UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

REPRÉSENTATIONS, SEXUALITÉS ET RAPPORTS DE POUVOIR : UNE
ANALYSE INTERSECTIONNELLE DES SITES DE RENCONTRES EN LIGNE

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN SOCIOLOGIE

PAR

ADÈLE LEVAYER

MAI 2018

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier ma directrice, Elsa Galerand, pour la justesse avec laquelle elle a su comprendre mes questionnements et orienter mes recherches. Merci pour ton encadrement, ton respect de mes choix et tes conseils précieux pour réorganiser ma pensée.

Merci à mon ami Pierre pour son soutien moral et technologique, sa patience et son don pour la mise en page.

Enfin, je ne serais jamais arrivée jusqu'à la maîtrise sans le soutien moral et financier de mes parents. Merci à vous deux.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	III
TABLE DES MATIÈRES	IV
RÉSUMÉ.....	VII
ABSTRACT	IX
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
ÉTAT DE LA QUESTION ET PROBLÉMATIQUE.....	7
1.1 ÉTAT DE LA LITTÉRATURE	8
<i>1.1.1 La sociologie classique du couple : de l'oubli du genre à la différence des sexes</i> .	8
<i>1.1.2 Politisation des enjeux des sites de rencontres et de la conjugalité.....</i>	14
<i>1.1.3 Genre, classe, race et sexualité : les apports du black feminism et des queer studies</i>	16
<i>1.1.4 Les Cultural Studies : un outil pour conceptualiser et analyser les sites de rencontres.....</i>	24
1.2 CADRE THÉORIQUE.....	26
1.2.1 Théories de l'homogamie	26
1.2.2 Le paradigme intersectionnel : genre, classe, race, ethnicité.....	28
1.2.3 Théorie queer, études gaies et lesbiennes.....	34
1.2.4 Le matérialisme culturel.....	36
1.3 REDÉFINIR LES OBJECTIFS DE RECHERCHE	37
1.3.1 Objectifs de recherche.....	37
1.3.2 Questions de recherche	38
CHAPITRE II	
TERRAIN ET MÉTHODE DE RECHERCHE.....	41
2.1 CIRCONSCRIRE LE PAYSAGE DES SITES DE RENCONTRES.....	41
2.2 CARTOGRAPHIE DES SITES DE RENCONTRES : DESCRIPTION DU TERRAIN	43
2.2.1 Paysage des sites de rencontres.....	44

2.2.2 Études de cas	49
2.3 MÉTHODE D'ANALYSE.....	54
2.3.1 Analyser le web.....	55
2.3.2 L'analyse du paysage des sites de rencontres.....	57
2.3.3 Deux études de cas.....	58
CHAPITRE III	
COUPLE, GENRE, CONJUGALITÉ.....	61
3.1 LE MODÈLE DU MARCHÉ MATRIMONIAL.....	63
3.1.1 La régulation de la sexualité féminine	63
3.1.2 La niche des sites de sugar daddies : un extrême du continuum de l'échange économico-sexuel.....	69
3.2 L'HOMOGAMIE : QUEL RÔLE ET QUELLE ÉVOLUTION DU CONCEPT? LA PLURALITÉ DES MODES DE DISTINCTION.....	72
3.2.1 EliteSingles, un élitisme classique	74
3.2.2 OkCupid, un entre-soi multiforme.....	78
CHAPITRE IV	
GENRE, SEXUALITÉ, SYSTÈME HÉTÉROSEXUEL.....	85
4.1 LE DISCOURS DU PROGRESSISME : FÉMINISME LIBÉRAL ET POST-FÉMINISME. ANALYSE DES REVUES DES DEUX ÉTUDES DE CAS.....	86
4.1.1 La morale progressiste et les thèmes du féminisme libéral.....	87
4.1.2 La culture mainstream dans laquelle se développe ce modèle	93
4.2 L'INTÉGRATION DES SEXUALITÉS QUEERS	98
4.2.1 L'homosexualité comme niche ; présomption d'hétérosexualité et marchandisation du sujet homosexuel.....	98
4.2.2 Visibilité et représentations homosexuelles ; gays, lesbiennes et transposition des rapports de genre.....	101
4.2.3 Les modalités de l'intégration des sexualités queers dans le discours progressiste	106
CHAPITRE V	
RACE, ETHNICITÉ ET SEXUALITÉ.....	115
5.1 SEXUALISATION DE LA RACE, RACIALISATION DE LA SEXUALITÉ.....	116
5.1.1 L'éthnicité, une niche pas comme les autres.....	116
5.1.2 Les scripts sexuels du système raciste : l'interrelation entre racisme et hétérosexisme	120
5.2 LE DISCOURS PROGRESSISTE DU NOUVEAU RACISME : LES SITES PLUS IMPLICITES ET ÉQUIVOQUES	128
5.2.1 EliteSingles sur le continuum de la production de l'ethnicité comme niche.....	128

5.2.2 <i>Le discours « antiraciste » d'OkCupid</i>	133
CONCLUSION.....	140
BIBLIOGRAPHIE.....	149

RÉSUMÉ

Cette recherche vise à aborder les sites de rencontres comme espaces et appareils technologiques à partir desquels transparait l'actualité des rapports sociaux de genre, de classe, de race, d'ethnicité et de sexualité. En tant qu'espaces dédiés au commerce de la mise en relation et de la rencontre amoureuse, ces sites constituent selon nous un prisme idéal à travers lequel s'expriment des représentations collectives de la sexualité et de la conjugalité. Souvent objet d'analyses portant sur les usages et les comportements des utilisateur.rice.s, les sites de rencontres sont ici abordés pour eux-mêmes et conceptualisés à la fois comme espaces sociaux et comme formes culturelles, à la fois producteurs et porteurs de représentations de la sexualité variables selon les groupes sociaux auxquels ils s'adressent. Nous nous interrogeons sur la manière dont les sites mobilisent les catégories de la domination que sont le genre, la classe, la race, l'ethnicité et la sexualité. Notre recherche porte sur les scripts de la rencontre développés et imposés par les sites au regard de cette mobilisation. Pour ce faire nous avons procédé à une observation qualitative des sites de rencontres qui portait sur l'ensemble des sites recensés ainsi que sur deux sites faisant l'objet d'études de cas. On a observé sur chaque site les éléments structurants et constitutifs tels le design, le fonctionnement, l'architecture, le contenu visuel et textuel. Notre méthode a donc mêlé une forme d'ethnographie en ligne et de l'analyse de contenu et d'image.

Nos observations nous ont amenées à constater un système de représentations des types de relations possibles, traversé de manière intersectionnelle par l'ensemble des rapports sociaux qui nous intéressaient. Les sites de rencontres livrent ainsi un ensemble de scripts sexuels limités selon les appartenances de sexe, de classe, de race, d'ethnicité et l'orientation sexuelle. Ils participent d'un système de représentations propre à la culture *mainstream*, dans lequel est célébré l'avènement d'une ère de tolérance, d'inclusion et de diversité et dans le même temps est annihilée et contenue toute possibilité de projet politique critique. On a constaté ce double processus dans les cas des rapports de genre, de l'inclusion de l'homosexualité et des représentations des personnes racisées.

Mots clés : sites de rencontres ; représentations ; intersectionnalité ; espace social ; théorie queer ; matérialisme culturel

ABSTRACT

This research aims to address dating sites as technological spaces and devices from which appears social relations of gender, class, race, ethnicity and sexuality. As such spaces dedicated to the trade of "connecting people" and romantic encounters, these websites constitute, in our opinion, an ideal prism through which collective representations of sexuality and conjugality are being expressed. Usually analyzed through the users' use and behaviour, dating sites are studied here in their own and conceptualized as public spheres and cultural forms, simultaneously producing and conveying variable sexuality representations depending on which social group they are directed at. We examine the way dating sites use oppression categories such as gender, class, race, ethnicity and sexuality. Our research thereby focuses on the meeting scripts produced, set and imposed by the dating sites. In order to do this we proceeded to a qualitative observation of all of the sites we studied and two more as case studies. On every site, we observed structuring and constituting elements such as the design the user experience, the architecture, the visual and textual content. Therefore, our method was a combination of online ethnography and image and content analysis.

Our field research led us to notice a system of representations of possible types of relations, through which appeared, intersectionally, all of the social relationships that interested us. Dating websites deliver a limited number of sexual scripts regarding sex, class, race, ethnicity and sexual orientation. They relate to a system of representations which is peculiar to a mainstream culture. This culture celebrates the coming of an era of tolerance, inclusion and diversity at the same time as it annihilates and contains any possibility of political and critical project. We noticed this double process through dynamics of gender, ways of inclusion of queer sexuality and representations of racialized people.

Keywords : dating sites ; representations ; intersectionality ; public sphere ; queer theory ; cultural materialism.

INTRODUCTION

Les sites de rencontres comptent désormais au nombre des objets classiques des sociologies du couple et de l'intimité d'une part, du web et des médias d'autre part. Alors que la plupart des recherches qui s'y intéressent portent sur les usages sociaux des sites de rencontres, nous nous proposons ici de les analyser en eux-mêmes, en tant qu'espaces significatifs et constitutifs de représentations sociales en matière de conjugalité. Nous soutenons plus précisément que les sites de rencontres peuvent constituer un observatoire privilégié pour l'analyse des rapports sociaux de genre, de race¹, d'ethnicité, de classe et de sexualité. En tant qu'ils sont dédiés à l'organisation de tous les types présumés possibles de rencontre amoureuse, ils participent, de par leur fonction même, à la définition comme à la régulation des diverses formes de sexualités, et par là-même à la dynamique des rapports sociaux. La production, l'organisation et le fonctionnement des sites de rencontres recouvrent des enjeux de représentation et de visibilité des groupes sociaux et des sexualités, majoritaires et minoritaires. Les discours textuels et visuels qu'ils font circuler mobilisent abondamment les catégories de genre, de race, d'ethnicité, de classe et de sexualité. Celles-ci sont en effet incontournables dans le processus de recherche de partenaire et paraissent donc inhérentes à la rencontre. C'est précisément cette mobilisation des catégories sociales que nous souhaitons observer, les logiques qui la sous-tendent ainsi que ses implications en termes de représentations des groupes sociaux, de définitions des sexualités et des relations possibles et impossibles, ou impensables.

¹ Pour une distinction entre race et ethnicité et une justification de l'usage des deux termes, cf chapitre I, 1.2.2

De par cet angle d'analyse, cette recherche s'éloigne des problématiques qui dominent la littérature existante sur les sites de rencontres. Un site de rencontre trouve sa raison d'être dans l'existence et l'activité de ses utilisateur.rice.s. C'est un site dont la forme initiale, générée par ses concepteur.rice.s, a surtout pour objectif de faciliter la malléabilité et l'usage des membres. Cette dépendance des utilisateur.rice.s participe à expliquer la prédominance des approches par une sociologie des usages et que les sites soient en eux-même, en revanche, encore peu étudiés. Pourtant les composantes mêmes des sites, les éléments structurants et constitutifs des sites de rencontres en font des espaces que l'on peut observer de manière ethnographique comme on le ferait pour un lieu de rencontre hors ligne. Si plusieurs études portent sur les attitudes des utilisateur.rice.s et les modalités de présentation de soi pour mettre en évidence les comportements genrés (être une femme ou un homme sur un site de rencontres, les logiques d'utilisation différentes selon le genre) ou racisés (les discriminations opérées ou subies par les utilisateur.rice.s), nous tenterons de montrer que l'on peut voir dans les configurations des sites eux-mêmes les éléments constitutifs des rapports sociaux de genre, de race, mais aussi de classe et de sexualité.

Par ailleurs, nous considérerons ces sites comme des éléments expressifs d'un système de représentations sociales plus large, propre à la culture *mainstream*. Dans cette conception, nous pensons les représentations sociales et culturelles comme des discours significatifs qui entretiennent un lien direct de réflexion et de production avec les rapports sociaux réels qu'ils désignent. C'est de cette interrelation entre idéalité et matérialité que découle la pertinence de notre recherche : les comportements observés sur les sites de rencontres renvoient à un espace virtuel qui n'est pas neutre. Au contraire, les sites de rencontres constituent des interfaces composées de discours visuels et textuels. Comme tout espace, les sites de rencontres sont marqués socialement et leur architecture, toute leur organisation *parlent*. Ces sites sont aussi, en même temps, de la matière visuelle et textuelle, et en ce sens ils *parlent* à la manière d'objets de la culture populaire comme la télévision ou les spots publicitaires. L'objectif

de cette recherche est de mettre en lumière le caractère structuré et structurant des représentations délivrées par les sites de rencontres. Cette recherche s'inscrit donc dans une problématique plus large qui est celle des représentations sociales et du rôle de ces représentations dans l'entretien des dynamiques de pouvoir. Nous tenterons de montrer comment les dispositifs normatifs qui saturent les sites de rencontres sur la sexualité dont ils définissent les scripts possibles reflètent, produisent et participent d'un ordre social basé sur des rapports de domination de genre, de classe, de race, d'ethnicité et de sexualité.

Ce mémoire est divisé en cinq chapitres dont trois chapitres analytiques dans lesquels sont présentés à la fois les données et les interprétations sociologiques de ces données. Le premier chapitre présente le cheminement par lequel nous sommes passées pour construire notre objet de recherche et notre problématique. Nous y dévoilons notre parcours bibliographique et la manière dont celui-ci, guidé par des insatisfactions vis-à-vis de la littérature portant directement sur les sites de rencontres, nous a amenées à situer notre objet de recherche dans des débats sociologiques plus vastes. Nous y présentons ainsi la sociologie du couple, dans laquelle se situent la plupart des analyses sur les sites de rencontres, pour nous diriger ensuite vers la pensée du *black feminism*, la théorie queer, les études gaies et lesbiennes et le matérialisme culturel. C'est de ces courants sociologiques critiques que nous tirons les concepts avec lesquels nous abordons les sites de rencontres. Après avoir précisé la manière dont notre cadrage théorique oriente notre enquête, nous présentons enfin nos objectifs théoriques ainsi que notre question de recherche.

Le deuxième chapitre présente les méthodes utilisées pour circonscrire notre terrain et l'analyser. Nous y montrons comment nous avons délimité l'espace des sites de rencontres qui a fait l'objet de notre enquête et comment cette circonscription a pu donner lieu à une typologie des sites de rencontres fondée sur les publics ciblés et les types de relations offerts par les sites. Cette description nous permet également de

présenter les deux sites qui ont fait l'objet d'une analyse plus en profondeur. Une fois le paysage des sites bien défini, nous explicitons dans un second temps la méthodologie utilisée pour l'observation des sites. Il s'agit d'analyse de contenu et d'analyse de l'image, toujours dans une optique ethnographique qui conçoit l'objet de recherche comme un espace social à explorer. Nous présentons d'ailleurs les éléments de cet espace qui ont fait l'objet d'une analyse systématique ainsi que la manière dont nous nous sommes déplacées sur les sites, notamment en nous créant des profils de membres, ainsi que les spécificités propres aux deux études de cas.

Le troisième chapitre constitue le premier chapitre analytique. On y aborde le thème privilégié dans la littérature dominante sur les sites de rencontres et dans la sociologie du couple et de la famille, à savoir la question de l'évolution de la conjugalité, des rapports de genre au sein du couple et de la reproduction sociale à travers celui-ci. On y confronte les théories de la démocratisation de l'intimité et de l'émancipation féminine au sein du couple hétérosexuel. Dans un second temps, on y interroge l'actualité du concept d'homogamie et de la question de l'entre-soi, incontournable dans l'étude d'espaces spécifiquement dédiés à la rencontre. Ce chapitre vise alors à déconstruire l'idée d'un relâchement voire d'un effacement des dynamiques de genre et de classe propres au couple et à la formation conjugale *traditionnelle*, d'une atténuation de ces rapports sociaux qui serait engagée et permise par la technologie que constituent les sites de rencontres et les nouveaux modes opératoires de la rencontre amoureuse qu'ils impliquent.

Second volet analytique, le chapitre 4 poursuit les conclusions du précédent pour entrer dans la complexité du maintien et de l'évolution des dynamiques de genre, de classe mais aussi de sexualité, produites et resignifiées par les sites. Il s'agit de confronter la thèse de la démocratisation sexuelle et de l'explosion de l'hégémonie hétérosexuelle dans l'espace public, thèse qu'on serait tenté.e d'appliquer à l'espace des sites de rencontres qui se caractérise par une multiplication des possibles en termes de types de

relation et d'orientation sexuelle. Dans ce chapitre, nous nous appuyons notamment sur l'analyse du post-féminisme d'Angela McRobbie (2004) pour observer l'entremêlement entre les discours progressistes des sites et le maintien de normes de genre strictes, ainsi que la manière dont cet imbroglio vient fortifier la prégnance du système sexiste. Nous analysons un même complexe progressisme/conservatisme dans une seconde partie consacrée au traitement de l'homosexualité sur les sites à l'aune de la théorie queer, pour constater une structure semblable qui permet le maintien et le renforcement de l'espace public caractérisé par l'hégémonie hétérosexuelle.

Le cinquième et dernier chapitre doit compléter le portrait du système de contrôle social de et par la sexualité esquissé dans les deux chapitres précédents en faisant intervenir la question de la race et de l'ethnicité, souvent ignorée dans les critiques du système hétérosexiste. Nous faisons appel à la pensée intersectionnelle de Patricia Hill Collins (2005) sur la sexualisation de la race et la racialisation de la sexualité pour déclinier les scénarios limités de la sexualité des personnes racisées proposés sur les sites de rencontres. Ceux-ci s'inscrivent dans un système de représentations où l'ethnique correspond au *différent*, à *l'autre*, par contraste avec le référent universel qu'est la blancheur. Cette conception dominante et structurante se retrouve sur des sites déclarés plus progressistes, et c'est ce que nous entendons montrer dans une seconde partie consacrée aux formes plus discrètes de racisme à l'oeuvre sur certains sites, et non les moindres.

CHAPITRE I

ÉTAT DE LA QUESTION ET PROBLÉMATIQUE

Ce chapitre vise à restituer notre démarche et notre manière d'aborder les sites de rencontres comme objet sociologique, depuis la revue de la littérature jusqu'à la formulation des objectifs et questions de recherche, en précisant le cadrage théorique à partir duquel on a pu finalement construire notre objet de recherche. Nous cherchons à montrer ici le positionnement de notre étude dans les débats sociologiques actuels et comment nous nous démarquons des champs classiques de la sociologie dans lesquels s'inscrit la littérature dominante sur les sites de rencontres. Pour ce faire nous procéderons d'abord à une revue critique de la littérature qui retrace notre cheminement depuis la littérature dominante sur les sites de rencontres jusqu'à des courants sociologiques plus éclectiques face à l'insuffisance de cette littérature spécialisée. Un tel itinéraire bibliographique nous a permis de construire notre objet de recherche selon un ensemble de concepts empruntés aux diverses sphères théoriques que nous y avons découvertes. Ces concepts, ainsi que la manière dont nous les avons appliqués à l'analyse des sites de rencontres, seront présentés dans une seconde partie consacrée au cadre théorique, pour mener finalement à la formulation de nos objectifs et de notre question de recherche.

1.1 État de la littérature

Le parcours bibliographique à partir duquel nous avons raisonné et construit l'objet de cette recherche est marqué par plusieurs déplacements, depuis la sociologie du couple, qui constitue le berceau des analyses sociologiques des sites de rencontres, vers les critiques féministe, intersectionnelle et queer des politiques sexuelles qui participent des questionnements actuels, en passant par le matérialisme culturel. Cette revue critique de la littérature retrace les différents moments théoriques à partir desquels nous avons abordé l'objet de recherche que sont les sites de rencontres. Nous verrons ainsi la sociologie dominante concernant les sites de rencontres, demeurée centrée sur la classe – à l'exclusion du sexe et des autres marqueurs sociaux (race, sexualité) qui, lorsqu'ils sont mobilisés sont simplement ajoutés comme de simples variables descriptives, non problématisées, pour bifurquer ensuite du côté du *black feminism*, et des études queers, gays et lesbiennes qui se sont révélés d'une grande richesse pour approfondir l'appréhension sociologique des sites de rencontres. Cet élargissement théorique devait nous permettre de dépasser une sociologie du couple et de la famille qui conçoit les sites de rencontres selon un angle théorique unidimensionnel insuffisant, voire menaçant pour la pensée critique. Nous présenterons enfin les *cultural studies* et le matérialisme culturel dont les outils théoriques ont été des points d'appui importants pour concevoir et aborder les sites de rencontres et le statut des discours et images qu'ils produisent.

1.1.1 La sociologie classique du couple : de l'oubli du genre à la différence des sexes

Une part substantielle de la sociologie du couple est fondée sur les notions d'homogamie et de reproduction sociales. Il s'agit d'une littérature située entre la fin des années 1950 et les années 1980, qui s'intéresse précisément aux changements dans la structure du système conjugal français dans la deuxième moitié du XXe siècle. Ces textes donnent accès au concept d'homogamie tel qu'il a pu être appliqué de façon

consciente et volontaire dans une société plus ancienne (recherche d'un bon mariage, considérations d'aspects matériels et de maintien de la lignée familiale), puis tel qu'il a été popularisé en sociologie lorsqu'il a permis de « fonder » une sociologie du couple et de la famille. Les auteurs présentés ci-dessous ont également développé une problématisation en termes de « marché matrimonial ».

L'étude de Bourdieu sur la crise de la société paysanne béarnaise présente une théorisation du marché matrimonial comme condition de maintien de la structure sociale et d'un ordre, marché dont le dérèglement conduit à un état d'anomie. Dans *Le bal des célibataires*, c'est une société entière qui s'effondre avec le bouleversement du système des échanges matrimoniaux. Autrefois pilier du système matrimonial, l'autorité familiale disparaît pour laisser place à l'individu. La conséquence de cette restructuration est l'exode des femmes paysannes qui, contrairement aux hommes, s'adaptent bien mieux au nouveau système ouvert sur les villes. *L'exode des femmes* (Bourdieu, 2002, p.83) est donc la cause directe de l'anomie. Cet ouvrage a le mérite de faire ressortir clairement l'idée d'un marché matrimonial et des femmes comme biens en circulation et objets d'échanges sur ce marché. Il s'agit néanmoins d'une présentation du système matrimonial comme donné, non problématisé, où le genre n'est de surcroît pas questionné. L'analyse proposée ignore une situation d'inégalité des sexes et de violence de diverses formes faite aux femmes pour les conditionner comme épouses, sans doute du fait du point de vue masculin qui la sous-tend. Finalement Bourdieu centre son analyse du marché matrimonial sur les rapports sociaux de classes et illustre le passage d'une société de mariage arrangé à une société de mariage plus individualisé mais toujours structurellement organisé.

C'est cette nouvelle société qu'Alain Girard étudie dans son enquête de 1959 sur le « choix du conjoint », où il se pose la question de savoir « qui épouse qui », à l'heure où le mariage est une question plus individuelle que familiale et collective. Étant données la mobilité sociale et géographique qui caractérise le XXe siècle et la

transformation de la structure sociale, qu'en est-il de la formation des unions mais aussi des opinions dominantes sur ce qu'est une bonne union et sur ce qui est autorisé ou non (Girard, 2012 [1964], p.226) ? L'enquête à la fois quantitative et qualitative consiste à analyser et comparer les comportements ainsi que les opinions sur la conjugalité, au regard des appartenances sociales des conjoint.e.s. Il s'agit donc d'une étude centrée sur les appartenances de classe comme uniques « variables » à observer. On y trouve une résonance avec le travail de Bourdieu dans la description des lieux de rencontres et de leur fonction sociale, notamment le bal. L'enquête démontre globalement le puissant maintien d'un entre-soi de classe et a le mérite de populariser le concept d'homogamie. Bien que l'on reconnaisse la contribution essentielle de l'auteur à la mise en évidence des lois de l'homogamie, de l'idée que l'entre soi ne dépend pas nécessairement d'une contrainte collective traditionnelle et que la « cartographie » conjugale française s'insère bien encore dans une structure sociale régulée, la question du genre est complètement absente de son analyse. La volonté d'inclure le genre dans l'analyse du concept d'homogamie et de son actualité est l'un des objectifs de Bozon et Héran lorsqu'ils s'intéressent aux couples formés entre 1960 et 1984. Avec un accent mis sur le lieu de rencontre comme élément déterminant du principe d'homogamie voire comme outil des stratégies matrimoniales de reproduction sociale, l'enquête donne lieu à une cartographie sociale des lieux de rencontres en trois parties : les *lieux publics* accueillent les rencontres entre personnes appartenant à des classes populaires, du fait qu'ils ont été délaissés par les classes supérieures et la « compétition » sociale n'y a plus court. Les classes supérieures privilégient les *lieux réservés* (club, association, lieu d'étude, lieu de travail, restaurant, salle de sport...) et les *lieux privés* (soirées entre amis, familles...) (Bozon et Héran, 2006, p.60). La question du genre est ici présente mais traitée de manière statistique et peu analytique. L'analyse consiste en des associations de comportements et de goûts à des classes sociales et de sexe, telles que l'idéal d'un homme grand et mince chez les femmes de classes supérieures et celui d'un homme robuste et costaud chez les femmes de classes populaires (Bozon et Héran, 2006, p.105). Ces inférences permettent aux auteurs de soutenir l'idée d'un « réalisme

social » des femmes (Bozon et Héran, 2006, p.153) qui ferait tendre celles-ci vers l'hypergamie, soit la recherche d'un homme socialement mieux classé qu'elles. Cette préférence serait induite par une conscience sexuée du marché matrimonial : les femmes auraient le sens de leur place sur ce marché. Faisant ainsi preuve d'une compréhension des enjeux de la mise en couple (c'est l'homme qui va donner à la femme son statut social), « les femmes » consentiraient à une certaine domination masculine (Bozon et Héran, 2006, p.105). Cette « domination consentie » (Bozon et Héran, 2006, p.145) trouve un lieu d'expression privilégié selon les auteurs dans le cas de l'écart d'âge entre les conjoints (Bozon et Héran, 2006, p.141).

L'occurrence du genre, quand elle apparaît dans ces analyses, ne sort pas du cadre analytique du marché matrimonial et de l'*échange*. L'appartenance de sexe est prise comme une donnée, non problématisée en tant que telle ; elle agit comme une variable supplémentaire qui détermine la place dans le marché matrimonial, tout au plus un élément qui vient appuyer les différences entre classes sociales. Cette conception du genre se retrouve dans la sociologie du couple, de l'intime et de la famille qui se développe après les années 1980, courant qui questionne les nouvelles formes de relations amoureuses, détachées de tout engagement et perspective familiale, et les évolutions des identités sexuelles qui vont de pair avec une nouvelle conjugalité. Loin des théories quantitatives de l'homogamie, ces théories s'inscrivent dans une réflexion plus individualiste et psychologique. Giddens désigne par « relation pure » ce modèle relationnel qui se développe dans les années 1980, une relation qui n'a pour objectif que la satisfaction de chaque partenaire, « que chacun d'entre eux tire « jusqu'à nouvel ordre » suffisamment de bénéfices de leur liaison pour que celle-ci soit digne d'être continuée » (Giddens, 2004 [1992], p.82), une relation pour elle-même, sans objectif conjugal ni familial. Cette relation illustrerait un nouveau lien entre amour et sexualité et une égalité accrue entre hommes et femmes au sein de la relation, sans pour autant éliminer les identités de sexe et le processus de développement psychologique distinct pour les garçons et les filles. Giddens passe en effet par la psychanalyse pour décrire

le développement du caractère masculin *instrumental* et du caractère féminin *expressif* (Giddens, 2004 [1992], p.159) ainsi que la conciliation de l'érotisme génital avec un attachement non purement sexuel propre aux femmes, tandis que « les garçons tendent à renoncer à cette aptitude, au profit d'un fonctionnement sexuel davantage centré sur la génitalité » (Giddens, 2004 [1992], p.162). Dagenais théorise également la transformation de la relation conjugale, corollaire de l'évolution du rôle du genre qui n'est plus que « l'attribut d'une subjectivité » dans « l'identité moderne » (Dagenais, 2000, p.123). Cette subjectivité qui supprime l'identité de genre traditionnelle n'est pas moins sexuée, les filles apprenant à se développer « expressivement » tandis que les garçons se développent dans le « déni de sensibilité et d'expressivité » (Dagenais, 2000, p.127) dans la période post-oedipienne. Si ces explications psychanalytiques tendent à l'essentialisme chez Giddens et Dagenais, chacun prend la peine d'assurer ne promouvoir aucun modèle de complémentarité entre les sexes, tout en développant des théories de l'interdépendance *des* genres. Kaufmann s'insère en quelque sorte dans ce courant de la sociologie du couple et applique ce cadre d'analyse à l'étude de la conjugalité et des « rapports homme/femme » au regard des sites de rencontres. Son ouvrage est représentatif des analyses dominantes des sites de rencontres, qui y voient un terrain où se jouent de nouveaux rapports sociaux de sexe. Kaufmann procède à une analyse des aspirations propres à chaque sexe en s'appuyant sur une dichotomie qui distingue le sexe, recherché par les hommes, et l'amour, recherché par les femmes. Le questionnement de l'auteur porte sur l'évolution du rapport des femmes et l'accès de celles-ci au « sexe-loisir » (Kaufmann, 2010, p.109), avec l'hypothèse que la sexualité et l'intime constituent le dernier lieu des inégalités sexuelles. Pour Kaufmann, un tournant a été amorcé et confirmé au début du XXI^e siècle par Internet, ce « monde à côté » (Kaufmann, 2010, p.153) où les normes relationnelles de la *vraie vie* ne sont plus à l'oeuvre, notamment pour les femmes qui bénéficient de l'environnement plus sécuritaire et anonyme des sites de rencontres. Mais sa thèse est surtout que l'on assiste sur le web à la naissance de nouvelles normes, en particulier au retour de stéréotypes dont les femmes, célibataires et émancipées, font les frais. Ces « résurgences »

(Kaufmann, 2010, p.154) sont notamment le double standard subi par les femmes dans leur rapport à la sexualité qui veut que, bien qu'invitées à parler plus librement et ouvertement de sexualité et de leurs désirs sur les sites de rencontres, elles sont vite reléguées à la catégorie de « salope » lorsqu'elles opèrent réellement cette libération. Kaufmann analyse les usages des sites de rencontres et montre en quoi ceux-ci donnent à voir une mutation des inégalités sexuelles qui, selon lui, ne relèvent plus de la sphère politique et sociale mais bien de l'intime, de l'individuel, du comportement quotidien. Son analyse constitue une illustration des théories de la renégociation des rapports de genre sur les sites de rencontres, telles qu'on peut les trouver en filigrane chez Lardellier (2004).

Cette introduction dans la littérature proprement consacrée aux sites de rencontres nous amène à mentionner un pan très important de cette littérature qui porte sur la présentation de soi, les questions de construction de l'identité sociale, des désirs et du rapport à la réalité, à la virtualité, au corps, aux affects (Baqué, 2008 ; Berthus, 2010 ; Lejealle, 2008 ; Parmentier, 2011). Ces analyses dominantes s'insèrent dans un cadre théorique qui inclut l'individualisme et le néolibéralisme. Eva Illouz s'illustre dans cette pensée lorsqu'elle analyse les sites de rencontres comme symptômes de la marchandisation croissante des expériences personnelles et intimes. L'auteure s'intéresse à la sociologie de l'intime et surtout à l'impact du capitalisme moderne sur la vie intime et les relations amoureuses. Elle propose une analyse des sites de rencontres à caractère plutôt cognitif et psychosocial à laquelle elle mêle une critique du capitalisme. Elle ne problématise pas tant les normes de la rencontre et de la sexualité qu'une rationalisation de celles-ci par leur marchandisation. Illouz déplore le processus par lequel Internet aurait transformé les rencontres « en transactions économiques » (Illouz, 2006, p.254) et fait du *moi* un produit comme les autres en concurrence sur le marché amoureux. Elle distingue la tradition de l'amour romantique de la nouvelle rencontre modelée par internet en opposant l'idéologie de la spontanéité à la rationalisation de la sélection, l'attraction sexuelle par le corps à la recherche

rationnelle de critères éprouvés par des échanges textuels, l'attitude désintéressée où le sentiment prime sur la connaissance intellectuelle à un mode inverse où la connaissance intellectuelle de l'autre précède le sentiment, et enfin l'unicité de la personne aimée à l'interchangeabilité générée par une économie de l'abondance et une logique consumériste (Illouz, 2006, p.257). L'analyse d'Illouz s'inscrit dans le courant sociologique de l'individualisme moderne et post-moderne et nous rappelle la théorie de la société liquide de Bauman (2004). Celui-ci livre une critique de la société mondialisée consommatrice et étend sa réflexion aux relations amoureuses, qui font elles aussi l'objet d'un processus de marchandisation. Il établit un parallèle entre le consumérisme, le choix de la quantité et du jetable propres au capitalisme avancé et la transformation des relations intimes en interactions éphémères sans engagement nécessaire, dont on peut sortir à tout moment. Cette fin de l'engagement inconditionnel correspond à la « relation pure » de Giddens (2004 [1992]), à laquelle Bauman fait référence, et s'illustre entre autres dans le phénomène des sites de rencontres :

Les cyber-rencontres auraient sûrement échoué sans l'aide et le secours du retrait de l'engagement à plein temps et de l'obligation d'« être présent pour toi chaque fois que tu auras besoin de moi » de la liste des conditions nécessaires du partenariat (Bauman, 2004, p.84).

