь багасах байв. Мөн энэ нь Facebook-ийн хэрэглэгчид өөр ямар нэгэн сайтад нэвтрэх хэрэглэгчийн нэр, нууц үг төдий биш, бүхэл бүтэн интернэтийн хэрэглэгчийн нэр, нууц үг болох байв. 2010 оны арваннэгдүгээр сарын байдлаар бараг нэг сая вэб хуудас аль хэдийн Facebook Connect-ийг дэмждэг болсон ба 150 сая хэрэглэгч идэвхтэй ашиглаж байгаа гэсэн судалгааг интернэт хэмжил зүйн comScore-оос гаргасан байна. Дэлхийн хамгийн том өгөгдлийн сантай сайт болох Yahoo-оос эхлээд мэдээлэл технологийн CNN, Huffington Post, Gawker болон TechCunch гэх мэт томоохон сайтууд ч дэмжсэн. Бүр iPhone болон Xbox дээр хүртэл ашиглаж болох байжээ.

Интернэт хэрэглэгчид нь Facebook Connect-ийг дэмждэг сайтад орлоо гэхэд тэд өөрийн жинхэнэ нэр болон жинхэнэ зургаараа танигдах юм. Энэ нь блог болон сонин, мэдээний сайтууд дээр байх маш олон нэргүй сэтгэгдэл бичдэг хүмүүст том цохилт болох юм. Учир нь нэгэнт тэд өөрийн жинхэнэ нэр болон зурагтайгаа харагдаж эхэлвэл тэд цахим ертөнцөд биеэ авч явах байдал хийгээд ёс суртахууны хувьд арай өөр, хүнлэг, соёлтой болж хувирах аж.

Энэ мэт боломжийг нээж өгсөн Facebook Connect гэгч функцийг хүн болгон харин сайнаар хардаггүй байлаа. Жишээ нь, Нью-Йоркийн нэгэн мэдээллийн компанийн CEO Facebook Connect-той хамтран ажиллахаас татгалзсан ажээ. Учир нь тэрээр Facebook-ийн энэ бүх үнэгүй зүйлд нэгэн заль нуугдаж байгаа хэмээн харддаг юм. Тэрээр Facebook Connect-ийг тухайн сайт болон тухайн сайтын хэрэглэгчдийн дунд орох саад мэтээр харж байгаа гэнэ. Мөн түүний бодож байгаагаар ямар нэгэн сайтын хэрэглэгчдийн бүртгэл нь зөвхөн нэг компани буюу Facebook-ээс хараат болох нь маш аюултай гэнэ. Учир нь хожим Facebook тухайн сайтын хэрэглэгчдийн мэдээллийг мэдэлдээ авсан давуу талаа ашиглан ямар нэгэн шаардлага тавих магадлалтай гэж үзжээ. Одоохондоо ямар ч үнэ төлбөргүй ч цаг явах тусам түүний бодлоор энэ бүхэн эсрэгээр эргэж мэдэх гэнэ.

Facebook-ээс гарсан Дастин Московицийн хэлж байгаагаар "Facebook Connect-ийг хэрэглэдэг сайтууд нь Facebook дээр гарах зар сурталчилгааг гаргах бүрэн боломжтой. Учир нь тэд нэгэнт Facebook-ийн хэрэглэгчийн бүртгэлийг ашиглаж байгаа учир, тэд сайтад нь ямар хүн ихэвчлэн ордгийг мэдэх болохоор зар сурталчилгаа түгээхэд маш боломжтой. Мөн энэ мэтээр зар "хаяглах" чадварыг нь ч ашиглаж болно. Энэ нь Facebook Connect-ийн бас нэгэн гол цөм

бодлогын нэг юм" гэсэн байна. Энэ мэтээр Facebook-ийн зар сурталчилгааг өөрийн хуудсан дээрээ гарган, олсон орлогыг хувааж авах нь Facebook Connect ашигладаг сайтуудын хувьд маш сайхан бизнес болохыг үгүйсгэхгүй.

Харин өөр нэг боломж нь Facebook Connect-ийн ачаар Facebook хэрэглэгчдийг зөвхөн Facebook дээр хийгдэх үйлдлээр нь таньж авах бус, интернэтийн орчинд юу хийдэг, ямар ямар мэдээ уншдаг, ямар сайт руу ордог гэх мэт олон төрлийн цогц мэдээллийг цуглуулж авахад ашиглах боломжтой юм.

2009 оны гуравдугаар сард Facebook улам илүү шуугиан тарьсан өөрчлөлтүүдийг хийжээ. Энэ удаа Твиттерийг өөртөө шингээж өгсөн байна. Энэ өөрчлөлтүүд нь Facebook-ийн гаднаас нь хараад огт мэдрэгдэхгүй ба харин хэрэглэгчдийн найзуудын мэдээлэлд харагдах аж. Одоо бол News Feed дээр харагдах мэдээллүүд нь дан ганц урт удаан үргэлжлэх найзуудын статус шинэчлэсэн байдал, тэдний шинэ үйлдлийг харуулахаас гадна тухайн хэрэглэгчийн фэн болсон хуудаснаас мэдээлэл харагддаг болсон байна. Ингээд ямар нэг хүн аль компанийн фэн бэ? гэдэг нь Твиттерт алдартай хүмүүсийг хэн дагаж байна вэ? гэдэгтэй яг ижил болж байгаа аж. Тухайн хүн болон хуудасны мэдээллийг цаг алдалгүй өөр дээрээ бүрэн харж болох юм.

News Feed-ийн мэдээллийг шүүн харуулах шинэчилсэн байдал нь хуучнаасаа хоёр зүйлээр ялгагдаж байлаа. Твиттертэй адилхан орчин үеийн шинэчлэлтүүдийг шууд харуулах болсон ба мөн л твиттер шиг ирэх мэдээллийн урсгалыг ямар нэгэн алгоритмаар шигшихээ больсон байна. Хуучин News Feed дээр харагдах мэдээлэл нь тухайн хэрэглэгчийн хамгийн сүүлд үзсэн бичлэг, уншсан мэдээллийг дүгнэж үзээд тэр мэдээлэлтэй нь ойролцоо, тухайн хэрэглэгчийн сонирхож магадгүй гэсэн мэдээллийг л харуулдаг байсан юм. Зөвхөн дадал туршлага дээр л үндэслэж тухайн программ нь мэдээллийг шигших тул ихэнхдээ алдах тохиолдол байж. Тиймээс шинэ News Feed дээр энэ шигших процессыг шууд халжээ. Харин замбараагүй урсан ирэх мэдээллийг удирдаж байхын тулд News Feed-ийн дээд буланд бүлэглэн ангилах цэсийг нэмэж өгчээ. Хэрэглэгч юуг сонирхож байна түүнийгээ сонгох боломжтой. Хэрэв найзуудын хамгийн сүүлийн статусыг хармаар байвал "статус шинэчлэлт"-ийг сонгож, харин зураг ачаалласан эсэхийг мэдмээр байвал "фото" хэсэг рүү ороход л хангалттай. Тусгай программ таньд ирсэн бүх мэдээллээс зөвхөн зураг ачаалласан гэх мэдээллийг таньд шүүн харуулах болно. Мөн хэрэглэгч нь мэдээллийг илүү ангилж үзэхийн тулд найзуудаа бүлэгт хувааж болно. Ойрын найз, нэг ангийнхан, ажлын найз, гэр бүл гэх мэт... Хэрэв "ойрын найзууд"-ын сүүлийн мэдээллийг бусад ямар ч хүнийхтэй холилдохгүйгээр хармаар байвал "ойрын найз" гэдэгт ороход л хангалттай.

