

Julien Le Bot

DANS LA TÊTE
DE MARK ZUCKERBERG

essai

SOLIN
ACTES SUD

*À mes trois grâces, Lou, Ninon, et Élodie.
Parce que mon propre optimisme est
parfois délirant, il fallait tenter d'y voir
clair.*

*Les travaux des hommes de génie, même
s'ils œuvrent dans une direction erronée,
finissent presque toujours par apporter
des bienfaits concrets à l'humanité.*

MARY SHELLEY,
Frankenstein ou le Prométhée moderne, chap. 3

— Ô Pangloss ! s'écria Candide, tu
n'avais pas deviné cette abomination ;
c'en est fait, il faudra qu'à la fin je
renonce à ton optimisme.

— Qu'est-ce que l'optimisme ? disait
Cacambo.

— Hélas ! dit Candide, c'est la rage
de soutenir que tout est bien quand on
est mal.

VOLTAIRE,
Candide ou l'Optimisme, chap. 19

PROLOGUE

C'est une belle soirée d'été. Dans une luxueuse propriété de la Silicon Valley, ingénieurs, investisseurs et entrepreneurs à succès comme Dustin Moskovitz, cofondateur de Facebook, Elon Musk, de Tesla et SpaceX, ou encore Eric Schmidt, ex-Google, devisent autour d'une coupe de champagne. Cette maison contemporaine est transformée en club privé. Autour de la piscine bleu turquoise, lumineuse et impassible, on tchatche à tout va. Au total, 40 milliards de dollars de fortune sont ici réunis. Dans le jardin, un groupe de musique, qui pour l'occasion dispose d'une scène hors de proportion, donne un concert privé devant un public désespérément indifférent. On ne les voit pas, mais on imagine très bien, devant l'entrée de la résidence, des valets de parking se relayer pour garer les Tesla, SUV japonais et autres coupés allemands des invités.

Soudain, le maître des lieux monte sur scène et s'empare du micro, verre en main. C'est un jeune homme propre en tee-shirt, veste et jean, qui lance un cri de guerrier victorieux ! Le zonzon cesse, l'assistance est tout ouïe. Nonchalante, bière en main,

majoritairement masculine et trentenaire, elle écoute, ça fait partie du jeu. “J’ai sept mots à vous dire”, lance-t-il, comme si la foule devait ensuite l’acclamer ! “J’aime la fonctionnalité multiplateforme intégrée de Goolybib ! *Yeaaaaah!*” Le public approuve d’un hochement de tête. Mais il approuve. OK. “Plus sérieusement, vous savez, il y a quelques jours encore, on était assis avec Barack Obama. Je me suis tourné vers ces gens et je leur ai dit : « OK, c’est vrai, nous gagnons énormément d’argent. Et c’est vrai, nous disruptons les médias numériques. Mais plus important encore, nous rendons le monde meilleur [...] en construisant des architectures élégantes pour une réutilisation et une extensibilité maximales du code. »” Tout le monde a l’air de comprendre, les applaudissements sont satisfaits. Parce qu’ici, on a coutume de se dire que Fortune et Vertu vont de pair. Le monde est meilleur, les poches bien remplies, tout va pour le mieux dans le meilleur des mondes. La start-up du petit génie du logiciel que l’on vient d’entendre a été rachetée par Google 200 millions de dollars. Alors forcément, il est aux anges.

Cette saynète peut paraître caricaturale (et elle l’est), elle dit pourtant quelque chose de vrai. Et c’est Bill Gates qui l’affirme : “Si vous voulez vraiment comprendre comment fonctionne la Silicon Valley aujourd’hui, vous devez regarder la série *Silicon Valley* produite par HBO”, écrit-il en novembre 2018 sur son blog¹. *Silicon Valley* est une série à succès qui, depuis 2014, évoque splendeurs et misères d’une clique de développeurs venus en Californie pour tenter de faire fortune avec leur start-up. Très vite pourtant, ils affrontent ce qui

fait l'ordinaire des apprentis entrepreneurs de la Vallée : il faut concevoir au millimètre son produit pour le distinguer de la concurrence, élaborer une stratégie ultra-précise pour conquérir un maximum de parts de marché (si possible, le disrupter), lever des fonds pour se développer le plus vite possible et prendre de court toute forme de concurrence, mais surtout, il faut tenir bon face aux géants du numérique comme Facebook, Google... ou Microsoft qui absorbent tout ce qui pourrait les menacer.

