Document generated on 04/30/2024 9:05 a.m.

Séquences
La revue de cinéma

SÉQUENCES LA REVUE DE CINÉMA

The Social Network
Being cool
Le Réseau social — États-Unis 2010, 120 minutes

Sylvain Lavallée

Number 269, November–December 2010

URI: https://id.erudit.org/iderudit/63548ac

See table of contents

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)
1923-5100 (digital)

Explore this journal

Cite this review

Lavallée, S. (2010). Review of [The Social Network : *Being cool* / *Le Réseau social* — États-Unis 2010, 120 minutes]. *Séquences*, (269), 46–47.

Tous droits réservés © La revue Séquences Inc., 2010

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

The Social Network
Being cool

Au premier abord, un film sur Facebook semble détonner dans la filmographie de David Fincher, majoritairement ancrée dans le thriller policier, mais ce sujet lui fournit l'occasion de reformuler différemment cette critique de la société américaine qu'il dresse toujours en filigrane de sa narration, en passant par la figure habituelle chez lui de la paranoïa (la folie de certains personnages de ***Seven*** *et de* ***Fight Club****, le jeu qui n'en est pas un ou peut-être que si dans T****he Game****, le système de sécurité sophistiqué de* ***Panic Room****, la lente descente vers l'obsession maladive dans* ***Zodiac****, etc.)*

Sylvain Lavallée

The Social Network prend les allures trompeuses d'une biographie classique où l'on nous raconte comment l'un des plus grands phénomènes mondiaux du moment a vu le jour, en nous montrant tout le drame humain qui se cache derrière. Pourtant, même si le film est ancré dans des personnages solides, bien écrits et bien joués, ce récit serait ultimement sans intérêt sans la dimension hautement critique qu'il revêt. Fincher utilise la figure de Mark Zuckerberg (Jesse Eisenberg) pour cristalliser en lui et en son invention notre époque contemporaine dans sa relation aux autres et aux nouveaux médias (d'où la richesse de la comparaison, souvent faite, à **Citizen Kane**). Le visage neutre et distant de Zuckerberg, toujours lisse et quasi inerte, ne nous laisse rien deviner de ce qui peut l'animer, un inconnaissable sur lequel s'appuie la structure du film, qui fonctionne par retour en arrière, alternant entre trois temps distincts (le moment de la création de Facebook et les deux poursuites judiciaires adressées ensuite contre Zuckerberg), ce qui permet à Fincher et à son scénariste Aaron Sorkin d'aborder leur personnage selon diverses perspectives. Zuckerberg se présente donc comme une énigme à résoudre, un mystère qui restera entier jusqu'à la conclusion du film. La réussite de cette démarche narrative tient en particulier à l'interprétation de Jesse Eisenberg, qui réussit à garder cette neutralité tout en laissant transparaître parfois des émotions ambiguës, les quelques phrases explicatives qui heurtent de temps à autre le rythme autrement fluide des dialogues n'arrivant jamais à se poser réellement sur ce visage pour le définir.

Fincher ne nous offre donc jamais une image claire et définie de Zuckerberg, préférant alterner entre différentes représentations, tout comme l'individu moderne se terre sous diverses mises en scène de soi, dont la plus populaire est sans doute Facebook. L'idée de ce site repose essentiellement sur une intuition géniale, celle, comme le dit Zuckerberg, de mettre en ligne l'expérience du campus. Or, cette expérience se résume, dans le film, à deux choses : un désir d'ascension sociale et un jeu de séduction (l'éducation elle-même n'est pratiquement jamais représentée), ce qui bien sûr va de pair, comme le démontre l'une des plus éloquentes séquences du film. Fincher montre en parallèle Zuckerberg et ses collègues traçant l'algorithme sur lequel repose Facebook et une fête se déroulant dans une fraternité voisine. D'un côté, il y a l'ensemble des relations humaines réduites à une équation, de l'autre une objectivation de la femme, deux visions instrumentales de l'Autre. Il y a

L'enjeu ultime… *being cool*

> La présence de Fincher, l'auteur, se fait sentir surtout à travers la solitude et la paranoïa engendrées par la déshumanisation des relations sociales.

là, en germe, tout Facebook, qui est essentiellement un site de rencontre à peine voilé (Zuckerberg le dit lui-même) et un outil permettant de se valoriser socialement. Sur Facebook, la qualité des relations sociales est sans intérêt, l'important c'est la quantité; le statut social est supposé se déduire du nombre d'amis, puisqu'il est toujours sous-entendu que plus on a d'amis, plus il y a d'activité sur notre page, plus on a une grande visibilité (d'où ces concours que l'on voit parfois où telle personnalité tente d'avoir tant d'amis). Les amis ne sont plus des amis, mais de simples objets qu'il suffit d'additionner pour savoir qui est plus important que qui, des outils.