Facebook-ийн нүүр хуудас нь маш замбараагүй байлаа. "Гол үйл явдал" гэх жижиг секц байсан ба нүүр хуудасны дор маш замбараагүй жижигрүүлсэн, тусгай алгоритмээр ээлжлэн харагдах найзуудын зурагнуудтай хайрцаг байсан байна. Маш цөөн хүн үүний ашигтай талыг олж хардаг байсан юм. Тэгвэл энэ замбараагүй байдлыг улам цэгцтэй болгохын тулд Face-book энэ бүхнээ бүрэн орхихоор шийджээ. Тэд энэ удаа өөрчлөлтөө шууд л хийчихэв. Ямар нэгэн дадлагажуулах хугацаа, давхар дизайн гаргалгүй шууд нэг л өглөө хэрэглэгчид нь шинэ загвартай нүүр тулсан байна. Хэрэглэгч үүнийг хэрхэн хүлээж авах нь тодорхой. Тэдэнд бас л таалагдсангүй. Компанийн олон ажилчид ч ийм зүйл болно гэдгийг аль хэдийн хүлээн сууж байсан юм. Тиймээс шинэ дизайнаа нээсний дараа компанийн нэг ажилтан "Би автоматаар

солигдсон шинэ нүүр хуудсыг үзэн ядаж байна" гэсэн бүлгэм нээжээ. Энэ бүлгийн ихэнх хэрэглэгчид нь Facebook-ийн ажилчид байсан ба бүлгэмийн тайлбар дээр "Би ер нь энэ бүх өөрчлөлт болон өөрчлөлттэй холбоотой бүх зүйлийг үзэн ядаж байна. Бүх өөрчлөлт нь надад таалагдахгүй байна. Бүх зүйл миний бүхэл амьдралын турш яг л нэг л хэвээрээ байх учиртай" хэмээн егөөдөнгүй, ёжилсон байртай бичсэн аж. Facebook-ийн ажилчдын нэг нь энэ бүлгэмийн ханан дээр "Facebook-ийг хуучин байдалд нь буцаан авчир, Facebook, Харвард!!!" хэмээн шоолонгүй сэтгэгдэл үлдээсэн байна.

2009 оны дунд үед Твиттер 50 сая хэрэглэгчтэй болов. Facebook улам болгоомжилж эхлэв. "Facebook-ийн ямар нэгэн ажилчинтай шоудах болгонд тэд надаас Твиттерийн тухай юу бодож байгааг минь байнга асуудаг" хэмээн Московиц хэлж байсан юм. Цукербергийг айлгаж байсан хамгийн гол зүйл нь Facebook-ийн хамгийн чадварлаг инжнерүүд нь өсөж дэвжих Твиттерийг дагах болж, ажлаасаа гарч байсан явдал юм. Тэд Facebook-ээс илүү Твиттерийг сонгох болжээ. Твиттер ингэж Facebook-т болгоомжилж явах хэрэгтэй, анхааралдаа байлгахгүй бол болохгүй зүйлүүдийн нэг гэдгээ харуулсан байна.

Шон Паркер эцнээгээр Facebook-т өөрийн санаа оноогоо нэмэрлэсэн хэвээр л байв. Тэрээр News Feed-ийг Твиттертэй адил ямар нэгэн мэдээлэл шүүх дамжлагийг алга болгох хэрэгтэй гэдэг санааг анх Цукербергт хэлж байсан ба хэрэглэгчийн фэн болсон хуудсуудын мэдээлэл ч хэрэглэгчийн News Feed дээр очих ёстой гэдэг санааг анх гаргаж байсан юм. Харин Цукерберг Паркерийн энэ санааг маш удаан хугацааны турш эсэргүүцсэн аж. Түүний бодлоор News Feed-д энэ бүх шүүж шигших процесс зайлшгүй байх учиртай аж. Гэвч өдрөөс өдөрт хүчээ авч байгаа Твиттер болон өөрийн санааг няцашгүй зөвтгөн тайлбарлах Паркер, Д'Анжело нарын байнгын шахалтаар Цукерберг тэдэнтэй санал нийлжээ. "Марк надад дандаа л үүнийг хэзээ ч хийхгүй гэж хэлдэг байсан. Тэр ямар нэгэн шинэ зүйлийг сонсоод л байна, сонсоод л байна. Ингэж маш удаан чимээгүй сонссоны эцэст нэг л өдөр өөрийнхөө дүгнэлттэй ирдэг сонгодог зантай" гэж Паркер хэлсэн удаатай.

Facebook-ийн анхны өдрүүдээс эхэлсэн бодит амьдрал дээрх харилцааг улам дэмжих гэсэн тодорхойлолт нь Facebook хөгжих тусам улам л удааширч, улам замаасаа хазайж байсан юм. Жишээ нь, найз болоход хоёр хэрэглэгч нь харилцсан холбоо байх хэрэгтэй байсан. Тухайн хэрэглэгч болон тухайн хэрэглэгчийн найз нь хоёулаа бие биенээ мэдэж, найзууд гэдгээ хүлээн зөвшөөрсөн байх ёстой хэмээн Паркер тайлбарладаг. Гэвч одоо Facebook-т өөр төрлийн тустай харилцаанууд үүсэж эхэлсэн байна. Паркерийн бодож байгаагаар Facebook ирээдүйд найз гэдгийг дор хаяж гурван тусдаа үзүүлэлтээр хуваах болох гэнэ. Цукерберг ч өөрөө найз хэмээх ойлголт нь Facebook дээр анхныхаа ойлголтоос хамаагүй хол хүрээг хамрах болсон гэдэгт санал нэгддэг. "Энэ нь ихэндээ өөрийн таньдаг хүмүүст өөрийн үйлдэл болон мэдээллийг харж болох эрхийг олгодог байсан. Харин Facebook үүнийг зохицуулахын тулд ямар ч хэрэглэгчдэд хоёрхон л зам өгдөг байсан. Найз, эсвэл найз биш. Харин одоо бол найз гэх ойлголт нь илүү олон төрлийн салаа утгыг яг таг харуулж өгөх хэрэгтэй байна" хэмээн Цукерберг өгүүлсэн байна.

Facebook дээр найз гэдэг үгнээс хэтрэнэ гэдэг нь цагийн эрхээр тодорхой болж эхэлсэн. үүний анхны дохио нь News Feed дээр фэн болсон хуудсын мэдээлэл шууд очдог болсон явдал юм. Google-д ажиллаж байгаад Facebook-ийн сурталчилгааны албанд ирсэн Цукербергийн

багийн чухал хүмүүсийн нэг болох Итан Бийрд "Бид анх найз хэмээх харилцааг дан ганц хувь хүмүүсийн хооронд л байлгахад хязгаарлаж байсан юм. Тэгтэл хувь хүнээс гадна компани, байгууллага гэх мэт зүйлстэй найзаас өөр харилцаа үүсэх хэрэгтэйг огт бодож байгаагүй юм" гэсэн байна. Ингэснээр Facebook-ийн давуу тал болох хувь хүнийг тодорхойлох онцгой чадварыг нь улам сайжруулах байсан юм. Ялангуяа, хэрэглэгчид нь ихэнхдээ хурал зөвөлгөөний үеэр шинээр танилцсан хүн, 10 жил уулзаагүй найзаа ч юм уу, эсвэл ажлынхаа газрын тогооч гэх мэт ойрын найзаас илүү хол харилцаатай хүмүүсийг нэмэх нь элбэг. Тэгвэл энэ нь өөрөө Facebook-ийн тухайн хэрэглэгчийг найзаар нь таньж мэдэх процессийг улам хүндрүүлж, алдаа ихтэй болгож байгаа юм. Харин ямар нэгэн хэрэглэгчийг U2 хамтлагийн, дүүрэгт нь орших коффений дэлгүүрийн, Айн Рэнд зохиолчийн хуудсын фэн гэдгийг мэдэх нь тухайн хүнийг хэн бэ гэдгийг, тухайн хүн хэн хэнтэй найз вэ? гэдгээс бүр илүү тодорхойлох боломж өгөх байв. Facebook-ийн ирээдүйд хийгдэх алхамуудын нэг нь зөвхөн бие биенээ таньдаг хүмүүсийг дэмжих биш, харин ижил сонирхол ижил зан үйлээр холбогдож байгаа хүмүүсийн харилцааг улам сайжруулах. Энэ нь мэдээж Facebook-ийг нөхөрлөл, бодит амьдралын харилцаа гэдэг замаас нь гажуулж, сурталчилгааны сайт болох маш том эрсдэлийг араасаа дагуулах нь тодорхой.