1.1.2 Politisation des enjeux des sites de rencontres et de la conjugalité

Ces théorisations des sites de rencontres abordent cet objet en invoquant le genre, les relations sociales, la présentation de soi, de manière individualisée et non politisée, voire en promouvant une conception essentialiste et différentialiste du genre. Une piste d'analyse en termes de rapports sociaux, de genre et de classes sociales est cependant proposée par Marie Bergström, dont la thèse plus récente s'inspire des travaux existants tout en donnant une consistance plus politique aux questions et en faisant appel à certaines théories féministes pour inclure la problématique du genre. Si l'enquête s'inscrit dans une sociologie des usages des sites, c'est la cartographie des sites et l'analyse de leur organisation et de leurs architectures qui nous semble innover la

littérature sur le sujet. En travaillant à « identifier la nature des sites proposés sur Internet et les différents acteurs auxquels ils s'adressent » et à « comprendre la manière dont les divers sites sont organisés, afin de mettre au jour les cadres normatifs dans lesquels sont pris les choix d'architecture » (Bergström, 2012, p.228), l'auteure démontre comment les enjeux liés à la production, l'organisation, la modération des sites de rencontres s'intègrent dans des problématiques plus larges faisant intervenir l'hétéronormativité et l'organisation genrée, classée et racisée de la sexualité. Si Bergström fait relativement peu référence aux théories du genre, de la sexualité et des rapports sociaux de race, elle invoque par exemple à juste titre la pensée de Paola Tabet pour donner un sens critique à l'organisation sociale des relations entre hommes et femmes et la répartition entre sexe et amour. Bergström vient replacer cette dichotomie dans le contexte d'un « système d' « échange économique-sexuel » plus large dans lequel sont prises les relations hétérosexuelles » (Bergström, 2014, p.128), système fondé sur l'idée de la réticence des femmes à la sexualité et la nécessaire domestication de leur sexualité. Une illustration de cette théorie anthropologique de Tabet, celle de la transformation de la sexualité des femmes en sexualité de service (Tabet, 2004, p.51), réside, comme le montre Bergström, dans le principe de gratuité pour les femmes, qu'elle trouve sur presque la moitié des sites qu'elle observe. Elle retrouve ce même présupposé de disparité d'aspiration entre les hommes et les femmes en comparant les sites gays et lesbiens, les premiers obéissant à une logique portée vers le sexe et autorisant plus d'images de nudité tandis que les seconds seraient axés sur l'affection, la pudeur (Bergström, 2014, p.124). Les représentations des groupes ciblés font donc appel à un imaginaire social qui attribue à chaque groupe un type de sexualité et un type de conjugalité. C'est ainsi que fonctionne « l'économie de la segmentation » (Bergström, 2014, p.145) qui caractérise les sites de rencontres; la coexistence d'innombrables sites dédiés aux rencontres entre hommes gays, entre femmes lesbiennes, entre musulman.e.s, entre arabes immigré.e.s, entre noir.e.s, entre noir.e.s et blanc.he.s, entre sénior.e.s, entre riches, entre handicapé.e.s, mais aussi entre végétarien.ne.s, entre beaux/belles, entre partisan.ne.s politiques de gauche, de droite,

etc, se base sur le découpage de la population en catégories distinctes et hermétiques. Un tel système de spécialisation des sites dans le but d'explorer toutes les cibles possibles s'accompagne nécessairement d'une catégorisation des groupes ciblés et d'une définition de leur identité et de leur sexualité. Bergström nous permet ainsi de concevoir les sites de rencontres de façon quasi géographique, comme des espaces sociaux où se jouent des enjeux de représentations, de visibilité et de mobilisation des catégories, notamment les catégories de genre, de classe, de race, d'ethnicité, de sexualité. Cette ouverture théorique nous amène vers une littérature plus large, nécessaire pour confronter les thèses a-politiques qui dominent le champ littéraire de la sociologie des sites de rencontres et qui constituent encore la majorité des sources d'une thèse plus critique comme celle de Bergström.

1.1.3 Genre, classe, race et sexualité : les apports du *black feminism* et des *queer studies*

La question des représentations des catégories et de l'assignation des catégories à un type de sexualité fait d'abord appel à la théorisation intersectionnelle de Patricia Hill Collins. Dans *Black Sexual Politics*, elle montre comment les représentations de la sexualité des Afro-américain.e.s sont modelées selon des idéologies de genre et de classe. L'assignation à un type de sexualité selon la race est fondée sur la co-construction des idéologies raciste et hétérosexiste. Dans ces idéologies croisées, les personnes noires et la communauté gay voient leur sexualité stigmatisée pour des raisons apparemment indépendantes. Si l'homosexualité constitue la menace principale qui pèse sur la famille blanche américaine, c'est l'*hyper* hétérosexualité noire qui fait des Afro-américain.e.s des menaces pour la société américaine :

Black people carry the stigma of *promiscuity* or excessive or unrestrained heterosexual desire. This is the sexual deviancy that has been assigned to Black people and been used to construct racism. In contrast, LGBT people carry the stigma of *rejecting* heterosexuality by engaging in unrestrained homosexual desire. (Collins, 2005, p.97)

Cet excès de désir hétérosexuel (contrairement à l'absence de ce désir de la part des homosexuel.le.s) se décline dans des figures différentes selon le genre. L'homme noir est sauvage, violeur. La femme noire est naturellement désireuse de relations sexuelles, ne contrôle pas sa sexualité et tombe donc régulièrement enceinte. Dans les idéologies raciste et hétérosexiste, la descendance afro-américaine et l'homosexualité ne semblent jamais pouvoir se croiser : dans le racisme, la norme est celle d'une hétérosexualité blanche, et son pendant déviant est une hétérosexualité noire, tandis que dans l'hétérosexisme, la norme est celle d'une hétérosexualité blanche mais son pendant déviant est une homosexualité blanche. Selon cet ordre logique, l'homosexualité noire est impensable, mais cette construction de l'hétérosexualité active des personnes noires découle dans le même temps d'une construction historique de la « promiscuity », d'une racialisation de la promiscuité sexuelle qui va de pair avec la construction de la figure du sauvage, primitif construit par les colons européens. Le processus de sexualisation de la race et de racialisation de la sexualité est donc au cœur des représentations culturelles. L'homosexualité ne peut être le signe que d'une moindre authenticité noire, et c'est également le cas de l'appartenance aux classes moyenne et supérieure qui est considérée comme « blanchissante », et ce toujours dans un entremêlement avec le genre et la sexualité. Collins analyse ainsi quatre catégories qui font l'objet de représentations dans la culture populaire américaine. Les « working-class black women », les « middle-class black women », les « working-class black men » et les « middle-class black men ». De cette typologie on retient que l'authenticité noire réside dans l'appartenance aux classes populaires mais aussi dans une constante identification par rapport au corps noir et à sa sexualité. Bien que dans le « new racism » il ne soit plus question d'une réduction des personnes noires à leur corps, la définition des figures telles que popularisées dans la culture populaire à partir des années 1980-1990 (début du « new racism ») repose toujours sur une certaine (hétéro)sexualisation. Collins montre ainsi comment le « new racism » est intrinsèquement lié à une « class-specific gender ideology » (Collins, 2005, p.177) qui fait résider l'authenticité de l'identité noire dans la pauvreté et associe l'appartenance à la classe moyenne à une identité noire

blanchie, assimilée. Le « new racism », c'est un racisme *colorblind* né dans les années 1980 qui consiste dans la nécessité de la *visibilité* des personnes noires, mais une visibilité contenue et régulée, selon les normes propres à l'idéologie hétérosexuelle blanche.

Dans une tradition sociologique différente et sur un thème pourtant proche, Maxime Cervulle et d'autres auteur.e.s traitent de la question des représentations classées et racisées des différentes sexualités. Il s'intéresse plus précisément à la figure de l'homosexuel, figure qui a intégré l'espace public, le droit à la visibilité à partir des années 1980, dans le contexte français, bien qu'inspiré d'auteurs américains et britanniques, notamment les tenants du matérialisme culturel. Cervulle appuie ses analyses sur plusieurs matériaux de la culture populaire : le cinéma (cinéma homosexuel surtout, pornographique ou non) et le traitement médiatique de questions concernant la sexualité dans l'espace public (notamment le mariage pour tous, la PMA, et plus généralement la présence des sexualités qui dérogent à la norme hétérosexuelle dans l'espace public). La lecture de plusieurs de ses travaux fait ressortir le caractère paradoxal du processus d'intégration de l'homosexualité dans l'espace public, d'intégration d'un contre-public (terme qu'il emprunte entre autres à Nancy Fraser) sexuel dans un espace hégémonique hétérosexuel.

Dans son article intitulé « La sexualisation normative de l'espace public » (2014), il analyse comment cette intégration récente, qui peut être considérée comme symptomatique d'une crise de l'espace public hétéronormatif, s'est faite et se fait encore sous le signe de l'assimilation bien plus que sous celui d'une évolution de cet espace. Il met en garde contre la tentation de voir « la prolifération d'arènes publiques autour des questions de genre et de sexualité comme le signe d'un redimensionnement de l'espace public » (Cervulle, 2014, p.148) quand en fait il s'agit davantage de redessiner les contours et limites de l'espace public. Ce processus par lequel

on peut ainsi constater combien la « crise » ouverte au sein de l'espace public n'a d'autre effet que de conduire les contre-publics à emprunter la voie de la normalisation, en d'autres termes à se voir contraints de « reconnaître » publiquement le « bien-fondé » des binarismes sexué et sexuel asymétriques (Cervulle, 2014, p.149)

prend diverses formes comme la figure du consommateur gay apparue dans les années 1980. Cette figure s'insère dans une dynamique d'insertion des déviances et des revendications politiques queers par la voie économique et privée. Une autre expression de cette assimilation réside dans l'intégration de l'homosexualité dans l'espace public par l'accès à des institutions traditionnellement réservées au public hétérosexuel, notamment le mariage et la famille. L'épisode du mariage pour tous en France constitue une « crise » pour le public hégémonique, mais une crise qui se résout par un renforcement du système hétérosexuel binaire et de ses valeurs : l'accès au mariage et à la famille étant considéré comme reconnaissance de la légitimité et de la citoyenneté des personnes homosexuelles, « l'assouplissement des limites définitionnelles de la *famille* et de la *citoyenneté* sert précisément à maintenir le lien entre ces deux entités » (Cervulle, 2014, p.150), c'est-à-dire à réaffirmer les valeurs de l'espace hégémonique. Dans ces deux occurrences, Cervulle démontre non seulement un processus de normalisation, de visibilité contrainte des sexualités marginalisées (Cervulle, 2014, p.150), mais aussi une réitération de la frontière entre public et privé qui passe par une (re)privatisation de la sexualité, quand les revendications queers consistaient notamment en une remise en question de la frontière entre public et privé et une politisation de la sexualité ; « en effet, l'aboutissement de la réforme du mariage consacre la relégation de la sexualité à l'intimité, sapant ainsi par avance toute revendication portant sur les usages sociaux de la sexualité et les partages politiques qu'ils entraînent » (Cervulle, 2014, p.150).

Dans son livre *Homo Exoticus. Race, classe et critique queer* (2010) coécrit avec Nick Rees-Robert, Cervulle aborde un autre angle de la question de l'homosexualité dans l'espace public, celui de l'homonormativité et de l'homonationalisme. Ce thème, qui fait également l'objet d'une littérature importante au sein des *gay studies*, reste en lien

avec les questions d'espace et de visibilité mais fait intervenir des considérations plus intersectionnelles et critiques au sein même des réflexions du militantisme homosexuel. La figure du consommateur gay citée plus haut n'est pas seulement homosexuelle, elle est aussi blanche et de classe moyenne. Si cette figure identitaire domine, c'est notamment en raison du processus d'intégration-assimilation décrit plus haut, qui permet une reconnaissance davantage économique que politique. Une définition de l'homosexualité acceptable en fonction d'une idéologie de classe (classe moyenne), de genre (l'identité lesbienne étant inexistante et le consommateur gay étant viril, surtout pas « folle »), et de race (blanche) est véhiculée dans des médias. Dans le cas de l'homonationalisme, il peut s'agir des médias d'information et de presse qui incarnent une forme de récupération de l'homosexualité comme indicateur du niveau de progressisme et de développement d'une société ou d'un groupe social. Théorisé par d'autres auteurs du point de vue du rapport de l'homonationalisme avec la lutte anti-terroriste, le phénomène de racisation de la sexualité s'exprime également dans les représentations de l'impossible homosexualité des jeunes immigrés vivant dans les « banlieues » parisiennes. Cette forme de racisme bien-pensant fait écho à l'analyse de Collins sur l'inadéquation entre être noir et être homosexuel. Elle met également en lumière, bien que Cervulle et Rees-Robert ne s'attardent pas sur ce point, l'imbrication avec l'idéologie de genre : cette identité gay dominante est bien masculine et le lesbianisme y est complètement inexistant. Le pendant de cette hégémonie gay blanche de classe moyenne est la construction d'une figure exotique de l'homosexuel racisé et de classe populaire que les auteurs observent par l'analyse du cinéma gay, qu'il soit d'auteur ou pornographique. Si l'Arabe ne peut accéder au milieu homosexuel acceptable, son homosexualité est condamnée à rester dans la marginalité et la déviance et ainsi à se manifester de manière exclusivement physique et virile. On retrouve la corporéité au centre de la représentation de l'homme racisé.

Les analyses de Cervulle permettent de faire un pont entre la problématique des représentations classées, genrées et racisées des sexualités (et de la sexualisation de la

race, de la classe et du genre) sous un angle féministe intersectionnel et les analyses de ces représentations en termes d'espace public, d'organisation et de contours de cet espace. Les références de Cervulle à la notion d'espace public, ou sphère publique dans la traduction de la pensée de Fraser (2001 [1992]), s'inspirent notamment du travail d'Eric O. Clarke (2000) qui relit le travail de Habermas (1978 [1962]) sur l'espace public et théorise à nouveau ce concept dans le cadre d'une critique queer.

L'auteur désigne trois modes sur lesquels le processus d'inclusion dans la « public sphere » a lieu. Ces modes s'articulent entre eux et ne sont pas forcément distincts de manière hermétique. Le premier mode est le processus d'assimilation par lequel la sexualité queer a été intégrée dans la sphère publique. Clarke précise que la représentation, qui réside dans l'inclusion et la visibilité dans la sphère publique, n'est pas une notion qui se définirait quantitativement, par une plus grande présence d'homosexuels dans les médias, mais relève bien d'une question qualitative : la représentation dépend de normes auxquelles doit correspondre quiconque prétend appartenir à cet espace public. Le concept de « publicity » ou espace public est défini non seulement comme *lieu*, mais comme « quality » (Clarke, 2000, p.2) ; intégrer l'espace public, ce n'est pas juste *entrer* dans un lieu, c'est surtout correspondre à des normes qui sont celles de cet espace. Clarke observe ainsi comment l'intégration de l'érotisme queer dans la sphère publique est un processus d'assimilation de cette sexualité à une conception *morale* de l'humain (Clarke, 2000, p.36). Les personnes homosexuelles disposent donc d'une visibilité en tant qu'elles sont « just like everyone else » (Clarke, 2000, p.10), et l'auteur parle à ce titre d'un « moralized enfranchisement » (Clarke, 2000, p.51). Le second mode est l'effet de marchandisation ou « commodified effect » (Clarke, 2000, p.51) : les valeurs accordées à l'érotisme homosexuel dans le premier mode, valeurs d'une sexualité aseptisée et « normalisée », sont médiatisées, non par un prisme politique mais par un prisme économique. La construction du groupe queer comme segment de marché se confond avec la reconnaissance politique de la sexualité queer, l'apparition de personnes homosexuelles

dans une annonce publicitaire étant considérée tout aussi politique et progressiste que leur apparition dans une vidéo alternative (Clarke, 2000, p.53). La présence de l'homosexualité dans la sphère publique passe donc par une confusion entre domaines politique et économique, citoyenneté et consommation, une confusion qui n'est pas à interpréter comme le simple profit capitaliste tiré de la marchandisation des identités mais comme une étape déterminante du processus d'inclusion globale de la sexualité queer dans la « publicity », inhérente à ce processus. Enfin, l'effet d'authentification constitue le troisième mode, par lequel les représentations publiques de la sexualité queer apparaissent *comme si* les valeurs accordées à ce groupe reflétaient les intérêts et l'identité authentique du groupe. Cet effet d'authentification repose sur une caractéristique inhérente à la sphère publique, son « subjunctive mood » (Clarke, 2000, p.17) : le fait que ses idéaux universalistes soient voués à ne pas être mis en acte car intrinsèquement contradictoires, que sa constitution même implique la préexistence de valeurs considérées comme évidentes et obligatoires et qui délimitent ce qui peut et ne peut pas entrer dans l'espace public. Une des caractéristiques de la sphère publique est donc de se présenter *comme si* elle constituait un terrain neutre, transparent, où les identités sont représentées sans médiation, où elles sont *authentiques*.

Apparaît dans cette analyse la question de la privatisation, entre autres par le biais de la marchandisation, des identités sexuelles, bien que Clarke insiste davantage sur le lien intrinsèque entre marchandisation et inclusion de l'érotisme queer. Cervulle, Rees-Robert et Clarke se retrouvent sur la conceptualisation de la sexualité comme objet social et sur la manière dont la privatisation de la sexualité, son individualisation et donc sa dépolitisation constituent une ressource fondamentale pour la construction et le maintien de l'espace public et de l'hégémonie du public hétérosexuel. Berlant et Warner (1998) reprennent en ce sens les théorisations de Foucault et Habermas pour montrer que les deux auteurs ont eu en commun de révéler « the way hegemonic public has founded itself by a privatization of sex and the sexualization of private personhood

(...) sexuality seems like a property of subjectivity rather than a publicly or counter publicly accessible culture » (Berlant et Warner, 1998, p.559). Les contributions de la critique queer à la construction de la sexualité comme objet social, et la mise en lumière du rôle de la sexualité dans la théorie sociale nous apparaissent précieuses pour justifier notre approche des sites de rencontres et contrer des analyses comme celle d'Eva Illouz. En soulignant l'importance de concevoir la sexualité comme champ de pouvoir, social et historique (Warner, 1991, p.3), et dont la relégation au domaine de l'intime est une construction qui soutient le public hégémonique hétérosexuel, nous pouvons voir la théorie d'Illouz, selon qui les sites de rencontres sont le symptôme d'une expansion croissante du néolibéralisme dans l'intimité, comme une observation biaisée par une conception de la sexualité comme relevant de l'intime, du psychique, du corps privé, une observation ancrée dans une grille de lecture hétéronormative.

On peut reprocher à Clarke et d'autres auteurs queers masculins tels que Warner et Berlant de rester dans une analyse unidimensionnelle qui ne tient pas compte des implications de leurs propres découvertes : le fait que cette marchandisation du bon homosexuel, cet entremêlement entre économie et politique, ne sont pas uniquement traversés par une idéologie hétéronormative mais également et nécessairement par des idéologies de genre, de classe et de race. Il s'agira pour nous de tisser ce lien entre ce domaine de la théorie queer et l'approche intersectionnelle dans l'analyse des sites de rencontres, en nous inspirant de la manière dont Cervulle le fait déjà. Ce lien est déjà existant, en témoigne la proximité entre le « new racism » de Collins (2005) et le « moralized enfranchisement » de Clarke (2000). Dans les deux cas il s'agit de donner une visibilité contrainte et régulée.

1.1.4 Les *Cultural Studies* : un outil pour conceptualiser et analyser les sites de rencontres

Les analyses présentées ci-dessus se fondent sur l'observation de manifestations culturelles diverses. Collins passe à travers différents matériaux comme la musique, les émissions télévisées, le traitement médiatique de célébrités, le cinéma. Cervulle fonde également sa théorie sur l'analyse filmique et des articles de presse. Clarke décrit les trois modes sur lesquels l'érotisme queer est entré dans la sphère publique à partir de contenus culturels comme des émissions de télévision et des publicités. Si Cervulle et Rees-Robert sont les seuls à faire explicitement référence aux *Cultural Studies*, toutes ces analyses se fondent sur une conception de la culture comme objet sociologique et notamment de la culture populaire comme constituant un matériau précieux pour observer l'imagination collective d'une société ou d'un groupe social et le lien entre cette imagination et les relations sociales réelles. Stuart Hall nous permet alors de lier l'approche textuelle et matérielle (Cervulle et Rees-Robert, 2010, p.119-120) des représentations. Le lien entre les représentations et les rapports sociaux *réels*, la manière dont les « formes culturelles » (Hall, 2007 [1989]) construisent des subjectivités, le processus de construction de la réalité, du sujet et des relations à travers la signification qui leur est donnée constituent en effet une dimension essentielle des questions du matérialisme culturel. Ce caractère constitutif apparaît dans la définition du fantasme donnée par de Lauretis : « le mécanisme psychique qui structure la subjectivité en retravaillant ou en traduisant les représentations sociales pour en faire des représentations subjectives et des autoreprésentations » (De Lauretis, 2007, p.131). Cette dimension vient soutenir la pertinence d'étudier les formes culturelles et les régimes représentationnels comme objets sociologiques.

Enfin, l'aspect économique de la culture populaire et des représentations constitue une dimension importante de la question mais à laquelle nous devons éviter de donner une

place centrale. La marchandisation des catégories et des cultures est un angle sous lequel il est tentant d'aborder de nombreuses formes culturelles pour les analyser comme produits d'industries capitalistes qui font du profit sur un public manipulé, plus ou moins passif. Dans le cas des sites de rencontres c'est par exemple le type de théorie développé par Illouz. Hall éloigne assez rapidement la possible pertinence d'une définition de la culture populaire en termes exclusivement marchands en arguant que cette approche sous-entend, d'une part, l'existence, en opposition à une culture marchandisée, d'une culture populaire « authentique », « vraie », et d'autre part, que le pouvoir de re-signification de l'industrie culturelle fonctionne de manière unilatérale. Or, « il n'existe pas de culture populaire authentique et autonome échappant au champ de forces des relations de pouvoir et de domination culturels » (Hall, 2007 [1981], p.72), et le rapport entre la culture hégémonique et la culture « dominée » est un rapport de « dialectique de la lutte culturelle » (Hall, 2007 [1981], p.73), ainsi « l'hégémonie culturelle n'est jamais une question de victoire ou de pure domination » (Hall, 2007 [1992], p.218) mais une dynamique basée sur des relations qui, bien qu'inégales, sont toujours vouées à se muer. Avec la question de la marchandisation va de pair celle de la dépolitisation des cultures représentées. Chez Collins et Clarke, l'inclusion dans la sphère publique des catégories marginalisées se joint à un certain lissage et à une standardisation de ces catégories, une généralisation régulée et déguisée en acte progressiste et politique. C'est là que Clarke parle d'une confusion entre l'économique et le politique. Cette confusion concerne également le féminisme, comme le montre McRobbie lorsqu'elle explique qu'une des composantes essentielles du postféminisme est son aspect marchand, sa diffusion par des médias commerciaux en se disant progressiste et émancipateur (McRobbie, 2004).

1.2 Cadre théorique

Cette revue de la littérature nous a fait passer par une multiplicité de courants sociologiques desquels nous avons pu tirer des outils théoriques et des grilles d'analyse applicables à l'observation des sites de rencontres tels que nous l'entendons. C'est donc de ce parcours bibliographique que nous avons puisé les concepts et les angles d'approche qui ont guidé toute notre recherche. Le concept d'homogamie que nous présenterons dans un premier temps découle directement de la sociologie classique du couple. Nous démontrerons ses insuffisances à aborder la complexité des enjeux sociologiques des sites de rencontres et la nécessité de privilégier un angle intersectionnel qui inclut, en plus du concept de classe, les concepts de genre, de race et d'ethnicité tels que défini selon le féminisme matérialiste et le *black feminism*, mais aussi le concept de sexualité propre à la pensée queer. La toile conceptuelle des courants intersectionnel (incluant le *black feminism*) et queer nous a permis de nourrir une réflexion plus globalisante sur les sites de rencontres, réflexion dont la mise en forme doit aussi beaucoup aux concepts du matérialisme culturel, notamment celui de représentation que nous définirons au terme de ce cadrage théorique comme terme fondamental pour envisager les sites de rencontres en tant qu'objet sociologique.

1.2.1 Théories de l'homogamie

Le concept d'homogamie est lié à la sociologie du couple et répond à la problématique de la reproduction sociale et des stratégies matrimoniales. La définition traditionnelle de l'homogamie telle que popularisée par Girard désigne la tendance à élire son ou sa conjoint.e au sein de notre propre classe sociale, et ce malgré le déclin des traditions matrimoniales dans un contexte d'individualisme croissant : « c'était précisément le décalage entre, d'une part, une libéralisation et une privatisation des mœurs de plus en plus voyantes, et, de l'autre, la persistance silencieuse des attractions et des répulsions sociales dans le choix des partenaires » (Bozon et Héran, 2006, p.9). La

conceptualisation plus contemporaine de ce concept par Bozon et Héran distingue deux étapes de la production de l'homogamie : l'entre soi est d'abord favorisé par la « distribution sociale des lieux de rencontre du conjoint » (Bozon et Héran, 2006, p.68), c'est-à-dire par le fait que l'espace social est segmenté et que la sociabilité y est donc déjà socialement déterminée. Ensuite, au sein même de ces lieux, les individus seraient attirés par des personnes socialement proches, selon une sorte de goût *classé*. Les auteurs ajoutent une dimension genrée au concept d'homogamie : l'attraction socialement déterminée est également mue par une dissymétrie qui se traduit pour les femmes par une attraction envers des hommes socialement supérieurs, et inversement pour les hommes. S'il est évident que ce concept doit être redéfini et séparé d'une analyse du couple hétérosexuel, les sites de rencontres, notamment les sites généralistes, offrent un paradoxe proche de celui auquel Girard fût confronté. Ils incarnent un discours de progressisme et d'affranchissement des logiques sociales traditionnelles d'appariement et dans le même temps leur structure et leur fonctionnement se fondent sur un présupposé d'homogamie, non nécessairement sociale mais culturelle, dans un sens large : les procédés de recherches se basent sur l'idée que l'on cherchera quelqu'un de proche de nous, de semblable, que ce soit socialement, culturellement, économiquement... Il faut donc envisager une évolution du concept d'homogamie dans une perspective intersectionnelle : une homogamie non seulement de classe, mais aussi de race (endogamie), d'âge, et plus généralement de style de vie. On définit alors l'homogamie par un entre-soi, de fait, mais aussi en tant que représentation, perception des relations possibles en termes d'entre soi : l'homogamie non seulement comme réalité statistique, mais comme valeur et norme. En ce sens nous pouvons relier ce « nouveau » concept d'homogamie à une analyse des représentations de la sexualité selon le triple cadre théorique de l'intersectionnalité, du matérialisme culturel et de la théorie queer qui doit nous aider à complexifier les logiques de représentations à l'œuvre sur les sites de rencontres.

1.2.2 Le paradigme intersectionnel : genre, classe, race, ethnicité

Nous inscrivons notre recherche dans le paradigme intersectionnel tel que défini par Sirma Bilge. Celle-ci décline l'intersectionnalité en deux dimensions : c'est une « analytique du pouvoir », un mode de théorisation et d'observation des rapports sociaux, mais aussi une « praxis sociale », une attitude critique et normative orientée vers la justice sociale, une pratique politique militante. Dans le cadre de notre recherche nous nous limitons à la première dimension de l'intersectionnalité, à savoir une analyse « précisément des entremêlements, des structurations et des organisations du pouvoir à travers une série de *vecteurs de pouvoir* coconstitutifs et en interaction de même qu'en fonction d'une série de *domaines de pouvoir* communicants » (Bilge, 2015, p.15). Dans son pan théorique, l'intersectionnalité nous permet de faire intervenir « deux cadres d'analyse qui se complètent » (Bilge, 2015, p.15) : les « vecteurs de pouvoir », qui sont ce que l'auteur nomme des « formations sociales » telles le genre, la race, l'ethnicité, la classe, la sexualité, et qui se caractérisent par la contingence historique et le fait de n'avoir aucun pouvoir explicatif pris singulièrement. Les vecteurs de pouvoir sont irréductibles, c'est-à-dire non-équivalents, mais aussi indissociables, car coconstitutifs. Le paradigme intersectionnel étudie les rapports de coconstitution et d'interdépendance entre ces vecteurs de pouvoir dans la production du système d'inégalités en fonction d'un second cadre d'analyse qui distingue plusieurs « domaines de pouvoir » au sein desquels s'exercent les rapports sociaux. Bilge reprend les quatre domaines de pouvoir distingués par Collins (2000), à savoir, les domaines « *structurel* (lois et institutions), *disciplinaire* (gestion administrative et bureaucratique), *hégémonique* (naturalisation culturelle, idéologique des rapports de domination), et *interpersonnel* (interactions quotidiennes informées par diverses hiérarchies) » (Bilge, 2009, p.80), et ajoute le domaine « psychique et incorporé » (Bilge, 2015, p.17). Nous faisons appel au paradigme intersectionnel pour une analyse des représentations culturelles sur les sites de rencontres, et nous procédons donc à une analyse du domaine hégémonique au sens de Collins : « the significance of the hegemonic domain of power lies in its ability to

shape consciousness via the manipulation of ideas, images, symbols, and ideologies » (Collins, 2000, p.284). Le cadre d'analyse intersectionnel de Bilge et Collins nous permet de situer notre projet au regard des débats actuels sur le rapport entre la culture et les rapports sociaux de classe, de genre, de race, d'ethnicité et de sexualité, des débats qui interrogent le rôle des représentations culturelles dans les processus d'expression et de production de ces rapports sociaux. Finalement le lien entre le paradigme intersectionnel et celui du matérialisme culturel nous paraît tout à fait nécessaire et déjà présent dans l'oeuvre de Collins. On y retrouve une de nos questions principales, celle qui concerne le rapport entre d'une part l'idéal, le symbolique, et de l'autre le réel, le matériel : rapport de représentation, de reconduction, de constitution ?

Dans cette perspective intersectionnelle nous étudions la dynamique des rapports ethniques selon un concept d'ethnicité emprunté à Danielle Juteau (1999). Selon Juteau, l'ethnicité est un rapport social composé par une double frontière qui délimite les groupes ethniques. La dimension interne de cette frontière se compose d'éléments d'histoire, de culture matérielle et non matérielle, de représentations, « des éléments culturels et historiques qui préexistent aux rapports sociaux nouvellement établis et qui possèdent un sens en dehors d'eux » (Juteau, 1999, p.181). Ces rapports sociaux dont il est question constituent la dimension externe de la frontière qui « se construit dans le contexte de relations sociales qui résultent de la colonisation et de la migration, que celle-ci soit involontaire, comme dans l'esclavage, ou volontaire » (Juteau, 1999, p.180). Ces frontières sont donc nécessairement mouvantes et s'influencent mutuellement dans la construction des groupes ethniques. Les marques qui délimitent les frontières (langue, religion, couleur de peau, région ou pays d'origine...) sont issues et choisies « dans le cadre de ces relations constitutives de groupes sociaux » (Juteau, 1999, p.180); il s'agit de caractéristiques historiquement produites. L'ethnicité comme rapport social s'insère également dans un double rapport de domination qui détermine les marques d'appartenance ethniques et consiste dans le processus d'effacement du « rapport constitutif de la dimension externe de la frontière ethnique » (Juteau, 1999,

p.182) et la réduction de l'ethnicité à la dimension interne de sa frontière, l'essentialisation et le rejet du caractère historique et social de son contenu. Ainsi définie, la domination engendre une définition de la spécificité ethnique et culturelle par les groupes dominants qui se définissent par l'universel, le non spécifique. Les groupes dominants, s'emparant de la définition des groupes dominés, perçoivent ceux-ci « en termes d'attributs qui sont définis en termes d'essence plutôt que d'histoire » (Juteau, 1999, p.182) et fondent sur ces attributs la justification des rapports d'exploitation économique, politique et culturel. Autre conséquence de l'occultation du rôle de la dimension externe de la frontière ethnique, la conception essentialiste et statique de l'ethnicité et de l'identité :

Lorsqu'on masque les rapports qui provoquent la communalisation ethnique, on pense l'ethnicité comme quelque chose de donné, qui existe en dehors du temps, qui oriente le comportement des individus et détermine la place des collectivités dans l'univers social (Juteau, 1999, p.182).

Il y a donc construction de l'identité des groupes minoritaires et auto-construction de ces mêmes groupes dans le rapport de domination qui constitue l'ethnicité. Ce concept désigne alors une double frontière et un double rapport de domination mais aussi le phénomène de croyance de groupes sociaux en une origine commune intemporelle qui viendrait fonder leur communalisation, quand en réalité cette communalisation se fonde sur des relations sociales historiques de domination. Le concept d'ethnicité réfère donc à la fois à une réalité sociale, historique, politique, un rapport social, et à une croyance, une réification de ce rapport social qui participe de celui-ci : « l'ethnicité est construite et non naturelle, mais elle est réelle et non imaginaire ; elle demeure concrète tout en étant imaginée. Voilà le fondement de son caractère durable » (Juteau, 1999, p.184). Comme Juteau, nous distinguons le concept d'ethnicité du concept de race, que nous utilisons également, tel que défini par Colette Guillaumin, bien qu'il y ait entre les deux concepts des similitudes et des liens. Guillaumin définit la race, tout comme le sexe, comme des « formations imaginaires » fondées sur un système de marques non

pas culturelles et historiques mais physiques et somatiques. Juteau souligne ainsi que contrairement aux marques qui définissent la frontière interne de l'ethnicité, les marques de la race et du sexe sont choisies arbitrairement et deviennent classificatoires et discriminantes dans un contexte moderne de domination et d'appropriation. Le caractère discriminatoire de la race est rendu possible par une inversion du lien entre la marque qui réfère à un groupe social et le rapport social qui est à l'origine de cette désignation particulière de la marque comme classificatoire : le discours naturaliste qui définit la race pose la marque comme étant à l'origine des rapports sociaux, comme « supposée être la CAUSE intrinsèque de la place qu'occupe un groupe dans les rapports sociaux » (Guillaumin, 1992, p.183). Ainsi, si l'ethnicité est réelle, comme rapport social, bien qu'imaginée, la race est imaginaire, dans le sens où c'est une *idée* de la race, « l'idée sociale de groupe naturel » qui construit la marque (la couleur de la peau par exemple) comme cause du rapport social, réel. Ceci n'empêche pas l'existence réelle de relations raciales ainsi que de conditions de vie sociales, matérielles propres à des groupes sociaux définis par leur race. C'est à ce titre que la race est une « formation imaginaire [idée de spécificité interne naturelle des groupes qui permet une classification], juridiquement entérinée [institutionnalisée], matériellement efficace [l'idée de groupe naturel est un moyen technique du rapport de domination] » (Guillaumin, 1992, p.191). On a utilisé les deux concepts dans notre analyse des sites de rencontres, considérant ces rapports sociaux comme distincts bien que toujours coprésents. On tenait à distinguer les manières dont les sites font appel à des catégories raciales, avec les significations accordées à des caractéristiques physiques, et à des catégories ethniques, lorsqu'ils font référence à des aspects culturels associés à des origines géographiques. Bien que souvent mobilisées en même temps jusqu'à se confondre, on a choisi de garder la distinction entre race et ethnicité et de nommer les deux pour qualifier les rapports de domination que nous avons observés sur les sites.

