

dradio.de

<http://www.dradio.de/dkultur/sendungen/lesart/1463369/>

LESART

22.05.2011 · 12:30 Uhr



Schöne neue LAN-Welt (Bild: Stock.XCHNG / Vangelis Thomaidis)

Kurz und kritisch

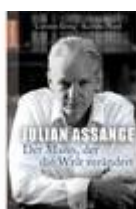
Carsten Görig und Kathrin Nord: "Julian Assange - Der Mann, der die Welt verändert"; David Kirkpatrick: "Der Facebook-Effekt"; Carsten Görig: "Gemeinsam einsam - Wie Facebook, Google & Co. unser Leben verändern"

Rezensiert von Florian Felix Weyh

Julian Assange und Mark Zuckerberg - bei allen Verschiedenheiten habe diese beiden doch eines gemeinsam: Sie haben das Internet genutzt, um eine neue Art von Kommunikation zu etablieren. Doch der "Facebook-Effekt" birgt auch Gefahren, vor allem die der Einsamkeit.

Carsten Görig und Kathrin Nord: Julian Assange - Der Mann, der die Welt verändert

Scorpio Verlag



Cover: "Julian Assange - Der Mann, der die Welt verändert", von Carsten Görig und Kathrin Nord (Bild: Scorpio Verlag)

Für die einen ist er eine heldenhafte Lichtgestalt, für die anderen der universale Bösewicht: Wikileaks-Gründer Julian Assange. Beide Fraktionen eint, dass sie wenig über ihn wissen. Das Leben des unstillen Australiers, der auf eine Vergangenheit als krimineller Hacker zurückblickt und vor seiner Verhaftung kaum grundlos ohne festen Wohnsitz herum vagabundierte, liegt weitgehend im Dunkeln.

Aus öffentlichen Quellen haben Carsten Görig und Kathrin Nord ein Biogramm destilliert, dessen Resümee unschmeichelhaft ausfällt: *"Der größte Feind von Julian Assange ist er selbst."* Als Kind in einem sektiererischen Umfeld aufgewachsen, scheint sein Charakter von paranoiden Grundzügen geprägt zu sein.

Dass sich ein Projekt wie Wikileaks dieser Triebkraft verdankt, ist die eine Seite. Auf der anderen steht die Diagnose: *"Wer nicht für ihn ist, ist gegen ihn."* Damit lässt sich kein Projekt der Welt lange aufrechterhalten. Als Buch ein idealer Geschenktipp für allzu große Fans.

David Kirkpatrick: Der Facebook-Effekt

Hanser Verlag



Cover: "Der Facebook-Effekt", von David Kirkpatrick (Bild: Hanser Verlag)

Was tun, wenn eine Sicherung wegen überlasteter Leitungen durchbrennt? Sie auswechseln? Nein, echte Programmierer schieben den Schreibtisch einfach zu einer anderen Steckdose weiter, bis sich dort der Effekt wiederholt. Solcherart sind die vielen Anekdoten in David Kirkpatrick's stupendem Bericht über Facebook.

Wer alles über Struktur und Gefahrenpotenzial des kalifornischen Internetriesen erfahren will, sich zudem für die handelnden Akteure interessiert, ist mit dem "Facebook-Effekt" bestens bedient. Allerdings bezahlt der Autor einen Preis für sein Insiderwissen: Er richtet immer wieder unangenehme Ergebnisadressen an den "genialen" Mark Zuckerberg, obwohl dessen "soziale Revolution" den Präferenzen eines Autisten entspricht: Zuckerbergs Umgang mit Menschen ist kalt, technokratisch und bar jeder Empathie.

Genauso funktioniert Facebook als System, und wie viele andere warnt Kirkpatrick vor der leichtfertigen Preisgabe privater Daten: Tatsache sei, dass nichts auf Facebook wirklich vertraulich sei. Willkommen in Orwells Freizeitparadies - aber vorher diesen Bericht lesen!

Wer beim Trickfilmproduzenten Pixar auf die Toilette will, muss dazu einen Marsch durch die Lobby antreten. Das ist architektonisch so geplant, damit sich viele Menschen möglichst häufig treffen. Steve Jobs regte dies an, von dem nur wenige wissen, dass er nicht nur Apple, sondern auch Pixar gründete. Das Mantra aller Computergurus, Kommunikation und Vernetzung, schlägt sich eben nicht nur in Programmcodes und Firmenphilosophien nieder, es bestimmt sogar Gebäudestrukturen.

Carsten Görig: Gemeinsam einsam - Wie Facebook, Google & Co. unser Leben verändern

Orell Füssli Verlag



Cover: "Gemeinsam einsam - Wie Facebook, Google & Co. unser Leben verändern", von Carsten Görig (Bild: Orell Füssli Verlag)

"Gemeinsam einsam" heißt Carsten Görigs Auseinandersetzung mit den kalifornischen Big Four: Apple, Google, Facebook und Twitter.

Wer schon Bücher zum Thema gelesen hat, wird hier nichts Neues entdecken. Wer sich erstmals damit beschäftigt, hält eine gut geschriebene Einführung in der Hand. Deren Schlussfolgerung: Ökonomisch gewinnen können im Internet nur die Infrastrukturanbieter. Den Produzenten von Inhalten bleiben allenfalls Brosamen übrig.

© 2011 Deutschlandradio