Ингээд Цукерберг хэрэглэгчдийн хоорондох энэ бүх харилцаа, харилцан үйлчлэлийг хараад ирээдүйд хэрэглэгчид улам их өгөгдөл, мэдээллээ солилцох болно гэдгийг баттай хэлж байгаа аж. Цукербергийн хэлж байгаагаар энэ нь зүгээр л мэдээллийн урсгал гэнэ. Бүх хүмүүсийн хоорондын холбоо гэсэн үг. Түүний ингэж бодож байгаа нь ч гэсэн энгийн нэг суурьгүй бодол биш. Энэ мэдээллийн урсгалын хувьслыг ярих болгондоо Цукерберг Моорийн Хуультай харьцуулж үздэг байна. Intel-ийн Гордон Мур нь цаг явах тусам компьютерийн чип буюу хүлээн авагчийг улам их хэжээгээр багтаах болно гэдгийг аль 1960 оны үед урьдчилан хэлж байсан юм. Харин Цукербергийн бодож байгаагаар олон нийтийн сүлжээ сайтад яг л үүнтэй адил үзэгдэл явагдаж байгаа гэнэ. Цукербергийн бодож байгаагаар 10 жилийн дараа гэхэд одоо байгаагаас 1000 дахин их, том мэдээллийн урсгал Facebook-ээр дамждаг болох гэнэ.

Компанийнхны хувьд Facebook одоо энгийн нэгэн сайт гэх ойлголтоос хамаагүй хэтэрсэн юм. Тэдний үйлчилгээ нь ч одоо байгаагаасаа улам өргөжин тэлэх гэнэ. Энэ нь яг л банк шиг бүх мэдээллийн агуулах болох аж. Facebook-ийн зарим менежерийн хэлж байгаагаар Facebook нь интернэтэд яг л компьютер болгонд байх Intel-ийн чип шиг үүрэг гүйцэтгэх юм байх. Байнгын хэрэглэдэг мөртлөө бараг хэрэглэж байгаа үгүйгээ ч тухайн хэрэглэгч мэдэхгүй. Facebook-ээс гарсан Мэтт Коллерийн хувьд одоо болтол тэдэнд санаа оноогоо хэлсээр яваа. Тэр "Таван жилийн дараа гэхэд хүмүүст Facebook дээр байсан байгаагүй нэг их ялгаагүй болно. Учир нь Facebook хүмүүстэй харилцаанд ороход байнга хамт явдаг энгийн хэрэглээний нэг байх болно" гэжээ. Харин Facebook-ийн удирдлага нь интернэт гэх орчноос хол гарч, жирийн нэгэн сайт гэх ойлголтоос улам хальж, улам өргөн хүрээтэй дэд бүтцийг хамарсан байх хүсэлтэй.

Миний хувьд Facebook-ийг яг л нэг найзуудтай минь холбож өгдөг жижигхэн төхөөрөмж адил боддог юм. Энэ жижигхэн “төхөөрөмж” нь миний найзууд хаана, юу хийж байгаа талаар надад бүрэн мэдээллийг өгч, би найзууддаа хэлэх гэсэн бүхнээ хамгийн шуурхайгаар хүргэдэг ачтай. Ямар нэгэн асуудал гарлаа гэхэд бид найзууд руугаа л ханддаг. Тэгвэл одоо

энэ жижиг “төхөөрөмж”-ийн ачаар асуудлыг найзуудтайгаа Facebook-ийн тусламжтайгаар бодит цагт бичилцэж, ярилцаж, бичлэгээр харилцаж шийдэж болох юм. Одоо ч энэ “төхөөрөмж”-өөсөө сална гэж үгүй. Хаана ч гэсэн аваад явж болно. Учир нь хүмүүс хаана ч интернэт орж болох хэрэгслийг маш их ашиглах болсон шүү дээ. Facebook-ийн iPhone, Blackberry, Google Android болон өөр бусад утаснуудад гарсан хувилбар нь одоо бол аль хэдийнээ дэлхийн 200 сая хүний өдөр тутам ашигладаг зүйл юм. Зарим улсад бол энэ нь хүмүүсийн Facebook-т холбогдох хамгийн гол хэрэгсэл болсон байна. Ирээдүйд харин хүмүүс Facebook-ийг ихэвчлэн гар утаснаасаа ашиглана гэсэн судалгаа бий.

Энд олон боломжит хувилбар бий. Жишээ нь, та өөрийгөө цэнгэлдэх хүрээлэнд хөлбөмбөг үзэн сууж байна хэмээн төсөөл. Та гар утастайгаа байх ба гар утас чинь таны ямар ямар найзууд энэ цэнгэлдэх хүрээлэнд тоглолт үзэж байгааг харуулах юм. Бүр нарийвчлаад хаана сууж байгааг, хэн нь тантай нэг багийг хөгжөөн дэмжиж байгааг хүртэл танд мэдүүлэх боломжтой. Энэ мэт зүйл нь үнэхээр "cool" биш гэж үү?

Онлайн дэлгүүр гэдэг нь бас л муугүй зүйлүүдийн нэг юм. Жишээ нь, та ямар нэгэн үнэтэй машин, хөргөгч, камер гэх мэт зүйлийг авахаар бол таны ямар найзууд яг энэ зүйлийг авч байсныг мэдэх боломжтой. Энэ нь бас л "cool" биш гэж үү? Тухайн бараанд найзууд тань ямар сэтгэгдэл үлдээснийг хүртэл утаснаасаа Facebook-т ороодцаг алдалгүй мэдэж болох юм шүү дээ.

Facebook мөн хэрэглэгчдийн "туслах оюун ухаан" мэтээр ч ашиглагдах боломжтой. Ямар нэгэн гудамжаар явж байхдаа та энэ гудамжаар хэзээ хамгийн сүүлд хэнтэй хэдэн цагт явж байснаа мэдэх боломжтой. үүнээс гадна энэ “төхөөрөмж” танд хэрэгтэй бяцхан бяцхан шийдвэрүүдийг ч гаргах боломжтой. Facebook-ийн мэргэжилтэн Ийтан Бийрдийн хэлж байгаагаар өөрийн “төхөөрөмж”-дөө найзуудынхаа хийж буй бүх зүйлийг нь бичиж үлдээж болох гэнэ. Жишээ нь түүний санал болгож байгаагаар ийм тохиолдол байж болох юм. "Би машиндаа ороод зүгээр л “Би Давид Киркпатрикийнх руу явмаар байна” гэж хэлэхэд энэ замыг GPS харуулах гэнэ. Энэ нь Киркпатрик гэх нэрийг илрүүлэн, тухайн хэрэглэгчийн Facebook хуудас руу автоматаар орж, түүний хаана амьдардгийг нь мэдэж авах юм. Ингээд л энэ мэдээллээ шууд GPS-д илгээн автоматаар харуулах жишээтэй. Энэ мэт гайхамшигтай санаанууд зөндөө байна. Ийм зүйл болохгүй гэх газар үгүй шүү дээ!

2009 оны наймдугаар сард Facebook FriendFeed-ийг 50 сая доллараар худалдан авчээ. Энэ нь одоохондоо Facebook-ийн түүхэнд байгаа хамгийн том худалдан авалт юм. үнэхээр л Facebook жинхэнэ утгаараа Friend-Feed болж байлаа. Friendfeed-ийн технологи болон Google-ийн хамгийн сайн инженерүүдийг Facebook-т нэгтгэснээр Твиттерийг бүрэн ардаа орхих чадалтай болсон юм. үйлчилгээндээ илүү уян хатан ухагдахуун оруулахын тулд Facebook 2009 онд Facebook Lite гэгч арай хөнгөн хувилбарыг үйлчилгээнд оруулжээ. Яг л Coke-д сахаргүй гарсан Diet Coke хувилбар байдаг шиг. Facebook Lite хувилбар нь гар утсаараа Facebook-т холбогдож байгаа хүмүүс, эсвэл интернэтийн хурд бага, ямар нэгэн шалтгаанаар бага өгөгдөлтэй мэдээллийн цонхыг харах хүсэлтэй хүмүүст зориулагдсан байна. Энэ хувилбар дээр нь видео бичлэг гэх мэт багтаамж ихтэй зүйл хязгаарлагдмал.

