

Johannes Schillo

The Social Network

Der Film zum Web-2.0. Kulturfenster

Vom Tellerwäscher zum Millionär – die abgedroschensten Einfälle sind in Hollywood immer wieder dafür gut, Leinwandspektakel in Szene zu setzen. Das zeigte jüngst »The Social Network«, die Verfilmung der Gründungsgeschichte der Internetplattform »Facebook«. Der Film strahlt eher gepflegte Langeweile aus, ist aber durchaus informativ, vor allem im Blick auf die banalen Tatsachen, die dem Medienwirbel ums Web 2.0 zugrunde liegen.

Netzgeschichte

Die Website »Facebook« bietet jungen und alten Selbstdarstellungskünstlern aller Couleur – zum Sommer 2010 gab es angeblich 500 Millionen aktive Nutzer weltweit – die Möglichkeit, sich mit Fotos und Angaben zur Person zu präsentieren. Die Tatsache, dass das Internet, wie andere Medien auch, Kontakte zwischen Menschen herstellen kann, hat ja, neben den zweifelsfrei vorhandenen interaktiven Möglichkeiten, vor einigen Jahren zur Ausrufung der Netzrevolution namens »Web 2.0« geführt.

Ob es sich wirklich um eine Revolution handelt, wird von vielen Netzaktivisten bezweifelt. Einige haben sogar (siehe die Vorstellung des Lovink-Titels unter MATERIALIEN) im Frühjahr 2010 eine Aktion »Wir löschen unseren Facebook-Account« gestartet, denn sie lehnen mittlerweile die Geschäftspolitik des Internet-Unternehmens, dessen Wert auf 10 bis 15 Milliarden Dollar geschätzt wird, wegen Datenschutzproblemen oder kommerzieller Benützung der Bestände ab.

Der Film bietet einen Einblick in diese Netzaktivitäten, konzentriert auf die Geschichte des Facebook-Gründers

Mark Zuckerberg, der in den letzten Jahren aufwendige Prozesse mit ehemaligen Weggefährten führte. Diese reklamierten z.B. die Geschäftsidee als ihr geistiges Eigentum. Allerdings: »Die Faktentreue des Films ist stark umstritten.« (Wikipedia) Zuckerberg distanzierte sich von dem Hollywood-Märchen, seine Prozessgegner halten es ebenfalls für geschönt, und zwar von der entgegengesetzten Position aus (vgl. Spiegel 40/10).

Unternehmensgeschichte

Unabhängig von diesen Fragen ist der Film ein interessantes Beispiel für die Thematisierung unternehmerischen Handelns in der Öffentlichkeit. Die Tellerwäscher-Story wird hier nicht in ihrer urtümlichen Form präsentiert. Immerhin handelt es sich bei der Gründergeneration von Facebook um Harvard-Studenten, die in einem elitären Zirkel und mit schwerreichen Eltern im Hintergrund schon während des Studiums beginnen, Unternehmen zu gründen. Von der Computer-Bastelei in der Garage bis zum Betrieb eines multinationalen Konzerns soll es nur, Bill Gates lässt grüßen, ein Schritt sein, und alles hängt von der Entschluss- und Durchsetzungskraft des Einzelnen ab.

Wie in anderen Unternehmer-Porträts des US-Kinos, etwa im Klassiker »Citizen Kane« oder dem parodistischen »Hudsucker«-Film der Coen-Brüder, werden die menschlichen Fragen des geschäftlichen Erfolgs ausgelotet: Inwieweit verliert der Unternehmer seine Menschlichkeit, wenn er sich am Markt behauptet? Überlebt Freundschaft die Geschäftsbeziehungen? Ist Einsamkeit der Preis des Wagemuts?



»The Social Network« lässt im Blick auf den genialen Gründer Zuckerberg die Antwort letztlich offen, auch wenn der Film ihn hauptsächlich als gestörte Persönlichkeit porträtiert. Nebenbei liefert er aber aufschlussreiches Material zur Frage danach, wie Selbstverwirklichung in der Marktwirtschaft geht, und kann damit sicher auch Diskussionen anstoßen. Ökonomische Konkurrenz, das sieht man, ist kein belebendes Element, sondern ein brutaler Prozess von Enteignung und Ausschluss. Mit den Worten eines älteren utopischen Sozialisten: »Eigentum ist Diebstahl.« Und man sieht, wie Geld, d.h. Kredit, das entscheidende Innovationsmittel darstellt, immer vorausgesetzt, man hat genügend fleißige Computerknechte und -mägde, die die Arbeit machen. Die kommen in dem Film nur am Rande vor – ganz sachgerecht, es geht ja um die Erfolgsgeschichte eines Unternehmens!

The Social Network. USA 2010, Regie: David Fincher, mit Jesse Eisenberg, Andrew Garfield, Justin Timberlake.