

JEFF JARVIS

MEHR
TRANSPARENZ
WAGEN!

WIE FACEBOOK, TWITTER & CO
DIE WELT ERNEUERN

**JEFF
JARVIS**

**MEHR
TRANSPARENZ
WAGEN!**

**WIE FACEBOOK, TWITTER & CO
DIE WELT ERNEUERN**

Aus dem amerikanischen Englisch
von Lutz-W. Wolff

BASTEI ENTERTAINMENT 

BASTEI ENTERTAINMENT

Vollständige E-Book-Ausgabe
des in der Bastei Lübbe AG erschienenen Werkes

Bastei Entertainment in der Bastei Lübbe AG

Die in eckigen Klammern stehenden Erläuterungen sind Anmerkungen des Übersetzers.

Titel der amerikanischen Originalausgabe:
»Public Parts. How Sharing in the Digital Age Improves the Way We Work and Live«

Für die Originalausgabe:
Copyright © 2011 by Jeff Jarvis
Published by arrangement with Simon & Schuster, New York

Für die deutschsprachige Ausgabe:
Copyright © 2012 by Quadriga Verlag in der Bastei Lübbe AG, Köln

Umschlaggestaltung: Uwe C. Beyer, Hamburg
E-Book-Produktion: Dörlemann Satz, Lemförde

ISBN 978-3-8387-2050-0

www.bastei-entertainment.de

www.lesejury.de

Für meine Frau Tammy, meine Kinder Jake und Julia, meine Eltern Joan und Darrell und meine Schwester Cindy ...

und für Howard Stern, der das öffentliche Leben beflügelt

Inhalt

Einführung: Die Epoche der Öffentlichkeit

Der Prophet der Öffentlichkeit: Mark Zuckerberg

Die Entscheidung zur Öffentlichkeit

Die sehr privaten Deutschen

Das deutsche Paradoxon

Meine öffentliche Intimzone

Meine Privatsphäre

Vom Nutzen der Öffentlichkeit

Öffentlichkeit schafft Beziehungen

Öffentlichkeit entwaffnet Fremde

Öffentlichkeit ermöglicht Zusammenarbeit

Öffentlichkeit setzt die Klugheit (und Großzügigkeit) der
Vielen frei

Öffentlichkeit entschärft den Mythos der Perfektion

Öffentlichkeit neutralisiert Stigmatisierungen

Öffentlichkeit verschafft Unsterblichkeit ... oder
zumindest Anerkennung

Öffentlichkeit organisiert uns

Öffentlichkeit schützt uns

Eine Geschichte des Öffentlichen und des Privaten

Teuflische Kodaker

Technologische Ängste

Die Entstehung der modernen Öffentlichkeit

Der öffentliche Raum

Die öffentliche Presse

Gutenbergs (und Gottes) Geschenk
Aufstieg und Fall der Massenmedien

Was ist die Privatsphäre?

Wie definiert man das Private?
Wie schützen wir die Privatsphäre?
Die Ethik von Privatheit und Öffentlichkeit

Wie öffentlich sind wir?

Wir sind der Öffentlichkeit begegnet, und wir sind es selbst
Wie öffentlich ist zu öffentlich?
Oversharing – wenn zu viel mitgeteilt wird

Das öffentliche Ich

Identität und Reputation
Ein paar praktische Tipps

Die Industrie des Teilens

Zur Ökonomie der Öffentlichkeit
Evan Williams: Blogger und Twitter
Dennis Crowley: Dodgeball und Foursquare
Philip Kaplan: Blippy
Josh Harris: We Live in Public und Wired City

Das radikal öffentliche Unternehmen

Eine Vision
Fallstudien

Autos zum Mitmachen

Nackte Geeks

Medien: Ein weiterer Stein aus der Mauer

Einzelhandel: Der soziale Laden

Ins Extrem gehen

Durch das Volk

Geheimhaltung abschaffen

Jenseits der Offenheit

Die Neue Welt

Wer schützt die Öffentlichkeit?

Prinzipien der Öffentlichkeit

Danksagung

Anmerkungen

Einführung: Die Epoche der Öffentlichkeit

»Das Beste an der Highschool war Facebook«, sagt mein Sohn Jake. Ich weiß eigentlich gar nicht, was für mich an der Highschool das Beste war. Ich glaube, so etwas hatte ich gar nicht. Jake hat im Jahr 2010 seinen Abschluss gemacht. Sein Jahrgang war der erste, der Facebook benutzen konnte, als es 2005 aus den Universitäten herauswuchs. Es erweiterte den Schultag auf vierundzwanzig Stunden, sieben Tage die Woche. Zu meiner Zeit wäre das eine Endlosschleife der Hölle gewesen. Meine Jugendjahre waren von hormonell gesteuerten Dramen, einem völligen Mangel an Ironie und einer Ungeschicklichkeit im gesellschaftlichen Umgang bestimmt, an die ich mich nicht erinnern kann, ohne vor Scham im Boden zu versinken. Erleichtert wurde das alles nur durch einige gute Freunde und ein paar großartige Lehrer. Jake dagegen erhielt durch Facebook die Möglichkeit, mit viel mehr Freunden Beziehungen aufzubauen, Kontakt zu halten und Zeit zu verbringen. Für seinen Jahrgang wurde die Schule ein viel geselligeres Erlebnis, eine gute Erfahrung. Aus meiner Sicht ist das ein Wunder.

Mark Zuckerberg (*1984), der Gründer von Facebook, ist Jakes großes Vorbild. Jake ist jetzt am College und studiert Informatik und Betriebswirtschaft. Als er noch in der Highschool war, nutzte er sein Talent, um Facebook-Apps zu schreiben, von denen eine sogar zu einer kommerziellen Anwendung wurde, die er verkaufte. Zuckerberg verließ das College ohne Abschluss, um Facebook zu gründen, einen der beiden großen Konzerne, die den Weg in die nächste Epoche weisen. Über den

anderen Konzern habe ich in meinem ersten Buch geschrieben: *Was würde Google tun?* So wie Google rund um eine Suchmaschine einen ganzen Konzern aufgebaut hat, bildet auch Facebook den Kern einer neuen Industrie, die auf dem Prinzip des *Sharing*¹ beruht. Facebook befriedigt unser explosives Bedürfnis, uns anderen mitzuteilen, und beutet es zugleich aus. Daneben wirft es sowohl für den Einzelnen wie auch die Gesellschaft die Frage auf, was privat und was öffentlich sein soll – und warum. Dieses Buch ist nicht die Fortsetzung meines ersten, es ist kein *What Would Facebook Do?* Es ist eine Untersuchung über unser kommendes Zeitalter der Öffentlichkeit. Ich werde den tiefen Wandel analysieren, der gerade über uns kommt. Ich werde mich mit den Fragen und Ängsten beschäftigen, die dieser Wandel auslöst – aber vor allem auch mit den Chancen, die er uns bietet. Auf diese Chancen will ich mich konzentrieren.