Facebook оршин тогтнож буй энэ тавхан жилийн хугацаанд үнэхээр танигдахын аргагүй хувьсаж, маш олон өөрчлөлтүүдийг хийн хэрэглэгчиддээ "үзэн ядуулж" байсан юм. Гэвч

хэрэглэгч нь одоо болтол өссөн хэвээр л байна. Цукерберг ч анх удаагаа тэсвэр алдарлаа. Тэр 2010 он хүргэж чадалгүй өнөөх "хараал идсэн" зангиагаа тайлан хаяжээ.

17. Ирээдүй

“Би хэзээ ч жирийн нэг компани байгуулах зорилго тавиагүй”

2009 оны нэгдүгээр сард Швейцарийн Давос хотод Дэлхийн эдийн засгийн форум болов. Уулзалтын хурал зөвөлгөөний дараа Марк Цукерберг нэгэн ресторанд хүлээн авалтад орж байлаа. Түүний баруун гар талд Шерил Сандберг, зүүн гар талд Google-ийг үүсгэн байгуулагчдын нэг Ларри Пейж суужээ. Тэд жижиг дугуй ширээг тойрон суух аж. Жаахан вино уусан Цукерберг ийнхүү яриагаа эхлэв:

-Ларри чи Facebook хэрэглэдэг үү?

-Хэрэглэдэггүй.

-Яагаад?

-Зүгээр л, надад тохирох эд биш байна билээ.

Гэсэн ч учир шалтгааныг мэдэхийн тулд Марк түүнийг асуултаар “бөмбөгдөх” гэтэл Сандберг сануулга өгөөд газар авахуулсангүй. Тэр "Марк! Иймэрхүү асуудлын талаар Давидийн дэргэд битгий ярь!" хэмээн тэр Цукербергийг загнасан аясаар хэлсэн юм. (Давид гэдэг нь би бөгөөд тэдэнтэй хамт сууж байсан юм. Сэтгүүлч хүний дэргэд интернэт технологийн хоёр "мангас" хамаагүй сэдвээр үг сөрөлцөх нь үнэхээр болохгүй гэдэг нь ойлгомжтой). Сандберг сэтгүүлчидтэй юу ярих, юу ярихгүй байх, биеэ хэрхэн авч явахыг сайн мэддэг нэгэн. Жаахан л хазгай гишгэх, санаандгүйгээр амнаас унагасан ганц үг ч хэвлэл мэдээллээр ямар их шуугиан тарьж болохыг тэр мэдэх ажээ.

Гэвч энэ мэт асуултыг өөрсдийн өрсөлдөгч, Цахиурт Хөндийн "хаан" болсон компанийн эзнээс огт эмээсэн шинжгүй, нээлттэй асууж байсан нь Цукербергийн хэд хэдэн зан чанарыг илэрхийлж байсан юм. Магадгүй тэр шанаган хорхой шиг гэнэхэн, итгэмтгий нэгэн байсан байж болох ч тэр "арслан"-гийн зүрхтэй байсан юм. Тэр айж эмээнэ гэдгийг огт мэддэггүй байлаа. Тэрээр хүнтэй өрсөлдөх дуртай, өөртөө маш итгэлтэй, цэц булаалдахаас хэзээ ч татгалздаггүй, магадгүй жаахан цадиггүй ч гэмээр байж болох юм. Хэдийгээр тэр Google-ийг чин зүрхнээсээ биширдэг байсан ч Google-ээс огт айдаггүй байв. Цукерберг Ларри Пейжийг Facebook-ийг хэрэглээсэй, дурлаасай гэж чин сэтгээлээсээ хүсэж байгаа аж.

Цаашид Цукерберг Facebook-т ганцаараа ноёрхох нь тодорхой. Түүний хувьд удирдана гэдэг нь зүгээр нэг Facebook гэдэг компанийг биш, харин дэлхий ертөнцийн хүн бүрийг холбох шинэ төрлийн харилцааны хэрэгслийг гартаа атгаж, зохицуулж байгаа гэж ойлгох аж. Түүний үзэж байгаагаар Facebook-ийн амжилт нь хэрэглэгчдийн итгэлийг хэрхэн хадгалж чадахаас шалтгаална юм. Facebook-ээр дамжуулан дэлхий ертөнцийг ил тод болгох зорилготой тэрээр бүхий л үйл ажиллагаандаа ил тод байдлыг ашиглах болно. Тэр мөн Facebook-ийг ямар нэгэн ашигтай бизнес болгон хөгжүүлэх бус, хэрэглэгчдийн мэдээлэл солилцдог талбар болгоход илүү их анхааран ажиллаж байгаа юм.

Би нэгэн удаа Цукербергээс “Хэзээ нэгэн цагт Facebook санхүүгийн гачигдалд орно хэмээн санаа зовж байсан удаа бий юу, хэрэв санхүүгийн гачигдалд орвол ямар стратегээр, яаж ажиллах, юу хийх талаар бодож байсан удаатай юу?” хэмээн асуухад тэр "Гачигдал гэдэг нь дотроо олон янз. Тухайн хүндрэл, гачигдалтай эвлэрээд цааш явж болохоор байна уу, эсвэл үнэхээр компанийг дампууруулж болохоор байна уу? үүнийг эхлээд ялгах хэрэгтэй. Гэхдээ энэ хоёрын аль нь ч байлаа гэсэн би энэ талаар бодож цагаа үрж үзээгүй. Гачигдал бол байдал, байх ёстой л асуудлын нэг. Сүлжээг өргөтгөх, хэрэглэгчийн тоог өсгөхөөс өөр зүйлд анхаарал тавих нь үнэхээр хий хоосон цаг үрсэнтэй адил. Хэрэв сүлжээгээ л сайн ажиллуулж чадаж байвал ашиг орлого цаг хугацааны жамаар хүрээд ирэх л зүйл" гэж хариулсан юм.

Facebook-ийн удирдах зөвлөл нь үнэхээр цөөн суудалтай. Шон Паркерийн арвин их туршлага, уран мэхийн ачаар л Цукерберг өдгөө удирдах зөвлөлдөө хэн ч нөлөөлж чадашгүй бүрэн эрхтэй болсон юм. Шон Паркер байгаагүй бол туршлагагүй залуу захирлыг Wallstreet-ийн цэвдэг сэтгэлтэй хөрөнгө оруулагчид хэдэн талаас нь хэмхлээд, сүүлд нь хаях байсан биз. Нэгэн удаа би Facebook-ийн хөрөнгө оруулагчдын нэг Андреессенээс Цукербергт компанийн бүрэн удирдлага байгаа талаар асуухад "Энэ чинь маш сайн зүйл шүү дээ. Маш чадварлаг сайн захирлууд л үнэхээр сайн техник технологийн компанийг удирдаж, байгуулж чадна. Харин Цукерберг үүргээ маш сайн биелүүлж байгаа" гэж хариулсан юм. Тэрээр мөн Цукербергийг Билл Гейтс, Жефф Безос болон Стийв Жобстой харьцуулан ярьсан билээ.

Удирдах зөвлөлийн гишүүн бүр тус тусын үүрэгтэй. Жишээ нь, 2004 онд Accel Partners-ийн хөрөнгө оруулалтаар Facebook-ийн удирдах зөвлөлийн гишүүн болсон Жим Брееер ихэнхдээ компанийн зохион байгуулалт болон боловсон хүчин дээр анхааран ажилладаг. Удирдах зөвлөлийн өөр нэгэн гишүүн Андреессен компанийн менежмент болон бүтээгдэхүүний дизайн талд илүү анхаарал хандуулна. Тэрээр Цукербергийн хамгаалагч мэт байдаг ба түүнийг залуу хүний зангаар алдаа гаргахаас хамгаалдаг аж. Тухайн онд 500 мянган доллараар хөрөнгө оруулж удирдах зөвлөлийн гишүүн болж байсан Петер Тиелийн хувьд менежментийн асуудалд сонирхолгүй. Харин Цукербергтэй хамт компанийн алсын зорилго, стратеги болон эдийн засгийн орчны талаар илүү их анхааран ажилладаг байна. Цукерберг Тиел нарын хооронд болдог яриаг дүрслэх юм бол:

Тиел: Одоо мөнгөө өсгөх цаг нь ирлээ

Цукерберг: За

Тиел: Одоо компанийн үнэлгээг ихэсгэх хэрэгтэй

Цукерберг: За

Тиел: Одоо мөнгө өсгөхөд аюултай, одоо компаниа зарахад тохиромжтой.