Nous utilisons le concept de genre comme rapport social et représentation ou perception de ce rapport social comme naturel. Comme l'ethnicité, le genre est un

rapport social. Il est construit dans le contexte d'une organisation sociale hétérosexuelle binaire. On garde à l'esprit l'idée de groupe naturel que Guillaumin théorise pour les concepts de race et de sexe tels que présentés ci-dessus. La théorisation de l'idée sociale de groupe naturel pour la classe de sexe nous permet de penser le genre comme rapport social transformé en catégorie fixe et autonome, « endo-déterminée » (Guillaumin, 1992, p.181). Dans le cadre d'une analyse des représentations des groupes sociaux, nous pouvons nous appuyer sur la définition de Teresa de Lauretis qui s'inspire du système sexe/genre de Gayle Rubin :

Les conceptions culturelles du masculin et du féminin comme catégories complémentaires mais mutuellement exclusives par rapport auxquelles se situent tous les êtres humains constituent un système de genre, un système symbolique ou un système de significations, qui mettent en corrélation le sexe avec des contenus culturels selon des valeurs hiérarchiques sociales dans toutes les cultures. (...) En bref, le système sexe/genre est à la fois une construction socioculturelle et un appareil sémiologique, un système de représentations qui assigne une signification (identité, valeur, prestige, position dans la filiation, statut dans la hiérarchie sociale, etc.) aux individus au sein de la société (De Lauretis, 2007, p.45-46).

Ce concept de genre nous permet de garder, comme le concept d'ethnicité et celui de race, l'idée d'un rapport social et de la dimension idéelle nécessairement associée à ce rapport social. De Lauretis désigne ainsi le genre comme une représentation d'une relation d'appartenance d'une entité à une classe, par rapport à d'autres classes, et cette représentation du genre *est* dans le même temps la construction du genre, le produit et le processus. Le genre fonctionne comme représentation et implique une auto-représentation, une intériorisation subjective de la représentation (De Lauretis, 2007, p.44), comme l'ethnicité selon Juteau. Nous intégrons également dans notre conception du genre la théorisation d'une organisation économique et sociale fondée sur une domestication et une appropriation de la sexualité féminine, telle que celle proposée par Paola Tabet (2004).

Enfin nous utilisons le concept de classe sociale, tel que défini par Bourdieu, dans sa dimension matérielle et symbolique, en lien avec le concept d'*habitus* :

La relation qui s'établit en fait entre les caractéristiques pertinentes de la condition économique et sociale (le volume et la structure du capital appréhendés synchroniquement et diachroniquement) et les traits distinctifs associés à la position correspondante dans l'espace des styles de vie ne devient une relation intelligible que par la construction de l'*habitus* comme formule génératrice permettant de rendre raison à la fois des pratiques et des produits classables et des jugements, eux-mêmes classés, qui constituent ces pratiques et ces œuvres en système de *signes distinctifs*. (Bourdieu, 1979, p.190)

Nous ajoutons la contribution du modèle omnivore/univore proposé par Richard Peterson (Peterson et Kern, 1992) pour qui les distinctions symboliques des classes aisées s'incarnent de plus en plus par un éclectisme culturel qui touche autant aux éléments de la culture des classes supérieures que ceux de la culture de masse. Cet éclectisme n'implique par la dissolution des frontières symboliques entre groupes sociaux (Coulangeon, 2004, p.68) puisqu'il reste le privilège d'un groupe restreint opéré sur la culture d'autres groupes, « l'exercice d'un droit de cuissage symbolique » (Passeron et Grignon, 1989, p. 61).

Étant donné nos objectifs de recherche, notamment celui d'explicitier les rapports ethniques, de race, de genre, de classe et de sexualité tels qu'ils s'expriment sur les sites de rencontres et tels qu'ils se jouent et s'actualisent via les représentations auxquelles les sites ont recours, nous n'utilisons pas l'expression « formations sociales » de Bilge, expression par laquelle elle souligne le caractère mouvant et en constante négociation des groupes formés selon l'ethnicité, le genre, etc. Nous gardons le terme de catégories, justement pour son caractère figé, homogène et clos, car c'est selon cette perception que les sites de rencontres donnent à voir les groupes sociaux et leurs relations.

Il s'agit ainsi, avec le paradigme intersectionnel, de dépasser les limites repérées dans la sociologie du couple et incarnées par le concept d'homogamie, à savoir une limitation des enjeux du couple et des représentations de la relation amoureuse à des questions de reproduction sociale et d'organisation matrimoniale, ancrées dans des réalités historiques et culturelles mais cantonnées à des dimensions individuelles et idéelles. Le cadre intersectionnel met en lumière les implications sociales et politiques plus vastes qui entrent en ligne de compte dans la figure du couple et dans la conception de l'intime ; non seulement d'autres catégories que le genre et la classe apparaissent mais la façon même de mobiliser ces catégories et de les croiser nous permet de briser les limites imposées par la sociologie classique du couple et d'analyser les sites de rencontres à l'aune de rapports de pouvoirs systémiques. Un autre élément fondamental évincé de la littérature dominante sur les sites de rencontres est la question de la sexualité. Face à une sociologie du couple hétéro-orientée qui soulève à peine l'existence de couples homosexuels, il nous a paru nécessaire de faire intervenir les rapports pouvoirs concernant la sexualité et la question de l'hétéronormativité qui domine non seulement la réalité sociale mais aussi la recherche scientifique qui l'étudie. À cette fin, et pour compléter le tableau des rapports sociaux à l'œuvre dans l'objet de notre recherche, nous avons tiré plusieurs concepts des études queers, gaies et lesbiennes. Plus largement, cette mise en relation des cadres théoriques doit nous permettre d'interroger un paradoxe entre un discours de démocratisation sexuelle, qui promeut « l'extension du domaine démocratique, avec la politisation croissante des questions de genre et de sexualité que révèlent et encouragent les multiples controverses publiques actuelles » (Fassin, 2006, p.125), et la reconduction des normes qui est au centre du fonctionnement même des sites.

1.2.3 Théorie queer, études gaies et lesbiennes

Le concept d'espace public que nous utilisons est directement repris de la conceptualisation de Habermas (1978 [1962]) et transformé dans le cadre du courant

de la pensée queer auquel Clarke (2000) appartient. Habermas voit dans l'espace public un idéal normatif démocratique à vocation universelle ; un espace où la délibération rationnelle peut avoir lieu entre des personnes considérées comme égales indépendamment de leur appartenance sociale. Cet espace créé par la bourgeoisie des Lumières et dont les prétentions universalistes n'empêchent pas l'exclusion d'une majorité de personnes (ouvriers et femmes) est selon Habermas sujet à une auto-correction dans le temps, grâce aux mouvements sociaux, qui doit mener à une inclusion croissante et totale de toutes les parties de la société. Dans l'objectif d'appliquer ce concept à la question des sexualités et de leur visibilité, Clarke reformule l'espace public, non plus seulement comme un espace matériel, physique où ont lieu les échanges démocratiques concernant les décisions à prendre pour la société, mais en des termes qualitatifs. Il donne une définition *normative* de l'espace public : « the public sphere signifies a *qualitative relation*, and not necessarily a distinct place or totality of venues » (Clarke, 2000, p.2). Clarke reconstruit le concept d'espace public en utilisant, d'une part, le matériel historique et philosophique de Habermas et de la pensée des Lumières, et d'autre part, la problématique queer de la visibilité et des politiques de représentation (Clarke, 2000, p.20).

La théorie queer de l'espace public est intrinsèquement liée aux concepts de sexualité et d'hétéronormativité et nous faisons appel à ces derniers tels qu'ils sont définis par Laurent Berlant et Michael Warner. Michael Warner soutient qu'il faut considérer la sexualité « as a field of power, as a historical mode of personality and as the site of an often critical utopian imagination » (Warner, 1991, p.3). En ce sens, la frontière entre public et privé est contingente et construite socialement par le public hégémonique hétérosexuel. C'est cette contingence qui fonde de la même manière la conception de l'espace public de Clarke et la définition de l'hétéronormativité comme régime culturel diffus bâti sur la relégation de la sexualité à la sphère de l'intime et de l'identité personnelle. Le concept d'hétéronormativité est ainsi présenté par Warner et Berlant :

Although the intimate relations of private personhood appear to be realm of sexuality itself, allowing « sex in public » to appear like matter out of place, intimacy is itself publicly mediated, in several senses (...). A whole field of social relations becomes intelligible as heterosexuality, and this privatized sexual culture bestows on its sexual practices a tacit sense of rightness and normalcy. This sense of rightness – embedded in things and not just in sex – is what we call heteronormativity (Berland et Warner, 1998, p.553-555).

La pensée queer de laquelle nous tirons ces notions conceptualise de manière distincte la sexualité et le genre :

La question du genre et celle de la sexualité, tout inextricables qu'elles puissent être en ce que chacune ne peut être exprimée que dans les termes de l'autre, ne sont néanmoins pas une seule et même question, et que dans la culture occidentale du XXe siècle, le genre et la sexualité représentent deux axes analytiques distincts qu'il serait hautement productif de penser comme aussi différents l'un de l'autre que le sont, par exemple, le genre et la classe ou la classe et la race, distinction certes minime mais néanmoins utiles (Sedgwick, 2008 [1990], p.51).

Nous pensons comme Sedgwick qu'il faut distinguer les rapports de genre des rapports de sexualité et le concept d'hétérosexisme, en croisant les rapports de domination de genre et de sexualité tout en maintenant une distinction conceptuelle, nous aide à penser ainsi.

1.2.4 Le matérialisme culturel

Le matérialisme culturel apporte un concept essentiel à notre recherche qui nous permet de fédérer les paradigmes intersectionnel, queer et matérialiste, celui de représentation. Hall en donne non seulement une définition élémentaire, comme « la manière dont on imagine une réalité existant « en dehors » des moyens par lesquels celle-ci est représentée » (Hall, 2007 [1989], p.205), mais insiste surtout sur son caractère constitutif, son rôle producteur de relations réelles :

À mes yeux, les événements, les relations et les structures ont des conditions d'existence et des effets réels en dehors de la sphère du discursif ; mais c'est seulement à l'intérieur de celle-ci, alors qu'ils sont

sujet à ses conditions, limites et modalités spécifiques, qu'ils sont ou peuvent être construits à l'intérieur de la signification (Hall, 2007 [1989], p.205).

On étudie alors les sites de rencontres en tant que formes culturelles (et donc discours) « non seulement expressive[s], mais aussi formatrice[s] dans la constitution de la vie sociale et politique » (Hall, 2007 [1989], p.205-206). Cette définition de la représentation rejoint la théorie de De Lauretis qui se demande « comment la représentation du genre est construite par une technologie donnée » (De Lauretis, 2007, p.65), ici les sites de rencontres. Son concept de technologie du genre nous permet de consolider le pont entre les cadres théoriques du matérialisme culturel et de la théorie queer en ce qu'il désigne les divers appareils et dispositifs culturels, tels que le cinéma, qui participent à la production continue du genre, à la construction et l'intériorisation subjective de celui-ci. Les sites de rencontres et leur segmentation peuvent être observés à l'aune de ces concepts, en tant qu'ils *expriment* des rapports de classe, de race, d'ethnicité, de genre et de sexualité, puisque leur existence même et la formule qu'ils proposent font appel à un horizon de significations déjà existantes, mais aussi en tant qu'ils participent à construire, renforcer ou imposer des dynamiques sociales, des types de rapports sociaux et des définitions strictes de groupes sociaux.

1.3 Redéfinir les objectifs de recherche

1.3.1 Objectifs de recherche

C'est à partir de ce cadrage théorique que nous proposons d'interroger les sites de rencontres. Il s'agit alors de les envisager en tant que formes culturelles et espaces constitués par et porteurs de représentations culturelles. Dédiés à la rencontre amoureuse, les sites de rencontres sont porteurs de représentations qui concernent les formes de sexualités censées exister et les différentes populations qui composent l'espace social. Les sites de rencontres constituent donc des formes culturelles au sens

de Hall (2007 [1989]) et un espace au sens de Clarke (2000). Nous inscrivons notre recherche dans les réflexions qui concernent la culture, les formes culturelles comme instances de représentation des rapports sociaux actuels, leur rôle dans la production de ces rapports et la manière dont elles peuvent être ainsi productrices. Les sites de rencontres sont ici étudiés en tant qu'observatoire des rapports de pouvoirs qui se jouent dans le domaine des sexualités (sexualité étant définie dans le sens de la pensée queer). Observatoire de ces rapports aussi parce qu'en tant qu'espace au sens de Clarke (2000), les sites de rencontres ont pour mandat de rendre visibles les groupes sociaux *légitimes*, de circonscrire les frontières des identités ayant droit d'exister et celles non existantes dans le domaine de la sexualité. En ce sens nous nous inscrivons également dans le débat sur une prétendue crise actuelle de l'espace public hétéronormatif et un processus de démocratisation sexuelle qui irait de pair avec cette crise.

Nos objectifs de recherche se déclinent ainsi en trois dimensions :

- interroger les sites de rencontres comme forme culturelle et déceler les mécanismes d'expression et de production des rapports sociaux par les représentations, dans le cadre du matérialisme culturel.
- mettre à l'épreuve la thèse d'une crise de l'espace public hétéronormatif et d'une démocratisation sexuelle, dans le cadre de la critique queer.
- éprouver les théories de la sociologie du couple et de l'homogamie dans une perspective intersectionnelle. Actualiser le concept d'homogamie et éprouver les théories du couple et des rapports de genre avec un angle critique intersectionnel.

1.3.2 Questions de recherche

Comment les catégories de la domination (classe, genre, ethnicité, race, sexualité) sont-elles mobilisées sur les sites de rencontres, c'est-à-dire construites comme catégories pertinentes, pensables et constitutives de l'espace social de la sexualité ? Comment ces

catégories sont-elles présentées et incorporées dans un espace de régulation sociale de et par la sexualité ? Nous entendons ici « sexualité » dans le sens politique, historique et social que lui donne la pensée queer, comme système politique hégémonique et comme champ de pouvoir incluant des modèles tels que l'hétérosexualité, la conjugalité, la rencontre amoureuse ou encore le traitement de l'homosexualité.

Pour répondre à cette problématique nous devons passer par une série de sous-questions :

Quelles catégories sont mobilisées pour cartographier la sexualité ? Comment ces catégories sont-elles présentées, comme formations sociales, politiques, mouvantes, ou bien comme entités fixes, homogènes, closes ?

Quels scénarios d'articulations des catégories sont proposés c'est-à-dire présentés comme plausibles et pensables ? Quelles catégories sont considérées comme « variables » ou « non variables » ? En ce sens, comment ces articulations et couplages de catégories (re)façonnent le concept d'homogamie ?

Quelle définition de la sexualité est ainsi exprimée et donc produite ? Quels scripts de la rencontre et de la relation en découlent ? Quel système sexuel (au sens de Warner) y est décrit et prescrit ?

CHAPITRE II

TERRAIN ET MÉTHODE DE RECHERCHE

Le présent chapitre vise à préciser le terrain de cette recherche, l'espace social que constituent les sites de rencontres, la manière dont nous l'avons délimité et la méthode par laquelle nous avons analysé le matériel sélectionné.

2.1 Circonscrire le paysage des sites de rencontres

Étant donnée la prolifération des sites de rencontres sur le web, une première étape indispensable était la circonscription d'un segment de cette réalité afin de la rendre observable. Pour gagner en temps, mais aussi pour être en mesure de situer les résultats d'analyse dans un contexte social donné, nous avons choisi de limiter l'analyse aux sites dont l'utilisation est possible au Canada, en vérifiant toujours qu'il était possible de rechercher des gens au Canada, idéalement à Montréal.

La méthode par mots-clefs est la principale méthode par laquelle nous avons répertorié les différents sites de rencontres en privilégiant un angle intersectionnel concentré sur le genre, l'orientation sexuelle, la race, l'ethnicité, la classe. Pour chaque mot-clef utilisé nous avons tenu compte des résultats des deux premières pages de Google, soit des 20 premiers résultats. Sur ces deux pages, seuls les sites correspondant à notre

définition des sites de rencontres ont été sélectionnés. Les sites de petites annonces et les sites qui se rapprochent plus de réseaux sociaux et communautaires ont donc été exclus². Nos mots et expressions clefs étaient en anglais et en français étant donné que notre terrain concernait un contexte canadien bilingue :

En français : rencontre – rencontre gay – rencontre lesbienne – rencontre homosexuelle – rencontre noire – rencontre asiatique – rencontre interracial – rencontre ethnique – rencontre latine – rencontre mixte – rencontre bisexuelle – rencontre riche.

En anglais : dating website – gay dating – lesbian dating – homosexual dating – bisexual dating – dating black – dating asian – dating latino – dating latina – dating interracial – dating – ethnic dating – dating rich.

Une autre méthode, complémentaire, s'est révélée d'elle-même lorsque sont apparus dans les résultats obtenus par mots et expressions clefs des sites spécialisés dans la comparaison et le classement des sites de rencontres selon des critères spécifiques. Des sites comme *Sitederencontreinternational.com*, *Richmendatingsites.net* ou encore *Datingadvice.com* viennent ainsi compléter le travail de recension par mots-clefs mais permettent aussi de vérifier quels sites ont une plus grande portée et reconnaissance, une évaluation difficile à faire face au grand nombre de sites auquel on a été confrontée. L'existence de ces listes donne aussi une idée des catégories de recherche les plus répandues : il existe de nombreuses listes pour les rencontres interraciales par exemple, et plus précisément pour la recherche de femmes racisées, ou encore, lorsqu'on cherche « dating rich », arrive en deuxième ligne une *toplist* des sites de rencontres pour « rich men », ce qui donne une idée de la signification genrée de la richesse.

² On a notamment tenu à distinguer les sites de rencontres des agences matrimoniales en ligne, surtout dans le cas des rencontres interraciales pour lesquelles il existe de nombreux services de Mail Order Bride explicitement destinés aux hommes occidentaux à la recherche de femmes d'Amérique du Sud, d'Afrique, d'Asie et d'Europe de l'Est, tels que *latin-wife.com*, *femmes-colombiennes.com*...

2.2 Cartographie des sites de rencontres : description du terrain

Tous les sites de rencontres présentent un certain nombre d'éléments en commun malgré leur diversité. Chaque site possède une page d'accueil sur laquelle sont affichées les informations requises pour entamer une recherche (Je suis... et je recherche...). Les informations mises de l'avant sur la page d'accueil varient selon les sites. Il peut s'agir d'une phrase de présentation, d'un slogan, ou autre, censé donner une idée du « style » de site auquel on a à faire. Le *design* de la page de présentation varie également. Derrière l'encadré qui permet d'entamer une recherche, on peut trouver des photographies de couples ou de personnes seules, une espèce de mise en scène donc, ou bien simplement une série de profils de membres du site avec photographies. De manière générale, l'arrière-plan a pour objectif de « planter le décor » de l'espace de rencontres au sein duquel on s'apprête à naviguer. Il constitue une vitrine censée mettre en valeur les scénarios de rencontres promis par le site. À partir de la page d'accueil d'où l'on peut entamer une recherche et s'inscrire, plusieurs liens mènent à d'autres options. En cliquant sur la section « À propos » ou « About us », on arrive à une page où l'on peut lire une présentation du site, de ses objectifs, de ses valeurs mais aussi une mise en avant de son efficacité (chiffres à l'appui) et des raisons pour lesquelles on devrait choisir ce site. Cette partie du site peut ne constituer que quelques paragraphes comme elle peut être beaucoup plus développée et travaillée. Les *success stories*, qui présentent des exemples de couples formés grâce aux sites, sont un autre élément indispensable et accessible le plus souvent depuis la page d'accueil. Elles peuvent apparaître et défiler directement sur la page d'accueil, avec photographie du couple et extrait de témoignages, ou bien il faut cliquer sur le lien pour trouver une page entièrement consacrée aux témoignages avec photographies et parfois vidéos. Un autre lien sur lequel on peut cliquer depuis la page d'accueil concerne les conseils pour effectuer des rencontres sécuritaires ; on nous indique par exemple quelles informations donner et ne pas donner aux personnes avec qui nous entrons en contact.

Ensuite, on peut trouver d'autres éléments dépendamment du type de site sur lequel on est : un test de compatibilité ou de personnalité dont est vantée l'efficacité pour trouver des *matches*, une revue composée d'articles et de conseils pour mener à bien sa recherche de partenaire, réussir sa première *date* et autres thèmes qui gravitent autour de la rencontre.

La création du profil suit également des étapes que l'on retrouve sur la grande majorité des sites. La première étape consiste à dire *qui* on est (homme ou femme dans la grande majorité des sites), et *qui* on cherche (homme ou femme encore). La personne inscrite doit ensuite répondre à un questionnaire, plus ou moins long selon le site, qui concerne la description de sa propre personne ainsi que celle de la personne recherchée. Un groupe invariant de questions concerne l'âge, le type de relation recherchée, l'ethnicité (toujours appelée ethnicité quand cette catégorie est nommée, ou bien « origine » ou « background » sur les sites anglophones), la forme physique, les habitudes de vie. L'ajout de photographies est rarement obligatoire mais toujours vivement recommandé. Selon les catégories sélectionnées lors de l'inscription, la recherche de profils compatibles est ciblée plus ou moins précisément pour correspondre le plus possible aux attentes du ou de la membre. Les moyens de communication proposés peuvent varier mais on retrouve en général deux moyens principaux, à savoir la messagerie qui permet de communiquer de manière instantanée ou non avec la personne, et une autre manière de saluer l'autre d'une façon plus implicite, de lui faire comprendre qu'on l'a remarqué. Cette option peut porter des noms divers : « faire coucou », « envoyer un sourire », « clin d'œil », « like », « flirt » ...

2.2.1 Paysage des sites de rencontres

C'est en fonction de tous ces éléments que nous avons pu dégager une typologie et une vue d'ensemble de l'espace que constituent ces sites et de l'organisation de cet espace. L'observation s'est basée sur les questions de savoir *comment* ces éléments permanents se déclinent et varient selon les sites et leurs objectifs affichés, et quels sont les

éléments qui sont tantôt présents tantôt absents des sites, dessinant les frontières et distinctions entre sites. Nous avons utilisé cette même méthode pour réaliser des études de cas sur deux sites en particulier. Le paysage présenté ci-dessous répertorie les sites de rencontres selon les publics ciblés et les types de relations offerts. Comme le souligne Bergström, la « toile des sites de rencontres » se dessine en fonction de populations interpellées (Bergström, 2012, p.228) ; la raison d'être d'un site de rencontre répond toujours à une logique de ciblage, même s'il arrive que le groupe visé ne soit pas nommé en tant que tel. Si Bergström distingue trois types de sites majoritaires, à savoir les sites hétérosexuels « sérieux », les sites libertins (hétérosexuels aussi), et les sites gays (Bergström, 2014, p.120), notre propre parcours dans l'espace des sites de rencontres a révélé la place non négligeable des sites dits de niche, c'est-à-dire qui ciblent des populations démographiques spécifiques, notamment en fonction de critères ethniques et raciaux. Nous n'avons pas les moyens de savoir si les nombreux sites qui participent de « l'économie de la segmentation » (Bergström, 2014, p.154) totalisent une part importante du nombre total d'inscrits sur des sites de rencontres, mais on peut observer leur forte présence dans le paysage des sites de rencontres et, de manière générale, le rôle, peu souligné par Bergström, du critère ethnique, dans tous les sites.

Une niche économique constitue un segment de marché assez restreint qui se caractérise par une définition extrêmement précise et un comportement homogène (https://fr.wikipedia.org/wiki/Niche_de_march%C3%A9) ; on délimite un groupe social et on le définit de manière uniforme afin de créer un produit qui lui sera spécifiquement dédié. Dans le cadre de cette économie de niches, plusieurs compagnies se spécialisent dans la rencontre en ligne et créent de manière industrielle (on parle dans ce domaine de *dating industry*) des sites qui ciblent le plus de populations possibles. C'est le cas de *CupidMedia*, une compagnie australienne à rayonnement international (comme la majorité des compagnies) qui possède 35 sites ciblant des catégories sexuelles (hétérosexuel, gay, lesbien), religieuses (rencontre musulmanes, chrétiennes), d'âge, physiques (« Big Beautiful Women »), professionnelles (militaire),

de statuts civils (parents célibataires), et surtout ethniques et raciales. Sur les 35 sites, 28 effectuent un ciblage ethnique ou en fonction de préférences raciales. *PeopleMedia* est une compagnie américaine du même type, bien que proposant moins de choix de rencontres à caractère ethnique. *PeopleMedia* met notamment en avant trois de ses principaux sites, *Blackpeoplemeet.com*, pour des rencontres intraraciales, *Ourtime.com*, pour des célibataires âgés de 50 ans et plus, et *Singleparentmeet.com* pour les parents célibataires. Autre exemple, *Dating Factory*, entreprise suisse, n'est pas directement une compagnie de rencontres en ligne comme les deux précédentes mais une « marque blanche », c'est-à-dire « un service ou un produit conçu par une entreprise (le « producteur »), que d'autres entreprises (les « distributeurs ») reprennent à leur compte et commercialisent sous leur propre marque » (https://fr.wikipedia.org/wiki/Marque_blanche). Entreprise suisse, *Dating Factory* est à l'origine de sites utilisables au Québec tels que *Gaymtl.ca*, *Ellerencontre.ca*, ou encore *Rencontreislamique.ca*. La liste de sites que *Dating Factory* propose à ses clients potentiels constitue une illustration efficace du concept de niche. La liste (<https://www.datingfactoryfrance.com/technologie/pour-vous/modeles-sites-rencontres/>) présente des modèles de sites disponibles en création instantanée et se décline en trois parties. La première partie, « Rencontres », rassemble des catégories qui résument assez bien la composition des niches : « rencontres standard » (généraliste hétérosexuel), « Séniors », « Parents célibataires », « Chrétiens », « Muslims Dating », « Jewish Dating », « Indian matrimonial », « Rencontres black », « Rencontres asiatiques », « Russian brides », « Rencontres pour millionnaires », mais aussi « Pet lovers », « VIH/SIDA », « Végétariens », etc. La liste propose ensuite une rubrique « Rencontres pour gays » avec « Gays standard », « Gay homme » et « lesbienne », puis une rubrique « Adulte » dont on peut interroger le nom puisque n'importe quel site de rencontre exige qu'on soit majeur pour s'inscrire. En fait cette rubrique semble faire référence à des pratiques jugées déviantes par rapport à des normes morales *mainstream*. Il est alors intéressant d'y trouver, en plus de « BDSM », « Anal Lovers »

ou « échangeistes », des catégories comme « Sugar Daddy », « Trans » et « Black Adult ».

Ces trois groupes dédiés aux rencontres spécialisées produisent des sites qui changent de cibles par leur titre ainsi que par les photographies de la page d'accueil mais dont le fonctionnement, les modalités d'inscription et de paiement, de communication et de recherche de partenaire sont exactement les mêmes. Comme l'a montré Bergström la spécialisation des sites est néanmoins uniforme et standardisée (Bergström, 2014, p.154). Si de nombreux sites ethniques et raciaux sont générés par l'industrie des sites de niches, nous avons aussi recensé des sites de rencontres intracommunautaires et religieux indépendants des compagnies comme *CupidMedia*. Les sites musulmans, juifs, chrétiens et indiens ont une place importante dans le paysage des sites de rencontres. Souvent portés vers le mariage et très proches sinon équivalents des agences matrimoniales spécialisées (*Singlemuslim.com*), ils peuvent aussi proposer un panel de types de relations plus large et s'approcher du modèle du *dating*. Par exemple, le site *Lovehabibi.com* s'adresse aux Arabes, aux musulman.e.s et aux Arabes chrétien.ne.s, il est ouvert aux personnes qui ne sont pas arabes, et on peut y chercher l'amour, le mariage, du *dating* ou des amis. Il existe également des sites de rencontres interraciales tels que *Planetemetisse.com* ou *Interracialdatingcentral.com* qui se concentrent en fait essentiellement sur les rencontres entre personnes noires et blanches.

À l'opposé du système de niches, les sites dits « généralistes » se définissent par le fait même de ne cibler aucun public en particulier. Ces sites sont plus connus et sûrement plus fréquentés : *OkCupid.com*, *Match.com*, *PlentyOfFish.com*, *eHarmony.ca*, *Reseaucontact.com*... Une des caractéristiques principales de ces sites est leur stratégie de distinction vis-à-vis des sites de niches, des sites réputés « non sérieux », et de tous les autres sites de rencontres en tant qu'ils peuvent être considérés comme inefficaces et peu fiables. La revendication du sérieux, de l'unicité et de l'efficacité va de pair avec

l'omniprésence et la mise en valeur d'un test psychologique, ou test de compatibilité. Il s'agit d'un questionnaire souvent long, dont la scientificité est toujours mise de l'avant. L'expertise du ou de la psychologue qui en est à l'origine est elle aussi souvent défendue. Le design est plus travaillé et moins standardisé que celui des sites de niches. Les sites généralistes sont aussi souvent dotés d'un blog (appelé aussi revue ou magazine) dans lequel on peut trouver des articles de conseils amoureux et d'autres sur des sujets plus larges. Certains vont chercher à « humaniser » leur plateforme, à vanter le soutien à la clientèle en montrant des photographies de l'équipe du site, dans le but de rendre celui-ci moins commercial, tout en mettant en valeur leur nombre d'abonné.e.s, un grand nombre d'abonné.e.s garantissant une probabilité d'autant plus grande de trouver la bonne personne. Si la tendance dominante de ces sites est la rencontre « sérieuse » (sous-entendant une relation monogame de long terme voire le mariage) hétérosexuelle, l'homosexualité ainsi que des recherches moins engagées ne sont pas exclues. Comme la grande majorité des sites de rencontres, les sites généralistes laissent toujours le choix dans la recherche, même si la position initiale de l'onglet qui permet de lancer la recherche est souvent de la forme « homme à la recherche d'une femme » ou « femme à la recherche d'un homme » par défaut. Sur les sites généralistes, la segmentation de la recherche en fonction de catégories ne disparaît pas. Tous les sites de rencontres de style généraliste font intervenir des critères ethniques, physiques, de style de vie, de niveau d'étude et/ou de revenu, tant dans la création du profil, donc dans la description de soi, que dans la description de la personne recherchée. Répondre à ces questions n'est pas toujours obligatoire mais ces catégories sont omniprésentes comme une grille de recherche *de base*, avec les critères démographiques les plus élémentaires de la recherche. Les questions qui concernent la personnalité, le caractère et les habitudes de vie, plus personnelles et psychologiques, se trouvent dans le test psychologique, en sus des questions concernant l'ethnicité, le physique, les habitudes de vie.

Si les rencontres homosexuelles sont possibles sur la grande majorité des sites de rencontres, soit comme option, sur un site généraliste ou de niche, soit sur des versions de sites généralistes dédiées à la rencontre homosexuelle, les sites « indépendants » consacrés aux rencontres LGBT ont été plus difficiles à trouver. Nous avons surtout trouvé des sites de rencontres par annonces, qui ne correspondent pas à la définition des sites de rencontres sur laquelle se base notre enquête.

Un public cible non négligeable dans notre cadre d'analyse intersectionnel est défini en fonction de critères socio-économiques : les personnes à hauts revenus ont elles aussi leur espace réservé, exclusif, comme sur *Attractiveworld.net* et dans une moindre mesure *EliteSingles* et *eHarmony*. Les sites qui ciblent une clientèle aisée à la recherche de partenaires du même milieu social sont appelés les sites de « rencontres par affinités ». Ils peuvent fonctionner comme les sites généralistes avec une sélection par le prix, ou adopter un fonctionnement plus élitiste dans lequel la communauté des membres décide d'accepter ou non un.e nouveau.elle membre, comme dans le cas de *Attractiveworld*. Enfin, les sites de rencontres entre *sugar daddies* et *sugar babies*, qui existent comme sites de niches mais aussi comme sites indépendants, le principal d'entre eux étant *Seekingarrangement.com*, ciblent non plus un public homogène mais deux publics différents et considérés comme complémentaires : une clientèle plus âgée et financièrement aisée, implicitement masculine, et une clientèle jeune, avec des besoins matériels, implicitement féminine.

2.2.2 Études de cas

EliteSingles

EliteSingles cible les classes sociales supérieures et est présenté comme « un site de rencontre par affinités, dédié aux célibataires appartenant aux catégories socioprofessionnelles supérieures » (<https://www.elitesingles.ca/fr/societe>). Explicitement exclusif et discriminant selon un critère de classe, on peut le ranger, comme le ferait Bergström, parmi les sites « sérieux » et hétérosexuels non

généralistes, donc ciblés, au même titre que les sites dits sérieux qui ciblent des confessions religieuses, des appartenances géo-ethniques, des classes d'âge, etc. L'élite sociale et économique n'est cependant pas une cible ordinaire, et le terme de distinction que l'on a utilisé ci-dessus pour caractériser les sites sérieux généralistes prend un sens plus bourdieusien quand il s'agit d'*EliteSingles*. De même, on verra plus loin que la notion de « sérieux » est centrale et dotée de significations sociologiques très précises sur ce site ouvertement ségréguant.