Et le fondateur de Microsoft, justement, de s'expliquer : ce qui est convaincant, dans cette série, c'est le portrait-robot de l'entrepreneur de la tech qui y est dépeint. D'abord, tous ces personnages sont intelligents, ils ont l'esprit de compétition, y compris avec leurs amis, et ils sont plutôt mal à l'aise avec les codes sociaux. Ensuite, il y a ce je-ne-sais-quoi qui rend cette série à la fois vraisemblable et sagace. Si globalement, dans la Silicon Valley, "les entrepreneurs sont bien intentionnés", "ils sont également enclins à avoir des visions des choses exagérées". Et Bill Gates de préciser sa pensée : "Même un immense partisan de la technologie comme moi se met à rire quand un personnage parle de la façon dont il va changer le monde avec son application capable de vous dire si ce que vous mangez, c'est un hot-dog ou non."

C'est dire si la Californie des hippies n'est plus de ce monde. Et la Silicon Valley des hackers n'est pas non plus celle que Mark Zuckerberg a trouvée en arrivant, au début de l'été 2004, à Palo Alto. Pourtant, sur ces terres, de San Francisco à San José, c'est tout un monde qui s'est inventé dans la seconde moitié du xx^e siècle.

À grand renfort de zen et de LSD, de théorie cybernétique et de bouddhisme, de bricolage et de petites communautés autogérées, toute une partie de la jeunesse californienne s'est mise en quête d'un monde libre, ouvert, créatif, épanoui. Loin du fordisme désenchanté, de la guerre du Viêtnam et de la société de consommation, des hippies éblouis par le *Summer of Love* (San Francisco, 1967) se sont cherché un avenir dans les méandres des réseaux.

L'histoire (et la contre-histoire²) d'Internet est à cet égard fascinante. Elle montre bien comment, dans le prolongement de ces années fondatrices, les entreprises de la Silicon Valley des années 1980-1990 vont traduire de nouvelles valeurs en les intégrant à de nouvelles formes de management³. La flexibilité devient vertu, l'autonomie (relative) des salariés est de rigueur, le mode projet s'impose et la hiérarchie n'est plus ce qu'elle était. Fini l'usine à papa, haro sur l'ancien monde, voici venu le temps des (auto)entrepreneurs et des visionnaires. La figure du hacker est, en elle-même, l'incarnation des ambiguïtés de cette période. Comme l'écrit Steven Levy, auteur, en 1984, de *L'Éthique des hackers*⁴, "une idée simple et élégante comme la logique gouverne l'informatique : l'ouverture, le partage, le refus de l'autorité, et la nécessité d'agir par soi-même, quoi qu'il en coûte, pour changer le monde." Et d'ajouter : "C'est un legs précieux qu'ils ont laissé même aux gens qui ne s'intéressent pas aux ordinateurs."

Mark Zuckerberg, qui est né l'année de la parution de ce livre, pourrait paraître loin de tout ça. L'histoire de Facebook pourrait ressembler à une simple aventure entrepreneuriale comme on en connaît depuis le

début de l'économie numérique. Et pourtant, quand on regarde de plus près, on comprend très vite comment tous les malentendus nés autour de cette notion de hacker, qui ne va pas sans romantisme ni sans héroïsme, ont pu irriguer rêves de grandeur des uns et folies des autres.