Цукерберг: За...

Тиел үнэхээр эдийн засгийн орчныг маш гайхалтай мэдэрч чаддаг байсан хосгүй авьяастай нэгэн юм. Чухам мөнгө босгоход энэ хүний туслалцаа нилээд их бий. Удирдах зөвлөлийн нэг сул суудалд Цукерберг Washington Post-ийн Дон Грахамыг суулгах талаар 2005 оноос хойш

санал тавьж байсан. Гэвч тухайн үед компани нь хэтэрхий жижиг байсан болохоор Дон Грахам өөрөө зөвшөөрөөгүй аж. Ингээд хожим 2009 онд удирдах зөвлөлийн гишүүнээр элссэн байна. Цукербергийн мэдэлд байх нэг суудалд суусан ч түүний ноёрхол алдагдахгүй. Учир нь Андреесен, Дон Грахам нар нь үргэлж Цукербергийн талд үнэнч байдаг хүмүүс юм.

2010 оны сүүлчээр Facebook-ийн нилээд их хувьцаа компанийн 35 тэрбум долларын үнэлгээтэйгээр хаалттай зарагдах болсон байна. Энэ үнэлгээгээр Facebook-ийг зарлаа гэхэд 24 хувийг эзэмшдэг Цукерберг найман тэрбум доллартай үлдэх байсан юм. Цукербергээс гадна өөр хувьцаа эзэмшдэг хүмүүсийг дурдвал, найман хувийг Accel Partners, нэг хувийг Бреер, зургаан хувийг Дастин Московиц эзэмшдэг. 2009 оны тавдугаар сараас Оросын мэдээлэл технологийн томоохон компани болох Digital Sky Technologies хоёр хувийн хувьцааг шууд худалдан авч, дээрээс нь бусад жижиг хувьцаа эзэмшигчдийн хувьцааг түүж, бараг найман хувь эзэмших болов. Эдуардо Саверин таван хувь, Шон Паркер дөрвөн хувь, Петер Тиел гурван хувь (тэр өөрт байсан хувьцааны бараг тэн хагасыг Digital Sky Technologies-т 2009 онд зарсан учир гурван хувьтай үлджээ), Greylock Partners, Meritech Capital Partners нар тус тус 1-2 хувь, Microsoft 1.3 хувь, харин Хонконгийн тэрбумтан Ли Ка Шинг 0.75 хувийг эзэмшдэг байна. Зар сурталчилгааны томоохон компаниудын нэг The Interpublic Group 0.5-аас ихгүй хувьцаатай. Facebook-ийн хуучин ажилчдын бүлэг болох Матт Коллер, Жефф Ротшилд, Адам Д'Анжело, Крис Хьюз болон Овен Ван Натта нар тус бүр нэгээс ихгүй хувь хувьцаатай. Facebook-ийн анхны хөрөнгө оруулагч байсан хүмүүс болох Рейд Хоффман, Марк Пинкус нар болон Western Technology Investment нар компанид 3.6 сая долларын үнэлгээтэй 25 мянган долларын хөрөнгө оруулалт хийж байсан учир одоо багахан хэмжээний хувьцаа эзэмших аж. Facebook-ийн ажилчид болон гадны хөрөнгө оруулагч нар нийтдээ компанийн 32 хувийг эзэмшдэг байна.

Facebook улам дэлгэрэх тусам дэлхий түүний хүссэнээр мөн л улам ил тод болж, Цукербергт хэн энэ бүх мэдээллийг удирдах вэ? гэдэг асуудал тун их хамаатай болж байгаа юм. "Дэлхий ертөнц ингэж их нээлттэй, ил тод болж байгаа нь дараачийн 10 жилд болох үйл явдлуудын гол чиг хандлага юм" хэмээн тэр хэлжээ. Хүмүүсээс ил тод байдлын талаар бодлыг нь асуухад зарим нь маш хар бараан дүрслэлтэй байдаг. Өөрийг нь тал талаас нь хянаж ажиж байгаа юм шиг давчуу жижиг дэлхий тэдний бодолд ургадаг байна. Энэ мэтээр үнэхээр аймшигтай үр дагавруудыг ургуулан бодож болох юм. Ил тод байдал нь нийгмийн хүчийг төвлөрүүлэхэд ашиглагдах уу? Аль эсвэл бүр төвийн хүчийг задлахад ашиглагдах уу? Би одоо энэ ил тод байдлаас үүдэн гарах чиг хандлага, нөлөө маш их байгааг өдрөөс өдөрт мэдрэх болсон. Гэвч ажиглалтын төвд бид өөрсдөө байх үгүйг хэлж мэдэхгүй байна.

Цукерберг яг энэ асуудлыг ийнхүү тайлбарласан юм. "Хоёр жишээн дээр тайлбарлах гэж оролдъё. Жишээ нь, нэг талд Google-ийг байгаагаар төсөөлье. Google аливаа юмыг "мөрдөх" замаар мэдээллийг олж авдаг. Үүнийгээ тэд "мөлхөх" хэмээн нэрлэдэг юм. Тэд интернэтээр бага багаар мөлхсөөр бусад сүлжээнд байгаа мэдээллүүдийг өөрийн болгон авдаг байна. Тэд тар буюу газрын зургаа хийхдээ зүгээр л мэргэжлийн багийнхнаа явуулж таны болон хөршүүдийн чинь зургийг авч эхэлдэг. Энэ нь хожим Street View System-д ашиглагддаг. Харин тэдний хэрэглэгчдээ дүгнэн, дүн шинжилгээ хийх хамгийн том арга нь өөрсдийнх нь хөтчид байрлах Cookies юм. Энэ бяцхан төхөөрөмж нь таны ямар сайтад ордог, интернэтээс юуг

хамгийн ихээр хайж, үздэг гээд олон зүйлийг танддаг. Тэд ингэж л таны юунд сонирхолтой, хэн болох тухай мэдээллийг олж авдаг юм. Google агуу компани... Гэхдээ тэдний үйл ажиллагаа жаахан эвгүй, нэг л аймар сонсогдож байгаа биз!

Харин нөгөө талд бид яг энэ бүхнийг эсэргүүцэн, үүнээс өөр арга зам байх ёстой гэж хэлэх мэт компанийг байгуулсан юм. Хэрэв хэрэглэгчдэд өөрийнх нь хуваалцмаар байгаа мэдээллийг хуваалцах боломж олгоод, түүнд нь тохирсон маш сайн удирдлагыг гарт нь өгвөл Google шиг бүх зүйлийг чимээгүй, далдуур хийж мэдээлэл цуглуулснаас хамаагүй их мэдээллийг олж авах боломжтой. Гэвч танд бусадтай хуваалцмааргүй мэдээлэл гэж бий. Гэр бүлийн амралтын зураг, утасны дугаар, хувийн мессеж гэх мэтээ та дээрх мөлхөлтөд өртөх, эсвэл хэн нэгэн хөндлөнгийн этгээдийн баримтад хадгалуулж үлдээхийг хүсэхгүй л биз дээ. Ингээд бодоод үзэхээр дэлхий ертөнц ил тод болж байгаа ч маш олон зүйл бусдад нээлтгүй хэвээрээ байгаа юм. Энэ нь яг дараагийн 10 юм уу 20 жилийн турш цахим ертөнцийн үйлчилгээнд тулгарах хамгийн том асуудлуудын нэг. Бусдад өөрийн мэдээллээ хуваалцсан ч өөрөө мэдээллээ удирдаад явах нь тодорхой ч өөр ямар нэгэн хяналт ажиглалтын системд хэрхэн баригдахгүй байх вэ? Энэ л миний хамгийн гол, чухал гэж бодож байгаа зүйл. үүн дээр л би хамаг анхаарлаа хандуулж байна" хэмээн тэр тайлбарласан юм.

Google-ийг бодвол Facebook нь хувийн мэдээллийг тийм ч сайн хамгаалж чадаагүй юм. Жишээ нь, News Feed-ийн асуудал, Beacon-ы бослого гэх мэт.