Comme sur la plupart des sites de rencontres, l'inscription sur *EliteSingles* est gratuite. On peut donc se créer un profil et voir d'autres profils. L'utilisation du site pour communiquer avec des abonné.e.s et lire les messages reçus est payante. Il s'agit là d'un mode de fonctionnement très répandu sur les sites de rencontres. La création du profil requiert de répondre à un questionnaire obligatoire dont la longueur peut décourager les moins motivé.e.s (et donc les moins sérieux.ses). Ce test psychologique est présenté comme étant basé sur le modèle scientifique du « Big Five ». À ce questionnaire s'ajoutent les critères démographiques usuels divisés en sept parties : âge et taille, distance, désir d'enfants, niveau d'études et revenu, langues, tabac et alcool, origine et religion. Une fois le profil créé, le site propose une liste de profils compatibles. Il n'est pas possible de chercher soi-même parmi un grand nombre de profils, c'est le site qui propose 3 à 7 profils compatibles quotidiennement. Il est possible d'en découvrir davantage en utilisant l'option « à vous de jouer » qui présente d'autres profils, moins compatibles. En devenant membre Premium, on peut entrer en contact avec d'autres membres soit par l'envoi de message, soit par l'envoi d'un sourire. Avec la fonctionnalité « apprendre à se connaître », « parfaite pour les personnes encore peu habituées à la rencontre en ligne » (<https://www.elitesingles.ca/fr/decouvrir-elitesingles/dialoguer>), on peut approcher un.e membre en trois étapes (poser 5 questions, envoyer ses « goûts et préférences », poser 3 « questions originales »). On peut également placer ce.tte membre dans une liste de favori.e.s ou le ou la supprimer de la liste des profils compatibles. Chaque profil se présente en quatre parties. La première,

intitulée « profil », donne les informations principales sur le membre (sexe, âge, taille, religion, langues, « origine », désir d'enfant et niveau d'études) et une auto-présentation générale du ou de la membre qui peut choisir de répondre à différentes questions telles que « *** aime pratiquer ces activités » ou encore « les amis de *** le décriraient comme... ». La deuxième partie du profil contient les photographies. La troisième concerne la « personnalité » et situe le ou la membre sur des schémas de profils psychologiques au regard de cinq caractéristiques : la flexibilité, l'organisation, la sociabilité, le relationnel, la sensibilité. Cette partie découle des réponses données dans le questionnaire lors de l'inscription. La dernière partie du profil concerne les « centres d'intérêt » du ou de la membre.

EliteSingles ne se limite pas à la mise en relation de profils compatibles. La page d'accueil du site donne déjà une idée de l'investissement de celui-ci dans des objectifs spécifiques, guidés par des valeurs précises. Le design et le confort avec lequel on peut voyager sur le site font des dimensions élémentaires de leur page d'accueil un espace déjà privilégié. Les informations sur le nombre d'abonné.e.s, le pourcentage de diplômé.e.s universitaires (propre à un site ciblé pour classes supérieures), la revendication du caractère sérieux, la mise en valeur du test psychologique et de son efficacité pour créer des *matches*, les *success stories*, l'insistance sur l'aspect sécuritaire du site, sont, comme on l'a vu, des éléments communs à la majorité des sites de rencontres, mais ils sont ici présentés sous une forme soignée et illustrée qui distingue *EliteSingles*. La revue d'*EliteSingles* constitue quant à elle une part aussi importante que le *matchmaking* lui-même. Le site propose de nombreux articles qui relèvent de thèmes typiques des revues de sites de rencontres (conseils d'utilisation du site, conseils pour la première rencontre, pour une relation durable, pour une relation après une séparation, et mille autres conseils amoureux, résultats d'études dites statistiques et/ou articles se voulant éducatifs avec mention de psychologue ou sociologue à l'appui), mais aussi un ensemble d'articles consacrés à des cibles démographiques spécifiques. Ces articles prennent une forme standardisée et expliquent notamment en quoi

EliteSingles est le meilleur site pour faire des rencontres aussi ciblées. Sur la version francophone du site, on peut trouver ces articles pour les gays, lesbiennes, Chrétiens, séniors, parents célibataires. Sur la version anglophone on trouve ces thèmes et beaucoup d'autres : articles sur les rencontres interraciales, asiatiques, noires, japonaises, coréennes, juives, musulmanes...

OkCupid

OkCupid est un site que l'on peut classer facilement parmi les sites dits généralistes mais qui tire son épingle du jeu en se présentant comme le site de rencontre le plus « progressiste » et innovant, inclusif et non hétéronormatif. En ce sens, *OkCupid* opère un travail de distinction vis-à-vis des autres sites généralistes, de la matrice standard du site de rencontre et même des scénarios dominants de la rencontre. Si la page d'accueil du site ne diffère pas beaucoup d'une page d'accueil standard, on n'y trouve cependant aucune photographie et aucun profil visible. On doit simplement remplir les informations usuelles pour lancer une recherche, à savoir le genre et l'orientation sexuelle. *OkCupid* propose 22 genres possibles, parmi lesquels on peut en cumuler 5, et 12 orientations sexuelles parmi lesquelles on peut également en cumuler 5. La création du profil se fait sur un modèle semblable à celui d'autres sites, sauf que le questionnaire de compatibilité consiste en une banque de plus de 3000 questions parmi lesquelles le ou la nouvel.le abonné répond à un minimum de dix. L'originalité d'*OkCupid* réside dans la grande diversité des questions proposées. Avec le même objectif que les autres sites d'utiliser un algorithme puissant basé sur les réponses au questionnaire pour optimiser des rencontres compatibles, *OkCupid* élargit les sujets sur lesquels on peut chercher une compatibilité. On peut alors trouver des questions concernant notre position sur l'échiquier politique ou notre opinion sur les mariages interraciaux, notre rapport à l'argent, ou encore des questions plus « intimes » et d'ordre sexuel, et bien d'autres types de questions. Les questions proposent un choix multiple de réponses. Pour chacune d'entre elles, on choisit notre réponse, la réponse qu'on attend de l'autre personne, et on précise dans quelle mesure la réponse de l'autre à cette

question est importante pour nous. C'est ce système de questionnaire très perfectionné qui fait l'identité du site dont le slogan de présentation est « We use math to find you dates » (<https://www.okcupid.com/about>). Le profil du ou de la membre présente 7 rubriques à remplissage libre : « My self-summary », « What I'm doing with my life », « I'm really good at... », « Favourite books, movies, shows, music and food », « The six things I could never do without », « On a typical Friday I am... » et « You should message me if... ». À droite, dans la rubrique « Basics » on peut renseigner genre, orientation sexuelle, statut, type de relation recherché (monogame ou non), taille et silhouette, langues parlées. Dans la rubrique « Background » on indique son appartenance ethnique, ses langues, son éducation et sa religion. Dans « Details » se trouvent les informations sur la cigarette, l'alcool, les drogues, les enfants (si on en a et si on en veut), les animaux de compagnie, le signe astrologique et le régime alimentaire. Enfin, juste en-dessous, la case « Looking for » permet de spécifier notre recherche en fonction de l'âge, du genre, de l'orientation sexuelle, du statut, de la localisation, et du ou des types de relation recherchés (« new friends », « short-term dating », « long-term dating », « casual sex »). *OkCupid* insiste beaucoup dans la page de présentation sur la gratuité. L'inscription et la communication avec les autres membres sont gratuites. On peut communiquer en envoyant un message ou en donnant un « Like ». Les profils de partenaires potentiel.le.s apparaissent en grand nombre, accompagnés du pourcentage de compatibilité avec notre propre profil, en fonction de nos réponses au questionnaire. Il s'agit alors de rendre la recherche optimale en répondant à un grand nombre de questions, mais aussi en remplissant des critères de recherche concernant l'apparence physique, l'appartenance ethnique et religieuse, le statut, la personnalité, les « vices » (cigarette, alcool et drogues), la réponse à une question en particulier et les informations sur les enfants, les animaux et d'autres intérêts. Néanmoins, plusieurs services ne sont disponibles que si l'on achète la *A-list*. Par exemple, dans nos critères de recherche, ceux concernant l'apparence physique (*plus ou moins* attirant.e) et le type de silhouette, ou encore ceux concernant la personnalité ou les questions précises ne sont utilisables qu'avec la *A-list*, de même que la possibilité de voir qui nous a donné

la mention « Like ». La *A-list Premium*, plus chère que la *A-list basic*, propose d'autres avantages : notre profil devient plus visible durant les « peak hours », on voit et on est vu par plus de « attractive matches », nos messages arrivent en priorité dans la messagerie de nos destinataires, et nous pouvons voir les réponses données en moyenne aux questions avant d'y répondre (<https://www.okcupid.com/upgrade?premium=1>).

Comme pour *EliteSingles*, l'autre pan du site qui nous intéresse est son blog, un espace très fourni et entretenu assez régulièrement. Le blog se présente comme un espace de « reflections on dating culture, told through data, stories and humor » (<https://theblog.okcupid.com/about>). Il comporte donc des articles dédiés à des conseils amoureux ou des formes d'essais sur les tendances amoureuses actuelles, mais aussi de nombreux articles basés sur leur *data*, c'est-à-dire sur toutes les données statistiques qu'ils recueillent grâce aux réponses des membres. Les articles d'*OkCupid* témoignent d'une volonté de s'inscrire dans un progressisme et un engagement dans des valeurs d'ouverture et d'inclusivité totale, de tolérance, de féminisme, d'anti-racisme et d'acceptation de la légitimité de toutes les formes de relations et de sexualités. Toujours basés sur des résultats statistiques issus du *data*, les articles peuvent ainsi traiter de l'impact de la race et de la religion sur les échanges entre membres, ou encore de l'évolution des rapports entre hommes et femmes et des codes dans la rencontre amoureuse.

2.3 Méthode d'analyse

Nous avons abordé ce terrain de manière à pouvoir répondre aux questions suivantes : Comment et selon quels principes de segmentation est organisé l'espace des sites de rencontres ? Quels modèles de la rencontre amoureuse y sont offerts et comment sont-ils constitués et arrangés ? Quels types de sexualité et quels scripts sexuels sont

proposés ? Quelles sont les catégories en fonction desquelles ces sexualités sont présentées, compartimentées et cartographiées dans cet espace ? Quels sont les critères d'agencement, d'articulation, de cloisonnement ou bien de cumulation de ces catégories sur les sites ? Comment varient les scripts sexuels et amoureux selon les publics visés ?

2.3.1 Analyser le web

Analyse de contenu et ethnographie

En considérant les sites de rencontres comme des espaces dans lesquels ont lieu des rapports et des échanges sociaux et au sein desquels nous pouvons nous déplacer et observer, nous avons repris l'un des modèles proposés pour analyser le web, l'ethnographie sur le web, aussi appelée « netnographie » (Kozinets, 2010). Celle-ci se définit néanmoins comme une ethnographie des usages et de la participation en ligne des individus, comme une observation des comportements au regard des traces laissées par les internautes sur le web, tandis que cette recherche ne consiste pas à proposer une sociologie des usages des sites de rencontres. Nous ne comptons pas observer les profils des membres des sites ni les forums de discussion, mais bien le contenu, le *décor* que l'on trouve sur les sites. C'est en ce sens que notre approche relève également de l'analyse de contenu, en considérant les sites de rencontres comme formes culturelles, comme espaces de production de discours. On peut élargir les objets possibles de l'analyse de contenu à des genres de discours non nécessairement textuels : « à la limite, toute communication, c'est-à-dire tout transport de significations d'un émetteur à un récepteur, contrôlé ou non par celui-là devrait pouvoir être décrite et déchiffrée par les techniques d'analyses de contenu » (Bardin, 1977, p.36). Le linguiste Dominique Maingueneau (2013) nous conforte dans cette direction en s'intéressant aux genres de discours qui caractérisent le web. Ce qu'il nomme la scénographie d'un discours désigne le processus par lequel l'énonciation aménage et légitime la situation à partir de laquelle elle a lieu, « à la fois ce dont vient le discours et ce qu'*engendre ce discours* » (Maingueneau, 2013, p.78, c'est l'auteur qui souligne). La scénographie participe des

trois composantes de la « scène d'énonciation d'un discours », c'est-à-dire la situation qui vient donner sens aux messages d'un discours (Maingueneau, 2013, p.78). Sur le web, il distingue deux types de scénographie. Une scénographie verbale qui concerne les énoncés linguistiques, et la scénographie numérique, qui se décline en trois dimensions : la dimension iconotextuelle (« le site montre des images et constitue lui-même un ensemble d'images sur un écran »), la dimension architecturale (« le site est un réseau de pages agencé d'une certaine façon »), et la dimension procédurale (« chaque site est un réseau d'instructions ») (Maingueneau, 2013, p.80-81). Il s'agit alors de garder en tête le modèle de l'analyse de contenu en l'appliquant à une redéfinition du contenu en question dans le cas des sites de rencontres qui correspondent à une fragmentation des énoncés et un élargissement des formes de transport de significations les textes, les images, mais aussi l'organisation de ces contenus dans l'espace. L'observation de l'organisation « spatiale » des contenus correspond alors aussi au modèle de l'ethnographie sur le web. La grille d'analyse ethnographique du web proposée par Josiane Jouët et Coralie Le Caroff distingue trois groupes de données repérables : l'architecture et le fonctionnement du site, les modalités de participation en ligne et les configurations du lien électronique (Jouët et Le Caroff, 2013, p.150). Si les deux dernières n'entrent pas dans notre champ d'observation puisqu'elles concernent les activités des usagers sur internet, la première rubrique propose d'observer des éléments d'organisation. Elle intègre la « ligne éditoriale », c'est-à-dire la morphologie du site « qui est sa configuration visible. La mise en page, le graphisme et les couleurs, entre autres éléments » (Jouët et Le Caroff, 2013, p.151), mais aussi le contenu, son format, ses rubriques, etc.

Analyse de l'image

Notre approche par l'analyse de l'organisation spatiale, de l'architecture et du contenu textuel des sites ne pouvait pas aller sans une analyse visuelle qui a consisté en une observation des photographies disponibles sur les sites. Les photographies de type publicitaire, souvent issues de banques d'images, constituent une dimension centrale

de la grande majorité des sites qui sont dotés minimalement d'une photographie principale sur la page d'accueil. Nous suivons une méthode d'analyse de l'image publicitaire telle qu'expliquée par Martine Joly (2011). L'étude visuelle à laquelle nous nous consacrons sur le terrain des sites de rencontres passe par un processus d'identification des objectifs de l'image (le public ciblé), de sa fonction et du contexte d'apparition de cette image. L'image publicitaire constitue le « message visuel » par excellence, composé d'un message symbolique visible au travers de signes visuels. Par signes visuels nous entendons, comme Joly, des signes iconiques ou figuratifs, les *acteurs* de l'image, et les signes plastiques (forme, composition, couleurs, mise en page...). La photographie en elle-même, avec le nombre de personnes (souvent une personne seule ou un couple) qui la composent et leurs attributs, bijoux, vêtements, expression faciale, couleur de peau, ainsi que leurs poses et leurs regards, mais aussi les couleurs, la composition de l'image, le contexte de mise en scène de l'image sur le site (la fonction de l'image) et le texte qui lui est toujours associé, sont autant d'éléments dont on a dû tenir compte dans nos analyses picturales.

2.3.2 L'analyse du paysage des sites de rencontres

Une étape de notre observation concernait le paysage des sites dans son ensemble. La répartition des cibles des sites entre ce qui relève du « généraliste » et de la niche, de l'universel et du spécifique donne une idée des représentations des catégories : ce qui est ethnique, ce qui est une *orientation* sexuelle nommée... Nous avons procédé à une analyse de l'organisation des sites en eux-mêmes par l'observation des éléments constitutifs et structurants de ces derniers. Les sites de niches se caractérisent par la production en chaîne de sites sur la base d'un modèle initial standard et répétitif. Les sites de marques blanches et de compagnies comme *CupidMedia* représentant une partie importante des sites que nous avons étudiés et se caractérisant par une certaine abondance, nous avons décidé d'analyser justement leur standardisation. Notre observation était donc surtout de nature visuelle. Nous avons observé les pages d'accueil en nous concentrant à chaque fois sur le titre et le sous-titre le plus souvent

en haut de la page, la photographie principale, l'encadré de recherche de partenaire qui permet d'entamer une inscription, le texte de présentation du site ou le lien vers un « à propos » ou « about us » ainsi que les *success stories*. Tous ces éléments sont accessibles depuis la page d'accueil. Nous avons aussi créé quelques profils pour analyser le fonctionnement et les modalités d'inscription, sans avoir besoin d'en créer pour chaque site, étant donné leur modèle standardisé.

Dans le cas des sites non standardisés, comme les sites généralistes, les sites ciblant des classes sociales supérieures ou encore les sites de rencontres communautaires, nous avons d'abord observé ces éléments de la page d'accueil puis les modalités d'inscription, les questionnaires et tests à remplir, le caractère obligatoire ou non des questions, le *design* et l'organisation de l'espace. Une telle observation a nécessité la création d'un minimum d'un compte par site. Pour la plupart des sites généralistes, la création d'un seul profil donnait accès au fonctionnement général du site. Pour l'ensemble de ces sites, l'analyse fut donc tant visuelle que de contenu.

2.3.3 Deux études de cas

Si nous avons choisi de nous concentrer sur l'architecture des sites, leur design visuel et textuel ainsi que leur fonctionnement dans l'étude du paysage des sites de rencontres, l'analyse plus en profondeur de *EliteSingles* et *OkCupid* inclut la revue de chacun de ces sites. Les études de cas comprennent donc trois dimensions : la page d'accueil, le fonctionnement du site et la revue.

L'analyse de la page d'accueil d'*OkCupid* s'est limitée au titre et à l'encadré de recherche qui permet de démarrer l'inscription, le site ne présentant ni *success story* ni photographies. Pour observer son fonctionnement, nous avons créé 5 profils : femme hétérosexuelle, femme lesbienne, homme hétérosexuel, homme gay, femme bisexuelle. Ces profils nous ont donné accès aux étapes de la création du profil (catégories à

sélectionner, questions, caractère obligatoire ou non des questions) ainsi qu'à l'organisation du site une fois le profil créé ; la page d'accueil pour un.e membre, la manière dont on est guidé.e sur le site, le fonctionnement du moteur de recherche et de la gestion de notre propre profil ainsi que la manière dont les profils de potentiel.le.s partenaires nous ont été proposés. La question des éléments gratuits et payants sur le site a également fait l'objet de notre observation. Pour le blog, nous avons sélectionné nos articles par mots-clef : women – men – same sex – gay – race – black – feminism sont les termes qui ont généré les articles étudiés. Nous avons essayé plus de termes, qui ne menaient à aucun article, comme lesbian – class – latino – latina, ou bien qui menaient à des articles déjà trouvés, comme white – asian – sexism – racism. Ce procédé a donné lieu à une analyse de contenu textuel sur un corpus d'une douzaine d'articles.

EliteSingles est un site qui livre beaucoup plus de contenu visuel, notamment des photographies, avec un texte plus répétitif, ce qui a donné lieu à une analyse d'images et une analyse de contenu plutôt axée sur la fréquence de certains termes. La page d'accueil est très longue, travaillée et chargée de contenu visuel et textuel. Nous y avons observé l'encadré de recherche, les photographies et les nombreux paragraphes de présentation du site, revendiquant le sérieux, la qualité des membres et la sécurité. Pour observer le fonctionnement du site, nous avons créé trois profils : femme hétérosexuelle, homme hétérosexuel, femme lesbienne. Nous avons ainsi pu analyser les 10 étapes du test de personnalité par lequel passe la création du profil et le caractère obligatoire de ce questionnaire. Une fois le profil créé nous avons analysé la page d'accueil des membres, les possibilités et modalités pour compléter son profil, le design de l'espace des membres ainsi que le fonctionnement de la recherche de partenaire. Nous avons également pris note des éléments gratuits et payants. Nous avons sélectionné des articles de la très alimentée revue du site grâce à une recherche par mots-clefs. Sur la version francophone, gay, religion et femmes sont les seuls mots qui

ont abouti à des articles pouvant nourrir notre analyse. C'est surtout la version anglophone du site qui nous a intéressées, plus prolifique en termes de discours sur le genre, la race, l'ethnicité, l'orientation sexuelle. Nous avons pu y trouver des articles à partir des termes gay – lesbian – women – religion – black – asian – race, et procéder à une analyse de contenu et d'images. La plupart des articles que nous avons étudiés sont modélés à partir d'une forme standardisée qui correspond aux articles de la rubrique « Find a match ».

CHAPITRE III

COUPLE, GENRE, CONJUGALITÉ

Cette première partie analytique discute des théories contemporaines et moins contemporaines des sociologies du couple et de l'intime. Il s'agira plus spécifiquement de montrer en quoi les résultats de notre analyse viennent contredire les thèses de la démocratisation de la vie intime et de l'émancipation de la sexualité féminine hétérosexuelle ainsi que celles qui témoignent d'un éclatement des schèmes conjugaux hétérosexuels traditionnels du fait de l'individualisme et du néolibéralisme croissants (Illouz, 2006). Nous utiliserons les données recueillies sur l'ensemble du paysage des sites de rencontres hétéro-orientés que nous avons examiné, ainsi que celles qui concernent les deux sites ayant fait l'objet d'études de cas. Ici nous interrogeons les sites de rencontres comme espaces constitutifs du marché matrimonial, celui-ci étant entendu comme lieu du système d'organisation de la conjugalité hétérosexuelle, comme lieu de reproduction de l'ordre social et sexuel (De Singly, 1987, p.198).

Plusieurs sociologues voient dans les sites de rencontres un bouleversement des normes de la rencontre amoureuse et de la sexualité, qu'il s'agisse de la valeur accordée à la sexualité, comme plaisir en soi, ou de la régulation sociale de cette sexualité. Les sites constitueraient un « monde-à-côté » (Kaufmann, 2010, p.153) allégé des rapports sociaux de genre, de classe et de race. Leur existence signifierait par ailleurs l'effondrement du système de reproduction de l'ordre social fondé sur le mariage,

effondrement auquel ils participeraient. En tant que tels, les sites de rencontres seraient porteurs d'une individualisation de la sexualité, d'une « sexualité plastique », distincte de la reproduction (Giddens, 2004 [1992], p.42), et d'un modèle de « relation pure », « situation dans laquelle une relation sociale est entamée pour elle-même, ou plus précisément pour ce qu'un individu peut espérer tirer de son association durable avec un autre » (Giddens, 2004 [1992], p.76).

Ce discours sociologique sur le potentiel transformateur des sites de rencontres se retrouve sur de nombreux sites dont les communicateur.rice.s font précisément appel à l'unicité, à la singularité, à l'authenticité ainsi qu'à la volonté de chacun.e de trouver *la* personne qui sera compatible, en dehors de tout déterminisme social. En tant qu'espaces virtuels détachés des lieux de rencontres traditionnels, les sites de rencontres sont souvent présentés comme s'ils permettaient d'échapper aux schèmes classiques qui régissent la mise en couple, la sexualité et la formation conjugale. Comme on l'a vu dans la revue de la littérature, les rapports sociaux de race sont à peu près absents des analyses disponibles sur les sites de rencontres, de même que les rapports de classe qui tendent à simplement disparaître pour faire place à des analyses sur la transformation des rapports de genre soi-disant visible dans l'usage des sites. L'analyse des plateformes des sites peut pourtant révéler l'existence de formes contemporaines de règles matrimoniales ainsi que de formes de reproduction sociale et d'entre-soi. Nous montrerons dans une première partie comment les choix d'images, d'organisation mais aussi les discours textuels des sites suggèrent plus ou moins explicitement des scénarios de rencontre hétérosexuelle régis par des normes conjugales et des rapports de genre hiérarchisés. Toujours au regard des théories de la conjugalité et du marché matrimonial, on verra par la suite les formes que peut prendre la norme d'homogamie dans l'espace des sites de rencontres, espace qui viendrait soi-disant renverser les codes d'entre-soi propre à la rencontre hors ligne.

3.1 Le modèle du marché matrimonial

3.1.1 La régulation de la sexualité féminine

Les sites de rencontres hétérosexuelles ne s'adressent pas de manière uniforme aux hommes et aux femmes. La photographie principale de la page d'accueil constitue une vitrine du site, censée donner une idée de ce que le site propose comme modèles de relations que l'on peut espérer y trouver. Lorsque la page d'accueil d'un site hétérosexuel montre une femme seule qui regarde la caméra, on peut supposer que le public cible est masculin. Ce choix a d'autant plus attiré notre attention qu'il a été fait par de nombreux et divers sites. Les sites de niches ethniques de *CupidMedia* et *CupidsArrow* présentent des pages d'accueil standardisées sur lesquelles on trouvera en photographie principale une jeune femme racisée³ seule regardant la caméra. Joint au slogan du site, comme le « Find your Asian Beauty » du site *AsianDating.com* de *CupidMedia*, slogan qui se répète sur chaque site ethnique de *CupidMedia*, ce genre de vitrine constitue une occurrence extrême voire caricaturale et pourtant bien réelle du système d'échange économique-sexuel au centre duquel réside la sexualité féminine comme produit d'échange en circulation. Ces femmes sont toujours présentées seules, disponibles, souriant à la caméra. Si on peut être tentée de voir dans ces sites des cas limites peu représentatifs des normes dominantes, des exceptions, il faut considérer deux éléments qui rendent ces pages d'accueil tout à fait significatives. D'abord leur production en chaîne et leur caractère systématique ; non seulement *CupidMedia*, *CupisArrow* mais tous les sites de niches ethniques et raciales (les niches les plus importantes) utilisent comme photographie de page d'accueil une femme seule, au point que cette image devient une norme à laquelle on peut s'attendre quand on va sur un nouveau site. Ensuite, l'existence de ces signes sur des sites moins spécifiques et plus politiquement corrects nous amène à considérer le carcan de l'échange économique-sexuel et les formes de régulation de la sexualité féminine le long d'un continuum sur

³ Pour une précision sur notre usage du terme « racisé.e », cf note 12 au chapitre V.

lequel on peut aussi trouver par exemple le site *EliteSingles*, qui s'autodéclare respectable. La page d'accueil de celui-ci, dans les versions francophone et anglophone, présente un portrait grand format d'une femme, seule, souriant à la caméra. Blanche, un peu moins jeune et plus habillée que les femmes des sites de niches, cette femme choisie pour représenter *EliteSingles*, un site qui accorde un soin important à sa page d'accueil, n'est pas moins représentative d'un même schème de valeurs qui sous-tend le fonctionnement et le ciblage des sites de rencontres. De manière générale, exception faite des sites ciblant les hommes gays, sur plus de cent sites observés, aucune photographie principale de page d'accueil n'a présenté un homme seul. Quand ce n'est pas une femme seule, l'image principale est composée d'un couple hétérosexuel, blanc dans la grande majorité des sites généralistes. Des sites comme *Quebecrencontres.com* et *Besocial.com* livrent ainsi une autre image classique du modèle conjugal hétérosexuel, celle du couple hétérosexuel où la femme est sur le dos de l'homme. La redondance de cette image, et l'absence de toute image mettant en scène un couple où c'est un homme qui est porté, comme la redondance des femmes seules disponibles sur les sites de niches, en fait une icône représentative du couple désirable. Enfin, le troisième type d'illustration de la page d'accueil des sites est l'apparition de plusieurs photographies de profils de membres déjà inscrit.e.s, fictif.ve.s ou réel.le.s. Cet éventail de portraits, relativement mixte, doit également donner une idée du type de personnes que l'on peut s'attendre à rencontrer sur le site.

On a donc affaire à des images génériques, au sens où l'ensemble des sites hétérosexuels, dans leur diversité (sites généralistes, sites de niche ethnique et raciale), propose une variété limitée et répétée de contenu visuel : la femme seule et le couple avec l'homme portant la femme apparaissent de manière presque systématique et génèrent ainsi un horizon de sens automatique et univoque. Cette politique du visuel révèle les présupposés d'une organisation de la rencontre amoureuse et de la sexualité où hommes et femmes n'entretiennent pas des rapports réciproques et égalitaires mais sous le signe d'une répartition genrée de l'action et de la passivité. Mettre en vitrine les

femmes implique de cibler une clientèle masculine et donc de considérer les hommes comme public principal. Ce ciblage implicite s'inscrit dans une idéologie qui attribue aux hommes le pouvoir de choisir leur conjointe, d'être à l'initiative de la formation du couple, et ce au travers d'une transaction économique (*tous* les sites de rencontres sont payants, que ce soit en totalité ou pour quelques services seulement). Il s'agit d'une occurrence du continuum de l'échange économique-sexuel théorisé par Tabet :

Et on pourra considérer l'unidirectionnalité de l'échange économique – le passage constant ou largement prévalent du don ou rémunération, quelle qu'en soit la forme, de l'homme à la femme – d'un côté comme *indicateur* important de l'inégalité entre les sexes, de la différence de leur pouvoir, et d'un autre côté comme un élément essentiel dans la transformation de la sexualité féminine en sexualité de service. (Tabet, 2004, p.51, c'est l'auteur qui souligne).

Cette sexualité de service se traduit par les représentations de la sexualité féminine comme sexualité passive voire réticente, à l'inverse d'une sexualité masculine active, chasseuse. Kaufmann a exploré cette distribution du sexe et de l'amour au regard des usages et des témoignages des utilisatrices des sites de rencontres. Le sociologue livre une compréhension individualisée du rapport des femmes au sexe, centrée sur l'utilisation des sites et les carcans culturels ancestraux qui les empêcheraient non seulement de prendre des initiatives avec les hommes mais aussi d'apprécier une sexualité détachée de tout projet de relation conjugale (Kaufmann, 2010, p.184). Or, notre observation de l'architecture des sites nous laisse penser que l'organisation des rôles genrés dans la rencontre constitue plus qu'un résidu culturel dans les esprits des utilisateurs.rice.s. La position initiale par défaut du moteur de recherche de certains sites est ainsi très significative. Sur *QuebecRencontres*, l'encadré de recherche est de la forme classique « Je suis » et « Je cherche » et le remplissage par défaut affiche toujours « Je suis un homme » et « Je cherche une femme », bien que dans les deux cases on puisse choisir parmi « un homme », « une femme » ou « un couple » (<http://www.quebecrencontres.com/>). Même constat sur la page d'inscription de

eHarmony.ca, de la forme « I am » et « seeking a ». Le champ n'est pas déjà rempli mais l'ordre d'apparition des possibilités est clair : « man » puis « woman » dans le premier, « woman » puis « man » dans le second (<http://www.eharmony.ca/home/>). Ces détails dans l'organisation du fonctionnement des sites ne sont pas anecdotiques car il s'agit du résultat de choix conscients de la part des équipes de webmestres. Celles-ci décident délibérément d'agencer leur site comme un espace *pour* les hommes, où les hommes vont chercher des femmes. La question de l'initiative du premier message s'insère dans cette même problématique. Traité par plusieurs auteurs comme un indice du maintien des normes de genre sur les sites de rencontres (Bergström, 2014 ; Lardellier, 2004 ; Kaufmann, 2010), le phénomène du premier message d'origine majoritairement masculine est reconnu et établi sur tous les sites au point qu'il fait l'objet d'articles dans certaines revues de sites. Il est intéressant de voir la manière dont *OkCupid*, un site qui se veut progressiste et même révolutionnaire en termes de normes de genre, traite cette question. Dans un article de leur revue datant de 2010 et portant sur les photographies de profil à succès, l'auteur mesure statistiquement le « succès » des profils féminins et masculins de deux manières différentes. Le succès des hommes est calculé en nombre de « women met per 10 attempts » tandis que celui des femmes est calculé selon le nombre de « new contacts monthly » (<https://theblog.okcupid.com/the-4-big-myths-of-profile-pictures-41bedf26e4d>). Autrement dit, le succès du profil masculin se mesure à l'aune des réponses obtenues aux messages envoyés et le succès du profil féminin à l'aune des nouveaux messages reçus, une méthode statistique qui suppose et renforce l'idée d'une asymétrie genrée entre femmes passives et hommes actifs. L'auteur justifie d'ailleurs ce choix par cette asymétrie : « because of the fundamentally different role they play in the online courtship process : they are the ones reaching out to new people; women send only a small fraction of the unsolicited “hellos” that men do » (<https://theblog.okcupid.com/the-4-big-myths-of-profile-pictures-41bedf26e4d>). Cette justification de l'auteur (Christian Rudder, qui est aussi l'un des fondateurs du site) repose sur un constat purement mathématique issu du large système statistique d'*OkCupid*. C'est cette réalité statistique brute qui rend ce

choix acceptable sur un site qui se veut être l'avant-garde du féminisme dans le domaine des sites de rencontres. Ce type de mesure ne manifeste pas moins une certaine complicité avec l'imaginaire asymétrique de la rencontre.