Obwohl ich als Teenager gesellschaftlich eher verkümmert war, hole ich in meinen mittleren Jahren jetzt mächtig auf. Das verdanke ich zum großen Teil meinem Sohn. Er ist der Webmaster meines Blogs und meine Geheimwaffe bei dem Versuch, das *Social Age* zu verstehen. Er hat mich die Normen und Werte der Facebook-Gesellschaft gelehrt, hat mir klargemacht, dass ich Twitter beachten muss. Zwar hat mich das unaufhörliche Twitter-Gespräch mit seinem Sirenengesang oft vom Schreiben an diesem Buch abgehalten, aber gleichzeitig hatte ich auch immer Leute an der Hand, die mir bei meinen Recherchen und beim Redigieren geholfen haben.

Gerade sitze ich vor meinem Laptop und versuche, die Vorteile der Öffentlichkeit aufzuzählen. Ganz reflexartig gehe ich über Twitter und frage die Leute, was sie davon haben, dass sie offen und öffentlich sind. Innerhalb von Sekunden kommen die Antworten. @john_blanton sagt, er

habe seine Frau beim Chatten gefunden. Die lesbische Komikerin @heathr sagt, ihr Coming-out habe ihr zu mehr Integrität verholfen, zu »weniger Angst und mehr Energie«. Eine alte Freundin, @terryheaton, erklärt: »Es hat mir einen Haufen Nieten beim Dating erspart.« @flmparatta hat einen Job gefunden. @ginatrapani hat Karriere gemacht. @everywheretrip sagt, er habe überall auf der Welt neue Leute getroffen, »weil ich ihnen auf Twitter, Facebook und in meinem Blog gesagt habe, wo ich mich gerade aufhalte«. @akstanwyck schreibt, sie habe sich bei ihrem letzten Trip nach New York »ganz gezielt« mit drei Leuten verabredet, die sie bisher bloß von Twitter kannte. @alexis_rueal erzählt in mehreren Tweets, sie habe fast all ihre Freundinnen und Freunde von der Highschool und vom College wiedergefunden und festgestellt, dass die Leute, die sie vor 15 Jahren nicht leiden konnte, inzwischen ganz wunderbare Menschen seien, die sie sehr schätze und zu ihren Freunden gemacht habe. @sivavaid – der Verfasser von *The Googlization of Everything* und häufiger Sparringspartner bei meinen Podiumsgesprächen und Posts – reagiert auf meine Frage nach wertvollen Beziehungen, die Twitter geschaffen habe, mit dem Tweet: »Fangen wir doch bei Ihnen und mir an.«

Weil ich öffentlich bin, habe ich neue Freunde gewonnen und mit alten wieder Kontakt aufgenommen. Aufträge habe ich erhalten und Geld verdient – so sind dieses Buch und auch das letzte entstanden. Ich habe Ideen erprobt und verbreitet, habe Anerkennung dafür erfahren (und Tadel). Gern wiederhole ich, was mir @dustbury geschrieben hat: »Das Beste daran, dass ich jetzt öffentlich bin, ist die Tatsache, dass ich keinen Bullshit mehr verbreiten kann: Viel zu viele Leute könnten mich darauf festnageln. Das macht das Leben viel einfacher.« Ebenso @jmheggen: »Öffentlich sein hat zu meinem Mantra der Ehrlichkeit geführt. Ich bin jetzt immer der, der ich bin, weil Lügen kurze Beine haben, wenn man öffentlich ist.« Politiker und

Konzerne könnten daraus etwas lernen. @clindhartsen sagt, er hat Twitter benutzt, um öffentlich zu machen, was er isst und was er wiegt: »Zusammen mit ein bisschen Selbstbeherrschung hat es mir dazu verholpen, 30 kg abzunehmen.« Um mithalten zu können, habe ich über meinen nicht funktionierenden Penis getwittert – darüber später mehr, ich bin sicher, dass Sie das interessiert – und unschätzbare Ratschläge von anderen Patienten erhalten, die ebenfalls Prostatakrebs hatten. Öffentlich zu sein hilft mir, Informationen zu bekommen und Entscheidungen zu treffen. Ich habe begriffen, dass wir von dem, was andere mitteilen, umso mehr profitieren, je mehr wir selbst teilen. Ich bin ein öffentlicher Mensch. Mein Leben ist ein offenes Buch.

Datenschützer sagen mir, ich sollte vorsichtig sein, nicht so viel offenlegen. Diese Datenschützer schwärmen jedes Mal aus, wenn ein neuer Onlinedienst uns auffordert, irgendetwas über uns zu offenbaren. Sie sagen, wir sollten uns vor den Konzernen und Technologien hüten, die uns mit kostenlosen Inhalten und Dienstleistungen, einem besseren Sozialleben, Personalisierung und dem Versprechen auf größere persönliche Bedeutung dazu verleiten wollen, uns preiszugeben. Sie machen sich Sorgen wegen der Regierungen – und da haben sie auch ganz recht, denn Regierungen haben die Möglichkeit, sehr viel über uns in Erfahrung zu bringen, und dazu auch die Macht, diese Informationen gegen uns zu verwenden. Datenschützer sorgen sich auch um die jungen Leute, die viel zu viel ausplaudern, wie sie befürchten. Das kann ein böses Ende nehmen, sagen sie. Aber das war schon immer so.

