

## Fiche pédagogique

## The Social Network

Sortie en salles  
13 octobre 2010



Film long, Etats-Unis, 2010

Réalisation : David Fincher

Scénario : Aaron Sorkin  
d'après le roman de Ben Mezrich « The Accidental Billionaires ».

Musique : Trent Reznor

Interprètes : Jesse Eisenberg (Mark Zuckerberg), Andrew Garfield (Eduardo Saverin), Justin Timberlake (Sean Parker).

Production : Dana Brunetti, Cean Chaffin, Michael De Luca, Scott Rudin

Distribution en Suisse : Walt Disney Studios

Version anglaise, sous-titres français-allemands. Version française

Durée : 2h01

Public concerné :  
Age légal : 12 ans  
Age suggéré : 14 ans

<http://filmages.ch/>

## Résumé

Le film retrace la création du célèbre site web de réseautage : Facebook. Mark Zuckerberg est un brillant étudiant en informatique à Harvard. Depuis sa chambre d'étudiant, il développe tout d'abord Facemash, un site internet qui permet de noter les filles du campus sur leur apparence. Ce site, immédiatement décrié, enregistre pourtant 22'000 connexions en 2

heures ce qui provoque une saturation du réseau informatique de l'université et conduit Marc en conseil de discipline. Mais une idée est née. Marc épaulé par son ami Eduardo et deux programmeurs, travaille depuis sa chambre au développement de leur nouveau site « TheFacebook ». S'en suit une aventure hors du commun qui fera de Mark Zuckerberg le plus jeune milliardaire au monde.

## Commentaires

*On ne peut pas avoir 500 millions d'amis sans se faire quelques ennemis.*

L'affiche du nouveau film de David Fincher (voir page 2) résume en ces quelques mots le sujet et la trame du film. En effet, *The Social Network* raconte l'incroyable ascension de Mark Zuckerberg, de sa chambre d'étudiant solitaire à Harvard aux soirées branchées de la Silicon Valley. Mais il raconte surtout le déroulement de deux procès intentés contre le fondateur de Facebook. Ces deux procès constituent le fil rouge du film. À partir des éléments évoqués lors des audiences, les

flashes back nous révèlent le cours des événements.

Construit comme un véritable thriller, le film débute par une montée des marches de l'Université de Harvard soutenue par une musique à suspense. Les événements se succèdent rapidement et l'on suit le procès avide de connaître un dénouement que l'on connaît pour la plupart déjà. Car ce n'est pas tant la fin que le comment et le pourquoi qui nous intéressent dans cette histoire. Qui est véritablement Mark Zuckerberg ? Facebook est-il le fruit d'une idée volée ? D'une basse trahison ?

David Fincher s'est basé sur le roman de Ben Mezrich *La*

## Disciplines et thèmes concernés

### Education aux citoyennetés :

La notion de sphère privée et de sphère publique, les conditions d'utilisation d'un site internet, les avantages et les dangers de Facebook et d'internet, l'impact des technologies sur l'environnement.

### Education aux médias :

La représentation cinématographique de personnages réels, La construction d'un thriller, le choix d'un sujet.

### Histoire :

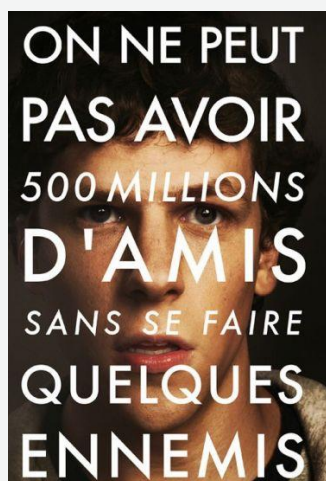
La création de Facebook, les Final Clubs de Harvard.

### Economie :

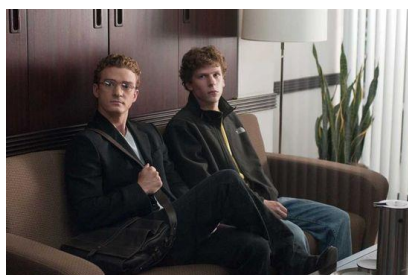
La Silicon Valley et l'industrie des nouvelles technologies, l'impact écologique des nouvelles technologies.