Enfin, on a pu trouver sur *EliteSingles* des éléments symptomatiques des présupposés concernant les normes conjugales décrites par des sociologues du couple (Bozon et Héran, 2006 ; De Singly, 1987). Lors de la création du profil sur *EliteSingles*, le fait d'être un homme implique une taille par défaut de 180 cm contre 165 cm pour les femmes. Ce qui rend ce détail parlant est le fait que, contrairement à de nombreux autres sites, *EliteSingles.ca* ne demande pas d'indiquer les tailles minimale et maximale que peut mesurer la personne recherchée mais demande le degré d'importance que l'on accorde à la taille du ou de la potentiel.le partenaire (<https://www.elitesingles.ca/web/registration/ext/questionnaire/2>), degré allant de « not important » à « very important », ce qui suggère l'existence d'un écart de taille souhaitable voire idéal et vis-à-vis duquel on sera plus ou moins exigeant.e. Sans surprise, cet écart de taille se trouve être à la faveur de l'homme. L'âge est également traité différemment selon qu'il s'agit d'un profil masculin au féminin. Après avoir donné notre âge, la sélection de l'âge du partenaire ne se fait pas en définissant soi-même une tranche d'âge mais en indiquant le degré d'importance accordé à l'âge du partenaire (<https://www.elitesingles.ca/web/registration/ext/questionnaire/1?registration=true>). En laissant le curseur sur la position centrale par défaut (« important »), un compte masculin se voit proposé une recherche de partenaire de dix ans de moins à cinq ans de plus que lui, tandis que pour un compte féminin, la tranche d'âge varie entre trois ans de moins et sept ans de plus. Bien que les résultats de ce « calcul » automatique de l'écart d'âge souhaitable soient modifiables, ils témoignent d'une adhésion univoque à un modèle conjugal qui est celui présenté par Bozon et Héran (2006). Ces derniers décrivent l'écart d'âge tel qu'il est observable dans les couples ainsi que dans les profils désirés par chaque sexe comme un indice du maintien d'une domination masculine, mieux, une domination consentie par les femmes (Bozon et Héran, 2006, p.140). L'âge

de l'homme serait uniquement un indicateur de sa position sociale, et donc une qualité qui augmente avec le temps, quand celui de la femme serait un facteur de dépréciation car un âge purement physique qui, en avançant, ne signifierait que la fin de la fertilité et serait porteur des « traces d'une expérience conjugale antérieure (...) irréversiblement fixées » (Bozon et Héran, 2006, p.141). L'écart de taille est interprété de la même manière par Bozon et Héran, comme une énième manifestation du « réalisme social » des femmes (Bozon et Héran, 2006, p.153) qui consiste à chercher des hommes plus âgés, plus grands dans le but d'acquérir un statut social plus élevé, celui de leur conjoint. *EliteSingles*, dont on aura compris qu'il constitue un site représentatif des normes conjugales traditionnelles, embrasse explicitement cette interprétation comme on peut encore l'observer dans un article de la revue de la version anglophone intitulé « What women want in a man : considering an age-old question » (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/single-life/what-women-want>). L'auteure de cet article rapporte les résultats d'une étude californienne portant sur 200 000 personnes de 53 pays et visant à déterminer quelles sont les qualités masculines attendues par les femmes et vice versa. Au regard des fortes similitudes entre les deux listes de dix qualités les plus recherchées chez le sexe opposé, l'auteure souligne la surprise qu'on peut éprouver à ne pas trouver « social status » ni « wealth » dans le top 10 des qualités recherchées par les femmes, ces deux éléments n'arrivant que très loin dans la liste des priorités de celles-ci. Par ailleurs, *EliteSingles* produit des articles sur les goûts des femmes (implicitement destinés aux hommes) et sur la manière de les aborder et il n'existe aucun équivalent masculin. Le site confirme en ce sens ses affinités avec une répartition des désirs et des initiatives amoureuses : on cherche à résoudre l'énigme ancestrale de ce que veulent les femmes, trophées si difficilement accessibles, et la question ne se pose pas pour les hommes qui, de toute façon, ne sont pas à « attraper ».

Ce que des sociologues du couple ont analysé en termes de comportements et de stratégies individuelles, nous l'avons donc observé davantage sous la forme de normes inscrites dans la structure et l'architecture des sites, ce qui donne une valeur toute autre

aux analyses de ces auteurs. Une piste déjà proposée par Bergström et qui nous permet de considérer les sites de rencontres comme espaces socialement marqués et tout aussi porteurs des éléments d'organisation de l'ordre social et sexuel que des lieux de rencontres hors ligne. Ainsi pouvons-nous pointer les dimensions plus structurelles et collectives des thèmes abordés par les sociologues du couple. Les choix de présentation visuelle qu'on a pu observer sur les sites témoignent bien d'une organisation de la rencontre qui reflète le système d'échange des femmes tel que décrit par Paola Tabet (2004). De même, la surreprésentation de femmes seules dans les photographies principales des pages d'accueil participe des représentations dominantes des femmes comme objets d'échange sur un marché amoureux qui vise une clientèle masculine.

3.1.2 La niche des sites de *sugar daddies* : un extrême du continuum de l'échange économique-sexuel

Nous avons observé plus haut les éléments qui nous permettent de placer les sites de rencontres sur un continuum de l'échange économique-sexuel et de voir en chaque site une instance plus ou moins explicite du système sexe/genre au sens de Rubin (Rubin, 1998). Un extrême de ce continuum est incarné par les sites de rencontres pour *sugar daddies* et *sugar babies*, une niche assez importante (6 sites francophones et 13 sites anglophones recensés) et dont les caractéristiques de ciblage s'inscrivent dans le système d'échange économique-sexuel d'une manière beaucoup plus directe et explicite. Les sites de *sugar daddies* et *sugar babies* visent à mettre en contact des hommes riches plus âgés et des femmes jeunes à la recherche de soutien financier pour établir des relations fondées sur une forme d'échange de services : le soutien financier de l'homme contre la compagnie de la femme. La nature de l'échange peut prendre de multiples formes, n'implique pas nécessairement de rapports sexuels ni de transaction financière proprement dite et l'élasticité des termes de la relation permet aux sites qui lui sont dédiés de se défendre de toute forme de prostitution. Le discours des sites de *sugar daddies* fait appel à l'honnêteté et à la nécessité de reconnaître les besoins de chacun.e dans une relation. Le site américain *Seekingarrangement*, qui constitue la référence

dans le domaine, met en avant son caractère moderne et progressiste qui tient à ce qu'il considère *enfin* les relations comme étant fondées sur les intérêts de chaque partie et ne promeut pas des relations soi-disant basées sur des sentiments amoureux purs, où les objectifs de chacun ne sont pas déclarés : « Goodbye Traditional Terms (...) Lets face it. It's hard to find "your other half". Things would be much easier if goals and starting points were already set forth before entering said relationship » (<https://www.seekingarrangement.com/what-is-an-arrangement/>). Le discours de la transparence se retrouve dans la publication sur le forum du site du top 20 des universités qui génèrent le plus de *sugar babies*, celles-ci étant la plupart du temps des étudiantes qui souhaitent étudier sans s'endetter (<http://blog.seekingarrangement.com/2017/01/27/top-20-fastest-growing-sugar-colleges-2016/>). Le corollaire de cette approche est la comparaison de la relation amoureuse avec la relation d'affaire :

In business, partners sign business agreements that outline their objectives and expectations. Likewise, romantic relationships can only work if two people agree on what they expect, and what they can give and receive from each other (<https://www.seekingarrangement.com/what-is-an-arrangement/>).

Le modèle des « Mutually Beneficial Arrangements » (<https://www.seekingarrangement.com/what-is-an-arrangement/>) est présenté comme lucide et transparent mais aussi comme égalitaire : chacun.e y trouve son compte. Toutes les images qui illustrent le site, dont l'image principale, sont des photographies de couples hétérosexuels, jamais de femmes seules. Les rôles, devoirs et avantages de *sugar daddy* et *sugar baby* sont définis précisément à la manière de règles de bases. Le *sugar daddy* a de nombreuses responsabilités relativement à son travail, sa famille, ses loisirs, etc, il doit organiser son temps pour sa *sugar baby*, s'entendre avec celle-ci sur les termes de leur arrangement et sur la nature des dépenses qu'il fera pour elle, ce qui ne l'empêche pas d'être très pris par son travail : « If he's a bit delayed responding to texts, Daddy is just trying to maintain his cash flow. And that all works in his Sugar Baby's

favor » (<https://www.seekingarrangement.com/what-is-a-sugar-daddy/>). La *sugar baby* est une femme à la recherche d'un soutien financier à déterminer selon les termes d'un accord avec le *sugar daddy* :

She could be a single mom, someone seeking assistance with month-to-month expenses, or simply a goal-focused woman who seeks a higher class of life. Business aside, genuine feelings of love and long-term relationships often form (<https://www.seekingarrangement.com/what-is-a-sugar-baby/>).

Elle est souvent une étudiante qui refuse de s'endetter, et de manière générale elle cherche simplement à améliorer son niveau de vie. Enfin, elle respecte la règle de confidentialité de la relation :

Sugar Daddies are often respected community figures in high places that have other existing demands. Revealing a sugar relationship could be harmful to their career and personal life. If you help your Daddy maintain the fun, the rewards are great ! (<https://www.seekingarrangement.com/what-is-a-sugar-baby/>).

S'il est possible de se créer un profil de *sugar mummy* ainsi qu'un profil de *sugar baby* masculin, tous les éléments de présentation font référence à des *sugar daddies* et des *sugar babies* femmes. Les sites de *sugar daddies* semblent procéder à une application au premier degré des théories de l'échange de capitaux entre homme et femme lors de la mise en couple qui persistent à raisonner en termes de complémentarité. François de Singly, par exemple, décrit un principe d'échange de capitaux basé sur « l'équivalence sociale et la "complémentarité" sexuelle » (De Singly, 1987, p.196). Pour lui, hommes et femmes n'échangent pas des capitaux de même nature mais de valeur équivalente. Le capital féminin, qui est « l'excellence esthétique » s'échangera contre le capital masculin, « l'excellence sociale » (De Singly, 1987, p.198). L'entente entre *sugar daddy* et *sugar baby* est ainsi présentée comme facile, claire, efficace et ce thème récurrent de la complémentarité peut être décliné plus ou moins explicitement, selon les sites, dans les textes de présentation : « a high quality dating site for attractive single

women and successful men who have financial security and confidence » (*Sugardaddie.com*), « pour hommes avec classe, confiance et une sécurité financière ET femmes séduisantes célibataires exigeantes » (*Lechic.ca*).

C'est bien l'idée d'un continuum de l'échange économique-sexuel, plus ou moins explicite, qui marque nos observations sur les normes du couple et de la conjugalité sur les sites de rencontres. La théorie de l'échange économique-sexuel déconstruit le mythe de la complémentarité et fait apparaître l'asymétrie de pouvoir réelle qui caractérise les scripts amoureux, ce que des auteurs comme Kaufmann et Singly persistent à nier. La présence systématique d'une telle logique dans les représentations du couple délivrées par les sites soutient notre idée que la littérature sur le couple et les divisions genrées de l'amour et du sexe comme celle de Kaufmann reflète davantage des représentations sociales et un discours intégré dans une culture dominante, plutôt qu'une analyse critique des rapports de sexe⁴ ; les aspirations féminines et masculines ne sont pas le résultat de réflexions purement individuelles ou de carcans culturels encore forts, mais nous sont apparues comme des normes intégrées à la structure et à l'organisation des sites de rencontres, à des degrés et des niveaux divers. En tant que *représentations* sociales, il faut leur accorder une signification plus sociale et collective qu'idéelle et psychologique.

3.2 L'homogamie : quel rôle et quelle évolution du concept ? La pluralité des modes de distinction

L'entre-soi est un principe fondamental des sites de rencontres. Ceux-ci trouvent leur raison d'être dans la présomption que les couples fonctionnels sont composés de gens qui partagent des appartenances sociales, culturelles, religieuses. S'inscrire sur un site

⁴ Sur le rôle de la littérature sociologique du couple dans les représentations du couple et de la sexualité, cf chapitre IV.

de rencontre, c'est investir dans ses chances de trouver un partenaire en cherchant mieux, en fonction de critères précis qui opèrent un tri préalable à la recherche, une présélection qui permet d'être mis.e en contact avec des gens qui correspondent au critère *et* qui sont à la recherche d'un.e partenaire qui correspond à ce même critère. Les critères de recherche traditionnels concernent surtout la position sociale et l'appartenance ethnique *et/ou* religieuse, et nous pouvons y inclure l'âge. Nous les considérons comme traditionnels au sens où ils correspondent aux critères d'une définition classique de l'homogamie ; un maintien de l'entre soi en termes non seulement de position sociale mais aussi d'appartenance ethnique, religieuse et raciale⁵. Si la segmentation des publics cibles se traduit par un nombre toujours plus élevé de niches, allant de l'opinion politique au régime alimentaire, en passant par les amateurs de chiens et les personnes atteintes de maladies sexuellement transmissibles, le concept d'« économie de la segmentation » (Bergström, 2014, p.145) s'applique aussi aux principales niches que constituent les catégories socioéconomiques, ethniques, raciales et religieuses⁶. Le principe des sites de niches tel qu'on l'a présenté dans le chapitre précédent s'inscrit dans une logique d'homogamie (selon une définition intersectionnelle) explicite qui rappelle les processus de maintien de l'entre soi hors ligne.

Les autres sites de rencontres, notamment les sites dits généralistes, ne sont pas pour autant dénués de principes d'homogamie sous-jacents. Les critères de recherche de base que l'on peut remplir sur tous ces sites et la redondance de ces critères en témoignent : le physique, le statut relationnel, le tabagisme, l'alcool, l'éducation, la profession, l'appartenance ethnique, la religion, les loisirs, les centres d'intérêts et parfois le salaire,

⁵ L'actualité et les contours du concept d'homogamie seront des questions sous-jacentes à tous nos chapitres analytiques, notamment le chapitre V où la question de l'entre-soi est très présente. Le présent chapitre s'intéresse à une dimension plus classique du concept et aux modalités de l'entre-soi et les formes de distinction sociale observables sur les sites.

⁶ L'orientation sexuelle constitue une niche également très importante mais dont nous ne tiendrons pas compte dans le cadre de cette partie sur l'homogamie et l'entre-soi. Cette niche sera étudiée dans le chapitre IV.

représentent de par leur omniprésence les critères premiers qui définissent une personne et à partir desquels la recherche débute. Ces critères portent sur le style de vie et l'appartenance culturelle davantage que sur le niveau socio-économique. La promotion du test psychologique et du test de compatibilité approfondis va dans le même sens d'un appariement basé sur des éléments plus individuels et comportementaux que sur des caractéristiques sociales. Le discours dominant de ces sites est celui de la *compatibilité* amoureuse, une compatibilité psychologique, individuelle et émotionnelle. Est-ce à dire que ces sites s'éloignent des représentations d'un entre-soi socialement déterminé ? L'analyse de deux types de ciblage très distincts va nous permettre de déceler plus en complexité les modalités contemporaines des normes d'entre-soi et de distinction.

3.2.1 *EliteSingles*, un élitisme classique

La page d'accueil, une vitrine très significative

La page d'accueil d'*EliteSingles* met en vitrine un site qui cherche à cibler un public ayant une position sociale et économique privilégiée. La mention de la présence de « 91% de diplômés de l'enseignement supérieur » (<https://www.elitesingles.ca/fr>, aussi « 91% university-educated » sur la version anglophone <https://www.elitesingles.ca>⁷) apparaît non seulement au début de la page d'accueil sous la photographie principale, mais aussi plus loin sur cette même page ainsi que dans de nombreux articles de la revue. Mise côte à côte avec le nombre de membres actifs et le pourcentage d'hommes et de femmes, cette information est d'ordre démographique dans le sens où elle circonscrit d'emblée le type d'espace social dans lequel nous nous trouvons. Cette page d'accueil se distingue de tous les autres sites par sa longueur, preuve d'une attention

⁷ Nous avons étudié les versions anglophone et francophone d'*EliteSingles* notamment pour avoir accès à une pluralité d'articles dans les revues et certaines différences. Néanmoins les deux versions sont presque totalement identiques tant en ce qui concerne le design, les modalités d'inscription et le contenu textuel. Les observations mentionnées s'appliquent donc toujours aux deux versions. Lorsque nous ferons référence à une version en particulier, nous le préciserons.

portée à l'apparence et à la propreté du site. On y trouve les éléments typiques des pages d'accueil de sites de rencontres : promotion de l'efficacité et du taux de succès des membres, du programme de *matchmaking* et du test psychologique, assurance de sécurité et de fiabilité, raisons de choisir ce site plutôt qu'un autre, *success stories*. Ces informations sont délivrées sous un format élargi, avec beaucoup de photographies et de texte, jusqu'à atteindre une certaine redondance. Le souci de présenter un site pour les élites est tel qu'on retrouve un vocabulaire assez répétitif : « sérieux », « âme sœur », « célibataires exigeants », « haut-de-gamme », « célibataires ambitieux », « relation durable » sont des expressions presque martelées sur tout le site ainsi que dans les articles de la revue. Le message est clair, il inscrit *EliteSingles* comme lieu d'un processus d'homogamie sociale dans son acception traditionnelle ; la recherche de conjoint.e appartenant au même milieu social et détenant des capitaux tant économiques que culturels et scolaires. Ce type de norme homogamique consciente et revendiquée va de pair avec une conception de la conjugalité hétérosexuelle comme placement et investissement de soi et de sa propre situation financière. Ici, la position sociale privilégiée est non seulement associée à l'hétérosexualité (et la blancheur) mais à une conjugalité de type « sérieux » (c'est le mot le plus présent sur le site), un sérieux garanti par le fait que 90% des membres ont 30 ans et plus, tel que précisé sur la version anglophone (<https://www.elitesingles.ca/>). On trouve des similitudes avec les sites de *sugar daddies* alors que ceux-ci sont fortement opposés au premier, politiquement correct, travaillant un imaginaire de l'âme sœur et du bonheur conjugal correspondant à l'amour romantique tel que défini par Giddens (2004 [1992]), notamment le parallèle entre l'ambition sociale et l'ambition amoureuse dont la manifestation la plus évidente est l'article de la revue de la version anglophone intitulé « Professional dating : Canadian singles who share your goals » dans lequel on peut lire :

Approach dating the way you would business (...) A great trick can be to treat a first date as you would a business meeting : be on time, give your date your full attention and, if you think that there is a chance that the two of you could work together, make sure to follow up on what

you've started (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/professional-dating>).

Le point commun avec les sites de *sugar daddies* réside dans la conception d'une relation amoureuse sous forme de contrat dans lequel chaque partie doit trouver son avantage. *EliteSingles* ne se revendique pas explicitement de cette logique du contrat qui traverse néanmoins la rhétorique du site : s'y inscrire et payer constituent un investissement bien placé de temps et d'argent qui sera rentabilisé par une rencontre réussie débouchant sur une relation stable et durable avec une personne de même *pedigree*. Si le texte cible ostensiblement un public privilégié, le contenu visuel de la page d'accueil soutient les mots avec un nombre importants de photographies. La photographie principale montre une femme, habillée à la fois simplement et avec élégance. Elle porte une chemise grise, des bijoux discrets. Elle a environ une quarantaine d'années. Elle représente le type de personne qu'on pourra voir sur les diverses photographies en parcourant la page : des personnes un peu plus âgées que sur les photographies des autres sites, un style travaillé mais sobre, physiquement en forme. On retrouve cette sobriété dans le design et sur toutes les pages du site où prédominent le vert, le gris, le beige et le noir. Aucune couleur vive ou flashy n'est utilisée et les couleurs dotées d'une symbolique romantique classique comme le rouge, le rose ou le bleu sont absentes. Ces couleurs plus froides sont significatives et choisies comme le montre cet extrait d'entretien réalisé par Bergström avec un webmestre qui compare son site élitiste, *MeeticAffinity*, à des lieux de sociabilité hors ligne : « (...) vous êtes dans un environnement qui n'est pas une boîte de nuit, qui est un club de jazz » (cité dans Bergström, 2014, p.166).

Le ciblage par le fonctionnement

Le ciblage du site se fait également de manière plus implicite à travers son fonctionnement et ses modalités d'inscription. De même que sur *eHarmony*, la création d'un profil nécessite de remplir un très long questionnaire obligatoire qui demande une trentaine de minutes. Le questionnaire d'*EliteSingles* est composé de dix parties

contenant chacune une trentaine de questions qui, une fois passées les informations générales usuelles, portent sur les traits de caractères, la personnalité émotionnelle, l'intelligence sociale, l'entregent, les conceptions des relations amoureuses. Ce processus rigide débouche sur une description du profil psychologique du membre en cinq dimensions : la flexibilité, l'organisation, la sociabilité, le relationnel, la sensibilité. La sélection s'opère ainsi par le fonctionnement même du site. Si Bergström parle à propos de ce mode opératoire de « ciblage subtil » (Bergström, 2014, p.167), force est de constater qu'*EliteSingles* revendique ouvertement son orientation et fait ainsi partie des « nouveaux sites distinctifs créés à la fin des années 2000 et dont l'objectif d'entre-soi social est clairement affiché » (Bergström, 2014, p.167)⁸. Les mentions régulières des « célibataires exigeants », des « célibataires ambitieux qui savent ce qu'ils veulent » (<https://www.elitesingles.ca/fr>) en témoignent, ainsi que l'explicitation de la sélection par le prix. Non seulement cette dernière constitue l'ultime mode de discrimination du site, mais l'équipe d'*EliteSingles* formule clairement l'association qui est faite entre l'argent et la garantie de qualité des membres : les sites gratuits étant accessibles et donc très fréquentés, « le célibataire ayant déjà un emploi du temps chargé et souhaitant malgré tout trouver une personne pour partager sa vie peut vite se trouver dépassé sur de tels sites », tandis qu'en s'inscrivant sur un site payant, « il choisit un service pour sa qualité plutôt que pour la quantité » (<https://www.elitesingles.ca/fr/revue/rencontre/site-de-rencontre-gratuit>). Ces facteurs de distinction et de sélection de la clientèle sont aussi bien éclairés par le contre-exemple que constitue le site *Besocial.com*, « a casual dating site that allows you to seek out new friends, relationships or even have a bit of fun and casual hookup » (<http://www.besocial.com/about>). *Besocial* est un site qui revendique la gratuité et l'absence de test psychologique ou de système de *matchmaking* au nom d'une forme de réalisme : on ne trouvera jamais la personne qui nous correspond exactement sur un site de rencontre, autant s'amuser et être plus ouvert.e à des rencontres réalistes, moins

⁸ *EliteSingles* a été créé en 2009.

« parfaites ». En ce sens, le site cible tout le monde, excepté les « célibataires ambitieux ». On peut y créer un profil de manière extrêmement rapide et simple et communiquer avec n'importe qui.

EliteSingles communique une conception de la mise en couple assez traditionnelle, qui s'adresse d'ailleurs à un public moins jeune que la majorité des sites et supposément moins familier avec les sites de rencontres comme le suggèrent de nombreuses références à la sécurité du site, à la fiabilité de la plateforme qui vérifie tous les profils et protège les données pour « garantir des rencontres amoureuses dans un climat de confiance » (<https://www.elitesingles.ca/fr>). Cette dimension de la vérification des profils est plus ou moins présente sur chacun des sites mais elle est plus explicite sur les sites dits haut-de-gamme. En ce sens, *EliteSingles* est plus accessible que d'autres sites élitistes bien plus alertes face aux faux comptes. Un site comme *Attractiveworld.net* est plus fermé de par la vérification plus rigide des comptes et son fonctionnement par cooptation. On y retrouve les caractéristiques du couple correspondant à une élite économique et professionnelle avec un design qui met en avant le rose et le bleu et souligne ainsi l'hétérosexualité fortement suggérée des « célibataires exigeants ».

3.2.2 *OkCupid*, un entre-soi multiforme

Le ciblage par le fonctionnement

OkCupid semble en tous points opposé à *EliteSingles*, notamment en termes de public cible et d'inclusivité. Le premier est gratuit et se dit ouvert aux personnes de toutes origines culturelles et sociales, et surtout aux personnes de tous les genres et orientations sexuelles possibles. On a vu cependant que l'architecture et le fonctionnement du site le rapprochent de la plupart des sites généralistes. Si l'équipe d'*OkCupid* ne met pas en avant un test proprement nommé test psychologique ou de compatibilité, elle promeut la précision de son algorithme qui permet de créer des *matches* en fonction des questions auxquelles les membres répondent ; « We use maths to find you dates » (<https://www.okcupid.com/about>). *A priori*, seules 15 questions

doivent obligatoirement être répondues lors de la création du profil et, techniquement, l'inscription et l'utilisation du site sont plus simples que sur *EliteSingles* qui impose un long questionnaire guidé pour ensuite proposer au membre un nombre restreint de profils compatibles chaque jour. Toutefois, le principe même d'*OkCupid*, son usage optimal, suppose de répondre au plus grand nombre de questions possible pour trouver de bons *matches* parmi les centaines de milliers d'utilisateurs. Autrement dit, le fonctionnement par pourcentage de compatibilité d'*OkCupid* le rend inefficace si on ne répond pas au minimum à une centaine de questions. En plus de répondre pour lui-même ou elle-même, le ou la nouvelle membre doit aussi indiquer les réponses qu'il ou elle acceptera du potentiel partenaire ainsi que l'importance qu'il ou elle attache à cette question. La manière de répondre aux questions est beaucoup plus libre, on peut choisir de répondre à n'importe quel moment à un nombre de questions qui nous convient et refuser de répondre à autant de questions que l'on souhaite. Celles-ci sont générées aléatoirement, variant d'un thème à l'autre, ce qui vient ajouter à l'effet de désordre décontracté. Les milliers de questions sont cependant réparties en six catégories : « ethic », « lifestyle », « sex », « dating », « religion », « other ». Le site en crée régulièrement, au point que les nouvelles sont mises de l'avant avec l'étiquette « NEW ». Contrairement au questionnaire d'*EliteSingles*, les questions d'*OkCupid* portent sur des sujets divers et sont moins centrées sur la psychologie et les émotions des membres. De manière générale, elles supposent un certain rapport à la politique, d'avoir un certain degré (en fait assez minimal) d'opinion politique et même de se créer une opinion sur des sujets auxquels l'utilisateur n'aurait pas pensé. Elles supposent aussi la capacité à s'imaginer dans des situations qui peuvent être très insolites, de « jouer le jeu » d'*OkCupid*, et demandent parfois un certain second degré. Alors que les questions d'*EliteSingles* portent sur le profil psychologique du ou de la membre, celles d'*OkCupid* en font un portrait social, culturel, politique, sexuel, moral. Il est finalement plus simple de remplir la totalité du questionnaire obligatoire d'*EliteSingles* qui porte sur des traits de caractère et des qualités relativement banales que de répondre aux questions moins usuelles, hétéroclites, parfois osées d'*OkCupid*. En ce sens, le site ne

cible pas tant une classe économique et socioprofessionnelle qu'un public à capital culturel délimité et doté d'une conscience politique et sociale (« Which best describes your political beliefs ? », « How into gay politics are you ? »), ainsi que d'une ouverture sur les différents modes de vie et sur les sexualités ou sur le fait même de parler de sexualité. Certaines questions comme « Do spelling mistakes annoy you ? » portent en elles les présupposés d'une certaine distinction qui n'est pas de nature économique mais, dans le cas présent, intellectuelle. Toutes les réponses sont possibles et, pourtant, que la question soit posée dans le cadre de ce site indique une orientation particulière. À la question « How do you feel about the word 'queer' ? », on peut répondre « I like it / identify as queer », « It's okay / I don't mind it » ou « I don't like it / think it's beats around the bush », mais la question suppose déjà une certaine familiarité avec le terme ainsi qu'une réflexion sociale et politique minimale sur la question.

Dans le discours et l'organisation de l'espace du site : un ciblage par le discours de l'ouverture et de l'authenticité

Des stratégies de distinction sont aussi décelables dans le contenu textuel et visuel d'*OkCupid*. Dans le discours textuel, le public cible se voit explicitement qualifié : il est *original*, *authentique*. Le principal slogan du site, visible dès la page d'accueil, déclare « substance, not just selfies » (<https://www.okcupid.com/>) et on le retrouve sur le blog sous la forme d'une interpellation : « you're more substance than just selfie » (<https://theblog.okcupid.com/about>). Le ou la potentiel.le membre de ce site *vaut mieux* que ces photographies de profil qui défilent sur les autres sites de rencontres. Le design vient redoubler ce discours : aucune photographie sur la page d'accueil, un fond bleu avec pour seule illustration un dessin représentant une espèce de bonhomme asexué en train de peindre un autoportrait sur une toile en forme d'écran d'ordinateur (<https://www.okcupid.com/>). Une présentation épurée qui s'adresse aux personnes qui vont *au-delà* de l'apparence et de la superficialité qui caractérisent la plupart des sites de rencontres. Le sous-titre du slogan principal va dans le sens de cette distinction des autres sites (et des membres des autres sites) : « there are two kinds of dating apps :

theirs and ours. We go below the surface to show off the real you. Sounds like a nice change, right ? » (<https://www.okcupid.com/>). Tous les sites de rencontres délivrent un discours de distinction par rapport aux autres sites. Sur *OkCupid*, on mise entièrement sur cette distinction : le site s'adresse *enfin* aux gens qui ont quelque chose à *l'intérieur*, aux *vraies* personnes. On retrouve cette célébration de la personne authentique dans le message automatique que l'on reçoit après avoir créé un profil. Alice, membre de l'équipe *OkCupid*, y invite le nouveau ou la nouvelle venu.e à s'investir personnellement et à se présenter en donnant le plus d'éléments possibles de sa personnalité : « Be yourself. If you want the best people to contact you, share interesting facts about yourself on your profile ». Ce ciblage assez flou se précise lorsqu'on porte attention à des détails d'articles de la revue qui donnent une idée de l'ancrage social des membres idéaux.ales d'*OkCupid*. L'article de 2009 « How your race affects the messages you get. Racism is still a thing, you guys » porte sur les statistiques affligeantes concernant la discrimination raciale opérée par les membres du site⁹. À la question de savoir si cela implique que les utilisateurs d'*OkCupid* sont racistes, l'auteur répond : « According to an internal metrics, at least, OkCupid's users are better educated, younger, and far more progressive than the norm, so I can imagine that many sites would actually have *worse* race stats » (<https://theblog.okcupid.com/how-your-race-affects-the-messages-you-get-39c68771b99e>, c'est l'auteur qui souligne). Les utilisateur.rice.s d'*OkCupid* sont dits jeunes, ouvert.e.s, marginaux.ales en termes de positions politiques et de comportements culturels, et on peut aller jusqu'à dire que ce public d'élite se distingue par son appartenance à une gauche libérale, éduquée, cultivée, non consensuelle¹⁰. Le caractère inusuel des questions analysées ci-dessus s'inscrit dans les contours culturels et sociaux de ce groupe cible : des questions éclectiques, du plus général au plus intime, qui dépassent largement les questions typiques orientées vers la conjugalité que l'on peut trouver sur les autres sites comme

⁹ Cf chapitre V.

¹⁰ Sur les modalités du progressisme d'*OkCupid*, cf chapitres IV et V.

EliteSingles. La spécificité d'*OkCupid*, qui est de proposer 22 genres et 12 orientations sexuelles possibles, et non seulement homme ou femme, hétérosexuel ou homosexuel, ou parfois bisexuel, invite également à une circonscription d'un public jeune et progressiste, familier avec ces notions. Une page intitulée « Identity », à vocation éducative et de sensibilisation, est consacrée aux différentes orientations sexuelles, lesquelles sont définies par des membres du site qui s'y identifient (<https://www.okcupid.com/identity/>).

Ce qui est payant

OkCupid est *presque* entièrement gratuit. Comme sur tous les sites de rencontres, il existe cependant des *avantages* exclusivement accessibles aux membres qui paient et font ainsi partie de la « A-list ». Observer, sur un site se revendiquant ouvert et anticonformiste, ce qui est payant, révèle les critères de définition de ce qui est considéré comme privilégié et désirable sur ce site. Le fait même qu'il existe une « A-list » (l'équivalent d'une « Guest list ») démontre la présence d'une notion d'élite et de distinction au sein même d'*OkCupid*. Être membre de la « A-list » permet d'optimiser sa recherche en ajoutant des critères. Alors que langage, ethnicité, religion, statut amoureux, type de relation, centres d'intérêts, éducation, etc, sont des critères de recherches gratuits, la « A-list » permet notamment de spécifier les caractéristiques physiques du ou de la partenaire : on peut chercher en fonction du niveau d'*attractiveness* ainsi que du *body type* (« thin », « fit », « average », « jacked », « curvy », « full figured », « a little extra », « overweight »). Elle permet aussi de préciser sa recherche par des traits de personnalité en cherchant des partenaires en fonction de la réponse qu'ils ou elles ont donnée à une question spécifique. L'optimisation concerne également les messages reçus qui sont filtrés selon une certaine longueur et des mots-clefs. La « A-list Premium », plus dispendieuse, donne des avantages en termes de visibilité. Le profil est mis de l'avant durant les heures de grande activité, les messages envoyés arrivent en priorité dans la messagerie du ou de la destinataire, les profils plus « attractive » sont proposés et le profil de

l'utilisateur.rice est plus proposé aux profils attractive : « Turn up the heat. See and be seen by even more attractive matches. Huzzah ! » (<https://www.okcupid.com/upgrade?premium=1>). Les privilèges conférés par l'argent sont donc de deux ordres : l'accès à des membres de plus grande *valeur*, celle-ci étant mesurée en fonction du niveau d'*attractiveness*, et, pour ceux et celles qui paient plus, une meilleure compétitivité sur le *marché* amoureux, une présence plus rentable sur le site qui permet de mieux voir et d'être vu.e par les meilleur.e.s (les plus beaux et belles). Les critères de l'élite ne sont pas de nature économique et sociale mais ils n'opèrent pas moins une discrimination, même symbolique, par l'argent en tant qu'ils entendent conférer une position plus avantageuse, et donc plus susceptible de déboucher sur une relation, au sein de l'espace de rencontres. L'avantage ne réside pas dans l'accès à des personnes mieux classées en termes de capital économique mais dans l'accès à des personnes mieux dotées de qualités individuelles floues comme la beauté.

On ne trouve pas moins de règles et de codes sur *OkCupid* que sur *EliteSingles*. Les conceptions du couple et de la rencontre ainsi que des objectifs de celle-ci sont très différentes mais il s'agit toujours d'une autre façon d'associer un type de relation à un type de style de vie, à l'appartenance à un groupe social, défini cette fois par des caractéristiques plus éparées, qui ne sont pas le diplôme ou le revenu. La pluralité des modèles contemporains d'entre-soi qui structurent même les sites les plus « progressistes » démontre le maintien de rapports de classes et de processus de distinction forts. L'éclectisme des questions d'*OkCupid*, l'extrême diversité des thèmes abordés qui force l'utilisateur à une certaine souplesse et à traverser des domaines divers participent d'un mode de distinction qui rappelle la logique du modèle omnivore/univore de Peterson (1992). Sans correspondre tout à fait à celui-ci, la sélection opérée par *OkCupid* se fait par la capacité à la polyvalence et à l'élasticité, l'aptitude à toucher à des sujets très divers.