Wenn Sie in den Google News nach »Datenschützern« suchen, finden Sie immer dasselbe: Datenschützer sind besorgt, warnen, sehen Gefahren und klagen an. In seinem Buch *Understanding Privacy* hat der Jurist Daniel J. Solove von der George-Washington-Universität unsere

Befürchtungen über die Gefährdung der Privatsphäre² zusammengestellt. Er zitiert Vance Packard (*The Naked Society*, 1964), der befürchtete, die Privatsphäre sei dabei zu »verschwinden«, ebenso wie der Psychologe Bruno Bettelheim, der 1968 erklärte, die Privatsphäre sei ständigen Angriffen ausgesetzt. »Zahllose Beobachter haben erklärt, die Privatsphäre werde ›angegriffen‹ oder ›belagert‹, sei ›in Gefahr‹ oder dabei zu ›erodieren‹, zu ›schrumpfen‹, zu ›verschwinden‹ oder zu ›sterben‹, sofern sie nicht schon ›verloren‹ oder ganz ›tot‹ sei. Legionen von Büchern und Artikeln haben vor der ›Zerstörung‹, dem ›Ende‹ oder dem ›Tod‹ der Privatsphäre gewarnt. Wie Professorin Deborah Nelson ausgedrückt hat: ›Die Privatsphäre ist nicht bloß tot, sondern scheint immer wieder aufs Neue zu sterben.«³

Ist das wirklich so? Mit diesem ganzen Gerede vom Datenschutz, Datenschutz und noch mal Datenschutz haben wir letzten Endes mehr Schutz als je zuvor – womöglich zu viel. Trotzdem unterschreibe ich unser Recht auf Privatsphäre und die Notwendigkeit, sie zu schützen, vollkommen. Jeder hat einen Anspruch darauf, die eigenen Daten, die eigenen Erzeugnisse und die eigene Identität selbst kontrollieren zu können. Die Datenschützer, die sich dafür einsetzen, will ich gern unterstützen, aber ich werde versuchen, die aufgeregte Rhetorik, die spekulativen Ängste und die verschwommene Sprache der Privatheit zu hinterfragen und zu prüfen, worüber wir eigentlich reden. Was ist es genau, das privat bleiben soll, und warum? Worin besteht der Schaden, wenn die Privatsphäre verletzt wird? Welches sind die Wurzeln unserer Ängste hinsichtlich der Privatsphäre? Wie hängen unsere verschiedenen Erwartungen an die Privatsphäre miteinander zusammen? Warum lehnen manche Deutsche es ab, dass ihre Häuser von Google Street View fotografiert werden, während manche Amerikaner auf die Straße rennen und eine Show

für den Kamerawagen von Google abziehen, damit sie von allen gesehen werden?

Privatsphäre und Öffentlichkeit schließen sich nicht aus, sondern ergänzen sich vielmehr – ja, sie hängen voneinander ab. »Öffentlich und privat sind relative Begriffe so wie heiß und kalt oder hell und dunkel«, sagt Paul Kennedy, Moderator der CBC-Sendung *Ideas*. »Das eine definiert das andere.«⁴ Und Michael Warner schreibt sogar: »Die meisten Dinge sind im einen Sinne privat und im anderen öffentlich.«⁵ Ein Buch zum Beispiel ist öffentlicher Ausdruck privater Gedanken. Hinter unseren öffentlichen Handlungen steht immer auch unsere private Identität – wir entscheiden privat darüber, welche Haltung zu einer Frage wir einnehmen, aber erst wenn wir diese Haltung öffentlich äußern, können wir uns mit Gleichgesinnten zusammenfinden, unsere Ideen austauschen und Handlungen organisieren. Wenn wir in unserem öffentlichen Leben die Ansichten, Argumente und Erkenntnisse anderer hören, beeinflusst das aber auch unsere privaten Entscheidungen. Öffentlichkeit und Privatsphäre bedingen einander.

Es ist unsere Entscheidung, ob etwas öffentlich oder privat ist: offenlegen oder nicht, teilen oder nicht, mitmachen oder nicht. Beides hat seine Vor- und Nachteile. Ständig suchen wir nach der richtigen Balance zwischen ihnen, doch bringen neue Technologien heute neue Entscheidungen, Risiken und Möglichkeiten mit sich. Natürlich möchten wir diese Entscheidungen selbst treffen und sie nicht anderen überlassen – seien es nun Klatschtanten, Unternehmen oder Behörden. Ich möchte, dass wir nicht nur die Gefahren für unser Privatleben, sondern auch die Vorteile der Öffentlichkeit sehen, wenn wir diese Entscheidungen treffen. Der Datenschutz sollte nicht unsere einzige Sorge sein. Die Privatsphäre hat ihre

Befürworter. Aber die Öffentlichkeit sollte auch welche haben.

Der Link ist eine tief greifende Erfindung. Links verbinden uns nicht nur mit Websites, sondern erlauben uns auch, Kontakt zu anderen, zu Informationen, zu Aktionen und Transaktionen aufzunehmen. Links erlauben uns, neue Öffentlichkeiten zu definieren und uns zu neuen Gemeinschaften zusammenzuschließen. Wenn wir aus Furcht vor dem Unbekannten die Links zu anderen abschalten, verlieren wir als Individuen, als Unternehmen und Institutionen. Wenn wir uns öffnen, gewinnen wir neue Chancen zu lernen, Verbindungen herzustellen und zusammenzuarbeiten. Durch Tools wie TripAdvisor, Wikipedia, Google und Facebook erhalten wir Zugang zur Weisheit der Vielen; das heißt zu unserer eigenen Weisheit. Wenn wir uns versammeln, können wir neue öffentliche Einheiten schaffen – unsere öffentlichen Räume. Öffentlichkeit, das dürfen wir nie vergessen, ist ein öffentliches Gut, eine notwendige Grundvoraussetzung für eine offene und freie Gesellschaft.

Der Staat ist die offensichtliche Verkörperung des öffentlichen Raums. Und die Regierung soll der Repräsentant unseres öffentlichen Willens sein. Deshalb sollten wir aber nicht annehmen, die Regierung wäre tatsächlich die Öffentlichkeit. Es geht nicht an, dass die Regierung behauptet, sie sei besser in der Lage, Entscheidungen über unser Leben zu treffen als wir selbst. Nun besitzen wir das Instrument der Öffentlichkeit, um die Macht der Regierung einzuschränken. Hierzu wurde WikiLeaks geschaffen: um Geheimnisse ans Tageslicht zu bringen, um der Regierung unnötige Verschwiegenheit wegzunehmen und den Beamten die angemäße Berechtigung, ihre Informationen und Handlungen geheim zu halten. Twitter, Facebook, YouTube und andere soziale Netze haben – mal mit größerem, mal mit geringerem Erfolg – den Menschen im Iran, in Tunesien, in Ägypten

und anderen Ländern dabei geholfen, sich als wahre Öffentlichkeit und legitime Stimme ihrer Völker zu organisieren. Jetzt müssen die Regierungen anders arbeiten. Ja, sie brauchen Geheimhaltung. Aber wenn es nicht um Krieg, Verbrechen und den Schutz des Individuums geht, gibt es keinen Grund für die Amtsträger, vor der Öffentlichkeit zu verbergen, was sie wissen und was sie tun. Und es gibt Gründe genug dafür, dass die Regierungen und diejenigen, die sie gewählt haben, offen zusammenarbeiten, dass sie Probleme gemeinsam erkennen und lösen – von Schlaglöchern bis zur Armut.