Цукербергийн зөвлөх Тиел ч Google-ийн талаар яг л ийм ойлголттой байгаа. Энэ үнэхээр л тэдний анхаарлаа хандуулж, цаг үрэн бодох хэрэгтэй ажлуудын нэг байсан аж. "Google олон талаараа үнэхээр гайхалтай компани л даа. Гэвч биднээс ялгагдах нэг том зүйл нь Google-ийн цөм, эх үүсвэр нь даяарчлалын процесс явагдаж дуусахад бүх дэлхий компьютер дээр төвлөрнө. Улмаар компьютерүүд нь бүгдийг хийнэ" гэж боддогт байгаа юм. Яг энэ бодол ойлголтоос болоод л Google-ийнхэн олон нийтийн сүлжээ сайт гэх ойлголтыг таг мартсан байх. Би Google-ийг үгүйсгэмээргүй байна. Гэхдээ Google-ийн хувьд дэлхий ертөнцийг удирдаж байгаа мэдээлэл нь л хамгийн чухал гэсэн ойлголттой ханддаг" гэж тэр хэлсэн юм. Харин Facebook-ийн хэлбэр нь тэс өөр. Сайн даяарчлалын хамгийн гол зүйл нь хүмүүс технологиос илүү технологийг бүрэн эзэмшиж, түүнийг хөгжилдөө хэрхэн үр бүтээлтэй ашиглах нь чухал. Компанийн гол утга нь эдийн засаг, улс төр, соёлын талаараа ч хүн гэдэг ухагдахууныг хамгийн тэргүүнд тавьж ирсэнд байгаа юм. Юу юунаас илүү дэлхийн хүмүүсийн хувийн зохион байгуулалтад туслах нь хамгаас илүү чухал зүйл.

Google-ийн cookies нь үүргээ тийм ч сайн гүйцэтгэдэггүй. Жишээ нь, эмэгтэй найзынхаа компьютерээс нэг залуу байнга интернэт ордог бол cookies тухайн хүний орсон ихэнх сайтыг залуусын ордог сайт байна гэж дүгнэнэ. Бодит байдал дээр компьютерийн хэрэглэгчийг эмэгтэй гэж таах магадлал бага. Google-ийн хайлтын систем нь cookies дээр тулгуурладаг ба тухайн хэрэглэгчийг буруу тодорхойлсон бол хайлтын илэрц ч яг тохиромжтой гарч ирэхгүй. Хэрэв нэг хэрэглэгч өөрт хэрэгтэй нэг холбоосыг олоод, ямар нэгэн бараа үйлчилгээг онлайнаар худалдан авсан бол энэ нь хамгийн түрүүнд таны мэдэхийг хүссэн зүйлүүдийн нэг байх ёстой юм. Учир нь маш олон хайлтын системийн хэлбэрүүдээс хэрэглэгчид найзын санал болгосон зүйлийг л хамгийн тустайд тооцдог нь судалгаагаар тогтоогдсон. Хэрэглэгчид интернэтийн цонхонд гарч ирсэн холбоосоос илүү найзуудын явуулсан холбоос

руу орж үзэх нь тодорхой. Харин яг энэ шалгуур нь Google-ийн хувьд хамгийн том уналтуудыг үүсгээд байсан юм. үүнийгээ ч 2009 онд хийсэн нэгэн ярилцалагадаа Google-ийн CEO Ерик Шмитд олон нийтэд зарлаж байв.

Харин Facebook өөрийн сайт дахь хайлтын системийг сайжруулах тал дээр маш их ажиллаж байгаа. Гэвч тийм амжилттай бус явна. Одоо Facebook-ийн сүлжээнд бүх хуудас болон бүх хэрэглэгчийг хайж олох боломжтой болсон. Хамгийн гол нь тухайн хэрэглэгч өөрийн хуудсын тохиргоог private буюу хувийн болгоогүй л байх шаардлагатай. Харин сүлжээний дотор хайх системийн хувьд Facebook Google-ийн өрсөлдөгчдийн нэг болох Microsoft-ийн Bing-ийг сонгосон. Энэ нь Google-ийнхнийг ихэд гомдоожээ. 2010 онд Bing нь Google-тэй “тулалдаж” Facebook-ийн хайлтын системийг эзэгнэх боломжийг олж авсан түүхтэй. Facebook хайлтын системийн ирээдүйг ч тодорхойлох боломжтой. Учир нь Bing одоо Facebook-тэй хамтран ажиллаж хайлтын системдээ тухайн хэрэглэгчийн найзуудын таашаасан, хамгийн их ашигласан зүйлүүдийг илэрцдээ хамгийн түрүүнд гаргах боломжтой. Хэрэв энэ функцийг бүрэн ашиглалтад оруулах юм бол энэ нь мэдээж Google-ийн урт удаан хаанчлалд төгсгөл авчрах ч боломжтой юм.

Энэ мэтээр Facebook хайлтын системийн “хаан”-аас маш олон давуу талтай болж эхэлж байна. Саяхан гарсан судалгаан дээр л гэхэд Facebook хамгийн олон хэрэглэгчидтэй, хамгийн их хандалттай, хэрэглэгчид хамгийн их цаг өнгөрөөдөг сайт болж, Google-ийг илт гүйцэж түрүүлэх болсон байна. Дан ганц үйлчилгээндээ ч биш, боловсон хүчний тал дээр ч Google-ийг ардаа орхиж чадсан юм. Шерил Сандберг Google-ийн харилцаа холбооны шилдэг мэргэжилтнүүдийн нэг Елиот Счаржийг аль хэдийн “урвуулчихсан” байсан юм. Энэ үйлдлүүдэд Google гараа хумхиад чимээгүй суугаагүй ба Facebook-ийн платформыг босгоход чухал нөлөө үзүүлсэн шилдэг программистуудын нэг Бен Лингийг нь булаан авсан юм. 2010 оны сүүлчээр Facebook нь Google-ээс 300 ажилчин авсан байжээ.

Би Google-ийн CEO Ерик Шмитдээс Google-ийн хяналт, ажиглалтын талаар Цукербергийн ярьсан зүйлд хариу авахыг хичээсэн юм. Гэсэн ч тэр "Би Google-ийн талаар санал бодлоо илэрхийлсэн болгонд хариу хэлэх албагүй" гэсэн ажил хэрэгч хариуг и-мэйлээр илгээсэн байв. Мөн "Маркийн бүтээл үнэхээр сайн болж чадсан. Тэр эргэлзээгүй сайн удирдагч, сайн стратегич. Залуу хүнд ховорхон заяах авьяастай" хэмээн нэмэн тэмдгэлсэн байсан юм. Цукерберг Facebook-ээр дамжуулан интернет орчин болон нийгэм, хүмүүсийн харилцаанд илүү хүнлэг, уян хатан чанар олгох чин хүсэлтэй. "Facebook-т хүн болгон өөрийн бодит мэдээлэлтэйгээ байгаа учир бусад хүний итгэлийг олж авахын тулд та мэдээж хүнлэг, сайн зан чанартай байх хэрэгтэй болж байгаа юм. өнгөрсөн цагт хүмүүс ямар нэгэн компани, хүнээс сайн зүйлийг огт хүлээдэггүй байлаа. Харин одоо бол энэ бүхэн бага багаар өөрчлөгдөж байна" хэмээн тэр хэлсэн юм.