En somme, si les sites de rencontres peuvent au premier abord paraître renverser les modalités et codes sociaux qui caractérisent la rencontre amoureuse, on a vu qu'il n'en est rien. Les mêmes logiques y sont à l'œuvre, fortement suggérées par le fonctionnement et l'architecture des sites, mais aussi par l'usage de symboles via les images qui illustrent les sites. Tous ces indices convergent, de manière plus ou moins explicite, pour insinuer un système de rencontre basé sur le modèle de l'échange économique-sexuel qui institue une répartition asymétrique des rôles genrés dans la rencontre et fait des femmes des objets passifs en circulation sur le marché matrimonial. Les modalités traditionnelles d'organisation sociale par le couple ne sont donc pas disparues avec les sites de rencontres, et la norme d'entre-soi qui doit permettre d'assurer la reproduction de l'ordre social et de sa segmentation n'échappe pas à ce constat. Les critères de distinction et d'entre-soi ne sont plus tant économiques que culturels et les manières d'assurer cet entre-soi et de maintenir des frontières entre les groupes prennent des formes diverses. Il s'agit alors de voir quelles formes prennent ces structures et ces rapports sociaux dans un espace aussi moderne que les sites de rencontres.

CHAPITRE IV

GENRE, SEXUALITÉ, SYSTÈME HÉTÉROSEXUEL

Ce chapitre souhaite rendre compte des modalités selon lesquelles les sites intègrent des modèles sexuels et amoureux qui sortent du cadre conjugal hétérosexuel tout en reproduisant ce modèle comme modèle dominant. On a vu que les sites de rencontres, censés incarner des conceptions modernes et progressistes de la rencontre amoureuse, sont pourtant saturés, à des degrés divers, de marques du système d'échange économique-sexuel et de représentations associées à ce système. Il s'agit alors de chercher à voir comment s'articulent sur les sites la réactualisation constante du modèle matrimonial hétéronormatif (hétérosexiste) et la mise en valeur (littéralement) d'identités de genre et de sexualité non conformes à ce modèle. Nous tenterons de montrer ici en quoi cette coprésence, d'apparence contradictoire, constitue un système fonctionnel de normalisation et de réintégration des identités déviantes dans un modèle binaire. Ce mécanisme s'observe pour ce qui concerne le genre et l'homosexualité. La première partie de ce chapitre traite des discours du progressisme et du féminisme libéral qui tissent la trame des deux sites qui ont fait l'objet d'études de cas, *OkCupid* et *EliteSingles*. L'analyse de ces deux sites pourtant distincts permettra de dessiner un continuum des modalités de contrôle de l'émancipation féminine. Nous pourrons établir un continuum similaire en ce qui concerne les conditions de la visibilité

homosexuelle dans la seconde partie, fondée sur l'observation d'un plus grand nombre de sites.

4.1 Le discours du progressisme : féminisme libéral et post-féminisme. Analyse des revues des deux études de cas

Angela McRobbie (2004) définit le post-féminisme comme un double imbroglio entre d'une part la présence de valeurs néo-conservatrices en ce qui concerne le genre, la famille et la sexualité, et d'autre part une libéralisation des styles de vie qui permet une plus grande tolérance face à leur diversité, une éthique de la liberté qui refond l'éventail des possibles en matière de sexualité, de vie conjugale et familiale (McRobbie, 2004, p.255-256). Outre la coexistence de valeurs conservatrices et libérales, le post-féminisme marque l'entrée dans les années 1990 du féminisme dans le sens commun : il va de soi et est considéré comme acquis (McRobbie, 2004, p.256). La figure de l'émancipation féminine devient celle de la femme professionnellement accomplie, capable de bien réguler sa liberté de façon à ne pas oublier « l'horloge biologique » et le fait qu'il faut être deux pour avoir un enfant. Son succès et son indépendance ne reposent pas sur des luttes politiques féministes mais sur sa participation active à la compétition qui lui est désormais accessible et lui ouvre les portes de la méritocratie scolaire et professionnelle (McRobbie, 2004, p.258). Cette relecture du féminisme passe donc par un processus d'individualisation par lequel on considère que les femmes n'ont plus besoin que le féminisme fasse des choix *à leur place*, que l'on est maintenant dans une ère où, les droits étant acquis, parfois même de façon abusive, il est possible pour les femmes de choisir *vraiment* pour elles-mêmes, notamment de correspondre à des clichés machistes, justement parce qu'elles n'y sont plus forcées. Le féminisme est ainsi célébré et abrogé en même temps, daté, historicisé, au point d'être finalement considéré comme un courant de pensée (toujours monolithique) délimité dans le temps et l'espace, relevant du passé (McRobbie, 2004, p.258-259). L'antiféminisme n'est ainsi jamais loin de l'idéologie post-féministe : celle-ci prétend bien s'affranchir du

féminisme, se libérer de ce carcan autoritaire, ringard voire pudibond. À la suite de McRobbie pour qui les formes de la culture populaire telles que le cinéma et les spots publicitaires fonctionnent comme supports et échos privilégiés de ce discours, nous envisageons ici les sites de rencontre en tant que véhicules tout aussi puissants de l'idéologie dominante du post-féminisme. L'analyse des revues publiées par *OkCupid* et *EliteSingles*, nous a en effet permis de repérer les contours du modèle de sexualité féminine promu par ces sites et de constater que les différences apparemment indéniables entre les philosophies de ces deux sites sont en fait davantage des différences de degré que de nature.

4.1.1 La morale progressiste et les thèmes du féminisme libéral

Les qualités et modes d'épanouissement de la femme du post-féminisme

Comme nous l'avons vu au chapitre précédent, *OkCupid* offre une vitrine de site engagé, progressiste, soucieux des enjeux qui concernent le sexisme, l'homophobie et le racisme. Le site propose un blog régulièrement alimenté de nouveaux articles et bon nombre d'entre eux sont dédiés à la célébration de l'émancipation féminine dans la relation amoureuse. On y encourage les femmes à rejeter les normes sociales traditionnelles et on y produit en creux le portrait de la femme idéale du féminisme d'*OkCupid*. L'article « Women today are rejecting traditional dating standards more than ever. Data proves that women are continuously gaining confidence in dating, and beyond » (février 2017) mesure ainsi l'évolution des réponses des femmes aux questions relatives aux normes de *dating* et de conjugalité de 2007 à 2017. L'auteure en dégage trois constats qui témoigneraient d'un processus d'affranchissement radical des femmes vis-à-vis des normes sociales de la rencontre amoureuse et de la vie en couple : de moins en moins de femmes pensent que les hommes devraient être chefs de famille, de moins en moins de femmes pensent qu'elles doivent impérativement se raser les jambes et de plus en plus de femmes vont prendre l'initiative d'inviter quelqu'un pour un rendez-vous. Cette dernière tendance est considérée comme la plus importante et la plus significative, le passage à l'action étant traditionnellement réservé aux

hommes : « So whether it's in dating—or elsewhere in their lives—women are becoming increasingly confident, and feeling more empowered to do what *they* want to do, versus what society deems they should » (<https://theblog.okcupid.com/women-today-are-rejecting-traditional-dating-standards-more-than-ever-7b890dab18be>, c'est l'auteure qui souligne). L'article « Liberal women have more success in dating. Data proves that the anti-Stepford wife is actually more likely to find success in dating » (janvier 2017) célèbre pour sa part le fait que les femmes qui ont le plus de succès sur *OkCupid* sont « totally badass » (<https://theblog.okcupid.com/liberal-women-have-more-success-in-dating-d82e57f3ac3d>), et ce pour plusieurs raisons : elles croient en l'égalité des droits, notamment le mariage pour tous, elle ont le sens du *care* (« feel obligated to help [their] fellow human beings »), elles croient en la liberté de la presse et la séparation de l'église et de l'État, elles sont ouvertes sur le sexe mais aussi elles *aiment* le sexe puisqu'elles ne considèrent pas la masturbation comme de l'infidélité et qu'elles considèrent dépassé le fait d'attendre le mariage pour avoir des relations sexuelles . Enfin, elles trouvent la lecture sexy et l'éducation est un critère d'attractivité important pour elles. L'auteure de l'article déclare ainsi :

It's never been more important to be outspoken, open-minded and socially active. As it turns out, embracing these qualities also helps your dating life, and ultimately your chances of finding someone special. Substance, smarts – and more importantly, strength – have never been sexier (<https://theblog.okcupid.com/liberal-women-have-more-success-in-dating-d82e57f3ac3d>).

La figure de la femme moderne émancipée d'*Okcupid* rejoint par plusieurs de ses traits le modèle d'émancipation du féminisme libéral flirtant avec le post-féminisme. D'abord, les modalités de sa libération consistent en des comportements individuels, des choix du quotidien qui relèvent plus de nouvelles habitudes et de bonnes résolutions que de prises de positions politiques et critiques. Qu'il s'agisse de ne plus se raser ou de prendre de la confiance pour devenir plus entreprenante dans les relations amoureuses et sexuelles, ces critères sont toujours arrachés au magma social et

historique qui leur donnerait un contenu politique. *OkCupid* incarne ainsi brillamment la version libérale et a-politique du féminisme banalisé qui est aussi la plus répandue dans la culture populaire, comme le soutient Sirma Bilge :

Le féminisme radical est neutralisé et déclaré passé en raison de l'assimilation partielle de certaines de ses idées les plus à même d'avoir une valeur marchande (choix, autonomisation (empowerment), liberté sexuelle, selfcare). Ces valeurs féministes entrent dans la culture populaire qui les généralise, mais dans leur version hyperindividualisée, et les convertit en autant de choix de style de vie et de consommation au diapason du néolibéralisme triomphant (Bilge, 2015, p.20).

Vidé de sa force contestataire, le comportement « badass » des « liberal women » d'*OkCupid* se nourrit de quelques-uns de ses mots d'ordre (le *care*, l'égalité des droits, la liberté d'expression, la liberté sexuelle) travestis en *attitudes* et attributs individuels, voire en objets de consommation. Cette marchandisation et cette désubstantialisation des principes du féminisme sont indissociables d'une définition de la femme libérée qui repose aussi sur des critères de classe. Il est d'ailleurs intéressant de constater qu'on retrouve alors la même différence entre les notions de classe d'*OkCupid* et *EliteSingles* que celle vue au chapitre précédent. Le modèle d'*OkCupid* présente une femme distinguée surtout par son capital culturel, elle est attirée par les hommes cultivés et intellectuels, quand *EliteSingles* mise tout son progressisme sur l'image de la « powerful woman », femme de carrière qui tire son indépendance d'un capital avant tout économique. C'est en effet cette femme qui est mise de l'avant dans un article de la revue anglophone d'*EliteSingles*. Il traite de la lente acceptation des « femmes de pouvoir » par les hommes et du fait que ceux-ci ont encore du mal à accepter l'idée de ne pas être chefs de famille et pourvoyeurs principaux. Enfin, la libération sexuelle et l'*empowerment* féminin doivent toujours rester inscrits dans le cadre de la séduction et de la conquête amoureuse hétérosexuelle. Sur *OkCupid*, on célèbre la femme libre dans la mesure où sa liberté s'exprime dans le succès et l'épanouissement amoureux et sexuel. Ce recadrage est opéré sur *EliteSingles* dans le même article, intitulé « Why are

some men still intimidated by powerful women ». Après avoir constaté l'accueil encore moyennement chaleureux des femmes de pouvoir dans le couple, l'auteure décide de donner des conseils... aux femmes, et non aux hommes dont l'état de confusion face à une telle évolution doit sûrement être respecté. Son conseil se formule ainsi :

There's nothing wrong with being ambitious with your love life as well, but love is fundamentally different to a career (...) So be even more open to possibilities and opportunities than in other areas of your life, and try to keep some space in your schedule for meeting someone new (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/single-life/powerful-women>).

Ces recommandations pourraient surprendre au regard de la marque même d'*EliteSingles* qui cible explicitement et en premier lieu une clientèle de personnes prises par leur carrière et qui n'ont *pas* de temps pour faire des rencontres, ce pourquoi ce site est fait pour elles, leur présentant quotidiennement un nombre limité de profils compatibles. Mais l'analyse révèle qu'elles sont sexuées puisqu'elles s'adressent aux femmes de la clientèle. Lorsqu'*EliteSingles* s'adresse *a contrario* à son public cible apparemment mixte mais en réalité masculin, le succès amoureux est précisément comparé au succès en affaires et les membres sont invités à traiter une première *date* comme un rendez-vous d'affaire (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/professional-dating>). Une injonction particulière s'impose cependant pour les femmes professionnelles de réserver une partie de leur temps et de leur énergie pour rencontrer quelqu'un. Pour elles et pour elles seulement, l'amour ne fonctionne pas du tout comme le travail. Par ailleurs, sur *EliteSingles* comme sur *OkCupid*, le succès des femmes n'est pas dissociable du succès amoureux et conjugal. L'émancipation a lieu par la relation hétérosexuelle, élément intrinsèque de la réalisation de soi et contexte privilégié d'expression de l'autonomie croissante des femmes. Si cette figure de la femme émancipée diffère quelque peu sur *OkCupid* et *EliteSingles*, on constate la manière dont les deux sites sont traversés par une pensée post-féministe qui s'accommode d'une définition sexuée de la réalisation de soi, par la réussite professionnelle pour les hommes et par l'investissement amoureux et sexuel pour les

femmes, maintenant celles-ci dans les mesures du système hétérosexiste dans le même temps qu'elle célèbre l'avènement de la femme indépendante et carriériste.

Le traitement des enjeux liés aux rapports de genre dans le couple

La pensée post-féministe et féministe libérale (les deux sont indissociables) transparait également dans la manière dont certains enjeux relatifs aux rapports de genre dans le couple sont abordés. Deux thèmes ressortent des revues d'*EliteSingles* et *OkCupid* : celui de l'écart d'âge entre hommes et femmes dans le couple et celui de l'initiative du premier message. Comme on a pu le voir à la lumière de la théorie de l'échange économique-sexuel de Tabet (2004), les questions de l'écart d'âge entre conjoints et de la distribution genrée de l'action et de la passivité dans le couple contiennent une profondeur sociologique et reposent sur une réalité sociale, historique et matérielle. Mais, de la même manière que des résolutions originellement critiques et radicales telles que les notions d'*empowerment* et de libération sexuelle sont transformées en agissements ponctuels à profit individuel, ces questions sont traitées sur les sites de manière individualisée, anhistorique et apolitique. Sur *OkCupid*, les femmes sont régulièrement et vivement encouragées à prendre l'initiative du premier message, comme dans l'article qui célèbre l'évolution de leur confiance en soi ou dans le message automatique que reçoit chaque nouveau membre, message qui, lorsqu'il s'agit d'un compte féminin, contient un paragraphe supplémentaire invitant la nouvelle venue à prendre les devants dans la discussion. On pourrait s'attendre à ce que l'article de 2015 intitulé « A woman's advantage. The secret to success for women on OkCupid ? Sending the first message » incite les femmes à envoyer le premier message et à rompre avec les coutumes traditionnelles et sexistes de la rencontre amoureuse. Il s'agit en fait d'une démonstration mathématique : les statistiques prouvent que les femmes ont tout à gagner à envoyer le premier message, non pour sortir d'un schème de rapports entre les sexes qui relègue l'action à l'homme mais parce que prendre l'initiative s'avère rentable en termes de « attractive matches » que l'on peut rencontrer. Statistiquement, une personne va toujours envoyer un message à une personne plus belle qu'elle, ce qui

fait que les femmes reçoivent toujours des messages d'hommes moins beaux, et lorsqu'elles écrivent à des hommes, ceux-ci sont plus beaux. Or, les hommes répondent plus (toujours statistiquement). Par conséquent les femmes qui prennent l'initiative du premier message augmentent significativement leurs chances d'entrer en contact avec un homme plus beau, donc de plus grande valeur (<https://theblog.okcupid.com/a-womans-advantage-82d5074dde2d>). On trouve le même type de raisonnement en termes de bénéfices individuels en ce qui concerne l'écart d'âge entre homme et femme. L'article de 2010 « The case for an older woman. How dating preferences change with age » constate, toujours sur la base des statistiques d'*OkCupid*, la discrimination faite envers les femmes de plus de 30 ans pour ensuite offrir aux hommes la preuve que les femmes dans la trentaine et la quarantaine sont en fait de bonnes amantes. La démonstration repose là encore sur les statistiques construites à partir des réponses aux questions du site. Celles-ci dévoilent que les femmes plus âgées sont plus « sex-positive », « kinky », ouvertes et conscientes sexuellement, plus heureuses et confiantes en elles. Mieux, l'équipe du site a pu prouver statistiquement que leur beauté (« attractiveness ») se maintient dans le temps, photographies à l'appui : « Here are single women in their mid-twenties and women in their mid-thirties, all in the 70th percentile of attractiveness, side by side. The older women are on the left, in case you can't tell ». Le message est donc adressé à ces messieurs pour leur faire savoir que les femmes *célibataires* (et seulement celles-ci) de plus de 30 ans sont non seulement encore belles et intéressées à rencontrer des hommes mais aussi plus ouvertes et meilleures amantes que leurs cadettes : « So the typical 35 year-old woman you see out in the world isn't representative of the *single* 35 year-olds who are still dating and looking good » (<https://theblog.okcupid.com/the-case-for-an-older-woman-99d8cabacdf5>). On voit ici en quoi consiste la dimension critique et anticonformiste revendiquée par le site en matière de genre. Le traitement qu'*EliteSingles* fait de cette question dans l'article « Older women dating younger men : taking a closer look » est peut-être plus politisé. Ici l'auteur fait rapidement état des représentations de la femme « cougar » dans la culture populaire américaine. Il déplore les stéréotypes qui pèsent sur les femmes plus âgées

que leur conjoint ainsi que le double standard sexué en ce qui concerne l'âge. Il s'appuie ensuite sur les résultats d'une étude faite par des chercheurs de McGill pour affirmer que, contrairement aux idées dominantes, les couples dans lesquels la femme est l'aînée ne sont pas rares. Selon lui, plusieurs raisons démographiques justifient l'attrance entre femmes plus âgées et hommes plus jeunes, comme la coïncidence entre l'absence de désir d'enfant des jeunes hommes et des femmes qui ont déjà fondé leur famille. Le raisonnement qui sous-tend les arguments de l'article suit finalement une logique similaire à celui d'*OkCupid* : c'est bien parce que les femmes plus âgées sont plus à l'aise avec leur sexualité et encore très attirantes qu'il y a compatibilité. D'où un encouragement fait aux femmes de ne pas être freinées par les conventions : « In the words of Coco Chanel : “You can be gorgeous at thirty, charming at forty, and irresistible for the rest of your life.” » (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/older-women-dating-younger-men>).

4.1.2 La culture *mainstream* dans laquelle se développe ce modèle

Ce portrait des valeurs et des qualités désirables chez *la* femme moderne s'inscrit dans une culture plus large qui incarne et véhicule cette prescription de comportements et de convictions personnelles. Cette culture de ce que McRobbie nomme « female individualisation » (McRobbie, 2004, p.260) circule à travers des produits de culture populaire comme les spots publicitaires ou le cinéma. Le féminisme y est transféré sous la forme d'une réalité à la fois datée, finie et célébrée, et surtout individuelle et intégrée dans des discours qui sont désormais ceux de coachs de vie, de managers ou de programmes télévisuels. Ces mediums supportent le développement d'une émancipation féminine par le *choix* individuel et non plus à travers les structures plus collectives et institutionnelles *du* féminisme :

Self-monitoring practices (the diary, the life plan, the career pathway) replace reliance on set ways and structured pathways. Self-help guides, personal advisors, lifestyle coaches and gurus, and all sorts of self-improvement TV programmes provide the cultural means by which

individualisation operates as a social process. As the overwhelming force of structure fades so also does the capacity for agency increase (McRobbie, 2004, p260-261).

On a pu vérifier ce processus d'individualisation et de commercialisation des concepts féministes en nous intéressant aux auteurs des articles que nous avons analysés plus haut. Pour *OkCupid*, ce sont des chroniqueur.euse.s et rédacteur.rice.s dont l'occupation principale consiste à écrire des articles portant sur la culture du *dating*, mais aussi des « Senior Marketing Manager » (<https://www.linkedin.com/in/jane-reynolds-8b172270/>) comme Jane Reynolds, auteure de l'article « Women today are rejecting traditional dating standards more than ever. Data proves that women are continuously gaining confidence in dating, and beyond ». Le cas de cet article illustre bien le lien complexe entre culture populaire, morale sexuelle et politique, et marchandisation. L'auteur exprime en effet, au nom du site, un parti pris explicite en faveur de ce qu'elle décrit comme une confiance et une indépendance croissantes des femmes. Le sujet est annoncé comme une bonne nouvelle : « we have some good news to deliver alongside your coffee and croissant—and we're pretty excited about it ». À la suite de la démonstration, l'aspect qualitativement positif de ces données est réaffirmé : « We love to see this trend (...) it's nice to see data prove what you've known all along » (<https://theblog.okcupid.com/women-today-are-rejecting-traditional-dating-standards-more-than-ever-7b890dab18be>). Enfin, l'auteure nourrit ses arguments et ses données statistiques de références. Sont tour à tour citée.e.s un sociologue, Michael Rosenfeld, un professeur de psychologie, Benjamin Karney et une coach relationnelle, Sarah May. Nous avons ici tous les éléments qui composent le contexte social du féminisme libéral et du post-féminisme qu'on a pu décrypter plus haut : la diffusion d'un ensemble de valeurs hyperindividualisées via la parole d'acteur.rice.s doté.e.s d'une autorité croissante, ainsi que des frontières de plus en plus floues entre les discours scientifiques, notamment ceux des sciences sociales, et les discours des magazines et des managers. On retrouve ce dispositif dans un autre article de février 2017 écrit par la « sex columnist » de *OkCupid* Jasmine Lobe, qui est aussi « Writer, Actor, Model,

Former Figure Skater, New Yorker, J-Spot columnist NY Observer » (<http://observer.com/author/jasmine-lobe/>), intitulé « Are masculinity and femininity mutually exclusive in dating today ? Sex columnist Jasmine Lobe explores the issue ». Non seulement la lecture de cet article livre une illustration du processus par lequel la pensée progressiste est transfigurée par les industries de la culture populaire, mais elle donne lieu à une manifestation nette du ressac essentialiste et différentialiste de la pensée post-féministe. L'auteur y fait référence au témoignage de son professeur de yoga à Los Angeles, à celui de son entraîneur personnel ainsi qu'à l'essayiste David Deida – qui publie des best-sellers sur le thème des relations sexuelles et spirituelles entre hommes et femmes, pour traiter la question de la virilité et de l'identité masculine dans une société contemporaine qui exige des hommes à la fois de correspondre aux valeurs masculines traditionnelles et d'être sensibles dans leurs couples. Elle déplore la valorisation actuelle des énergies masculines que sont l'action, l'ambition et l'agressivité et la dévalorisation de la nature intuitive des énergies féminines, alors que la vulnérabilité émotionnelle et la capacité à créer la vie sont une puissance. Finalement, Jasmine Lobe promeut un modèle de masculinité qui mêle confiance en soi, certitude et grandeur de sentiments, ouverture aux émotions et au projet de couple, « a passionate man who [isn't] afraid to love like warrior » (<https://theblog.okcupid.com/are-masculinity-and-femininity-mutually-exclusive-in-dating-today-5cc601d6d2a0>). Cette définition s'appuie sur le livre de David Deida dont le titre est en soi très évocateur : *The Way of the Superior Man: A Spiritual Guide To Mastering the Challenges of Women, Work and Sexual Desire*. Des postes semblables occupent la rédaction d'*EliteSingles*. De nombreux articles de la revue francophone, notamment ceux sur les rencontres homosexuelles, sont écrits par exemple par Milène Pestoury, « SEO & Online Editorial for French-speaking markets » (<https://www.linkedin.com/in/mil%C3%A8ne-pestoury-80a73359/>). Sur les versions francophone et anglophone, c'est la psychologue-coach en résidence Salama Marine qui prodigue de nombreux conseils et analyse les évolutions des relations entre hommes et femmes. Le site la présente ainsi :

registered Psychologist helping people with their interpersonal relationships in the realm of love, sex and marriage. She has worked extensively within the online dating industry, and provides consultation to those wishing to connect with like-minded partners online (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/single-life/powerful-women>).

Mêmes références également à des auteurs de sciences sociales, notamment le sociologue Michael Rosenfeld, cité sur *EliteSingles* et *OkCupid*. Le renvoi au même sociologue sur des sites qui présentent des valeurs et des objectifs apparemment si éloignés soutient notre hypothèse que la différence entre les philosophies respectives de ces sites en est davantage une de degré que de nature, de forme et d'étiquette plutôt que de fond. Les deux sites s'insèrent dans une culture dominante qui professe des valeurs libérales de réalisation de soi, de choix individuels, et une approche similaire des changements sociaux concernant les formes de conjugalité et de sexualité ainsi que la place des femmes dans ces changements :

There is quietude and complicity in the manners of generationally specific notions of cool, and more precisely an uncritical relation to dominant commercially produced sexual representations which actively invoke hostility to assumed feminist positions from the past [dans le cas présent, les sites ne manifestent pas de rejet explicite du féminisme] in order to endorse a new regime of sexual meanings based on female consent, equality, participation and pleasure, free of politics (McRobbie, 2004, p.260).

Cette culture est portée par des voix diverses qu'on pourrait rassembler sous l'expression de « psycho pop », mais elle a aussi son pendant théorique en sciences sociales, et le poids de ce volet sociologique justifie qu'on prenne au sérieux cette culture du post-féminisme et du féminisme libéral essentialiste, différentialiste, dépolitisé. Des auteurs comme Kaufmann proposent ainsi une théorisation des rapports contemporains de genre qui déplore les *résidus* du sexisme, derniers éléments d'oppression qui s'incarnent dans la sphère de l'intime : les femmes doivent se libérer sexuellement car c'est le dernier lieu où la lutte est nécessaire, où « une longue mémoire

historique que l'on croyait enfouie remonte à la surface » (Kaufmann, 2004, p.154). De même, Kaufmann met en garde contre la difficulté des femmes à gérer leur liberté et leur droit acquis au « sexe-loisir ». Il les invite à une « révolution douce » (Kaufmann, 2004, p.195) qui consisterait à réhabiliter l'amour et la dévotion à l'autre, une révolution dont elles pourraient être l'avant-garde étant données leurs dispositions culturelles. Le retour des discours sur le *féminin* et le *masculin* résonne également avec les théories des rapports de genre et de la famille moderne (et postmoderne) qui s'appuient sur la psychanalyse, avec des auteurs qui parlent *des genres*, de *l'homme* et de *la femme*. Dagenais soutient que le développement du genre se fait de manière post-oedipienne lorsque la fille peut continuer de s'épanouir dans la continuité de l'identification à la mère et se développer expressivement, tandis que le garçon doit rompre avec la mère et développer son a-féminité, opérer un « déni de sensibilité et d'expressivité dans le comportement » (Dagenais, 2000, p.127). Dans ce processus, Dagenais insiste surtout sur le fait que le genre dans la société moderne ne se manifeste plus de manière objective, dans des activités sociales accomplies par des personnes selon leur genre, mais que « le genre est assujéti à la subjectivité, vassalisé par rapport au sujet qui le domine » (Dagenais, 2000, p.121). L'individu l'emporte désormais sur le genre, ce qui n'empêche pas *les genres* d'être dépendants l'un de l'autre, leur réalisation étant conditionnée par un processus de différenciation et d'attraction de l'un par rapport à l'autre (Dagenais, 2000, p.130). On retrouve des éléments d'analyse semblables dans la pensée de Giddens, à savoir l'idée que l'individualisme contemporain est devenu plus puissant que les rapports de genre, faisant résider ceux-ci dans des dimensions psychologiques, subjectives, des *résidus* culturels, et l'idée d'une interdépendance des deux sexes, en précisant que cette interdépendance n'est *pas* une complémentarité (Giddens, 2004 [1992]). Chez les deux auteurs le masculin et le féminin ont aussi une certaine essence d'origine psychanalytique ou psychologique ; l'action, l'individualité sont du côté du premier et le sentimentalisme, l'expressivité et la réflexivité du côté du second.

On a là un ensemble de médias par lesquels se crée un système de représentations qui assied des conceptions post-féministes. *OkCupid* et *EliteSingles*, et plus largement les sites de rencontres en tant que formes culturelles, s'inscrivent dans cette diversité médiatique et nourrissent cet horizon de significations.

4.2 L'intégration des sexualités queers

4.2.1 L'homosexualité comme niche ; présomption d'hétérosexualité et marchandisation du sujet homosexuel

Dans le paysage des sites de rencontres

Nous avons recensé trois principales manières de faire des rencontres homosexuelles sur les sites de rencontres. D'abord, il est possible sur tous les sites généralistes de faire une recherche du type « homme cherche homme » ou « femme cherche femme ». Certains sites généralistes ont également des extensions gays et lesbiennes. C'est le cas de *eHarmony* qui guide vers sa version homosexuelle *Compatiblepartners*, et ce, même s'il est toujours possible de faire une recherche homosexuelle sur le site principal. Le site *Proximeety* mène vers ses versions homosexuelles *Lesbienne.proximeety* et *Gay.proximeety* (ainsi qu'une extension *Senior.proximeety*). Enfin, on a trouvé ce type de fonctionnement sur *BeSocial* qui génère *Allmale* et *Girlfriendsmeet*. Les sites gays et lesbiens qui s'inscrivent dans une série de sites de niches constituent le troisième type de recherche homosexuelle. *GayCupid* et *PinkCupid* appartiennent à *CupidMedia*, *Ellerencontre*, *Justwomen*, *Pinkmeet*, *Gaymtl*, *Gayconnexion* et *Gaymeetmontreal* sont générés par *Dating Factory*, et on peut aussi nommer *LesbianCupid*, créé par *CupidsArrow*. Ces sites apparaissent aux côtés de sites spécifiques qui s'adressent à des publics ciblés selon des critères qui concernent majoritairement la race, l'ethnicité et l'âge, et s'inscrivent dans une économie de la segmentation. Différentes catégories démographiques sont alors construites comme autant de segments de marché (Bergström, 2014, p.151). L'orientation sexuelle, ou plutôt l'orientation homosexuelle en constitue un exemple. Plus généralement, en dehors des sites qui visent un public

spécifiquement homosexuel et qui explicitent ce ciblage, les autres sites de niches (notamment ethniques et d'âge) aussi bien que les sites généralistes sont destinés à un public supposément hétérosexuel. De même, nous n'avons trouvé aucun site homosexuel « indépendant », c'est-à-dire qui ne soit ni une extension d'un site hétéro-orienté (terme emprunté à Bergström pour qualifier les sites dits généralistes et qui visent implicitement un public hétérosexuel), ni une niche générée par une compagnie de la *dating industry* ou une marque blanche. L'homosexualité est ainsi toujours le différent, la spécificité, une dérogation par rapport à une norme hétérosexuelle sous-entendue. Comme Bergström (Bergström, 2012, p.234), nous empruntons le concept de « présomption d'hétérosexualité » à Butler (Butler, 2005) pour décrire ce dispositif. En somme, l'homosexualité doit toujours être nommée pour être visible, quand l'hétérosexualité est toujours insinuée.

Au sein des sites

Les modalités par lesquelles les sites dits généralistes sont hétéro-orientés sont de plusieurs sortes. D'abord, le fonctionnement procédural de ces sites participe de la présomption d'hétérosexualité : la position par défaut du moteur de recherche indique presque toujours une recherche hétérosexuelle. On l'a vu avec *eHarmony* et *Quebecrencontres* au chapitre précédent, mais c'est aussi le cas de *PlentyOfFish* (*Pof.com*), *Match* et même *OkCupid* où la position par défaut propose « You are a straight woman » (<https://www.okcupid.com/>). La présomption d'hétérosexualité se retrouve également dans le contenu visuel des sites, dans les photographies de couples hétérosexuels qui peuplent les sites, dans la prédominance des photographies de femmes seules qui suppose un régime hétérosexuel, ou dans le choix des couleurs et du design comme la prévalence du rose et du bleu sur *Quebecrencontres*. La présomption d'hétérosexualité n'est pas incompatible avec la visibilité de l'homosexualité, au contraire, elle s'accompagne d'une visibilité bien spécifique, et la transformation de l'homosexualité en niche est une manifestation de cette visibilité accordée aux sexualités non hétéro en tant qu'exceptions et variations vis-à-vis du

référent. Les articles d'*EliteSingles* consacrés et adressés aux membres gays et lesbiennes illustrent cette spécialisation de l'homosexualité, corollaire d'un espace hétéro-orienté qui intègre l'homosexualité. Il s'agit d'articles aussi standardisés que des sites de niches et qui respectent une même structure. Cette forme standard propose un premier paragraphe de mise en contexte de la population ciblée – dans le cas des gays et des lesbiennes, un court résumé de l'évolution de la communauté gay et des lieux de rencontres privilégiés, pour poursuivre avec un deuxième paragraphe qui précise qu'être homosexuel n'est pas un point commun suffisant pour se plaire, d'où, dans un troisième temps, une invitation à rejoindre *EliteSingles*, un site qui a bien conscience que le ou la lecteur.rice cherche l'amour et pas seulement une autre personne homosexuelle. Cette organisation de l'argument se retrouve pour de nombreux articles visant des groupes notamment ethniques et religieux, et c'est presque simplement le nom dans le titre qui diffère à chaque fois. L'homosexualité est donc traitée comme une niche, c'est-à-dire une catégorie parmi d'autres que l'on peut même cumuler avec d'autres. Dans le cas d'*EliteSingles*, on peut notamment la cumuler avec la catégorie des professionnels de classe supérieure. Se voulant un site relativement chic, qui pratique pourtant la segmentation de la même manière que les autres, *EliteSingles* joint à son ciblage un discours d'authenticité qui soutient que sur ce site, l'homosexualité n'est *pas* considérée comme une niche puisqu'eux ont compris qu'on peut être à la fois gay, professionnel en pleine carrière *et* à la recherche de l'amour. Ils se disent donc « loin des accroches redondantes des sites de rencontre gay s'appuyant exclusivement sur l'homosexualité » (<https://www.elitesingles.ca/fr/revue/rencontre/rencontre-gay>). Au-delà de ces articles à visée très spécifiques, tous les articles de la revue d'*EliteSingles*, articles d'analyse des tendances amoureuses ou conseils amoureux et psychologiques, sont implicitement adressés à un public hétérosexuel.

