

Hauptrolle: Facebook

„Eine Million Dollar ist nicht cool. Weißt du, was cool ist? Eine Milliarde!“ sagt Sean Parker im Film „The Social Network“ zu Mark Zuckerberg, dem Erfinder von Facebook. Diese Coolness hat Zuckerberg inzwischen mehrfach kassiert und nun scheint seine Website ebenfalls diese Marke anzustreben: Inzwischen verzeichnet Facebook mehr als eine halbe Milliarde Mitglieder. Eine Erfolgsgeschichte, die man schon mal erzählen kann, dachte sich Regisseur David Fincher und so lief am 07. Oktober 2010 in Deutschland der Film über nicht irgendeines der vielen sozialen Netzwerke an, sondern über „The Social Network“ Facebook. Filmbiografien (im Amerikanischen auch Biopic genannt) sind ein sehr beliebtes Genre, in dem meistens der Lebensabschnitt einer berühmten Persönlichkeit (ob aus Kunst, Politik oder Forschung) dargestellt wird, in dem sie ihren größten Erfolg erlebt. Vorwiegend sind die biografierten Personen schon tot, schließlich will ein Leben ein wenig gelebt sein, bevor davon erzählt werden kann. Insofern ist es schon bemerkenswert, dass der biografierte Mark Zuckerberg noch nicht einmal 30 Jahre alt ist. Stärker als eine literarische Biografie muss ein Biopic auch immer dem Unterhaltungsanspruch des Publikums gerecht werden, sonst bleibt das Klingeln an der Kinokasse aus. Das abgeschnittene Ohr eines Vincent Van Gogh, die schwierige Kindheit eines Michael Jackson, das tragische Ende einer Romy Schneider oder die unfassbare Schaffenskraft eines Wolfgang Amadeus Mozart sind Biographeme, die Rezipientinnen und Rezipienten anziehen, die den Mythos stiften. Facebook ist zwar kein Mythos, aber ein Phänomen, wie es derzeit kaum ein aktuelleres gibt. Fincher will Zuckerberg, dem jüngsten Milliardär der Welt, weder ein Denkmal setzen, wie es viele Biopics tun, noch Propaganda betreiben (wobei ein gewisser Publicityeffekt natürlich nicht ausbleibt). Was also will „The Social Network“?

Der Film erzählt seine Geschichte in zwei parallelen Handlungssträngen. Den Rahmen bilden zwei disziplinarische Anhörungen, in denen sich Mark Zuckerberg frech und kaltschnäuzig rechtfertigt, und in Rückblenden wird geschildert, wie er im Jahr 2003 die Idee zu Facebook hatte und wie es zu diesem ungeheuren Erfolg der Website kommen konnte. Der Film, der das Klischee des Badelatschen tragenden, sozial völlig inkompetenten Computerfreaks voll und ganz ausschöpft, unterstellt Zuckerberg, dass Rache an seiner Ex-Freundin die ursprüngliche Motivation war, ein soziales Netzwerk zu schaffen, in dem sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer austauschen können. Darüber hinaus lässt der Film die Frage offen, ob Zuckerberg die Idee zu Facebook geklaut hat und zwar von den Winklevosszwillingen Cameron und Tyler und Divya Narendra. Doch Mark Zuckerberg hat nicht nur keinen Erfolg bei Frauen (außer er kann sie mit seinem Ruhm anziehen) und haut seine Mitmenschen übers Ohr, er drängt auch, auf Betreiben des „bad guy“ Sean Parker, den Mitbegründer Eduardo Saverin aus dem Unternehmen und verliert so im Zuge des Durchbruchs von Facebook seinen einzigen und besten Freund. Im Gegensatz zu Zuckerberg ist Saverin Sympathieträger, deshalb empfinden die Zuschauerinnen und Zuschauer kaum Mitleid mit dem Protagonisten und folglich auch keinen Neid auf seinen Erfolg. Denn während Facebook einen durchschlagenden Erfolg erlebt, scheitert der Mensch Mark Zuckerberg. Insofern ist „The Social Network“ die Erfolgsgeschichte einer Website, aber nicht die ihres Erfinders. Facebook erscheint so als der zweite (und eigentliche?) Protagonist des handlungsarmen Films, der, wenn überhaupt, vor allem von seinen Dialogen lebt. Da wirkt es auch ein wenig bemüht, dass große Namen als Zugpferde auftreten: neben Sean Parker, dem Erfinder der Musikausbörsen Napster, taucht Bill Gates in einem kurzen Gastauftritt auf, einer der reichsten und berühmtesten Männer der Welt, über den es aber noch kein eigenes Biopic gibt. Womöglich verlaufen seine Lebens- und die Erfolgsgeschichte von Microsoft einfach zu glatt? So bleibt ihm nur eine winzige Nebenrolle in einer (Computer-)Welt, in der er eigentlich eine Hauptrolle spielt und zu Marc Zuckerbergs Erfolg wird eine

aussagekräftige Analogie geschaffen.

Die in Deutschland derzeit viel diskutierten Themen um die Fragen nach Datenklau und Privatsphäre in sozialen Netzwerken finden in „The Social Network“ nur marginalen Anklang und schon gar keinen kritischen Umgang. Wenn überhaupt, dann kann man dem Film die Moral unterschieben, dass Geld alleine nicht glücklich macht. Am Ende sitzt der furchtbar reiche und gleichzeitig furchtbar einsame Mark Zuckerberg vor seinem Bildschirm und hofft auf Antwort seiner Ex-Freundin Erica, die seine Freundschaftsanfrage über Facebook beharrlich ignoriert. Was auch immer den „Nerd“ Zuckerberg interessiert und antreibt, Geld ist es nicht. Doch am Ende bleibt ihm nichts anderes, als unfassbar viel Geld. Ob „The Social Network“ einen nachhaltigen Eindruck hinterlässt, ist fraglich, schließlich spiegelt sich in diesem Film auch die Schnelllebigkeit des Mediums wider, von dem er erzählt. David Fincher geht es um ein Phänomen unserer Zeit, ein Erfolg an den Kinokassen scheint garantiert. Auf die Zuschauerzahl darf man gespannt sein, schließlich werden sich nicht nur Facebook-Mitglieder die (vermeintliche) Entstehungsgeschichte ihrer Plattform ansehen wollen. Sowohl die Einspielergebnisse als auch die Zuschauerzahl betreffend ist die Marke eine Million keine Frage. Aber eine Milliarde ist ja bekanntlich ohnehin viel cooler.