

Novi Bil Gejts je, prema mnogima, tvorac najznačajnijeg projekta na internetu ove decenije. Po njegovom izgledu teško bi se moglo prepoznati da se radi o dečaku koji je od 20. do 23. godine uspeo da napravi kompaniju vrednu 15 milijardi dolara. Stalno je u „adidas“ papučama. Radije jede u „Mekdonsdusu“ nego u „pravom“ restoranu. Još uvek živi u iznajmljenom stanu sa jednim dušekom, stolom i dve stolice. Svakoga dana pešači do kancelarije ili vozi bicikl, a dešava mu se da kasni na sastanke s kolegicama „Majkrosofta“ jer se obično uspava. Isti taj momak je 2006. godine odbio „Jahuoovu“ ponudu od milijardu dolara. Danas broj korisnika „Fejsbuka“ već prevazilazi 50 miliona...

Cukerberg je sa 20 godina kreirao „Fejsbuk“ u sobi studentskog doma na Harvardu kako bi on i njegovi prijatelji lakše komunicirali s ostalim studentima. Ali, vremenom je skroman veb sajt postao socijalni fenomen. Studenti i profesori širom Amerike pošli su da traže pristup sajtu. Do sredine 2006. godine više od milion korisnika interneta, većinom studenata, imalo je svoj profil na „Fejsbuku“. U stvarima koje pomažu protoku informacija među ljudima, navodi Cukerberg u svom profilu. Oduvek je tvrdio da sve informacije treba da budu dostupne javnosti. Tokom studija na Harvardu imao je običaj da upadne na zvaničan sajt univerziteta, zahvaljujući svojim hakerskim sposobnostima, i pokupi fotografije studenata bez njihove dozvole. Cela internet zajednica je bila zapanjena ponudom kompanije „Jahu“, koja je protekle godine Cukerbergu nudila neverovatnih milijardu dolara kako bi se domogla vlasništva nad „Fejsbukom“. Cukerberg je tada još više iznenadio sve odbijanjem ponude, uz objašnjenje da je ponuženi iznos premali, čak škrt.

Momak je time dokazao koliko je dalekovid. Broj „Fejsbuk“ članova raste neverovatnom brzinom, kakvu nije zabeležio nijedan drugi sajt novije generacije, a kompanija danas vredi 15 milijardi dolara. Cukerberg se opredelio za saradnju sa „Majkrosoftom“, na čijeg šefa Bila Gejtsa neverovatno liči na početku na koji je stekao bogatstvo i neobaveznim ponašanjem. U oktobru ove godine je objavljeno da je „Majkrosoft“ kupio 1,6 odsto deonice „Fejsbuka“ za 240 miliona dolara, čime je vrednost čitave kompanije na tržištu procenjena na 15 milijardi dolara. Cukerberg je tako postao najmlađi milijarder u Americi, dok je „Majkrosoft“ dobio šansu da se oštro suprotstavi „Guglu“, svom najvećem rivalu na tržištu. Svako može besplatno postati korisnik „Fejsbuka“ na adresi <http://www.facebook.com/> Svako može da na tom sajtu napravi sopstveni profil putem koga će biti u kontaktu sa drugim članovima sajta. Njegova najvažnija osobina je to što vam omogućava da se povežete sa ljudima koje već poznajete. U tome leži velika razlika u odnosu na poznati društveni sajt „Maj spejs“, na kojem korisnici smišljaju novi identitet i upoznaju nepoznate osobe. Cukerberg objašnjava da je napravio servis koji korisnicima pomaže da, umesto upoznavanja novih ljudi, imaju mogućnost da se druže sa svojim starim prijateljima i poznanicima. Stručnjaci ističu da „Fejsbuk“ odražava autentičnost i identitet korisnika. „Fejsbuk“ je postao svetski hit u okviru savremene, internet komunikacije, upravo zbog iskreno popunjenih profila, s pravim imenom i prezimenom, i autentičnim informacijama. Oni koji su Cukerberga nazvali novim Gejtsom njegov sajt nazivaju novim internetom i najznačajnijim tehnološkim izumom decenije.