Nehmen wir mal SeeClickFix, ein simples Tool, das es jedem in einer Gemeinschaft erlaubt, ein Problem zu benennen: eine kaputte Parkbank zum Beispiel. Das Tool ermöglicht es uns, eine kritische Masse von Nachbarn zu sammeln, die verlangen können, dass diese Bank repariert wird. Der störrische, verschlossene Beamte bei der Stadtverwaltung sieht darin wahrscheinlich eine Bedrohung: eine Möglichkeit der Wähler, sich zusammenzurotten. Aufgeschlossene Politiker dagegen, und die gibt es durchaus, benutzen SeeClickFix, um zu ermitteln, wo die knappen Haushaltsmittel möglichst effizient eingesetzt werden können. Washington, D. C., und San Francisco haben SeeClickFix an das Bürgertelefon 311 angeschlossen, sodass alle Meldungen über Probleme automatisch an die Behörden weitergeleitet werden.⁶ Egozentrische Anwohner sehen in diesem Tool vielleicht bloß eine Möglichkeit, untätige Bürokraten vor Ort in Verlegenheit zu bringen. Selbstlose Nachbarn dagegen benutzen SeeClickFix, um Probleme zu finden, die sie selbst lösen können, und reparieren die wackelige Parkbank, ohne dass die Behörden eingreifen und Steuergelder eingesetzt werden müssen. Immer häufiger werden wir in Zukunft erleben, wie sich Initiativen zusammenfinden, die unabhängig von den Behörden

agieren und dabei Grenzen überschreiten – so wie es die Freiheitskämpfer im Nahen Osten getan haben, die sich gegenseitig angefeuert und geschult haben, während die ganze Welt dabei zusah. Hinter geschlossenen Fensterläden zu arbeiten wird bald für die politischen Führer in jeder Gesellschaft zu teuer werden, sogar für die autoritären Regime.

Auch Unternehmen sind öffentliche Körperschaften. Selbst wenn sie nicht an der Börse notiert sind, sind sie davon abhängig, mit den verschiedensten Öffentlichkeiten zu kommunizieren: Kunden, Angestellten, Lieferanten, Partnern, Konkurrenten und Gemeinden. Und so, wie wir heutzutage Transparenz von den Behörden verlangen, erwarten wir auch mehr Offenheit von den Unternehmen. Transparenz ist bisher nur irgendein Schlagwort, das in sorgfältig formulierten Presseerklärungen oder Schuldbekennnissen seinen Niederschlag findet, wenn jemand einen Fehler begangen hat. Das hat mit Offenheit nichts zu tun, das ist PR. Ein wahrhaft öffentliches Unternehmen wird vielmehr deshalb öffentlich operieren, weil es dem Unternehmen eine neue Arbeitsweise ermöglicht, die Zusammenarbeit mit Kunden stärkt, die Geschäftsbeziehungen neu ordnet, Vertrauen und größere Effizienz schafft, bessere Produkte hervorbringt, die Zahl der Fehler verringert, die Marketingkosten senkt und die Marke in Zusammenarbeit mit anderen verbessert. Je weiter ein Unternehmen den Kunden heute seine Prozesse öffnet, desto weiter rücken diese ehemaligen »Kunden« in der Entwicklungskette nach oben und können selbst mitbestimmen, was für ein Produkt sie sich wünschen.⁷ Sogar die exklusive Modefirma Coach hat ihre Türen geöffnet und Blogger eingeladen, Handtaschen für sie zu entwerfen. Damit wurden nicht nur Kritikern die Zähne gezogen. Coach fand auf diese Weise auch neue (relativ

billige) Designer und verschaffte sich kostenloses Marketing in der Szene.⁸

Transparenz kann für Unternehmen einen sehr erfreulichen Kreislauf in Gang setzen: Offenheit demonstriert Respekt, und damit entsteht Vertrauen, was wiederum zur Zusammenarbeit ermutigt, zu größerer Effizienz führt, das Risiko mindert, den Wert des Produkts steigert und die Marke verbessert. Öffentlichkeit ist ein gutes Geschäft.

Diese Regel gilt manchmal auch fürs Showgeschäft. Als Tim Kring, Erfinder der Fernsehserie *Heroes*, feststellte, dass die Fans die Richtung der Handlung zu kritisieren begannen, gab er öffentlich zu, er habe einen Fehler gemacht, und korrigierte ihn. Damit gab er den Fans Anerkennung und erwies ihnen Respekt. Bei der langfristigen Produktionsweise solcher Serien ist es natürlich nicht einfach, Dinge aufgrund von Publikumseinsprüchen schnell zu verändern. Online ist das viel besser möglich. Jede Woche trete ich in einem Podcast mit dem Titel *This Week in Google* auf, den der frühere Fernsehmoderator Leo Laporte betreibt. Unser Podcast begleitet einen Chatroom, wo die Zuschauer miteinander diskutieren. Wenn Leo, unsere Kollegin Gina Trapani und ich bei unseren Gesprächen auf etwas stoßen, was wir nicht wissen, fragen wir einfach im Chatroom nach und kriegen garantiert in wenigen Sekunden eine brauchbare Antwort. Dieses Arrangement macht nicht nur die Sendung besser, sondern sichert uns auch eine loyale Anhängerschaft von Leuten, die uns sagen, was sie hören wollen, und sich bedanken, wenn sie es dann von uns erhalten. Das wechselseitige Vertrauen, das Leo und sein Publikum verbindet, ist wirklich erstaunlich. Das wirkt sich auch auf die Sponsoren aus, die Leo nur dann empfiehlt, wenn er ihnen vertraut. Ein erfolgreicher Kreislauf.