### Français :

L'élaboration d'un sondage, l'argumentation et la justification de son opinion, le débat d'idées, le témoignage.



revanche d'un solitaire pour réaliser son film. Mais le titre choisi par le réalisateur est beaucoup plus neutre que celui du livre (titre original anglais : *The Accidental Billionaires*). En effet, le film dresse un portrait très ouvert et quelque peu flou de ses personnages principaux. Le réalisateur semble ne jamais véritablement prendre position sur les personnages et ne répond donc pas vraiment à la curiosité du spectateur à ce sujet. Pourtant, cet aspect constitue indéniablement une des grandes qualités du film : il raconte une histoire vraie sans vraiment se positionner ni juger les protagonistes de l'histoire. Comme l'exprime lui-même David Fincher : « *Pour que le film soit réussi, il fallait que deux vérités s'affrontent à chaque fois. On ne sait pas ce que tous ces gens se sont dit dans leurs chambres sur le campus, on n'était pas là. Mais on sait que les uns et les autres se sont fait du tort, certains plus que d'autres. Il n'y a pas de méchants. Personne n'a tort. Ce sont juste des gosses qui, face à une situation qui les dépassait, ont bien été obligés de faire tout un tas d'erreurs, notamment les uns vis-à-vis des autres* » (Première, octobre 2010).



Cette idée se reflète dans le jeu des acteurs. Chaque personnage semble être convaincu que sa vérité est la seule vérité possible. Chacun partage sa perception des événements et son ressenti de telle manière qu'il est impossible d'affirmer à la sortie du film : « lui, il ment ! »

Le scénario de *The Social Network* est à l'opposé du récit

hollywoodien classique : aucun véritable méchant, un héros peu charismatique et une fin qui n'en est pas vraiment une, sans happy end ni chute dramatique.

Autre aspect intéressant, l'acteur principal du film – Jesse Eisenberg – ne semble pas vraiment essayer de ressembler parfaitement au personnage qu'il interprète. Ni son phrasé, ni son physique ne semblent en effet avoir été travaillés afin de coller complètement à Mark Zuckerberg.

*The Social Network* n'est donc pas « la véritable histoire du fondateur de Facebook » comme l'indique le livre de Ben Mezrich mais propose plutôt une image de nos sociétés occidentales, de notre besoin d'appartenir à un groupe et d'être reconnu par nos pairs. L'utilisation de la chanson de Radiohead « I'm a Creep » pour la [bande-annonce du film](#) n'est en ce sens pas anodine.

Quant au principal intéressé, Mark Zuckerberg, il n'a accordé aucune interview, ni à l'écrivain, ni au réalisateur. Il se prononce peu à propos du film et semble mal à l'aise lorsqu'un journaliste aborde ce sujet. Invité [d'Oprah Winfrey](#) il explique en rigolant : *C'est un film ! C'est fun (...)* *C'est ma vie donc je sais qu'elle n'est pas aussi dramatique !* [Dans une conférence](#) (All Things Digital Conference), il explique simplement : « *J'aurais souhaité qu'on ne fasse pas un film sur moi de mon vivant* ».

Mais à 26 ans, il est le plus jeune milliardaire au monde en créant un site utilisé par 500 millions d'internautes sur la planète. Alors l'intérêt et la fascination ne sont pas prêts de s'arrêter. Les débats autour de Facebook sont en outre constants : protection des données des utilisateurs, liens permanents, dérive des images mises en ligne, dangers du nouvel outil de géo-localisation etc. Le site soulève ainsi de nombreuses

questions et l'on s'inquiète sur les conséquences d'une utilisation irréfléchie. *The Social Network*, bien que ne traitant pas directement de ces questions permet néanmoins de les introduire en classe et de faire réfléchir sur une utilisation devenue banale des nouvelles technologies.

---

## Objectifs

- Prendre conscience des conditions d'utilisation de Facebook et des risques possibles d'une utilisation non maîtrisée.
  - Définir et discuter de la notion de sphère privée.
  - S'interroger sur notre besoin d'appartenance à un groupe.
  - Analyser la représentation cinématographique d'un personnage réel.
  - Poser les grandes lignes de la construction d'un thriller.
  - Faire le lien entre technologie et impact écologique.
- 

## Pistes pédagogiques

### 1. Elaborer et effectuer un sondage

Élaborer un questionnaire afin de sonder ses proches sur l'utilisation de Facebook et des réseaux sociaux dans leur ensemble. Effectuer le sondage au sein de la classe, de l'école ou à l'extérieur auprès de ses connaissances. Résumer et comparer les résultats en classe. Comparer ces résultats avec les statistiques suisses de [l'utilisation de Facebook au niveau national](#).