Мөн "Би ажилчиддаа компани байгуулах нь миний туйлын зорилго байгаагүй гэдгийг дандаа хэлдэг" хэмээн тэр надад хэлж байсан. "Зөвхөн ашиг орлогод санаа зовдоггүй маань компанийн олон ажилчид, удирдлагуудад таалагддаггүй байх. Гэвч миний хувьд компани байгуулна гэдэг нь тийм ч энгийн ойлголт биш. Дэлхий ертөнцөд үнэхээр шинэ өөрчлөлтийг авчрах зүйлийг хийж байна гэж боддог" хэмээн над руу санаа зовсон байртай хараад, үргэлжлүүлэн "Би өөрөөсөө өдөр болгон “Би хийж чадах хамгийн чухал зүйлээ үнэхээр хийж

чадаж байна уу” гэж асуудаг. Яагаад гэвэл бид энэ компанийг дэндүү том амжилтад хүргэж чадсан. Гэтэл олон хүн намайг одоо энэ ажлаа хийх ямар ч шаардлагагүй гэж боддог. Өөрөөр хэлбэл, намайг компаниа зараад олсон мөнгөөрөө үлдсэн амьдралын турш зугаалж цэнгэх хэрэгтэй гэж боддог гэсэн үг. Гэсэн ч ажлаа үргэлжлүүлэн хийсээр байх нь надад юу юунаас чухал байсан. Тиймээс л би хамаг чадлаараа, эцэстээ тултал энэ чухал ажилд хамаг хүчээ зориулъя гэж шийдсэн. Тэгэж чадахгүй цагийг дэмий үрвэл би маш их харамсана. Бүх хүч чадлаа хагас дутуу зарцуулах нь ч цагийг хий дэмий үрсэнтэй ижил” гэсэн юм. Цукербергийн бодлоор хувь хүнийг хүчтэй болгох, эрх чөлөөтэй гэж бодогдуулах хамгийн гол зүйл нь Facebook-ийг ашиглан бусад хүнтэй маш үр ашигтай харилцах, дэлхийтэй холбогдох асуудлыг илүү хялбар болгож өгөх, биднийг тойрон орших мэдээллийн асар том ертөнцөөс дуртайгаа авахад нь туслах аж. Ажилчид нь ч түүнтэй адил бодолтой байдаг. Facebook-т хамгийн удаан ажиллаж байгаа хүний нэг Кевин Коллеран "Бид энэ оргил дээр гарч ирэхэд хамгийн их нөлөөлсөн зүйл нь Маркийн мөнгөнд толгойгоо мэдүүлдэггүй сайн чанар байсан юм" гэж хэлсэн удаатай. Цукербергтэй нэг өрөөнд сууж ажилласаар ашиглалтын дэд ерөнхийлөгч болсон Крис Кокс "Маркийн хувьд зүгээр нэг энгийн сулхан компанитай байснаас хэрэгтэй зүйлийн төлөө зүтгэж, ямар нэгэн утга төгөлдөр агуу зүйлийг хийж байгаад компаниа дампууруулсан нь дээр гэж л боддог хүмүүсийн нэг" хэмээн хэлсэн юм. Компанийн ажилчдын уриа үг нь олон жилийн турш "Хуурамч байж болохгүй /don't be lame/" байсаар ирсэн. Энэ нь Коксийн тайлбарлаж байгаагаар ямар нэгэн зүйлийг мөнгөний төлөө юм уу, хэн нэгний зөвлөснөөр бус, зүгээр л чин сэтгэлээсээ хий гэсэн утгатай гэнэ. Энэ уриа нь Google-ийн Don't Be Evil-ээс урган гарсан байх магадлалтай. Хэдийгээр Facebook одоо бүх насны хүмүүсийг ажилд авдаг болсон ч 20 орчим насныхан ажилчдын ихэнх хувийг бүрдүүлдэг хэвээр. Учир нь залуус Цукербергийг ойлгох нь арай илүү аж. Тэд бүхэл өдрийг оффистоо скейтээр гулган өнгөрүүлдэг, хийх юмаа олж ядсан мэт харагдаж болох ч яг ажлаа хийгээд суухдаа хэнээс ч үр бүтээмж өндөртэй байдаг байна. Заримдаа би тэдний оффист очоод дэлхийн хамгийн ухаантай, тэгсэн мөртлөө хөгжилдөж чаддаг залуусын дунд орсон юм шиг л санагддаг. Facebook-ийн 2000 ажилчны дундаж нас нь 31 байдаг.

Facebook 2009 оны тавдугаар сард Пало-Алтогийн энд тэнд орших оффисуудаа бүгдийг нүүлгэн хотын төвд 135 мянган фут талбайтай том барилгад оржээ. Энэ оффис нь онц гойд зүйлгүй, янз бүрийн чимэглэлгүй. Цукерберг болон Сандберг нар Google юмуу, Yahoo шиг гоёмсог тансаг байранд орохыг хүссэнгүй. Тэдний бодсоноор тийм орчин нь ажилчдыг биеэ тоосон, маадгар болгох аюултай гэнэ. Харин энэ оффис нь тун удалгүй дахин багадаж, ойролцоо орших улам том байшинг түрээслэх болсон байна.

Эцэст нь Цукербергийн Facebook-ийн талаарх ойлголт нь анхны өдрүүдээс бага багаар хувьсан өөрчлөгдсөн ч гол утга санаагаа огт гээгээгүй юм. Бодит амьдрал дээр бие биеэ таних хүмүүсийн харилцааг дэмжигч Face-book нь үйлчилгээгээ хадгалж үлдэхийн тулд хожим хөрөнгө орлого олох нь зайлшгүй хэрэгтэй болсон. Энэ нь тэднийг зар сурталчилгааны хуудас болон зах зээлд орохыг шаардсан юм. Гэвч энэ бүхэн Цукербергийн баримталдаг гол зарчмыг огт алдагдуулаагүй ба харин ч зах зээл дэх олон төрлийн реклам сурталчилгаашинэ хэлбэртэй болж, Facebook-т уусан орж эхэлсэн юм. Хожим Твиттерийн шалгуур, өрсөлдөөн бий болоход Facebook улам өргөжиж, зөвхөн таньдаг хүмүүсийг биш, хүссэг хүн бүр хоорондоо холбогдож харилцаж болох талбар болгоход хүргэсэн. Зарим талаараа энэ бүхэн Цукербергийн ил тод байдал болон мэдээллийг түгээх гэсэн ойлголтын үр дүн ч байж болох

юм. Одоо ч энэ нь маргаангүй орчин үеийн амьдралын хэв маяг болсон байна.

Гэвч хувийн мэдээллээ баяжуулж, хамтарсан нийтлэг хүмүүсийн холбоо нь огт удирдлагагүй мэдээлийн урсгалтай хамтран оршиж чадахгүй байх магадлалтай. Энэ нь Facebook-ийн үндсэн ухагдахууныг өөрчлөх болов уу? Итгэлцэл дээр тогтох сүлжээ нь үнэхээр нээлттэй байж чадна гэж үү? Энэ мэт асуултын хариултууд нь Facebook ирээдүйд хэрхэн бүтээгдэхүүнээ хөгжүүлэх вэ? гэдгээс л шалтгаална. Цукерберг Facebook-ийг хүмүүс хоорондын гүүр болоосой гэдэг үүднээс дэндүү их санаа тавин ажилладаг. Тиймээс хэдэн зуун сая хэрэглэгчийн сэтгэлд нийцсэн бүтээгдэхүүн хийнэ гэдэг нь Facebook-ийн байнгын шалгалт, эрмэлзэл хэвээр үлдэх юм.

Төгсгөл

Энэ номыг унших үед Facebook аль хэдийн нэг тэрбум сая идэвхтэй хэрэглэгчийн босгыг давсан байх биз. 2010 оны зургадугаар сарын байдлаар л гэхэд 500 сая идэвхтэй хэрэглэгчтэй гэдгээ зарласан ба сар болгон 25 сая шинэ хэрэглэгч нэмэгдэж байгааг нь тооцвол нэг тэрбум гэдэг нь үнэхээр боломжтой тоо болж байгаа юм.

Компани нь орчин үеийн нийгмийн амьдрал болон соёлд гүн нэвтэрчээ. Одоо бол ямар ч орны, ямар ч хэлэнд Facebook гэдэг үг харилцан ярианд хангалттай ашиглагддаг болсон байна.

Холливуудын байдаг л нэг жишгээр бүтсэн The Social Network гэдэг кино дэлхий даяар Facebook-ийг бүтсэн түүхийг мушгин харуулж, энгийн нэгэн үлгэр мэт болгон, Цукербергийг хорон санаатан мэтээр дүрсэлжээ.