All diese Möglichkeiten werden durch die Technologie, durch das Internet, geschaffen, verstärkt und beschleunigt. Das Internet ist unser neuer öffentlicher Raum. Meine Kollegen bei den Medien neigten wie der liebe Gott bisher dazu, das Netz als Abbild dessen zu sehen, was ihr eigenes Reich war: ein Medium. Aber das Internet ist mehr als nur ein Medium für Inhalte. Es ist ein Mittel, um Beziehungen herzustellen. Doc Searls, Mitautor des *Cluetrain Manifesto*, des grundlegenden Werks über die Internetkultur, sagt, wir sollten uns das Internet als einen Ort vorstellen.⁹ Es ist unser Marktplatz, auf dem wir miteinander kommunizieren. Der ehemalige französische Außenminister Bernard Kouchner hat das Internet sogar als »internationales Gebiet« bezeichnet.¹⁰ Der Chief Technology Officer der U. S. Veterans Administration nennt das Internet den »achten Kontinent«.¹¹ Ein Leser meines Blogs kann sich mit der Idee, das Internet sei ein Ort auf dem Globus, nicht anfreunden. Er findet, es sei ein völlig neues Paralleluniversum, weil es so anders sei. Und allmählich bin ich auch überzeugt, dass das Internet eine völlig neue Schicht auf die Welt legt, es vielleicht eine neue Gesellschaft ist oder zumindest der Weg in eine andere, öffentlichere Zukunft.

Die jungen Leute leben – oft zum Entsetzen ihrer Eltern – schon heute in dieser öffentlichen Zukunft, weil sie die Vorteile sehen, die ihnen das bringt. Sie interagieren in dieser Internetöffentlichkeit miteinander. Auf diese Weise teilen sie und bleiben in Kontakt miteinander, hier arbeiten sie an ihrer Reputation, ihrer Karriere und ihrem Profil. Über die Vorteile und Risiken sind sie sich durchaus im Klaren und verhalten sich dementsprechend, wie ich später zeigen werde. Sie schützen ihre Privatsphäre mit mehr Geschick und Intelligenz, als wir oft vermuten. Wir sollten von ihnen lernen, denn ihnen gehört die Zukunft.

Öffentlichkeit ist aber nicht allein eine Domäne der Jugend. Heute teilen wir alle: Hunderte von Millionen jeden Alters, Angehörige praktisch aller Kulturen mit Zugang zum Internet. Und auch die nicht angeschlossenen Kulturen werden bald online sein. Zu den heutigen zwei Milliarden Internetnutzern kommen mithilfe der immer billigeren und raffinierteren Smartphones dann noch einmal drei Milliarden hinzu. Bitte glauben Sie nicht, die Vereinigten Staaten wären das Zentrum des Internets: Brasilien etwa ist schon lange ein wenig beachtetes Treibhaus der Internetaktivitäten; Blogging, Foto-Sharing und Freundschafts-Dienste gab es in Brasilien schon früh. China Mobile hat 600 Millionen Kunden. Arme Bauern, Fischer und Händler in Afrika und Indien benutzen das Netzwerk, um ihre Märkte zu verbessern. Etwa 70 Prozent der 800 Millionen Facebook-Nutzer leben außerhalb der Vereinigten Staaten.¹²

Überall auf der Welt leben wir inzwischen schon zunehmend öffentlich, teilen anderen unsere Gedanken, Fotos, Videos, Aufenthaltsorte, Einkäufe und Empfehlungen über Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, Foursquare und andere Plattformen mit, die uns die Sharing-Industrie anbietet. Diese Leute teilen nicht etwa, weil sie schamlose Exhibitionisten, selbstverliebte Narzissten, Verrückte oder betrunken wären (zumindest nicht dauernd) – sie tun es, weil es ihnen Vorteile bringt.

Die Technologie schafft solche Möglichkeiten, erzeugt aber auch Ängste, das haben die von technologischen Neuerungen hervorgerufenen Veränderungen schon immer getan. Auch die Erfindung der Druckerpresse vor fünfhundert Jahren, die Erfindung der Kamera vor hundert Jahren und zahlreiche andere Technologien haben Befürchtungen geweckt, die Privatsphäre sei in Gefahr, und wir könnten unfreiwillig in die Öffentlichkeit gezerrt werden. Seit Beginn des neuen Jahrtausends nährt nun das

Internet solche Ängste. Deshalb geht es in dieser Geschichte nicht nur um Öffentlichkeit und Privatsphäre, sondern auch um Technologie und Veränderung, Chancen und Angst und die Gestalt einer neuen Epoche.

Öffentlichkeit ist nicht bloß eine Onlinemode, ein cooles Tool, ein Geschäftsmodell, ein Stück politischer Rhetorik oder eine Verrücktheit der Jugend. Nein, Öffentlichkeit ist das Herzstück der Neuordnung unserer Gesellschaft und Ökonomie, die mindestens so tief greifend sein wird wie die Veränderungen, die Johannes Gutenberg mit seiner Druckerpresse herbeigeführt hat.

Die Technologie zwingt uns, jahrhundertealte Annahmen über den Einzelnen und die Gesellschaft, unsere Rechte, Privilegien, Machtansprüche, Verantwortlichkeiten, Befürchtungen und Hoffnungen infrage zu stellen. Das ist nicht mehr und nicht weniger als der Prozess der Modernisierung. Im Altertum, schreibt Richard Sennett (*1943), war Öffentlichkeit mit der Bildung der Gesellschaftsordnung verknüpft – das heißt mit dem Ende der Anarchie. In der Neuzeit trug Öffentlichkeit zur Bildung der Persönlichkeit bei – das heißt mit unserer Individualität und Freiheit.¹³ Die alten autoritären Regime sagten den Leuten, was sie denken und tun mussten; moderne Gesellschaften dagegen befähigen ihre Bürger, allein und gemeinsam das zu tun, was sie wollen, und adeln sie damit. Öffentlichkeit ist ein Fortschritt zu größerer Freiheit. Wir nutzen diese Freiheit, um uns als Individuen selbst zu verwirklichen, um Gleichgesinnte zu finden und uns zu neuen Gesellschaften zusammenzuschließen.

