

Stefan Neuhaus

2010

Eine Geschichte von Sex, Geld, Genie und Betrug

David Fincher's The Social Network wusste bereits, wie dumm ‚soziale Medien‘ machen können.

Am 24. September 2010 hatte der Spielfilm *The Social Network* beim New York Film Festival Premiere. David Fincher führte Regie, das Drehbuch schrieb Aaron Sorkin, der das 2009 erschienene Sachbuch *The Accidental Billionaires* von Ben Mezrich adaptierte, das den eindeutig Stellung beziehenden Untertitel trägt: „The Founding of Facebook, a Tale of Sex, Money, Genius, and Betrayal“. Geschildert wird die Entstehung des später größten sozialen Netzwerks der Welt; die Rolle von Mark Zuckerberg spielt Jesse Eisenberg und Andrew Garfield ist als Eduardo Saverin zu sehen, von dem Mezrich Informationen für sein Buch erhielt. Justin Timberlake ist ebenfalls dabei – auch durch seine Besetzung mit populären Jungstars ist der Film nah am Puls der Zeit.

Einerseits wird der Film selten wieder gezeigt oder öffentlich diskutiert; andererseits finden sich über ihn überraschend viele Superlative, denn er war sowohl ein großer kommerzieller als auch künstlerischer Erfolg. Den Einnahmen von \$224 Millionen standen lediglich Produktionskosten von \$40 Millionen gegenüber. 78 Kritiker*innen fanden, dass er einer der besten Filme des Jahres war, und 22 fanden sogar, es sei der beste.¹ Der Film wurde vielfach ausgezeichnet, unter anderem erhielt er drei Golden Globes und drei Oscars, darunter auch den Oscar für den besten Film. „The Social Network has maintained a strong reputation since its initial release, and is commonly cited by critics as one of the best films of the 2010s and 21st century. The Writers Guild of America ranked Sorkin’s screenplay the third greatest of the 21st century.“²

¹ Vgl. o.A.: „The Social Network“. *Wikipedia.org*. https://en.wikipedia.org/wiki/The_Social_Network (zit. 07.03.2024).

² Ebd.

Der Erfolg bei der Kritik speist sich aus zwei Quellen: Der besonderen Filmästhetik, die für Finchers Filme typisch ist – etwa für *Fight Club* von 1999,³ und der Kritik an Facebook als Mutter aller Sozialen Netzwerke neueren Zuschnitts. Damit mag auch etwas Häme der althergebrachten Leitmedien einhergehen, die allerdings erstaunlich sachlich blieben,⁴ vermutlich, weil sie 2010 noch nicht ganz abschätzen konnten, was die Verlagerung der Öffentlichkeit ins Internet für sie noch bedeuten würde. Schon aus diesem Grund lohnt es sich, den Film heute noch einmal neu und mit einem frischen Blick zu betrachten.

Wie bei anderen Filmen mit Beteiligung Finchers, etwa die von ihm mit produzierte (2013–2018) Serie *House of Cards*, bei der er zuerst auch Regie führte, ist bereits der Beginn entscheidend für die weitere Handlung und auch für die Deutung: Ganz am Anfang von *House of Cards* bricht der spätere US-Präsident Frank Underwood einem Hund, der von einem Auto angefahren wurde, das Genick.⁵ Nicht ganz so drastisch, aber nicht weniger vorentscheidend ist die Anfangsszene von *The Social Network*: Eine Studentin (Rooney Mara) und ein Student – die Figur Mark Zuckerberg (Jesse Eisenberg) – sitzen sich in einer Bar gegenüber und er belehrt, provoziert und beleidigt sie am laufenden Band, ohne dass er etwas davon merkt. Als sie mit ihm Schluss macht, ist er vollkommen überrascht und versucht, allerdings auf seine weiterhin extrem arrogante und selbst-

³ Vgl. Stefan Neuhaus: „Identitätsfiktionen. Zum Problem der Krisen- und Kontingenzbewältigung durch Konsum am Beispiel von David Finchers *Fight Club* (1999)“. *Der große Crash. Wirtschaftskrisen in Literatur und Film*. Hg. Nicole Mattern u. Timo Rouget. Würzburg 2016, S. 405–432.