Facebook-ийн нөлөө ч улам тэлсээр байна. Нийгмийн болоод хувийн амьдралд ч, улс төрийн хүрээнд ч адил. Жишээ нь, Арабын улс төр Facebook-ийн идвэхжилээр улам их хувьсан өөрчлөгдөж юунд хүрч болохыг бид харсан. Мөн Facebook нь дэлхийн олон орны насанд хүрэгсдийн хувьд аль хэдийн унтарч байсан харилцаа холбоог сэргээж өгсөн тустай үйлчилгээ болсон байна. Энэ номонд зориулсан Facebook хуудсанд Техас мужийн Остин хотод амьдардаг маркетингийн мэргэжилтэн Жон Вайсблатт “Facebook Vertigo” буюу Facebook балмагдалт гэсэн нэгэн сонирхолтой хэллэгийг ашигласан байсан юм. Энэ хэллэгээр тэр удаан уулзаагүй хүний нэр, зургийг хараад тухайн хүнд төрөх сэтгэгдлийг илэрхийлсэн юм. 10 жил уулзаагүй найзаа Facebook-ээс дахин хараад хүмүүс балмагдах нь тодорхой. үүнийг л Facebook Vertigo хэмээн томъёолсон аж.

Facebook хэдий хол тасарсан ч өрсөлдөгчид хэзээд байсаар л байна... Bebo л гэхэд 2008 онд AOL-д 850 сая доллараар зарагдаж, 2010 онд буцаад ердөө 10-хан саяар зарагдсан байна. 2010 оны зун Facebook Skype-тай нэгэн гэрээ байгуулсан нь тэднийг өрсөлдөгчдөөс нь улам хол тасрахад хүргэжээ. өдгөө хэрэглэгчид нь найзуудтайгаа Facebook дээр дуу хоолойгоор ярих болон видео дүрсээр ч дуудлага хийх боломжтой болсон. Мөн Facebook Places үйлчилгээг ашиглан хэрэглэгч яг хаана байгаагаа найзууддаа хэлэх боломжтой юм. Энэ нь түүнийг өөр газар байна гэж худлаа хэлэх ямар ч боломжгүй болгохын зэрэгцээ хүмүүсийн итгэлээс эргэлзээ гэгчийг үгүй хийх сайн талтай. Гэвч энэ бүхний хажууд хамгийн том хувьсал нь Facebook дээрх зурвасын шинэчлэлт ба жирийн зурвасыг и-мэйл болгон ашиглах боломжтой болгосон явдал байв. Энэ нь хэрэглэгчдийн харилцсан бүх зүйлийг он цагийн дараалалтайгаар харуулдаг. Энэ үйлчилгээ нь анх нэвтэрсэн даруйдаа л хэрэглэгчдээс маш сайн үнэлгээ авсан юм.

Миний найз Пало-Алтод амьдардаг юм. Түүний гэр Facebook-ийн төв байрнаас тийм ч холгүй. Амралтын өдөр миний найз гэр бүлийнхэнтэйгээ нэгэн арга хэмжээнд оролцчихоод буцаж байжээ. Цаг оройтсон тул хүүхдүүд нь унтахыг яаран бухимдалтай байв. Харин гэртээ нилээд дөхсөн учир манай найз болон эхнэр нь тайван уужуу явж байсан аж. Тэгтэл машины гэрэлд замаар алхах нэгэн хүн харагдав гэнэ. Жижиг биетэй, буржгар үстэй залуу тэдний замд садаа болж байгаагаа ч анзаарсангүй. Тэр орчноос тасарчихсан гэмээр гараа ардаа

үүрээд газар ширтэн бодол болон алхах аж. Манай найз түүнийг хүндлээд дуут дохио өгөлгүй зогстол хүүхдүүд нь яаран уурлав. Найз маань энэ хүний гүн бясалгалд ямар нэгэн саад болох хэрэггүй гэж боджээ. Тэгээд хүлээгээд л байж. Ингэж минут хэртэй зогссоны дараа бодолд автсан Марк Цукерберг толгойгоо өндийлгөн тэднийг нэг харчихаад зам тавьж өгөөд бодолд дарагдан цааш намуухан алхсан гэнэ...



2003 оны XII сар. Харвардын Киркландын байрны оюутнууд.

Зүүн талаас: Жое Сиешелз, Марк Цукерберг, Билли Олсон, Дастин Москович, Жое Грийн, Айри Хасит



2004 он Zuckerberg Co.

Facebook-ийн Харвардын оюутнуудад зориулж хийсэн хамгийн анхны дизайн.



Цукерберг өрөөндөө.

Facebook нээгдээд удаагүй байх үед.



Хамтран амьдрагчид болон ажлын хамтрагчид. 2004 оны хавар.

Зүүн талаас: Московиц, Крис Хьюз, Цукерберг.



Эдуардо Саверин. Цукербергийн дээд курсийн оюутан, математикийн “гавал”, бизнесийн олон туршлагатай нэгэн.

Facebook-ийг үүсгэн байгуулагчдын нэг.



2005 онд компани дээр болсон үдэшлэг:

Facebook-ийн зургаа дахь ажилтан Езра Каллагхан, зар сурталчилгааны ажилтан Коллеран, голд нь Марк Цукерберг.



Пало-Алто. Компанийн анхны оффис.

Зүүн талаас: Цукерберг, Московиц, Шон Паркер.



Кевин Коллераны Facebook дэх нүүр зураг.

Цукерберг Кевин Коллераныг ажилд орохыг уриад анх уулзахдаа том биетэй хар арьстай залуу ирнэ хэмээн андуурч байсан байна.



2007 он, Facebook-ийн оффис.

Компани үүсгэн байгуулагдсанаас хойш хөгжлийн томоохон сорилтуудыг давахаар ид ажиллаж байв.



2008 оны II сарын 4. Facebook-ээс эхлэлээ авч FARC-ийн эсрэг жагссан хүмүүс.



2008 онд Google-ийг орхиж Facebook-т орсон Шерил Сандберг. Facebook-ийг жинхэнэ бизнес болгоход гол нөлөө үзүүлсэн хүн. Түүнийг ирсний дараа Facebook-ийн жилийн орлого тэрбум доллараас давсан юм.

facebook



Search for people, places and things



facebook

Дэлхийг хэрсэн Фейсбүүк сүлжээг
үүсгэн байгуулсан үнэн түүх



Table of Contents

Оршил

1. Эхлэл

“Бид The Facebook-ийг харвардын оюутнуудын нийтийн хэрэглээ болгох зорилгоор нээсэн”

2. Пало-Алто

“Үүсгэн байгуулагч, эзэн, удирдагч хийгээд төрийн дайсан”

3. Нийтийн сүлжээ ба интернэт

"Хүн бүр багахан ч хамаагүй хүртэхийг санаархав”

4. 2004 оны намар

“Эргэн тойронд байх дэлхий ертөнцийг сайн ажигла. зөв газрыг нь олж түлхвэл өчүүхэн зөөлөн хүч ч хорвоог хөдөлгөж чадна”

5. Хөрөнгө оруулагчид

Бид энэ компанид хөрөнгө оруулах хэрэгтэй

6. Компани болсон нь

"Ерөнхий зачирал байна гэдэг оюутны байранд чэн нэгэнтэй амьдрачаас тэс өөр"

7. 2005 оны намар

"Facebook-ийг улам өргөжүүлсээр"

8. Гүйцэтгэх захирал

"Гүйцэтгэх захирлын дамжаанд суусан нь"

9. 2006

"Найзуудад минь яг юу тохиолдоод байгааг би нэг л ойлгохгүй байна!"

10. Хувийн хэрэг

"Хүн бүр өөрийн гэсэн хуудастай"

11. Платформ

"Бид хамтдаа хувьсгал хийнэ!"

12. 15 тэрбум доллар

"Итгэлтэй хүн-зар сурталчилгааны ашигтай хувилбар"

13. Мөнгө олох

"Бид ямар бизнес рүү оров?"

14. Facebook болон Дэлхий

"Дэлхий ертөнцийг ил тод, нээлттэй болгоно гэдэг тийм ч амар зүйл биш"

15. Хүрээлэн буй орчныг өөрчлөх нь

"Бэлэг"

16. Facebook-ийн хувьсал

"Бидний одоо хийж байгаа зүйл бол ердөө л эхлэл"

17. Ирээдүй

“Би хэзээ ч жирийн нэг компани байгуулах зорилго тавиагүй"

Төгсгөл