Qui sont donc les hackers ? D'abord, ceux qui veulent tout savoir de la machine, et ne surtout pas s'en remettre à la notice d'utilisation. Mais aussi, ceux qui veulent que l'information soit libre. Une bataille d'interprétation va d'ailleurs traverser ensuite toute l'histoire de l'informatique : Libre veut-il dire gratuit ? Qu'appelle-t-on information ? Le code source uniquement ? Que devient, dès lors, la propriété intellectuelle ? Et le droit d'auteur ? Les hackers sont aussi ceux qui se méfient des autorités ; logique, mais on sent très vite, aussi, derrière ce principe, la pente qui peut conduire au refus des régulations, considérées comme des entraves bureaucratiques à cette quête d'amélioration de la vie par l'usage de l'informatique. Les hackers prônent également la méritocratie contre les hiérarchies arbitraires (diplômes compris). Quitter Harvard pour *faire* plutôt que d'y rester pour *faire carrière* ? Oui, pensent les hackers. Qui pensent aussi qu'il est toujours possible de développer de belles solutions à des problèmes bien réels. L'ordinateur n'est pas l'ennemi du beau. Et tout système a sa beauté propre. Les hackers, enfin, sont ceux qui pensent que les ordinateurs sont là pour enrichir nos existences. Pour nous libérer, comme l'imprimerie l'a fait en son temps des carcans anciens, et pour émanciper les individus.

C'est alors qu'un personnage aussi surprenant que Mark Zuckerberg peut surgir. Et imprimer sa marque – sans qu'on le voie venir. Derrière son sourire d'adulescent se cache un homme d'affaires habile et déterminé. Ses claquettes éternelles ou ses vestes polaires North Face ont pu donner l'impression qu'il était d'une confondante normalité, et ses références plus ou moins appuyées à la culture hacker étaient communément admises, dans la Silicon Valley des années 2000-2010. "Le style de Zuckerberg ne vient peut-être pas de l'âge d'or du hackerisme, conclut Steven Levy, mais son éthique du travail y trouve sa source." Et son efficacité. Ce que lui a confirmé, du reste, Mark Zuckerberg lui-même, en 2010 : "Nous croyons fortement qu'il faut bouger vite, repousser les barrières, dire qu'on a raison de vouloir casser les choses." Le "*move fast and break things*" qui fait partie de la légende Facebook vient de là. Était-ce une posture ? Non, "c'est au centre de ma personnalité", répondit alors le fondateur de Facebook.

Toutes les erreurs, tous les péchés d'orgueil, tous les détournements possibles de sa plateforme sont, en un certain sens, décelables dans cette vision de la culture hacker *made in Zuckerberg*. Car ce dernier s'est fait, jusqu'en 2019 où les discours ont commencé à changer, le chantre de la libre circulation de l'information. Sans restriction, sans entrave, sans régulation. C'est en partageant un maximum l'information que l'on réinvente le monde. Que l'on crée de la valeur. Mark Zuckerberg a toujours défendu cette position-là. "Ce n'est pas mon genre de faire de la rétention d'information, explique-t-il donc encore, en 2010, à Steven

Levy. J'ai toujours pensé qu'elle devrait être plus accessible." Son grand fait d'armes de hacker, et son plus grand coup en matière de libération de données, c'est donc à la fois d'avoir réussi à mettre fin à la vie privée de plus de 2 milliards d'utilisateurs dans le monde et d'annexer le débat public en fabriquant la plus grande machine au monde à redistribuer de l'attention.

Facebook est devenu *le* réseau social, même pour ceux qui n'y sont pas et, en quinze ans, l'interface élémentaire de notre monde connecté. Et par la même occasion, c'est devenu un monde en soi – littéralement disproportionné. C'est une communauté inédite dans l'histoire de l'humanité où se côtoient 2,4 milliards d'individus, un capharnaüm insensé où tous les aspects de la vie sont abordés sans trop de restrictions mais surtout sans modération *a priori*, un panoptique effrayant où tout est contrôlé, quantifié, catégorisé, ciblé et notifié, un bazar polyglotte et multiculturel administré par plus de 30 000 employés⁵ répartis dans 48 bureaux partout dans le monde, un gisement incommensurable et en perpétuelle expansion de données entreposées dans pas moins de 15 *data centers*, une plateforme fonctionnant avec plus de 100 langues dans le monde, et un empilement insensé d'actifs financiers avec une capitalisation boursière avoisinant les 500 milliards de dollars en 2019⁶. Son modèle économique est simple : c'est une immense régie publicitaire qui a su transformer toutes les données personnelles que ses utilisateurs ont vaguement consenti à lui livrer en informations utiles pour tous types d'annonceurs souhaitant atteindre des populations ciblées. Que vous soyez un pizaiolo ambulante,

une association de quartier, un média public, une multinationale ou un gouvernement, la recette est la même pour tous : dites-nous qui vous voulez atteindre avec votre page Facebook, nous saurons les trouver. Pis encore : à l'heure du smartphone, des notifications et de l'hyperconnexion, ce ciblage opaque, ultra-sophistiqué et géolocalisé, est presque capable d'anticiper. De prédire même, tant il nous connaît. Voire d'influencer. Forcément, une telle puissance de feu, ça devient vite rentable, indispensable et dangereux.