⁴ Vgl. etwa den österreichischen *Standard*, der konstatiert: „Zuckerberg bekommt bereits mit 26 Jahren ein böses Denkmal gesetzt“, und der versucht, die Hintergründe möglichst objektiv zu betrachten: „Hinter den Kulissen versuchte Facebook, gegen den Film vorzugehen, der auf einem – sagt der Autor Ben Mezrich selbst – zugespitzten Buch beruht [...]. Böse Zungen behaupten, es sei eine gezielte Rache-Aktion des früheren Zuckerberg-Mitstreiters Eduardo Saverin, um der Firma zu schaden.“ o.A.: „Film-Epos über Facebook: Kein süßer Zuckerberg. Gründer bekommt ein böses Denkmal gesetzt – ‚Sie sind kein Arschloch – Sie kommen nur so rüber‘“. *Der Standard*. <https://www.derstandard.at/story/1285199319835/film-epos-ueber-facebook-kein-suesser-zuckerberg>, 27.9.2010. (zit. 07.03.2024).

⁵ Vgl. hierzu bereits Oliver Jahraus: „An die Adresse des Publikums. Parabase und politische Theologie in *House of Cards*“. *LiLi. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 46.3 (2016). *Szenarien der Ausnahme in der Populärkultur*, S. 349–368.

süchtige Art, sie zu bewegen, ihre Entscheidung zurückzunehmen. Schließlich erklärt sie ihm:

Okay, you are probably going to be a very succesful computer person. But your're gonna go through life thinking that girls don't like you because your're a nerd. And I want you to know from the bottom of my heart that that won't be true. It'll be because you're an asshole.⁶

Damit ist das Thema vorgegeben, denn das vorgeblich ‚soziale‘ Netzwerk entsteht aus einem asozialen Impuls, der dem Streit folgt; Mark entwickelt ein Computerprogramm, in dem Studenten das Aussehen von Studentinnen bewerten können. Die Verlagerung der Kommunikation ins Virtuelle ermöglicht ein Verhalten, das in der Realität negativ sanktioniert werden würde.

Der Film liefert also, vor allem auf der symbolischen Ebene, nicht nur ein zeitdiagnostisches, sondern ein prognostisches Bild der Veränderungen in der Entwicklung und Nutzung der ‚neuen‘ Massenmedien.⁷ Die Zersplitterung des Publikums in zahlreiche, miteinander teils gar nicht mehr in Verbindung stehende Publika, die immer geringere Aufmerksamkeitsspanne, der Trend zu immer kürzeren und einfacheren Botschaften, die immer weiter gehende Praxis gezielter Desinformation etwa durch ‚fake news‘, die wieder zunehmende Machtkonzentration in den Händen Einzelner, auch und gerade mit Blick auf die Beeinflussung von Öffentlichkeit – alles das führt der Film lakonisch-elegant vor, mit einer sugges-

⁶ David Fincher: *The Social Network*. USA: Columbia Pictures 2010, [0:05:00–0:05:16].

⁷ Das ist auch beim Erscheinen des Films bereits vorhergesehen worden, vgl. etwa den britischen *Guardian*: „This is an exhilaratingly hyperactive, hyperventilating portrait of an age when Web 2.0 became sexier and more important than politics, art, books – everything. Sorkin and Fincher combine the excitement with a dark, insistent kind of pessimism. Smart work.“ Peter Bradshaw: „*The Social Network* – review. David Fincher captures the spiteful personalities and hyperactive spirit of the age with the story of Facebook’s creation.“ *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/film/2010/oct/14/the-social-network-review>. 14.10.2010 (zit. 07.03.2024).

tiven visuellen Ästhetik, in der die defizitäre Realität durch das Einzige aufgehoben wird, was ihr noch etwas entgegensetzen kann: durch die Kunst.

Stefan Neuhaus ist Professor für Neuere deutsche Literatur an der Universität Koblenz und er hat (1996–2003) sieben Jahre Rücken an Rücken mit Oliver Jahraus in Bamberg zusammengearbeitet. Sichtbares lebendes Denkmal dieser Zeit ist die gemeinsam verantwortete Reihe „Film – Medium – Diskurs“ im Verlag Königshausen & Neumann (Würzburg).