4.2.2 Visibilité et représentations homosexuelles ; gays, lesbiennes et transposition des rapports de genre

Si l'homosexualité est désormais visible d'un point de vue strictement quantitatif, elle apparaît toutefois quasi systématiquement traitée en tant que dérivée de l'hétérosexualité. Par ailleurs, la reproduction sur les sites et pages homosexuelles des relations de genre instituées par un système hétérosexuel fait partie des modalités de représentation des sexualités *queers*.

Au regard des photographies qui illustrent les sites et les pages consacrées aux rencontres homosexuelles, on peut d'abord observer un report sur les hommes gays et sur les femmes lesbiennes des exigences de conformité au genre qui sont issues et constitutives du système hétérosexuel. Les images génériques qu'on trouve sur les sites mettent en effet en scène des couples de femmes maquillées, aux cheveux longs, *féminines*, et des couples d'hommes à la silhouette relativement athlétique, aux cheveux très courts, dans des poses assez *masculines*. On a vu que les hommes et les femmes font l'objet de politiques de représentations distinctes sur les sites de rencontres hétéro-orientés, que les premiers sont moins objets que sujets du regard et qu'ils sont associés au désir sexuel tandis que les secondes sont toujours exposées et associées à une certaine réticence à la sexualité, et que ces choix des concepteur.rice.s correspondent à des présupposés propres à un système d'échange économique-(hétéro)sexuel unilatéral. Sur les sites de rencontres homosexuelles, on retrouve des représentations genrées similaires et cette observation nous conforte dans l'idée d'un calquage des schèmes hétérosexuels sur les relations homosexuelles. On a pu distinguer deux catégories d'images de femmes lesbiennes. La catégorie dominante sur l'ensemble des sites affiche l'image de couples de femmes jeunes, souriantes, dans des positions classiques de couple, l'une derrière l'autre par exemple, souriant toujours à la caméra. Sur ces photographies, les relations mises en scène semblent relever des registres de l'amitié forte, de l'amour ou de la tendresse. Elles évitent en revanche de suggérer des relations sensuelles et sexuelles. Les pages d'accueil de *PinkCupid* et *Ellerencontre* sont à cet

égard exemplaires ; les deux sites présentent des photographies principales presque exactement similaires, deux jeunes femmes entrelacées souriant de toutes leurs dents à la caméra, toutes deux brunes aux cheveux longs, maquillées, dont l'enlacement inspire l'amitié, presque la sororité (<https://www.pinkcupid.com/>, <http://www.ellerencontre.ca/>). On retrouve ce type d'illustration sur *Justwomen*, *Girlfriendsmeet*, ou sur la page consacrée aux femmes lesbiennes sur *EliteSingles*. L'autre image typique propose une version plus sexy, comme la photographie principale de *Lesbienne.proximeety* qui met en scène une femme brune qui embrasse sensuellement une femme blonde en la tenant par le cou. Le plan s'arrête juste en-dessous des épaules et laisse penser que les deux femmes sont presque nues, ce qui ne les empêche pas de porter des bijoux clinquants. La brune ferme les yeux et la blonde regarde dans le vide, sans sourire. Les codes de l'image convergent vers un imaginaire de sensualité et de relation sexuelle qui semble toutefois correspondre à un scénario érotique lesbien imaginé par et pour des personnes (hommes) hétérosexuelles : la brune aux cheveux courts et la blonde aux cheveux longs, sans sourire, avec un collier au ras du cou et des boucles d'oreilles en diamant, deux *femmes* hypersexualisées (<https://lesbienne.proximeety.com/>). La photographie de la page d'accueil de *Pinkmeet*, seul site dédié explicitement aux rencontres légères entre femmes, use de symboles similaires. Deux femmes nues sont couchées l'une sur l'autre dans des draps blancs, supposément après une relation sexuelle, on ne voit pas leurs yeux mais très bien, en revanche, la poitrine de celle qui est sur le dos ainsi que sa bouche entrouverte. Le seul détail qui perturbe leur nudité est la paire de boucles d'oreille en diamants portée par chacune d'elle (<http://www.pinkmeet.ca/>). En somme, on retrouve sur les sites lesbiens les deux pôles de représentation qui correspondent au système représentatif de la mère et de la putain mis en évidence par Chamberland et Thérout-Séguin dans le cadre d'une enquête sur les représentations de la sexualité lesbienne en milieu du travail :

Du côté des lesbiennes, on assiste à une double qualification : soit d'un côté, l'asexualité, qui pourrait représenter le stéréotype de la mère n'ayant pas de sexualité ou à l'inverse, celle d'une sexualité qui ne

respecte pas les cadres normaux, donc en lien avec l'image d'une « putain » (Chamberland et Théroix-Séguin, 2009, p.9).

Avec ces figures de femmes lesbiennes, soit dénuées de sexualité soit érotisées selon des critères masculins hétérosexuels, le caractère subversif du lesbianisme comme sexualité qui déroge et sort du système hétérosexiste est annihilé. Au contraire, ces modalités de représentation permettent de réintégrer une sexualité marginale dans un circuit hétérosexuel, de faire de la lesbienne une femme au sens de Wittig, c'est-à-dire une formation imaginaire et propriété des hommes (Wittig, 1980a, p.78), quand le fait de refuser l'hétérosexualité doit permettre d'échapper à cette « relation sociale particulière à un homme, (...) relation qui implique des obligations personnelles et physiques aussi bien que des obligations économiques » (Wittig, 1980a, p.83).

Dans le cas des images d'hommes gays, on retrouve la même prévalence de la conformité au genre mais on a observé une plus grande diversité des types de corps représentés, que ce soit en termes d'âge, de style vestimentaire, ou de correspondance au genre assigné. Alors que les femmes représentées, lesbiennes ou hétérosexuelles, sont toujours minces, féminines, jeunes, il semblerait qu'une plus grande marge vis-à-vis des normes d'apparence physique soit accordée aux hommes gays. Ce contraste est notamment visible si on compare les deux versions homosexuelles de *BeSocial* que sont *Allmale* et *Girlfriendsmeet*. Le premier est tout bleu, le deuxième tout rose. Sur *Grilfriendsmeet*, on tombe aléatoirement sur trois différentes photographies sur la page d'accueil. Les trois présentent toujours des femmes jeunes très maquillées qui regardent la caméra. Sur *Allmale*, la même alternance affiche un jeune homme seul regardant la caméra et deux autres photographies de couples dont un couple d'hommes d'une bonne quarantaine d'années avec de l'embonpoint. En-dessous de la photographie principale, deux bandes de photographies présentent des hommes seuls et des couples associés à des témoignages. On peut y voir : un couple d'hommes musclés torsés nus, deux couples de jeunes hommes conformes au genre masculin et dans un style vestimentaire

banal, un homme seul relativement viril en chemise, cheveux courts et vêtements ordinaires, un couple de quinquagénaires en costume de mariage, un jeune homme seul efféminé et maquillé, un couple proche de la cinquantaine et un homme seul plus âgé et habillé de manière plus excentrique avec un chapeau de cow-boy et une veste en cuir sans manche. On a donc une pluralité de modèles de corps d'hommes gays, avec des corps plus âgés et moins parfaits selon les canons de la beauté, comme si le différentiel d'injonctions à la perfection physique et esthétique selon le genre dans le modèle hétérosexuel se reportait dans le modèle homosexuel. La « normalité de genre » (Chamberland et Thérroux-Séguin, 2009, p.6) et la jeunesse sont plus valorisées et exigées chez les femmes, peu importe leur orientation sexuelle.

Le corollaire de ce transfert des rapports de genre qui prévalent dans le système représentatif hétérosexuel est la reconduction de l'image de la femme comme objet du regard des hommes hétérosexuels. Les images décrites ci-dessus et la conformité physique qui les caractérise, que ce soit dans le rôle de la mère ou de la putain, répondent à des critères de présentation hétéro-orientés dans le but de satisfaire le regard masculin. Ce droit de regard repose sur un imaginaire dominant qui veut que la sexualité lesbienne ne puisse exister en soi, mais toujours de manière ouverte pour les hommes ou bien de manière asexuelle :

L'assimilation du lesbianisme à une disponibilité sexuelle à tout venant, sans restriction, ce qui nie l'éventualité qu'il s'agisse d'un choix fondé sur une préférence pour la sexualité avec une autre femme. Le parallèle entre l'image de la lesbienne et celle de la « putain » est particulièrement frappant : les deux seraient prêtes à avoir du sexe, sous toute forme, avec n'importe quel homme, les deux peuvent être abordées sans ménagement selon son désir et au moment qu'il [l'homme] choisit (Chamberland et Thérroux-Séguin, 2009, p.12).

Sur les sites de rencontres comme dans d'autres espaces sociaux (comme le lieu de travail), les femmes lesbiennes ne sont pas seulement recherchées par d'autres femmes mais aussi par des couples hétérosexuels et des hommes, de sorte qu'elles ne sortent

pas du continuum de l'échange économique-sexuel entre hommes et femmes. On a pu constater cette tendance à toujours réintégrer le lesbianisme dans un schème hétérosexuel en utilisant un compte de femme « lesbienne bisexuelle » sur *OkCupid*. Ce compte nous rendait visible autant par les femmes lesbiennes et bisexuelles que par les hommes hétérosexuels et nous avions accès à ces mêmes groupes. Nous avons reçu une grande quantité de messages durant toute la durée du terrain, toujours d'origine masculine. Surtout, c'est la surreprésentation des profils masculins dans la page d'accueil de notre compte qui nous est apparue comme significative ; la page d'accueil qui s'affiche lorsqu'on se connecte génère aléatoirement en haut de page cinq photographies de profils. On peut cliquer sur une photographie d'un profil qui nous intéresse ou bien cliquer pour se faire proposer cinq nouveaux profils. Après avoir généré de nombreuses nouvelles séries de profils, on a pu constater la surreprésentation systématique des profils masculins : sur les cinq profils présentés à chaque fois, on trouvait un maximum de deux profils féminins. Une des raisons de cette écrasante majorité masculine pourrait être que les hommes sont plus nombreux à acheter la « A-List » et donc à payer pour rendre leur profil plus visible. Nous n'avons pas les moyens de vérifier cette hypothèse, et si elle se trouvait être exacte, elle irait dans le sens d'un maintien du continuum de l'échange économique-sexuel. Ce pourrait aussi être dû à une plus grande proportion d'hommes hétérosexuels que de femmes lesbiennes et bisexuelles sur le site, supposition dont nous pouvons douter et qui de toute façon ne justifierait pas un tel déséquilibre.

Un dernier élément directement importé des rapports de genre dans un contexte hétéronormatif et qui est en filigrane dans les représentations des femmes lesbiennes analysées ci-dessus est la répartition genrée entre sexe, masculin, et amour, féminin. Cette distinction est tangible dans les photographies dont on a pu observer qu'elles privilégiaient un imaginaire d'amitié et de tendresse pour les femmes lesbiennes. On retrouve ce présupposé de l'asexualité ou de la réticence à la sexualité dans le contenu textuel, par exemple dans les mentions plus présentes de sécurité, de fiabilité et de

sérieux des sites, mentions basées à la fois sur l'idée d'une certaine réticence sexuelle ainsi que sur la conception (fondée) des femmes lesbiennes comme proies des hommes hétérosexuels qui se créent de faux comptes de femmes lesbiennes. Une illustration claire de la répartition genrée du duo sexe/amour apparaît en comparant les textes de présentation des sites gay et lesbien de *CupidMedia*. Comparer deux sites de niches construits sur un modèle identique est toujours intéressant puisque les choix d'éléments différents seront nécessairement significatifs. Ainsi, sur *PinkCupid*, le texte de présentation insiste beaucoup sur la sécurité, la confiance et les possibilités de trouver l'amour ou l'amitié :

As a large online lesbian community, we are one of the most trusted places for women to connect, *fall in love and get to know each other*. Whether you're looking for a *friend* or the love of your life, find them a fun and secure environment on PinkCupid (<https://www.pinkcupid.com/#1>, mes italiques).

Sur *GayCupid*, le même paragraphe met en avant les milliers d'hommes gays présents sur le site et ne fait jamais référence à une possible amitié :

Sign up for a free membership to start browsing 1000s of fantastic gay personals from around the world. (...) Whether you're looking for a *date* or the love of your life, find them in a fun and secure environment on GayCupid (<https://www.gaycupid.com/#2>, mes italiques).

Si la distinction est claire dans ce cas précis, la place de la sexualité dans les représentations des hommes gays n'est pas moins complexe et s'inscrit dans un ensemble de règles qui modèlent la visibilité des sexualités non hétéros.

4.2.3 Les modalités de l'intégration des sexualités queers dans le discours progressiste

Le bon homosexuel

Si l'association de la sexualité pour elle-même et de la masculinité se transpose dans les représentations des hommes gays, ce maintien des identités de genre se combine avec d'autres exigences liées plus spécifiquement à l'imaginaire social qui entoure

l'homosexualité et le rapport à la sexualité proprement dite. L'un des stéréotypes les plus négatifs à l'égard des hommes gays est celui qui leur attribue une sexualité débridée, détachée de toute émotion et qui se manifeste notamment par la multiplicité des partenaires, une forte activité sexuelle et des pratiques jugées irresponsables. Ce portrait fait figure de repoussoir sur les sites de rencontres homosexuelles, traversés par une distinction sérieux/pas sérieux qu'on a retrouvée sur la grande majorité d'entre eux. À quelques exceptions près (*Gaymeetmontreal* qui propose plus un continuum allant de la rencontre éphémère à l'histoire d'amour), le discours du sérieux, de l'amour et de l'engagement monogame est dominant sur les sites gays qui mobilisent cet objectif précisément pour se distinguer de sites immoraux : « Si vous cherchez l'amour, il est temps de vous inscrire sur GayMtl.ca » (<http://www.gaymtl.ca/>), « Rencontrer des milliers d'hommes gays à la recherche d'un amoureux » (<http://www.boiteamale.com/>), ou, encore plus explicite,

Fatiguer de "grindé" [sic] ? Cherchez-vous quelque chose de plus sérieux qu'une simple relation occasionnelle ? GayConnexion.ca est un site de rencontre destiné aux célibataires homosexuels qui souhaitent établir une vraie relation sérieuse et durable avec une personne du même sexe. Ici, il n'y a pas de relations légères ou éphémères, vous pourrez y rencontrer des hommes de tous genres à travers le Canada (<http://www.gayconnexion.ca/>).

La visibilité à grande échelle de la sexualité gay repose donc sur une conception assez restreinte du type de relation envisageable, que certains sites vont qualifier de *vraie* relation. Les versions homosexuelles des sites généralistes proposent un discours similaire dans la mesure de leur philosophie de base : sur *EliteSingles* et *Compatiblepartners* on trouvera un discours insistant sur le sérieux et la recherche de *vraies* relations durables alors que *Allmale* et *Girlfriendsmeet* proposeront des rencontres plus *casual* à l'image de la version originale *BeSocial*. Les textes de *Elitesingles* et *Compatiblepartners* représentent bien la logique et la morale qui conditionnent la visibilité homosexuelle :

Les clichés liés à la communauté gay véhiculent souvent l'idée que ses membres ne recherchent pas le grand amour et qu'ils préfèrent au contraire les rencontres passagères effectuées dans les bars, clubs ou saunas. Par ailleurs, il est encore rare de voir un film ou un feuilleton télévisé avec deux personnes de même sexe en couple. Or, nombreux sont les gays à rechercher le grand amour, et à le revendiquer. De plus, bien que la situation soit encore loin d'être idéale, la société connaît un lent changement de mentalité, et se montre davantage ouverte. Une raison de plus de croire au grand amour pour tous. C'est une réelle évolution de notre société qui autorise deux hommes à s'aimer et à vivre heureux, ensemble (<https://www.elitesingles.ca/fr/revue/rencontre/rencontre-gay>).

Gay Dating for Relationship-Minded Gay and Lesbian Single. Compatible Partners is not your average gay dating site or lesbian dating site. At Compatible Partners, we are committed to helping gay singles and lesbian singles find love every day. The traditional gay dating site or lesbian dating site model, offering only picture and profile browsing, can be ineffective for those gay singles and lesbian singles looking for a long-term relationship - love that lasts. At Compatible Partners, we deliver more than gay and lesbian personal ads (<http://www.compatiblepartners.net/>).

Dans ces présentations, on peut voir comment l'injonction à une sexualité spécifique, monogame, liée à un sentiment amoureux et des projets conjugaux, une sexualité calquée sur le script hétérosexuel, est transformée en ouverture d'esprit et en progressisme : l'intégration des personnes homosexuelles dans la sphère morale de la conjugalité constitue la voie de leur intégration dans la société et de la reconnaissance de leur existence. Il s'agit d'un *droit* à l'amour dont le pendant sous-jacent est le mariage, vivement suggéré dans les images des plusieurs sites. Les deux hommes qui illustrent la page d'accueil de *GayCupid* portent chacun une alliance. Ceux de *Gaymtl*, *Allmale* et de la page consacrée aux rencontres gays sur *EliteSingles* sont en costume prêts à aller se marier ou en train de célébrer leur union autour d'une coupe de champagne. La suggestion du mariage concerne presque uniquement les couples d'hommes gay, à l'exception du site *Justwomen* sur lequel on peut voir deux femmes

l'une derrière l'autre, celle en arrière plus masculine, brune, cheveux courts, en costume, celle de devant blonde, cheveux longs bouclés, en robe bustier avec un bouquet de fleur dans les mains et une croix autour du cou (<http://www.justwomen.ca/>). En dehors de cette image qui reporte rigoureusement les éléments de la conjugalité hétérosexuelle (et chrétienne) sur le lesbianisme, les autres photographies illustrent davantage l'amitié et la sororité pour les raisons qu'on a vues plus haut. L'image de l'homme gay doit donc maintenir un équilibre entre la sexualité active propre à la masculinité et une sexualité *morale*, pas dénuée de sentiments, pas purement physique. Ce conditionnement rejoint les modalités de l'inclusion de la sexualité queer dans l'espace public décrites par Clarke : la visibilité, et avec elle la légitimité de l'homosexualité ne sont pas quantitatives mais bien qualitatives dans le sens où elles reposent sur une définition de l'homosexuel « normal », c'est-à-dire moral (Clarke, 2000, p.36). La circonscription de l'identité homosexuelle telle qu'elle devient acceptable et donc visible repose sur le tracé d'une culture gay « responsable » (Clarke, 2000, p.46).

OkCupid : principes et réalités de l'intégration de la sexualité queer

La majeure partie des sites de rencontres produit un discours de progressisme et de distinction vis-à-vis d'autres sites homosexuels « classiques » qui fonctionnent par annonces et sont dédiés à des rapports purement sexuels¹¹. Ce discours définit les contours de l'intégration homosexuelle dans la sphère du grand public par le droit à une sexualité aussi morale que celle des hétérosexuel.le.s voire calquée sur le modèle conjugal du mariage et de la famille. Ce processus d'inclusion par mimétisme, plus ou moins explicite et de différents niveaux selon les sites, illustre le fait que « le coût de l'accès à l'espace public médiatisé réside dans la normalisation » (Cervulle, 2014, p.149). On peut alors se demander comment se situe *OkCupid* sur ce continuum de

¹¹ Nous n'avons pas intégré ces sites par annonces dans notre enquête car ils ne correspondent pas à la définition du site de rencontre à partir de laquelle nous avons construit notre terrain. Ils illustrent néanmoins le contraste entre l'hypersexualisation de l'homosexualité masculine et le déni de sexualité qui concerne le lesbianisme.

normalisation. En effet, ce site est largement bâti sur un engagement pro LGBT. En plus de la possibilité de choisir parmi 23 genres et 12 orientations sexuelles, l'absence de photographies et de *success stories* dénotent le refus de proposer des scénarios et des scripts sexuels. *OkCupid* permet de faire des recherches bisexuelles, donc de chercher des hommes *et* des femmes, ce qui est rare sur les sites de rencontres. Lorsque l'on sélectionne une orientation non hétérosexuelle, on peut choisir l'option « I don't want to see or be seen by straight people » (<https://www.okcupid.com/>). Comme mentionné plus haut, le site possède également une page *Identity* consacrée à la définition des orientations sexuelles et à la sensibilisation à la diversité sexuelle. Enfin, dans tout le contenu textuel du site, c'est le pronom neutre « they » qui est utilisé pour parler des membres, et non « he » ou « she ». Ces détails manifestent une volonté de démarcation et de positionnement politique clair contre le binarisme et l'hétéronormativité. Nous avons toutefois trouvé quelques contradictions comme la position initiale par défaut du moteur de recherche, « straight woman » ou encore l'ordre d'apparition des orientations possibles « straight, gay, bisexual, other » qui maintient l'hétérosexualité comme situation de base et place le lesbianisme en huitième position après « gay » et « bisexual ». Toujours dans le moteur de recherche, on a constaté que peu importe le ou les genres que l'on choisit parmi les 12, on doit finalement choisir d'apparaître dans la catégorie de recherche « homme » ou « femme », sans pouvoir choisir les deux, ce qui vient annuler la possibilité de ne pas s'identifier au genre binaire. À cela s'ajoute la surreprésentation des profils masculins dans les profils proposés à un compte de femme bisexuelle (voir plus haut). C'est aussi sur le blog du site que nous avons pu relativiser le poids et la signification du *militantisme* de *OkCupid*, car il y a bien une présomption d'hétérosexualité qui en ressort. En effet, tous les articles portent sur et s'adressent implicitement à un public hétérosexuel, à l'exception des articles spécifiquement et littéralement consacrés aux membres homosexuel.le.s. Les articles sur *l'empowerment* des femmes, sur le féminisme et les relations entre hommes et femmes s'inscrivent bien dans un cadre hétérosexuel dont la mention n'est pas faite.

L'article consacré aux personnes homosexuelles que l'on a trouvé durant la période de notre terrain date de 2010 et est intitulé « Gay sex vs. Straight sex. Data on gay and straight behavior on OkCupid ». Il s'agit en fait d'un article adressé au public hétérosexuel et qui a pour objectif de déconstruire les stéréotypes associés à l'homosexualité. Comme dans le cas de l'article sur les femmes plus âgées, cette déconstruction passe par l'usage de statistiques qui *prouvent* que les homosexuels, dans la réalité, ne correspondent pas à ces représentations négatives. L'auteur établit ainsi plusieurs constats selon le *data* dont dispose l'équipe de *OkCupid*. D'abord, « gay sexuality is not a threat », c'est-à-dire que les homosexuels qui cherchent à rencontrer et « convertir » des hétérosexuels sont en fait très rare. Ensuite, « gay people aren't promiscuous », ils n'ont pas une sexualité plus active que les hétérosexuels : « the statistic reality is that gay people as a group aren't any more slutty than straights ». Enfin, « straight people have gay sex, too » ; il y a plus de « gay curious » aux États-Unis que ce que l'on pense. L'auteur poursuit son enquête en comparant 23 traits de personnalité gays et hétérosexuels. Cette fois, les stéréotypes de caractères sont confirmés par les statistiques. Les hommes hétérosexuels sont plus violents et confiants quand les hommes gay sont plus sensibles et créatifs. Les femmes hétérosexuelles sont plus religieuses et polies quand les femmes lesbiennes sont plus violentes, plus amatrices de drogues, créatives, coquines au lit et aventurières. Même conclusion en ce qui concerne les goûts lorsque l'auteur compare « Stuff Gay People Like » et « Stuff Straight People Like », en précisant que tout est basé sur « the users' own words » ; les stéréotypes de la culture populaire associés aux identités sexuelles sont confirmés. L'auteur établit alors l'écart statistique des membres homosexuels, bisexuels et hétérosexuels par rapport à la norme dans un schéma qui montre que les derniers sont les plus *mainstream* et les premiers les plus éloignés de la norme :

There's no question that according to this analysis gay people are "different" ; as you can see, gay interests and self-descriptions have little to do with the mainstream's. In fact what these numbers are saying is

that the average gay person has only about 30% in common with the average American (<https://theblog.okcupid.com/gay-sex-vs-straight-sex-49227971d33>).

Il insère dans la comparaison une catégorie ethnique, celle des « Indian users » qui s'avèrent tout aussi éloignés de la norme et pourtant pas victimes de discrimination :

Of course, as far as I know, no one's saying that Indians shouldn't get married or shouldn't be allowed to adopt children. The people of Louisiana even elected Bobby Jindal, an openly Indian man, as their governor. We hope gay people can expect the same treatment very soon (<https://theblog.okcupid.com/gay-sex-vs-straight-sex-49227971d33>).

Bien que l'on puisse se perdre dans le fil conducteur de l'article, le raisonnement est le suivant :

- les homosexuels ne sont pas des pervers menaçant les hétérosexuels et les enfants. Ils ont une sexualité tout à fait semblable à celle des hétérosexuels.
- les personnalités homosexuelles sont quand même très *différentes* de celles de l'Américain moyen : il y a une culture gay avec ses propres références.
- mais c'est aussi le cas des Indiens qui ont leur propre culture et à qui on n'interdit pas de se marier ni d'avoir des enfants.

On a affaire ici à une comparaison entre les luttes anti-homophobes et les luttes antiracistes qui sous-entend non seulement qu'elles sont comparables mais aussi que le racisme a disparu. Nous avons aussi à faire à un processus d'intégration de l'homosexualité dans l'espace public via la catégorisation et la délimitation précise de cette identité sexuelle et culturelle. La volonté de déconstruire les stéréotypes concernant la communauté gay prend la forme d'une définition homogène, statique et univoque de ce que sont *vraiment* les homosexuel.le.s. L'auteur ne détruit ainsi pas du tout les stéréotypes, il leur donne une légitimité en y répondant par des chiffres et en ne tenant pas compte du contenu social et politique de ces représentations culturelles

dominantes et discriminantes. Cette démarche essentialisante correspond davantage à une manière de rassurer le public hétérosexuel en lui montrant que les personnes homosexuelles sont à la fois différentes en termes de culture et de caractère et *comme tout le monde* en ce qui concerne la morale et les mœurs. On a là une bonne occurrence de l'inclusion de la sexualité queer telle que théorisée par Clarke : une visibilité offerte selon la conformité à des valeurs spécifiques, notamment à un érotisme blanc hétérosexuel sur le modèle duquel se dessine la bonne sexualité queer ainsi qu'un discours d'authenticité qui représente une identité gay standardisée comme s'il s'agissait de la *vraie* culture gay, véhiculée de manière transparente et sans filtre, selon « the users' own words ». Un mélange d'assimilation et de spécification très encadrée, de conformisme et de progressisme, toujours à l'intérieur d'un discours qui valorise la *vérité* de la sexualité queer, la transparence *enfin* possible pour cette communauté.

Si les discours de progressisme étudiés dans ce chapitre maintiennent une séparation entre d'un côté le thème de l'émancipation féminine, de la libération sexuelle et du féminisme et de l'autre celui de la visibilité homosexuelle, ils sont générés par un même système hétérosexiste et se fondent sur une logique similaire. L'analyse du post-féminisme sur les sites, à l'aide de la pensée de McRobbie, et celle de l'intégration de la sexualité non hétéro à l'aune du modèle de Clarke font ressortir un complexe théorique et une structure similaires : un enchevêtrement complexe entre conservatisme et progressisme, valeurs traditionnelles et libérales, injonction au conformisme et invitation à l'émancipation individuelle, et la mise en œuvre de cet imbroglio dans des manifestations culturelles où se confondent revendications politiques et stratégies commerciales. Ce flou entre les cadres de pensée du marketing, de la politique et de l'intimité s'inscrit et procède dans une culture populaire où des webmestres, des « rédacteur.rice.s », des entraîneur.euse.s, des psychologues, des sociologues et des agents de communication marketing peuvent délivrer un même type de discours pseudo politique sur une population dont la mise en visibilité devient une

opération commerciale, mais pas seulement. Il ne s'agit pas, en effet, d'un simple processus de récupération et de marchandisation de luttes sociales et de pensées critiques (les pensées féministes et le mouvement anti-homophobe), mais bien de la construction et de la définition des conditions selon lesquelles les existences féminines (émancipées) et homosexuelles sont pensables et autorisées. Ces conditions, ce sont le cadre hyperindividualisé, subjectif, dans lequel viennent se redéfinir des expressions comme libération sexuelle, *empowerment*, communauté gay, lutte LGBT, et, par cette individualisation, l'insertion confortable de ces identités et de ces valeurs dans le moule du système hétérosexuel prédominant ; le maintien dans la conjugalité et la conformité aux rapports de genre. Les sites de rencontres participent de ce mécanisme à des niveaux divers, le long d'un continuum sur lequel ils se placent en fonction du caractère plus ou moins explicite de la normalisation qu'ils organisent et du discours plus ou moins progressiste qui supporte cette normalisation.

CHAPITRE V

RACE, ETHNICITÉ ET SEXUALITÉ

Nous avons esquissé les traits d'un système de contrôle social de et par la sexualité en analysant comment le modèle conjugal hétérosexuel hégémonique intègre, incorpore et *digère* les sexualités et les identités sexuelles qui dérogent aux schèmes hétérosexistes. Cet ordre ne va pas sans une dimension essentielle de la problématique de la sexualité comme système, celle de la race et de l'ethnicité. Cette dernière tient une place centrale dans le processus de définition des publics cibles sur les sites de rencontres et implique un questionnement sur les modes et les choix de mobilisation de l'ethnicité sur ce type de sites quand le rapport entre race et sexualité est historiquement marqué par des rapports de domination de genre et de race. Ce chapitre doit donc compléter l'analyse intersectionnelle du système sexuel dans lequel s'inscrivent et auquel participent les sites de rencontres. La première partie fait état de la constitution de l'ethnicité comme niche et comme critère sexuel ainsi que des conditions de production et de médiatisation du critère ethnique. On y observe le paysage des sites de rencontres comme un lieu privilégié du processus permanent de sexualisation de la race et de racialisation de la sexualité théorisé par Collins (Collins, 2005)¹². Après avoir dressé le tableau des divers scénarios sexuels issus de la

¹² Comme précisé dans le cadrage conceptuel au chapitre I, nous conservons les concepts d'ethnicité et de race car ils nous apparaissent comme étant tous deux nécessaires à une compréhension intersectionnelle des enjeux de rapports de pouvoir à l'œuvre sur les sites de rencontres. Nous parlons

construction de l'ethnicité, la seconde partie interroge cette mobilisation de l'ethnicité sur des sites considérés comme plus généralistes et politiquement corrects. On y analyse le contenu d'articles des revues de *EliteSingles* et *OkCupid*.

5.1 Sexualisation de la race, racialisation de la sexualité

5.1.1 L'ethnicité, une niche pas comme les autres

Présomption de blancheur, présomption d'endogamie

Tous les sites que nous avons analysés dans les chapitres précédents, c'est-à-dire surtout les sites généralistes et les sites de rencontres homosexuelles, ciblent un groupe ethnique particulier de manière implicite, à savoir un public blanc occidental. Si nous avons parlé de présomption d'hétérosexualité en ce qui concerne les sites dits généralistes, nous pensons pouvoir observer sur ces mêmes sites, ainsi que les sites de rencontres homosexuelles, une présomption de blancheur, phénomène qui fonctionnerait comme celui de la présomption d'hétérosexualité décrit par Butler (2005 [1990]) et que l'on peut voir à l'œuvre dans le contenu visuel des sites. Toutes les photographies de ces sites mettent en scène des personnes et des couples blancs, ce qui est sans doute lié à la blancheur majoritaire qui caractérise les agent-e-s de l'industrie du web. Les entreprises de technologies, et parmi elles, les compagnies produisant des sites de rencontres, sont gérées de manière prédominante par des hommes blancs, et quelques femmes blanches (Daniels, 2012, p.697), et l'idée d'un homme blanc comme

de cibles ethniques puisque les sites dont il est question dans le présent chapitre désignent ce type de cible selon des origines géographiques comprises comme caractéristiques plus ou moins désirables dans la recherche de partenaire et auxquelles sont associées des types de rapports sociaux spécifiques, tels qu'ils vont être démontrés ci-dessous. Cela dit, ce ciblage ethnique explicite ne va pas sans une circonscription de la sexualité en termes de race, c'est-à-dire selon des critères physiques associés à certains groupes sociaux et qui s'accompagnent toujours d'un imaginaire issu de ces mêmes aspects physiques. En ce sens, nous pouvons parler également de rapports sociaux de race et ceux-ci s'articulent toujours à une dynamique de rapports ethniques. Il est d'autant plus important selon nous de garder le concept de race que les sites de rencontres produisent un discours dont la composante visuelle est importante. Les photographies étudiées dans cette partie représentent ainsi des personnes racisées, c'est-à-dire présentées au spectateur et à la spectatrice en raison (et uniquement en raison) de caractéristiques physiques associées à une position spécifique dans les rapports sociaux de race. Ainsi, s'il y a production de l'ethnicité, il y a invocation de la race et racialisation du groupe circonscrit.

utilisateur principal des sites découle d'une même structure qui marque toute l'industrie d'internet : « race is built into the Internet industry » (Daniels, 2012, p.697). La présomption de blancheur exprime ainsi un racisme systémique. Sur les sites de rencontres, elle se donne à voir dans la construction d'un client blanc par défaut. Cette présomption de blancheur ne signifie pas que l'appartenance ethnique est simplement ignorée, il s'agit au contraire d'un critère fondamental de la recherche, en témoigne son omniprésence dans les questions de base concernant la description de soi et du type de personne recherché, aux côtés de l'âge, du sexe, de l'orientation sexuelle, du statut relationnel et parfois de l'emploi. L'ethnicité est un élément déterminant de l'identité et un facteur de discrimination actif ; sur chaque site, la mention de l'appartenance ethnique d'ego d'une part, la sélection des ethnicités des partenaires recherchés qui seront acceptées ou refusées d'autre part, font partie des premières informations à compléter pour créer un compte. Couplé à l'écrasante majorité de photographies de couples blancs sur les sites généralistes et homosexuels, ce fonctionnement soutient non seulement une présomption de blancheur qui définit l'ethnicité comme le non-blanc, et donc *l'autre*, mais aussi une présomption d'endogamie, c'est-à-dire de préférence pour un.e partenaire appartenant au même groupe ethnique. En effet, le seul site généraliste sur la page d'accueil duquel on peut trouver des photographies de personnes non blanches présente côte à côte un couple hétérosexuel blanc et un couple hétérosexuel noir (<http://www.besocial.com/>), pas de couple mixte. On a donc une double norme de blancheur et d'endogamie, un pré-supposé (et une injonction) d'entre-soi communautaire inhérent aux sites et qui se matérialise dans l'ampleur et la diversité des usages de l'ethnicité comme niche dans le paysage des sites de rencontres.