Die Gesellschaft spaltet sich immer wieder – unregelmäßig, aber auch unvermeidlich – um sich in anderen Formen neu zu gestalten. Stellen Sie sich den Einzelnen als Atom vor, das zu einem Molekül gehört. Vor Jahrhunderten waren unsere Moleküle Stämme und Dörfer; der Standort bestimmte unsere Position, und die Religion

bestimmte häufig die Richtung. In Europa gab Gutenberg mit seiner Druckerpresse dem Reformier Martin Luther das Instrument an die Hand, um die Gesellschaft zu spalten, bis sie sich entsprechend ihrer neuen religiösen Überzeugungen umformte und die politischen Verhältnisse sich veränderten. In der industriellen Revolution, zu der auch Gutenberg als erster sprühender Funke gehörte, flogen die Atome erneut auseinander und fanden neue Formen: Städte, Fabriken, Nationen. Die Gesellschaft wird atomisiert und schließt sich zu neuen Molekülen zusammen. Sie entwickelt sich nicht stetig, sondern wird immer wieder von gewalttätigen Explosionen zerrissen, die starke alte Bindungen zerstören und uns so lange das Gefühl der Vereinzelung und Fremdheit vermitteln, bis wir wieder den Anschluss an neue Verbindungen finden.¹⁴ Ich habe nicht die Absicht, darüber zu spekulieren, ob wir allein oder zusammen sein sollten, ob unser Naturzustand die Unabhängigkeit oder die Geselligkeit ist, ob wir grundsätzlich privat oder öffentlich sind. Wir sind ganz offensichtlich beides, nur die Mischung ändert sich immer wieder, je nach Möglichkeit und Notwendigkeit. Wir stellen uns natürlich gern vor, dass wir irgendwann das perfekte Gleichgewicht finden und unseren »natürlichen«, dauerhaften Zustand erreichen. Aber dann kommt *peng!* eine neue Technologie und ruiniert unsere geliebten alten Ordnungsvorstellungen.

Heute ist es das Internet, das die Gesellschaft atomisiert. Das Netz ist die Druckerpresse für jeden. Damit meine ich jedoch nicht, das Netz sei ein Medium; das hab ich ja gerade erst bestritten. Ich will damit sagen, dass das Netz ein Werkzeug der Auflösung ist, ein Katalysator, der alte Verbindungen auflöst und neue schafft. Diese Umgestaltung nimmt durchaus banale Formen an: Es ist nicht mehr so, dass wir alle dieselben Fernsehnachrichten mit derselben, von allen geteilten Perspektive anschauen.

Ruhe in Frieden, Onkel Walter.¹⁵ Diese Umgestaltung hat auch sehr viel größere Erscheinungsformen: Revolutionen, absterbende Industrien, wirtschaftlichen Umbruch. Wir werden atomisiert und neu zusammengefügt. Wir wollen voneinander getrennt sein – zu weit getrennt, wie manche befürchten. In seinem Buch *Bowling Alone*, hat der in Harvard lehrende Soziologe Robert Putnam (*1941) die Besorgnis geäußert, wir verlören den Zusammenhalt mit unserer Familie, unseren Freunden und Nachbarn und der Gesellschaft.¹⁶ Aber wir wollen zusammen sein. Putnams Buch veranlasste den jungen Scott Heiferman (*1972) im Jahr 2002, die Onlineplattform Meetup zu gründen, wo sich örtliche Gruppen organisieren können, die sich für Tanzen, Singen, Hunde, Science-Fiction, Geschichte oder sonst irgendwas interessieren. Die Plattform hatte im Dezember 2011 etwa zehn Millionen Mitglieder – auf das Atomisieren folgt die Neubildung von Gemeinschaften. Ohne Weiteres können wir inzwischen die Öffentlichkeiten finden, denen wir uns anschließen möchten, und zwar nicht aufgrund der groben Verallgemeinerungen, Etiketten und Grenzen, die von anderen konzipiert wurden (Rot gegen Blau, Schwarz gegen Weiß, Volk gegen Volk), sondern aufgrund unserer eigenen Vorstellungen, Ideen, Interessen und Bedürfnisse: Krebsüberlebende, Freidenker, Revolutionäre, Deadheads¹⁷, Vegetarier, Geeks¹⁸, alleinerziehende Mütter, Jäger, Vogelfreunde und Datenschützer.

Öffentlichkeit ist das Kennzeichen einer epochalen Veränderung. Sie ist zutiefst zerstörerisch. Öffentlichkeit bedroht Institutionen, deren Macht auf der Kontrolle von Zielgruppen und Informationen beruht, weshalb wir das Establishment gegen diese Veränderungen protestieren hören. Öffentlichkeit bedeutet, dass wir auf seine Kosten Macht gewinnen. Diktatoren und Politiker, Medienmogule und Marktschreier versuchen uns vorzuschreiben, was wir denken und sagen sollen. Aber heute, in einer wahrhaft

öffentlichen Gesellschaft, müssen sie zuhören, was wir zu sagen haben – egal, ob wir uns auf Twitter über ein Produkt beschwerten oder über Facebook einen Protestmarsch organisieren. Wenn sie Erfolg haben wollen, müssen sie sich auf Augenhöhe mit uns auseinandersetzen. Sie müssen uns als Individuen respektieren; auch wegen der Macht, die wir als Gruppen – als Öffentlichkeit – ausüben können. Wenn sie das nicht tun, werden sie ersetzt: durch Erfinder, Firmengründer, Unternehmer, Entrepreneurere oder Aufständische, durch Gute oder durch Böse.

Der Fortschritt zu mehr Öffentlichkeit ist offensichtlich und unvermeidlich, Widerstand zwecklos. Aber die Form, die unsere neue Gesellschaft annimmt, ist keinesfalls prädestiniert. Wir befinden uns an einem kritischen Punkt und haben viele Alternativen. Da wir die Werkzeuge der Öffentlichkeit in Händen halten, liegen hier auch die Schlüssel der Zukunft. Wir selbst müssen darüber befinden, wie wir sie benutzen. Statt den Mond anzuheulen und die Flut zu verfluchen, sollten wir lieber die Chancen prüfen und entscheiden, welche Zukunft wir wollen. Wie können wir mit unseren neuen Werkzeugen Regierungen ändern, Politik organisieren, Stimmen sammeln und Macht erlangen? Wie können wir unabhängig vom Staat eine Macht schaffen, die verhindert, dass dieses oder jenes Regime das Internet verwendet, um uns auszuspionieren und zu unterdrücken? Wie kann ein Unternehmen davon profitieren, indem es seine Informationen und Abläufe öffentlich macht? Und wie können wir sicherstellen, dass die Unternehmen unser Vertrauen tatsächlich verdienen und unsere Privatsphäre achten? Wie können wir unsere Kinder befähigen, die unglaublichen neuen Möglichkeiten, die ihnen offen stehen, zu nutzen, und ihnen gleichzeitig beibringen, wie man sich vor Kriminellen im Internet und Ausbeutung dort schützt? Mit diesen Fragen will ich mich in diesem Buch beschäftigen.

Die Zeit ist da. Jetzt! Und wir sind die Leute, die unsere nächste Gesellschaft gestalten müssen. Als Einzelne, Eltern, Angestellte, Arbeitgeber, Bürger, Beamte und Nachbarn entscheiden wir, wie privat (sicher, geschützt, abgeschlossen, isoliert und anonym) und wie öffentlich (offen, kollektiv, kooperativ und verletzlich) wir sein wollen.

