

Quelle: Die Zeit

© Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG

POLITIK, MEINUNG ZEITGEIST

»Hört die Signale!«

ZEITGEIST __

Josef Joffe: Wie Facebook und Mark Zuckerberg die Welt erlösen wollen *Joffe Joffe*

Palo Alto, Kalifornien

Jeder 14. Mensch auf Erden ist in Facebook. Das ist der Ort, wo eine halbe Milliarde Menschen mehr von sich preisgeben, als sie es dem Staat gegenüber je tun würden. Zum Beispiel ihre Geschlechtovorliebe. Jose Antonio Vargas, der gerade ein langes Stück über Facebook und dessen Gründer Mark Zuckerberg im New Yorker veröffentlicht hat, berichtet, wie er ursprünglich das Kästchen »I like men« angekreuzt hatte. Jetzt ist das Häkchen wieder weg, aber die Nachricht über sein Sexualleben ist in der Welt. Sein Fazit: »Facebook hatte mich nach einem persönlichen Detail gefragt, das ich dann doch nicht mehr ausbreiten wollte.«

Nicht einmal im Beichtstuhl würden wir alles erzählen, was wir wo, wann und wie getan, gedacht oder besprochen haben - geschweige denn mit Bildchen. Seit August dürfen sich Kripo und Staatsschutz noch mehr freuen. In der neuen Facebook-Abteilung »Places« kann ich auf die Minute genau verbreiten, wo ich gerade bin. Die Stasi musste für solche Überwachung drei Schichten pro 24 Stunden ansetzen. Facebook macht's umsonst.

Facebook ist das Gesicht des 21. Jahrhunderts und Mark »Zuck« Zuckerberg (Vermögen: etwa sieben Milliarden Dollar) sein Prophet. Wie es dazu kam, zeichnet The Social Network nach, der in Deutschland am 7. Oktober anläuft. In dem Film kommt Zuck nicht gut weg; wie es der Zufall so will, hat er nun 100 Millionen Dollar für die siechen Schulen von New Jersey gespendet. Aber er ist schon längst woanders. Er will ein ganz neues Internet - nicht das Google-Netz, das nur alles indexiert, was digital ist. »Die Informationen, die uns wirklich interessieren, befinden sich doch in unserem Kopf.« Und: »Wir wollen wissen, was bei den Leuten um uns herum so abläuft.«

Was so abläuft, das liefern wir freiwillig. Vergesst die Algorithmen von Google. Bald werden wir lesen, essen, gucken, tragen, was unsere »Freunde« uns schon heute in Open Graph empfehlen. Vergesst also auch die Anzeigen, die bislang noch die Printmedien alimentieren. Und unsere Privatsphäre? Das Private, so Zuck, sei bloß eine »soziale Norm«, die sich andauernd fortentwickle. Der Motor? Wir müssen bloß immer mehr

Persönliches publik machen.

Nur: Die Revolte, das ist das nicht mehr ganz neue Paradox, tobt verhalten. Ihre Waffen sind Sarkasmus und Twitter, das ebenfalls von der Rundum-Entblößung lebt. Als Facebook vor einer Woche für ein paar Stunden zusammenbrach, twitterte einer: »Zuckerberg wird erst wieder ans Netz gehen, wenn wir versprechen, den Film nicht zu gucken.« @alqaeda schrieb: »Nicht klar, ob wir das gemacht haben, wir sollten es trotzdem für uns reklamieren. Die Ungläubigen treffen, wo es wehtut, etc.« OPB witzelte: »FB stürzt ab, Produktivität geht hoch. U.S. überwindet Rezession.«

Zuck sieht sich nicht als Big Brother, sondern als guter Mensch (wie noch jeder Despot vor ihm). Er glaubt, so die Medienforscherin Danah Boyd, »die Welt würde besser, wenn die Leute offener und durchsichtiger wären«. Wie in der alt-neuen Facebook-Hymne: Uns aus dem Elend zu erlösen / können wir nun selber tun! Mit der Tastatur.