### 2. Les clés d'un succès

Avant de voir le film. S'interroger et faire des hypothèses sur le succès du site Facebook. Qu'offre-t-il de plus qu'un autre site de réseautage ? Reprendre cette question après avoir vu le film. Quels sont les deux concepts clés qui ont fait le succès du site ? (Exclusivité et liberté de modifier son profil). Approfondir ces notions pour comprendre la fulgurante expansion du nombre d'utilisateurs du site.

### 3. Les conditions d'utilisation

Demander aux élèves de donner les conditions d'utilisation de Facebook. A quoi s'engage-t-on lorsque l'on s'inscrit sur le site ? Son adresse peut-elle être transmise à des fins commerciales ? Quelle est la durée de vie des liens ou des commentaires que l'on laisse sur Facebook ? Facebook peut-il utiliser ou revendre les photos mises sur le site ?

Débattre de la citation suivante extraite du film : « *Sur Internet on n'écrit pas au crayon mais à l'encre* ».

### 4. Répertorier les avantages et les risques

Élargir le débat à l'utilisation générale de Facebook. Par groupe, les élèves listent les avantages et les risques de Facebook et donnent des exemples concrets pour chaque argument.

Illustrer cette discussion avec la vidéo humoristique [« Facebook dans la réalité »](#) (en anglais sous-titrée français). Sur le ton de l'humour, quelles problématiques cette vidéo soulève-t-elle ?

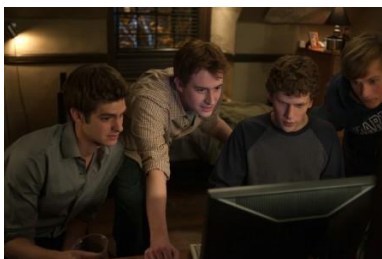
## 5. Des témoignages

Élargir le point précédent en proposant une recherche d'articles ou de vidéos sur le sujet. Présenter les témoignages trouvés en classe et ouvrir la discussion.

## 6. La notion de sphère privée

Discuter de la notion de sphère privée. Cette notion a-t-elle encore un sens aujourd'hui avec l'utilisation grandissante d'internet ? Peut-on protéger ses données lorsque l'on utilise des sites comme Facebook ? Que dit la loi à ce sujet ? (Voir [la fiche Semaine des médias](#) consacrée à la protection des données)

Élargir la discussion en débattant de la citation suivante extraite du film : « *la vie privée est une relique du passé. On vivait dans des fermes, on vit dans des villes et on vivra sur internet* ». La vie privée, une notion dépassée ?



## 7. Final Clubs

Le film cite plusieurs clubs d'Harvard et montre leur importance auprès des étudiants. Faire tout d'abord des recherches sur les Final Clubs en général : Qu'est-ce qu'un Final Club ? Comment peut-on y rentrer ? Qui peut y rentrer ? Faire ensuite des recherches plus précises sur les deux Final Clubs abordés dans le film. Chercher à comprendre leur histoire, leurs particularités, leur importance au sein du campus et leurs membres:

- 1) Porcellian Club
- 2) Phoenix SK Club

S'interroger sur la représentation que donne le film de ces clubs. Comment sont-ils présentés ? Le film en donne-t-il une image négative, positive ou neutre ? Justifier.

## 8. Le besoin d'appartenance

S'interroger sur le succès que rencontrent à la fois les clubs universitaires américains (tel que présentés dans le film) et les sites comme Facebook. À quels besoins répondent-ils ? Qu'offrent-ils à leurs membres ? Comment expliquer leur succès ? Peut-on envisager un jour leur disparition ? Qu'apportent-ils réellement en termes de réseau ?

## 9. Ecologie et technologie

S'interroger sur l'impact écologique des technologies : Existe-t-il ? Comment se manifeste-il ? Est-il important ?

Visionner ensuite [la campagne de Greenpeace sur Facebook](#) et la commenter. Quel est le message de cette campagne ? A qui s'adresse-t-elle (aux utilisateurs de Facebook uniquement ? à Mark Zuckerberg ?) Quel est le ton utilisé par cette campagne ? S'interroger sur son efficacité : le message est-il clair ? Pertinent ? Est-ce que ce type de campagne peut avoir un impact réel sur cette problématique ? Comment ?

Revenir ensuite sur le contenu de cette campagne : est-on surpris par ce qu'elle présente ? Avait-on déjà réfléchi à l'impact écologique des technologies ?

Rappeler que [Google a déjà commencé à agir sur cette problématique](#).

## 10. La représentation de personnages réels

Analyser le portrait qui est fait de Mark Zuckerberg dans le film.