Wie viele andere habe ich das Drama der Ägyptischen Revolution auf Twitter verfolgt. Das alberne kleine Twitter. Es war angeblich nur dazu da, anderen die eitlen Kleinigkeiten des Alltags mitzuteilen. Eigentlich wurde immer nur die einfache Frage beantwortet: Was machst du gerade? Als ob die Welt das interessierte. Während der Revolte schickte ich mal ein Tweet darüber, wie schockierend der Gegensatz zwischen den alltäglichen Updates meiner Bekannten und den heroischen Nachrichten vom Tahrir-Platz war. Die einen hielten mich über Mahlzeiten, Verabredungen, Beschwerden und Katzen auf dem Laufenden, die anderen schickten Botschaften von Heldenmut, Begeisterung, Todesangst und Entschlossenheit. Es waren Fremde, die mir von Minute zu Minute vertrauter wurden und die ich immer mehr respektierte. @ghonim – der ehemalige Google-Angestellte Wael Ghonim, von dem man gesagt hat, er habe mit seiner Facebook-Seite wesentlich dazu beigetragen, dass der Aufruhr in Gang kam, wurde dafür ins Gefängnis gesperrt.¹⁹ Er verbreitete Nachrichten, Zuspruch und Unterstützung über das Internet. »Betet für Ägypten«, tweetete er. »Sehr besorgt, weil es so aussieht, als ob die Regierung morgen ein Kriegsverbrechen gegen das Volk plant. Wir sind alle bereit zu sterben.« Am vorletzten Tag der 18-Tage-Revolution, als die Leute auf dem Platz glaubten, Hosni Mubarak würde zurücktreten, twitterte Ghonim vorzeitig: »Revolution 2.0: Mission Accomplished.«²⁰ Aber in dieser Nacht trat Mubarak nicht zurück, erst am nächsten Tag. »Ägypten ist wieder da«,

twitterte Ghonim. »Sie haben uns belogen. Sie haben uns gesagt, Ägypten sei vor 30 Jahren gestorben, aber Millionen Ägypter haben beschlossen, Ägypten zu suchen, und haben ihr Land in 18 Tagen wiedergefunden.« Ghonim meldete sich über CNN, um sich bei Facebook zu bedanken. »Diese Revolution hat online begonnen«, sagte er. »Diese Revolution hat im Juni 2010 begonnen, als Hunderttausende von Ägyptern begonnen haben zusammenzuarbeiten. Wenn wir bei Facebook ein Video eingestellt haben, haben das innerhalb von Stunden 60000 Leute gesehen. Ich habe immer gesagt: Wenn man eine Gesellschaft befreien will, muss man ihr bloß das Internet geben.«²¹

Jeden Augenblick während dieser historischen Ereignisse wusste man, die nächste Minute würde sehr prekär sein, und die darauf folgende sogar noch heikler. Mubarak konnte zurücktreten oder auch nicht. Die Armee konnte sich für diese oder jene Richtung entscheiden. Schläger mit Steinen und Knüppeln konnten auf den Platz zurückkehren. Die Polizei konnte das Internet benutzen, um falsche Informationen zu verbreiten oder Demonstranten zu identifizieren und zu verhaften. Rein gewohnheitsmäßig verfolgte ich die Nachrichten auch im Fernsehen. Al Jazeera hatte fast nur Bildaufnahmen vom Tahrir-Platz, die aus sicherer Entfernung aufgenommen worden waren, während die Reporter immer bloß dieselben Sätze wiederholen konnten. Die Stimmen vom Tahrir-Platz konnte uns das Fernsehen nicht übermitteln. Aber Twitter lieferte uns diese Stimmen, mitten in der Revolution. Der Blogger Doc Searls stellte fest, dass Twitter die Kabelnachrichten genauso alt aussehen ließ, wie die Kabelnachrichten früher die Zeitungen alt aussehen haben lassen: Das jeweils ältere Medium war einfach nicht so unmittelbar.²²

Auf Twitter dagegen verbrachte @acarvin – der Strategie für soziale Medien des National Public Radio Andy Carvin – Stunden und Tage damit, die besten Beiträge der Leute vor Ort in Kairo zu kuratieren. Auf dem Höhepunkt der Revolution twitterte und re-twitterte er in vierundzwanzig Stunden 1300-mal. Mithilfe seiner vertrauenswürdigen Quellen überprüfte er, wer vor Ort war. Er gab Nachrichten weiter, entschärfte Gerüchte und fragte die Leute vor Ort, was wirklich vorging. Er zitierte – also re-twitterte – solche Leute wie @sandmonkey, einen mutigen Blogger, der schon seit sechs Jahren seine Ideen und Erlebnisse in Ägypten geteilt hatte und dabei ein hohes persönliches Risiko eingegangen war. Nach dem Sieg der Demonstranten bloggte Sandmonkey: »Heute ist der erste Tag, an dem ich abends ins Bett gehe und keine Angst davor haben muss, dass mich die Geheimpolizei aufspürt, die Schläger des Regimes mich entführen oder von der Regierung bezahlte Hacker meine Website angreifen. Heute Abend fühle ich mich zum ersten Mal frei ... und es ist fabelhaft!«²³

Sandmonkey ersetzte seinen anonymen Cartoon-Avatar bei Twitter durch ein echtes Foto und veröffentlichte seinen Namen: Mahmoud Salem. Er nahm sich die Freiheit, endlich ein öffentlicher Mann zu werden.

Jetzt, wo Sie das lesen, Monate oder Jahre nach dem Anfang der Revolution, ist es natürlich noch zu früh, um zu wissen, wie die Geschichte ausgeht. Es gibt kein Drehbuch und noch nicht einmal ein Verzeichnis der Hauptpersonen. Was für eine Gesellschaft im Ägypten der Nach-Mubarak-Ära entsteht, weiß niemand. Es gibt zahllose Risiken, Notwendigkeiten und widerstreitende Interessen, aber auch genauso viele neue Chancen. Und wie Ägypten in Zukunft viele Wege gehen kann, so kann sich auch unsere Gesellschaft verändern und andere Gesellschaften, die erst noch entstehen werden.