Facebook n'est en aucun cas responsable de cette vision utilitaire des relations sociales, mais il s'agit peut-être de la représentation définitive d'une certaine réalité contemporaine. Les personnages qui réussissent le mieux dans **The Social Network** sont justement ceux qui utilisent leurs amis comme des instruments pour assurer leur domination, c'est-à-dire Mark Zuckerberg et Sean Parker (le fondateur de Napster, interprété par Justin Timberlake). Si le meilleur ami de Zuckerberg (Andrew Garfield) se fait flouer, comme les jumeaux Winklevoss (Armie Hammer), c'est qu'ils croient encore en la confiance et l'amitié;

ils sont d'une autre époque (les Winklevoss se décrivent d'ailleurs comme des gentilshommes). Les jumeaux, en particulier, font partie d'une aristocratie fraîchement dépouillée de son autorité, l'argent et la provenance sociale n'étant plus garants du pouvoir. Ni Zuckerberg, ni Parker ne sont motivés d'abord par cet argent (là où c'était un enjeu majeur pour Kane), ils cherchent plutôt une reconnaissance de leurs pairs, ils veulent être au cœur de la société, exercer une influence patente, être visibles surtout. L'argent reste un enjeu, puisque la richesse est toujours associée à la réussite, mais il demeure en arrière-plan. Ainsi, Parker ne semble jamais se soucier des millions qu'il a perdus, mais il se vante d'avoir pu changer à jamais l'industrie de la musique.

Fincher met en scène ce jeu de pouvoir par son montage fragmenté et rapide, par l'utilisation exclusive d'un champ-contrechamp qui isole et confronte. Les dialogues s'empilent et se croisent à une vitesse folle (de quoi rendre Howard Hawks jaloux), chaque scène contenant souvent plusieurs fils de conversation qui s'emmêlent et se réfléchissent, de manière à rendre visible à l'écran l'idée des réseaux sociaux (sans compter la multiplication des points de vue qui ne sont pas hiérarchisés, égalisation du contenu dans le médium qui est le propre d'Internet). Cette mise en scène semble impersonnelle, conventionnelle, mais ce regard indifférent aux êtres est justement celui de Zuckerberg.

La présence de Fincher, l'auteur, se fait sentir surtout à travers la solitude et la paranoïa engendrées par la déshumanisation des relations sociales (thème déjà abordé dans **Fight Club**, Facebook étant finalement l'épiphénomène de cette réalité). Sean Parker, entre autres, est rapidement décrit comme un paranoïaque, mais en réalité sa condition est celle de l'individu moderne : pris dans un jeu de mise en scène de soi qui n'est qu'exacerbée par l'omniprésence des caméras et la possibilité d'être diffusé à tout instant sur le Web, pris dans un jeu de pouvoir et de domination où les autres l'intéressent tant et aussi longtemps qu'ils sont utiles, et se doutant bien que les autres pensent la même chose de lui, d'où la paranoïa et les illusions de conspiration, cet individu moderne est plus que jamais seul avec lui-même, n'offrant aux autres que l'image ou l'apparence qui lui semble la plus propice, la plus utile. Comme l'enseigne à quelques reprises Parker à Zuckerberg, aujourd'hui, « being cool » est l'enjeu ultime, l'important est à la surface (c'est pourquoi, aussi, le film n'offre aucune profondeur de champ). Ainsi, si d'un côté il est ironique qu'une personne sans ami véritable fonde un site dédié aux relations sociales, de l'autre le détachement et l'effacement qu'affiche Zuckerberg est peut-être le moyen le plus sûr de gravir les échelons, puisqu'on ne laisse ainsi aucune emprise à l'autre qui ne peut que déraper en tentant de s'agripper à cette lisse froideur.

■ **LE RÉSEAU SOCIAL** — États-Unis 2010, 120 minutes — **Réal. :** David Fincher — **Scén. :** Aaron Sorkin, d'après le livre de Ben Mezrich — **Images :** Jeff Cronenweth — **Mont. :** Angus Wall, Kirk Baxter — **Mus. :** Trent Reznor, Atticus Finch — **Son** Mark Weingarten — **Dir. art. :** Donald Graham Burt — **Cost. :** Jacqueline West — **Int. :** Mark Zuckerberg (Jesse Eisenberg), Eduardo Saverin (Andrew Garfield), Sean Parker (Justin Timberlake), Cameron et Tyler Winklevoss (Armie Hammer) — **Prod. :** Dana Brunetti, Cean Chaffin, Michael de Luca, Scott Rudin — **Dist. :** Columbia.

Être au cœur de la société, exercer une influence patente