Si tout le monde connaît Facebook (y compris ceux qui n'y ont pas accès, comme les Chinois), nul ne connaît vraiment Mark Zuckerberg. Pourtant, Facebook, et c'est peut-être ça le plus étrange, c'est un homme. Facebook, c'est Mark Zuckerberg. Et Mark Zuckerberg, c'est Facebook. Impossible, quand on s'y intéresse, de dissocier l'homme de sa créature. L'architecte de son grand œuvre. Elle lui ressemble tellement – depuis ses premières heures. Facebook est bleu, d'abord : Zuckerberg est daltonien⁷, c'est la couleur qui lui convient le mieux. Facebook est à son image, ensuite : depuis son lancement en février 2004, Mark Zuckerberg y a toujours vu comme une traduction codée de son esprit. “*Mark Zuckerberg Production*”⁸, était-il écrit, dans les premières années du réseau social, au bas de chacune des pages web du réseau social. Aujourd'hui encore, Facebook reste sous son contrôle – comme aucune autre entreprise de la Silicon Valley : il n'est pas actionnaire majoritaire, mais il a su conserver près de 60 % des droits de vote et cumule les fonctions de président du conseil d'administration et de président-directeur général (CEO, dans le jargon⁹) de

Facebook. Il est bien maître en sa demeure. Il aime à dire qu'il consulte, que son bureau est ouvert, que les parois de la principale salle de réunion sont transparentes, mais au bout du compte, il est seul et n'aime pas qu'on le contredise. Certains investisseurs ont été jusqu'à l'attaquer en évoquant une "dictature"¹⁰, il n'en demeure pas moins quasiment indéboulonnable¹¹. Sur la façade de l'hôtel Nia de Menlo Park qui en mai 2019 accueillait l'assemblée générale des actionnaires de Facebook, une association a bien essayé d'en finir avec ce monarque de droit divin en projetant le visage du PDG avec une interpellation sans équivoque : "*Fire Zuckerberg*" ("Virez Zuckerberg", en VF). C'était osé, mais l'agit-prop a fait pschitt.

Alors, Mark Zuckerberg, hacker pur beurre ou serial entrepreneur ? La réponse à cette question se trouve peut-être dans cette ultime anecdote relevée par Fred Turner, à l'issue de son article publié en mars 2018 dans la revue *Poetic*¹². Automne 2012. Les salariés de Facebook sont invités à venir fêter le milliardième utilisateur inscrit sur le réseau social. C'est un cap, c'est la fête. Après les agapes, ils retournent à leurs postes de travail. Et que trouvent-ils sur leur bureau ? Un exemplaire d'un petit livre à la couverture rouge créé par les équipes de l'Analog Research Laboratory, en charge chez Facebook de la promotion de l'ouverture d'esprit par l'art et le design. Sur cette couverture maison, une première partie de phrase : "Facebook n'a pas été créé pour être une entreprise..." Puis, en première page, la suite : "Facebook a été conçu pour accomplir une mission – rendre le monde plus ouvert et plus connecté." Et cet ouvrage de communication interne de mettre

en forme dans les pages suivantes quelques formules assez révélatrices : “NOUS NE CONSTRUISONS PAS NOS SERVICES POUR FAIRE DE L’ARGENT ; NOUS FAISONS DE L’ARGENT POUR CONSTRUIRE DE MEILLEURS SERVICES.” “CHANGER LA FAÇON DONT LES GENS COMMUNIQUENT CHANGERA TOUJOURS LE MONDE” et “CELUI QUI IRA LE PLUS VITE ENTRAÎNERA LA TERRE ENTIÈRE.” Les salariés ont immédiatement jugé bon de lui donner un surnom : “Le Petit Livre rouge”.