Es gibt auch Leute, die an dieser neuen Epoche zweifeln. Der kanadische Journalist Malcolm Gladwell (*1963) vom *New Yorker* mimt den Spielverderber. »Dass die Demonstranten zu diesem oder jenem Zeitpunkt die Neuen Medien eingesetzt haben (oder auch nicht), um miteinander zu kommunizieren, ist mit Sicherheit das Uninteressanteste an ihnen. Ich bitte Sie! Menschen haben auch schon protestiert und Regierungen gestürzt, ehe Facebook gegründet wurde.«

Ich bin fest überzeugt, dass die Tools der Öffentlichkeit eine Rolle gespielt haben, um das wahre Ägypten des Volkes aus dem Schweigen zu holen und ihm Gehör zu verschaffen. Das war der Grund, aus dem Mubarak das Internet und die Mobiltelefone abschalten ließ (und dass er oder irgendein anderer einzelner Mann so etwas tun kann, sollte uns alle beunruhigen). Aber sogar Mubarak musste das Internet wieder anschalten, weil es für das heutige Leben unersetzlich ist. Trotzdem hat Gladwell insofern recht, als Werkzeuge eben nur Werkzeuge sind. Die Revolution wird von den Menschen gemacht. So wie ein Blogger uns bei Al Jazeera noch einmal in Erinnerung rief: Nicht Twitter hat gegen Mubaraks Polizisten gekämpft, sondern Ägypter. Facebook wird keine neue Gesellschaft schaffen, aber die neue Gesellschaft hat Facebook benutzt, um Gestalt anzunehmen.

»Was für eine Welt würde den Nutzen der Öffentlichkeit und der Privatsphäre allen zugänglich machen?«, fragt Michael Warner.²⁴ Das ist die Herausforderung, vor der wir stehen: Ein neues Gleichgewicht zwischen unseren Rollen als freie Individuen einerseits und als Mitglieder einer Öffentlichkeit zu finden, die sich zusammenschließen, um bessere, offenere, großzügigere und verantwortungsbewusstere Unternehmen, Märkte, Gemeinschaften, Regierungen, Schulen und Beziehungen zu schaffen und ein besseres Leben zu führen. Datenschutz,

die dazugehörigen Warnungen und Fürsprecher sind nötig.
Aber auch die Öffentlichkeit braucht ihre Fürsprecher.
Dieses Buch will einer von ihnen sein.

Der Prophet der Öffentlichkeit: Mark Zuckerberg

Als ich ins Hauptquartier von Facebook nach Palo Alto zum Interview mit Mark Zuckerberg fuhr, habe ich meinen Sohn Jake mitgenommen. Während wir gerade den Konferenzraum mit seinen gläsernen Wänden betraten, kam Zuckerberg eilig hereingerannt und sagte, er müsse jetzt erst mal das Whiteboard löschen. Ich verfluchte mich, weil ich nicht gelesen hatte, was draufstand. Jetzt waren Zuckerbergs Geheimnisse wirklich sicher vor mir. Solche Widersprüche findet man reichlich. Facebook möchte zwar, dass wir uns alle öffnen, ist aber selbst sehr verschlossen. Mark Zuckerberg möchte, dass wir alle sozial sind, aber er selbst ist »asozial«, wie einer seiner Bekannten mal scherzhaft sagte. Das Geheimnis des Facebook-Gründers besteht nicht darin, dass er so öffentlich, sondern darin, dass er so geheimnisvoll ist. Er ist ein Enigma, das sich in einem Nerd versteckt hat und zum Netz-Mogul wurde.

Während er löschte, was auf dem Whiteboard zu lesen war, betrachtete ich ein Gebirge von überdimensionierten Bildschirmen. Einer davon stand etwas abseits. Er zeigte eine große rote »45«, darunter lief ein Stunden-Minuten-Sekunden-Countdown. Was denn in fünfundvierzig Tagen passieren soll, fragte ich. »Ach, da lassen wir ein paar Sachen vom Stapel«, sagte Zuckerberg unverbindlich. Er hat ein Talent, so wenig wie möglich zu sagen. Mit Vergnügen habe ich ihn bei hochrangigen Podiumsdiskussionen während des Weltwirtschaftsforums in Davos und in Rupert Murdochs Firmenanwesen in Monterey beobachtet.²⁵ Zuckerberg sagte immer nur, was er wollte, kein Wort mehr. Er versuchte nicht, die Zeit mit Geplapper oder Public-Relations-Blüten zu füllen, um die

Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Auch versuchte er nicht, die Fragesteller oder das einflussreiche Publikum zu bezaubern. Er war immer ganz direkt, höflich, aber unverblümt, noch von keinem Medientraining verdorben. Ich glaube, er war auch etwas eingeschüchtert vom Scheinwerferlicht, zumindest machte es ihm keinen Spaß. Was er zu sagen hatte, wurde er los, dann wollte er weitermachen. Das war der Grund, weshalb er bald den Ruf hatte, ein Geek²⁶ zu sein, der versehentlich ins Scheinwerferlicht geraten war. Hinzu kam sein »Laserblick«. Manche haben sogar das Asperger-Syndrom bei ihm diagnostizieren wollen.²⁷ Selbst wenn ich fachlich dazu in der Lage wäre, würde ich das nicht tun, denn Zuckerberg hat sich seither verändert. Unter vier Augen ist er auf subtile Weise äußerst charmant. Er denkt daran, dass man ab und zu lächeln muss. In größeren Gruppen scheint er sich wohler zu fühlen, und es macht ihm nichts aus, mit Barack Obama zu reden. Trotzdem, über diese Uhr konnte ich nichts aus ihm herauskriegen.

Nachdem ich das Rätsel mit der Uhr auf Twitter gestellt hatte, erhielt ich von besseren Detektiven, als ich einer bin, die richtige Antwort: In fünfundvierzig Tagen war die Premiere des Films *The Social Network* (2010) über Zuckerberg und sein Unternehmen. Der Film selbst hat mir nicht besonders gefallen. Ich habe ihn als Angriff auf Zuckerberg, Computerfreaks, Unternehmer, das Internet und jede Form von Veränderung im Allgemeinen empfunden: eine Retourkutsche auf den Angriff der Nerds. Aaron Sorkin, der Verfasser des Drehbuchs, gab offen zu, dass er nicht viel über Facebook wusste und ihn die Fakten nicht interessierten. »Ich will keine Wahrheiten verkünden, sondern eine Geschichte erzählen«, sagte er dem *New York Magazine*. Der Film war denn auch bloß eine Geschichte, die uns einzureden versuchte, diese Internetsache sei keine Revolution, sondern bloß die Erfindung irgendwelcher