Peut-on se faire une idée précise de lui après avoir vu le film ? Justifier votre point de vue.

Élargir la réflexion aux autres personnages et surtout à leurs relations. Quelle sont leurs relations et comment évoluent-elles ? Le réalisateur semble-t-il avoir un parti pris sur les différents personnages et leurs actions ? Justifier.

### 11. La construction d'un thriller

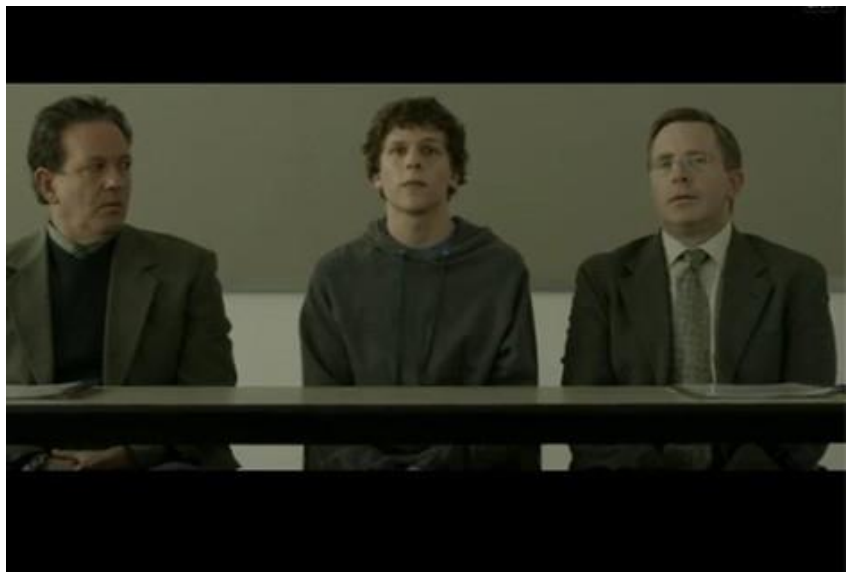
Donner une définition précise du thriller et analyser le film sous cet angle. Réfléchir à la musique utilisée, au montage et au rythme du film.

Réfléchir ensuite au choix fait par le réalisateur de prendre cette histoire et de la tourner de cette manière. Pourquoi cette histoire et pas une autre ? Aurait-on pu la raconter autrement ?

### 12. La fascination de la réussite

Réfléchir à la fascination qu'exerce Mark Zuckerberg. Pourquoi s'intéresse-t-on à lui et à son histoire ? Que représente-t-il ?

S'interroger sur l'image qu'il propose de la réussite. Est-ce une image plutôt positive pour les jeunes ou plutôt négative ? Justifier.



### Pour en savoir plus

- [Site officiel](#) du film.
- [Trailer interactif](#) du film.
- [Interview vidéo de David Fincher](#) (anglais sous-titrée français).
- Mezrich Ben, *La revanche d'un solitaire, la véritable histoire du fondateur de Facebook*, Max Milo éditions, Paris, 2010.
- Journal de Harvard Crimson : Articles d'archives qui retracent la création de Facemash et de Facebook à l'université de Harvard :
  - [Facemash](#)
  - [Le lancement de TheFacebook.](#)
  - [Facebook s'étend au-delà d'Harvard.](#)

- Article en ligne du Temps : [Utiliser les réseaux sociaux dans l'enseignement.](#)
- Article en ligne du Temps : [30% des suisses sont sur Facebook.](#)
- Articles du en ligne du Temps : [L'illusion d'être entouré.](#)
- Article en ligne du Monde : [Le jour où Facebook m'a banni.](#)
- Article de Wikipédia (angl) sur [l'historique des Final Clubs.](#)
- Article de Wikipéda (angl) sur [le Porcellian Club.](#)
- Article de Wikipédia (angl) sur [The Phoenix SK Club .](#)
- Fiche e-media : La Semaine des médias 2010. Emission 1 [La protection des données, les sphères publique et privée, Facebook.](#)
- Emission Mise au point du 18 avril 2010 [Facebook, on m'a volé mon identité !](#)
- Emission Tard pour bar du 14 octobre 2010 «[Facebook : Va voir là-bas si j'y suis !](#)»
- Vidéo parodie de Facebook : [Facebook dans la réalité](#) (anglais sous-titrée français).
- [Campagne de Greenpeace](#) The Social Network en français.

---

**Sylvie Jean**, enseignante, Lausanne, octobre 2010.

Droits d'auteur : [licence Creative Commons](#)