Les types de mobilisation et de production de l'ethnicité

Le premier type de sites qui a pour particularité de cibler une population ethnique est le site ethnico-religieux dont l'objectif explicite est de nature matrimoniale : il s'agit d'assurer la reproduction du groupe ethnique ou religieux en mettant en relation des personnes immigrées habitant dans divers pays. *Lovehabibi.com*, *Singlemuslim.com*,

Meetarabic.com, *Lehlel.com*, pour les rencontres arabes et musulmanes, *Shaadi.com* pour les rencontres indiennes, disposent de fonctionnements spécifiques mettant en avant le pays, voire spécifiquement la région d'origine et la religion comme critères de définition de soi et de sélection de partenaire. Le mode opératoire y est à la mesure des objectifs matrimoniaux et communautaires. Par exemple, la première question à laquelle on doit répondre en s'inscrivant sur *Singlemuslim* concerne les raisons de l'inscription : pour trouver un ou une partenaire pour soi-même, ou pour son ami.e, son fils, sa fille, son frère, sa sœur, son neveu, sa nièce, son cousin, sa cousine, son père, sa mère (<https://singlemuslim.com/signup>). Les questions concernant la religion portent sur le degré de pratique et leurs modalités (voile, nourriture...), la « secte » (« just muslim », « shia », « sunni », « other ») (<https://singlemuslim.com/register/religion>), et les informations sur la personne incluent, en plus des éléments usuels, le pays d'origine, le pays de citoyenneté ainsi que les possibilités de mobilité (« relocation ») (<https://singlemuslim.com/register/personal>). Hétéro-orientés et la plupart du temps exclusivement hétérosexuels, ces sites jouissent donc d'une certaine indépendance par rapport aux sites généralistes et restent dans un fonctionnement communautaire. S'il s'agit là d'une forme de mobilisation de l'ethnicité à des fins de commerce, davantage un commerce du mariage, l'ethnicité n'y est pas utilisée en tant que niche, ce qui supposerait une conception massivement homogénéisée du groupe communautaire visé, quand justement ici les sites proposent une série de déclinaisons fines des types d'appartenance ethnique et religieuse.

On a vu que les sites de rencontres se définissent par le ciblage d'un public qui implique de définir les contours d'une identité propre à chaque groupe démographique visé. La circonscription d'un groupe homogène est le principe même de la niche économique : « la transformation des rencontres en service (...) implique une stylisation de la population interpellée : il s'agit de donner forme à un groupe en simplifiant et homogénéisant ses traits » (Bergström, 2014, p.182). Dans le cadre de notre recherche, c'est l'ethnicité qui est apparue comme la niche principale dans le paysage des sites.

Les marques blanches et compagnies de la *dating industry* déjà citées, *CupidMedia*, *PeopleMedia*, *CupidsArrow*, *WorldSinglesNetwork* et *Dating Factory* produisent une majorité de sites spécialisés à caractère ethnique et racial. Ces sites sont une illustration extrêmement fidèle de ce qu'est une niche dans le marché des sites de rencontres, c'est-à-dire le ciblage d'une population spécifique comme segment de marché et la constitution de celle-ci comme groupe homogène. Il s'agit non seulement de viser une population mais bien aussi de créer les contours de cette population et c'est en ce sens qu'on ne parle pas seulement de mobilisation mais aussi de *production* de l'ethnicité (Diminescu *et al.*, 2010, p.28). Dans le cas de l'ethnicité, ce ne sont même plus les différentes ethnicités qui sont ciblées mais bien l'ethnicité en tant que ce qui n'est pas blanc. En témoigne le caractère standardisé des sites : les 29 sites ethniques de *CupidMedia* ne diffèrent entre eux que par le titre et la photographie principale. Le design, le fonctionnement, l'architecture et la présentation des sites sont identiques, qu'il s'agisse de *Muslima.com*, *Latinamericancupid.com* ou encore *Russiancupid.com*. Si *CupidMedia* propose d'autres sites spécialisés en fonction de critères différents (le statut familial, l'orientation sexuelle), c'est pour mieux justifier sa production industrielle de 29 sites ethniques et raciaux. Ceux-ci ciblent des populations originaires d'Afrique, d'Asie, d'Amérique centrale et latine et d'Europe de l'est. Leur imperméabilité délivre un modèle de communautarisation a priori endogame et très spécifique, et dans le même temps tous les sites se ressemblent et fonctionnent à partir d'un modèle opératoire et d'un scénario de la rencontre uniques. L'ethnicité telle qu'elle est produite sous forme de niche est alors un critère supposément culturel, vidé de son contenu, une marque définie en opposition à une non-ethnicité, universelle, blanche. La niche ethnique *CupidMedia* valorise la spécificité tout en maintenant les 29 possibilités ethniques dans un schème de relation et de présentation de soi uniforme. Ce schème est par ailleurs calqué sur le modèle du *dating*, « une pratique culturellement située (aux États-Unis d'abord puis dans le monde anglo-saxon) de la rencontre » (Diminescu *et al.*, 2010, p.31). Enfin, de même que le non-blanc constitue une niche en tant que dérogation par rapport à la norme de blancheur (l'universel), la mixité

déroge à la présomption d'endogamie et les rencontres interraciales constituent une niche active. *Interracialcupid.com* apparaît aux côtés des sites communautaires de *CupidMedia* et on a pu trouver plusieurs sites entièrement dédiés aux rencontres interraciales comme *Planetemetisse.com*, *Interracialdating.com*, *Color-blind.ca*, qui est produit par *Dating Factory*. Corollaire de la présomption de blancheur, la distribution des ethnicités non blanches en sites spécifiques clos et imperméables relève du même principe de catégorisation et de séparation radicale des appartenances ethniques.

Cette force avec laquelle l'ethnicité découpe le paysage des sites de rencontres nous permet de constater l'importance de ce critère sur tous les sites et donc la place centrale de l'ethnicité dans « l'économie du profilage » (Diminescu *et al.*, 2010, p.35) qu'ils constituent. Nous nous intéressons moins ici aux sites d'entre-soi ethnico-religieux car ce sont les représentations des différents groupes sociaux dans et par la culture populaire dominante que nous cherchons à analyser. Aussi, les sites ethnico-religieux relèvent nous semble-t-il davantage d'une évolution technologique que du phénomène social que constitue l'endogamie dans les populations migratoires en lui-même. À cet égard, nous ne pensons pas que les sites de rencontres ont produit des questions sociologiques entièrement nouvelles, en revanche, c'est bien la dimension des représentations qu'ils permettent de par leur nature visuelle et médiatique qui nous intéresse. On s'est donc intéressées aux représentations et scénarios des sexualités des personnes racisées dans le cadre des sites qui utilisent et produisent l'ethnicité comme niche.

5.1.2 Les scripts sexuels du système raciste : l'interrelation entre racisme et hétérosexisme

L'hétérosexualité

Les scénarios de la sexualité racisée, notamment noire, que nous avons observés, sont toujours traversés par une norme d'hétérosexualité qui semble plus forte et spécifique

dans le cas des cibles ethniques. La blancheur presque unanime des sites de rencontres homosexuelles participe de l'idée de l'incompatibilité entre être noir.e et être homosexuel.le dans l'imaginaire de la culture populaire. Cette incompatibilité a été soulevée par Collins lorsqu'elle théorise le processus de co-construction du racisme et de l'hétérosexisme qui donne lieu à une représentation de l'homosexualité comme étant un rejet du désir *naturel* hétérosexuel quand la sexualité noire constitue un excès de ce désir, trop proche de l'état de nature et d'une sexualité animale (Collins, 2005, p.105). Cette impossibilité homosexuelle relève également, sinon plus dans le cadre de nos observations, d'une pensée homonormative qui dépeint la figure de l'homosexuel.le occidental.e comme nécessairement blanc.he de classe moyenne supérieure, l'homosexuel.le racisé.e (surtout arabe ou noir.e) ne pouvant être que dans le secret, menacé.e par les sanctions et la fermeture d'esprit de la communauté à laquelle il ou elle appartient. Le seul site que nous ayons trouvé qui vise un public à la fois homosexuel et racisé (noir surtout), qui est la version homosexuelle du site de rencontres interraciales *Planetemetisse*, présente ce type de raisonnement dans son texte de présentation : « Ici, l'homme gay africain (noir, arabe) ou la lesbienne noire n'ont plus besoin de masquer leurs allures gays et leurs désirs. C'est un homme et une femme libre [sic] qui expriment leurs envies et exhaussent leurs désirs » (<http://gayblacksandwhites.com/>). Le site se présente alors comme un lieu de tolérance, un refuge pour les minorités sexuelles non blanches qui seront protégées, non du racisme mais de l'homophobie présumée de leur communauté ethnique d'origine. De l'autre côté, la forte présomption d'hétérosexualité sur les sites ethniques va dans le même sens d'une exclusion mutuelle entre identité homosexuelle et identité ethnique non blanche. Un indice fort de cette norme d'hétérosexualité réside dans la quasi-omniprésence des photographies de femmes seules dans les pages d'accueil des sites de niches ethniques comme *CupidMedia* ou *WorldSinglesNetwork*, image dont on a pu analyser la signification dans les chapitres précédents et dont nous allons approfondir l'étude afin de décrypter les représentations de la sexualité non blanche, notamment les représentations sexuelles des femmes racisées.

La femme racisée, un produit mis en marché

Beaucoup plus frappante sur les sites de niches ethniques que sur les sites généralistes, la présence d'une jeune femme seule style mannequin regardant la caméra sur les photographies des pages d'accueil standardisées de *CupidMedia* et *WorldSinglesNetwork* est systématique ; elle concerne 25 sites de *CupidMedia* et 13 des 15 sites de *WorldSinglesNetwork*. On a vu précédemment que la mise en vitrine d'une femme sexualisée sous-entendait le ciblage d'un public masculin invité à venir chercher des partenaires féminines. Le cas des sites de rencontres ethniques va dans le même sens et vient intégrer un rapport social de race dans le modèle de la relation d'échange économique-sexuel, comme le soulignent les titres qui accompagnent les photographies : « Beautiful Chinese women await you » (<https://www.chinalovecupid.com/>), ou bien le titre standard et tout aussi suggestif « Find your Colombian beauty » (<https://www.colombiancupid.com/>), qui se décline en de multiples ethnicités : dominicaine, philippine, indonésienne, latine, russe, thaïlandaise, ukrainienne, asiatique, africaine exotique ou simplement étrangère. On peut retrouver cette objectification des femmes racisées dans certaines variations du texte de présentation des sites. *Carribeancupid.com* affirme ainsi dès la première phrase « we have connected thousands of Caribbean *women* with their matches from around the world » (<https://www.caribbeancupid.com/>, mes italiques), comme *Ukrainedate.com* : « UkraineDate has connected thousands of singles with Ukrainian *women* from all over the world » (<https://www.ukrainedate.com/>, mes italiques). La présentation de *Russiancupid.com* opère cette précision avec encore plus d'insistance :

With over 1.5 million singles available online, you have more chances of meeting the Russian woman of your dreams on RussianCupid than anywhere else. Whether you like blondes or have a preference for brunettes from Russia, you can easily browse through 1000s of personals to find the perfect lady for you. (<https://www.russiancupid.com/>).

On voit bien en quoi la sexualisation et l'objectification opérées ici s'adressent à un lecteur masculin hétérosexuel, mais pas seulement ; à travers tous ces sites, la clientèle supposée est non seulement masculine mais aussi blanche. Jamais explicitement mentionné, ce public cible est précisément le majoritaire qui n'a pas, lui, à être défini, qui se réserve la « généralité psychologique et sociale » (Guillaumin, 1972, p.87), et il est interpellé de manière implicite. En effet, ces sites sont présentés comme sites intracommunautaires et pourtant de nombreux signes prouvent une orientation différente. Les photographies de couples qui accompagnent les *success stories* en bas des pages d'accueil de *Asiancupid*, *Afrointroductions*, *Carribeancupid*, *Chinalovecupid*, *Thaicupid* et d'autres, suggèrent aussi des rencontres interraciales, et ce toujours entre une femme de l'ethnicité du site et un homme blanc. Les *success stories* fonctionnent ainsi comme des modèles de couple. La mise en vedette des couples interraciaux suit systématiquement cette distribution genrée de l'ethnicité : l'autre est l'objet de la recherche et non pas son sujet, elle est ethnicisée et cette ethnicité recherchée est sexuée et sexualisée. Cette « distribution internationale du genre » (Diminescu *et al.*, 2010, p.42) autorise les hommes (blancs) à transgresser les codes des sites communautaires et cloisonne les femmes, blanches ou non, dans leur identité ethnique et raciale. On peut appliquer ici l'analyse que fait Nakamura des jeux de rôles sur internet, dans lesquels les joueurs peuvent magasiner la couleur de peau de leur personnage. Elle utilise notamment la figure du touriste pour décrire le processus à l'œuvre dans la possibilité pour les joueurs d'incarner des personnes racisées et de leur donner l'identité stéréotypée de leur choix, métaphore qui peut se transposer au cas de ces sites nombreux, standardisés et adressés à un utilisateur supposé masculin, blanc et hétérosexuel, seul acteur en droit de « voyager » parmi les diverses ethnicités » « the identity tourist [ici plus un *dating tourist*] as one who engages in superficial, reversible, recreational play at otherness, a person who is satisfied with an episodic experience as [dating] a racial minority » (Nakamura, 2002, p.55). Cette analogie fait ressortir une inégalité qui réside dans la capacité à entrer et sortir d'un groupe ethnique quelconque lorsqu'on appartient au groupe majoritaire, non déclaré, blanc occidental, tandis que les

personnes racisées et assignées à une ethnicité unique, notamment les femmes de ces groupes, ne profitent pas de cette mobilité. Les choix de présentation de *CupidMedia* participent ainsi d'une organisation genrée et racisée de la sexualité hétérosexuelle et nous permettent d'esquisser, grâce au caractère grossier des signes utilisés par cette compagnie, les traits d'un système de contrôle sexuel intersectionnel. Les rapports de genre et de race qui sont à l'œuvre sont en effet indissociables de rapports de classe et d'âge : les rencontres types organisées sur ces sites entendent mettre en contact des femmes jeunes, racisées, originaires de ou vivant dans des régions pauvres, et des hommes blancs, plus âgés et plus aisés. On a pu observer la prégnance de ces présuppositions en créant plusieurs profils sur *Afrointroductions*. Tous nos comptes lançaient une recherche automatiquement hétérosexuelle. Notre compte de femme de 26 ans lançait une recherche d'hommes entre 29 et 52 ans, quand notre compte d'homme de 26 ans cherchait automatiquement des femmes entre 20 et 37 ans. Notre compte d'homme de 49 ans cherchait des femmes entre 26 et 45 ans et notre compte de femme de 49 ans des hommes entre 43 et 58 ans. Ces écarts d'âge programmés diffèrent selon le genre de manière bien plus marquée ici que ceux qu'on a pu constater sur des sites comme *EliteSingles*. Sur *Afrointroductions*, on propose aux femmes de rechercher des hommes jusqu'à 26 ans plus âgés et aux hommes des femmes jusqu'à 23 ans plus jeunes. Par ailleurs les hommes jeunes et les femmes plus âgées sont automatiquement dirigés vers des partenaires présumés adaptés à leur âge : les hommes n'ont pas le choix de chercher des femmes plus âgées et les femmes de chercher des hommes plus jeunes mais les écarts sont alors beaucoup moins élastiques. Les normes d'âge interviennent ainsi fortement et de manière sexuée. Enfin, nos deux comptes féminins nous ont proposé une série de profils masculins majoritairement blancs, avec quelques profils d'hommes noirs, quand nos profils masculins nous ont affiché un ensemble de profils composé exclusivement de femmes noires. Il s'agit bien d'une intersection criante des rapports de genre, de race, d'ethnicité, de classe, de sexualité, et d'âge. Au croisement de ces rapports de pouvoir, la figure de la femme racisée est associée à une sexualité intrinsèquement ouverte, disponible et accessible, un peu comme la figure de la femme

lesbienne qui invite nécessairement l'homme hétérosexuel. Dans le cadre d'une production industrielle de sites de niches ethniques, elle constitue un véritable produit en circulation et correspond à deux types de représentations. D'une part, ces sites promeuvent un système plus ou moins avoué de *mail order bride*, c'est-à-dire un système de mise en relation d'homme occidentaux avec des femmes d'Amérique centrale et du sud, d'Afrique, d'Asie et d'Europe de l'est, dans le but de les épouser en échange de papiers. Va de pair avec ce système le modèle de la femme non occidentale douce, épouse fidèle, docile et aimante. D'autre part c'est une figure hypersexualisée de la femme racisée qui est mise en avant, en images et en texte : jeune, belle, sexy et exotique. Ces deux facettes cohabitent sur les sites de *CupidMedia* et *WorldSinglesNetwork* et maintiennent le système représentatif de la mère, femme soumise, et de la putain, réduisant l'ethnicité, d'un côté à un critère culturel (les femmes non occidentales sont de bonnes épouses et mères, pas féministes, plus traditionnelles et respectueuses des hommes), de l'autre à un critère physique et sexuel (les femmes africaines, latines, asiatiques et de l'est possèdent une beauté exotique). Ici se croisent clairement des rapports ethniques, au sens de Juteau (1999) et des rapports de race au sens de Guillaumin (1992).

La mixité propre et explicite : un seul scénario

La figure de la femme racisée incarne de manière quasi intrinsèque un modèle de relation interracial asymétrique sous le signe de la domination de genre, de classe, d'ethnicité, de race. Ce script qu'on penserait caricatural, bien qu'extrêmement présent dans le paysage des sites de rencontres, n'est toujours que sous-jacent, impliqué dans les signes des photographies et des termes utilisés, car il participe d'un imaginaire collectif solidement établi en ce qui concerne la sexualité des femmes racisées. Ainsi, les sites qui misent sur la niche proprement interracial ne s'appuient pas sur ce scénario mais sur un tout autre modèle de couple, plus politiquement correct, plus égalitaire. En effet, les photographies qui illustrent les sites de rencontres explicitement interraciales mettent en scène un type de couple remarquablement uniforme : un couple

hétérosexuel d'âge égal composé d'un homme noir et d'une femme blanche, souvent blonde. Cette illustration domine les pages d'accueil des sites des rencontres interraciales, que ce soit sur *Interracialdating*, *InterracialCupid*, *Planetemetisse*, *Color-blind* ou la page dédiée aux rencontres interraciales sur *EliteSingles* (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/interracial-dating>). Le caractère totalitaire de ce modèle témoigne de l'étroitesse dans laquelle se situe le champ des représentations pensables du couple mixte dans la vie quotidienne. Tandis que les relations interraciales sont pensées presque comme corollaires d'une sexualité racisée dans le cadre d'un rapport de domination évident, tout se présente comme si les possibilités d'un scénario interracial égalitaire reposaient sur un système d'échanges de capitaux : l'homme noir investit son capital masculin et compense son capital ethnique, la femme blanche compense son capital féminin et investit son capital ethnique. Ce modèle s'accompagne d'un discours *colorblind* assez aseptisé : « Where love is more than skin deep » (<https://www.interracialdating.com/>), « Le site de rencontre sans frontières » (<http://www.color-blind.ca/>). Ce scénario n'est pas incompatible avec les représentations réifiantes des femmes racisées, en témoignent la position par défaut du moteur de recherche de *Interracialdating* qui propose en tout temps de chercher une « Black Woman » entre 18 et 25 ans, ou le slogan de *Planetemetisse* qui rappelle l'hypersexualisation des personnes racisées : « Mélanger les cultures pour épicer vos rencontres » (<http://www.planetemetisse.com/>). C'est d'ailleurs sur *Planetemetisse* qu'on trouve ce qui s'apparente à une typologie grossissante des couples interraciaux (en fait des couples noirs et blancs) qui vient résumer nos observations. Le site donne accès, via sa page d'accueil, à plusieurs liens concernant des recherches spécifiques. On peut notamment cliquer sur « rencontre femme blanche », « rencontre hommes noirs », « rencontre femme noire » et « Africaines cherchent homme blanc ». En cliquant sur l'une des deux premières options, on est amenées sur une page composée de la même photographie mettant en scène un couple jeune, homme noir derrière et femme blanche devant, les deux souriant en regardant le même ordinateur, l'homme vêtu d'un polo bleu ciel et la femme d'un maillot rayé. Le lien « rencontre femme noire » guide vers une

photographie présentant dix jeunes femmes noires alignées en robes de soirée et portant chacune un numéro. Cette image suggestive est accompagnée d'un texte qui ne l'est pas moins : « Vous aimeriez que votre coeur balance pour une belle africaine, une belle haïtienne [sic] qui recherche une union stable ? Cette femme existe ! » (<http://www.planetemetisse.com/femmesnoires.php>). Enfin, alors qu'on pourrait logiquement s'attendre à une image mettant en scène des hommes blancs pour la rubrique « Africaines cherchent homme blancs », la photographie de cette page présente neuf femmes noires dans des robes africaines, en ligne, souriant à la caméra, avec pour légende :

Si vous êtes à la recherche d'une femme africaine, n'hésitez pas à vous inscrire !

Vous êtes une femme africaine, ivoiriennes, beninoises, camerounaises, congolaises, sénégalaises, maliennes [sic], vivant en Afrique et souhaitez vous unir à un homme blanc ? Cherchez [sic] un homme vivant à des milliers de kilomètres [sic] reste une mission difficile et engageante. Nous nous proposons de vous aider. (<http://www.planetemetisse.com/femmesafricaines.php>).

Tous les éléments d'un système d'organisation de la sexualité conformément à des rapports sociaux de genre, de race, d'ethnicité et plus indirectement de classe sont présents ; la relation de couple « classique », qui est en fait le couple blanc, moderne et égalitaire, est possible entre un homme noir et une femme blanche, et le rapport de réciprocité se limite à ce scénario. La recherche de femmes noires est nécessairement une chasse ou un magasinage, d'ailleurs les femmes noires à la recherche d'hommes blancs doivent se montrer, se vendre, mais ne sont jamais actives dans le processus de mise en couple, processus qui a nécessairement une visée d'immigration et d'ascension sociale. L'homme blanc est le grand invisible, absent des photographies, car on suppose qu'il est avant tout derrière l'écran.

Lorsqu'elle n'est pas strictement endogame, la sexualité des personnes racisées est une sexualité dans laquelle les personnes blanches sont toujours conviées d'une manière ou

d'une autre, et même une sexualité au sein de laquelle la répartition des rôles et des rapports sociaux est définie par les personnes extérieures à la communauté ethnique dont il est question. Ce système s'inscrit précisément dans un rapport de domination dans lequel les dominants, c'est-à-dire les blancs, ont le pouvoir de définir l'ethnicité des minoritaires et en créent une définition essentialisante qui occulte tous les rapports sociaux et historiques constitutifs de l'ethnicité : « croyant incarner l'universel, les dominants imputent la spécificité, la différence, aux dominés. Quand cette différence est perçue comme fondée sur l'origine commune, on la nomme ethnicité » (Juteau, 1999, p.184). Quand l'ethnicité devient un critère sexuel ou culturel défini par des personnes extérieures à la communauté ethnique, elle est indissociablement liée à une relation interracial. L'illustration de l'intersection des rapports de genre, de race, d'ethnicité, de classe et de sexualité qu'on a pu voir ici nous a été donnée par des sites qui constituent un extrême et sont pourtant très présents dans le paysage des sites de rencontres. Leur aspect caricatural a agi comme une loupe qui nous a permis de voir très clairement les traits d'une organisation de la sexualité et du contrôle des rapports sociaux permis par cette gestion. Il s'agit maintenant de voir comment cette organisation a lieu dans les discours de sites généralistes plus *mainstream*.

5.2 Le discours progressiste du nouveau racisme : les sites plus implicites et équivoques

5.2.1 *EliteSingles* sur le continuum de la production de l'ethnicité comme niche

L'intégration de l'ethnicité comme niche

Les ethnicités non blanches ont une place bien spécifique et délimitée sur *EliteSingles*, où les nombreuses photographies mettent en scène presque exclusivement des personnes blanches – l'exception résidant dans l'illustration de l'article consacré aux rencontres lesbiennes, une photographie qui présente une femme noire et une femme blanche ; les personnes non blanches sont interpellées dans des articles de la rubrique

« Find a Match » de la revue, précisément en tant que personnes racisées. Chaque article adressé à un groupe ethnique relève d'une forme identique. On y fait d'abord état de l'ampleur de la population visée au Canada, dans le même temps qu'on mentionne la difficulté de concilier la fidélité à la culture du groupe d'origine et la modernité de la société dans la recherche de l'amour. On précise par la suite qu'il ne suffit pas d'appartenir à la même communauté ethnique pour s'aimer et que d'autres éléments entrent en jeu, comme le style de vie, la personnalité individuelle, et surtout, dans le cas des membres de *EliteSingles*, le positionnement et la réussite sociale. Ces éléments font de la recherche de partenaire d'un même *background* culturel une quête très complexe qui sera rendue plus aisée et dont le succès sera assuré en passant par un site de rencontres. *EliteSingles* étant un site sérieux qui tient compte de la complexité des rencontres communautaires et ne réduit pas celles-ci à une conception de l'ethnicité comme niche, c'est le site à choisir pour faire des rencontres avec des personnes sérieuses, professionnelles, à la recherche d'une relation durable, *et* du même groupe ethnique. Le site tient ainsi à se distinguer des autres sites ethniques et communautaires « traditionnels » qui ne tiennent pas compte des autres facteurs entrant en jeu dans la rencontre amoureuse. On retrouve ici la structure déjà mise en évidence à partir des articles consacrés au public homosexuel. La standardisation et le caractère uniforme de ces articles laissent penser que, contrairement à ce que les auteur.e.s des articles affirment, la mobilisation de l'ethnicité par l'équipe d'*EliteSingles* est du même acabit que celle opérée par *CupidMedia* et réduit les ethnicités non blanches à des niches interchangeables. Pour chacune d'elle, les enjeux conjugaux sont les mêmes ; il faut savoir mêler tradition et modernité, trouver un ou une partenaire qui sera compatible à la fois sur les plans culturel, social et psychologique. L'ethnicité y est une caractéristique, une spécificité de recherche que l'on peut cumuler avec d'autres, notamment le statut social, comme l'homosexualité l'était dans les articles étudiés au chapitre précédent. On peut ainsi lire des mises en contexte similaires pour les rencontres indiennes – « As many Indo-Canadians know, finding a suitable partner can sometimes seem like an overwhelming task ; a delicate act of balance between

respect for your family, respect for your heritage, and respect for your personal relationship ambitions » (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/indian-dating>), chinoises – « Often the search for love can become a juggling act that requires you to merge respect for your own cultural heritage with the ins and outs of the modern Canadian dating scene » (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/chinese-dating>), ou encore noires :

If you're a Canadian of African and/or Caribbean descent and you want to meet someone who shares your heritage, there's an extra hurdle in place : for it's not always easy to find black singles who both fit that bill *and* who suit your personality and lifestyle (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/black-dating>).

L'uniformité des articles, jusque dans l'ordre des sujets abordés à chaque paragraphe, est telle que près de la moitié de chaque article, prise hors contexte, peut s'appliquer à n'importe quelle population cible : elle met en avant le système de *matchmaking* et le test psychologique du site ainsi que le sérieux de ses membres, comme dans la page d'accueil. C'est donc sur un mode quasi-industriel et automatisé que sont générées des identités ethniques superficielles, reconnaissables principalement par les photographies qui illustrent le texte et les termes qui changent selon les articles (*Black dating, Asian dating, Japanese dating...*), éléments de démarcation qui sont tout à fait semblables à ceux des sites de *CupidMedia*.

Production et représentation de l'ethnicité sur Elitesingles

Les publics ethniques visés par *EliteSingles* sont limités ; les articles s'adressent à un lectorat noir, asiatique et musulman, tandis que les ethnicités proposées lors de la création du profil incluent « caucasian », « First Nations/Inut/Metis », « Latin American », « Other ». Sont écartées (ignorées) toutes les populations d'Amérique centrale et du sud et d'Europe de l'est généralement présentes sur les sites de niches ethniques. Si on a pu trouver un article dédié aux rencontres entre personnes noires et

un article dédié aux rencontres musulmanes, il n'y a pas moins de six articles adressés à des populations asiatiques : rencontres philippines, chinoises, coréennes, japonaises, asiatiques au sens large et indiennes. Étant donné la standardisation du texte, c'est surtout par le contenu visuel que l'on peut analyser les modalités de représentation des identités ethniques. On peut ainsi observer le processus de blanchiment opéré par le site, par exemple à travers les photographies de l'article sur les rencontres noires qui montrent des personnes aux teints clairs et des femmes aux cheveux bouclés ou lisses mais jamais afro. Ce blanchiment va de pair avec les représentations dominantes des hommes et femmes noir.e.s de classes moyennes supérieures dans le cadre d'une « class-specific gender ideology » propre au « new racism » (Collins, 2005, p.177) : l'appartenance à une classe supérieure ne peut qu'être synonyme d'une moindre authenticité de l'identité noire traditionnellement associée à la pauvreté, donc d'une intégration par assimilation à la communauté blanche. En ce sens, *EliteSingles* s'inscrit dans le « color-blind racism » décrit par Collins, où « these respectable Black people must be denuded of Blackness ; they should be seen but not necessarily heard » (Collins, 2005, p.178) :

Under the color-blind ideology of the new racism, Blackness must be seen as evidence for the alleged color blindness that seemingly characterizes contemporary economic opportunity. A meritocracy requires evidence that racial discrimination has been eliminated. The total absence of Black people would signal the failure of color blindness. At the same time that Blackness must be visible, it also must be contained and/or denuded of all meaning that threatens elites (Collins, 2005, p.178).

La production de l'ethnicité sur un site comme *EliteSingles* relève alors de cette intrication complexe entre stratégie commerciale et positionnement moral, à l'œuvre dès qu'il s'agit d'intégrer une quelconque minorité par les médias de la culture populaire, comme on a pu le voir pour l'intégration des femmes et des sexualités queers. La population asiatique, cible ethnique principale de *EliteSingles*, y est présentée de manière aussi standardisée, mais la spécificité des articles sur les rencontres asiatiques,

coréennes, japonaises et chinoises est qu'ils sont également adressés aux personnes extérieures à ces communautés. On peut ainsi lire dans l'article consacré aux rencontres asiatiques :

Alternatively, if you're not from an Asian background but are interested in getting to know someone who is, EliteSingles' Asian dating provides the perfect meeting place to expand your social network and get you in touch with interested (and interesting !) singles (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/asian-dating>).

Et plus bas, des conseils sur les habitudes culturelles des personnes asiatiques concernant la rencontre amoureuse. Même chose pour les rencontres japonaises : « Whether you're a Canadian-Japanese single who is looking for dates who share your heritage, or whether you're simply interested in exploring Japanese dating opportunities » (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/japanese-dating>), ou dans l'article sur les rencontres coréennes dans lequel le site célèbre et promeut sa propre diversité ainsi que le dynamisme de sa « interracial dating community » tout en illustrant le propos par une photographie d'un couple composé d'un homme blanc occidental et d'une femme asiatique (<https://www.elitesingles.ca/en/mag/find-match/korean-dating>). Enfin, la fin de l'article concernant les rencontres chinoises présente une photographie de couple interracial. La page consacrée aux rencontres entre personnes noires ne montre que des couples non-mixtes et l'article consacré aux rencontres interraciales a pour image principale le script dominant du couple interracial, soit un jeune couple composé d'un homme noir et d'une femme blanche et blonde. Cette stricte séparation des scénarios révèle la rigidité avec laquelle la sexualité noire est intégrée dans le domaine du respectable. Dans l'ensemble finalement, cette sexualité racialisée est soit endogame, soit mixte mais prend alors une forme bien spécifique, tandis que la sexualité asiatique est davantage ethnicisée, associée à une *culture* dans laquelle une personne extérieure pourrait vouloir entrer. Elle rappelle également comment la mixité en tant que phénomène pensé et problématisé est toujours

conçue comme concernant les personnes noires et blanches, tandis que la transgression des appartenances ethniques comme réalité potentielle non formulée, comme fait non problématique, ne peut concerner les personnes noires. Le traitement spécifique reçu par celles-ci dans le système de représentation des groupes racisés démontre leur position unique et complexe dans les rapports sociaux de race.

5.2.2 Le discours « antiraciste » d'*OkCupid*

Il est fréquent que les sites de rencontres publient nombre d'articles dans une revue ou un blog. Les statistiques sont alors amplement mobilisées, notamment dans le cas d'*OkCupid* qui se définit par l'étendue des données recueillies grâce aux réponses des membres à la banque de questions du site. Nous l'avons vu dans le cas des articles sur les relations entre hommes et femmes et les affirmations de positions féministes et pro LGBT, les articles d'*OkCupid* vont au-delà des conseils amoureux, de l'essai d'opinion ou de la promotion et s'érigent en véritables enquêtes dont la scientificité est garantie par le support statistique produit par le site lui-même. Les articles issus des statistiques portant sur les comportements des utilisateurs vis-à-vis de la race et de l'ethnicité sont très significatifs et mettent en lumière un racisme bien plus ténu qui se présente comme un anti-racisme.

La conception d'un racisme comportemental et le « paradoxe » des attitudes racistes

L'article de 2009 « How your race affects the messages you get. Racism is still a thing, you guys » constate ce qui apparaît comme un paradoxe. D'une part, la race n'influence pas le pourcentage de *match* entre deux membres, de l'autre, la race joue fortement sur le taux de réponses aux messages : les femmes noires sont celles qui répondent le plus aux hommes, peu importe l'ethnicité déclarée (Asian, Black, Hispanic, Indian, Middle-Eastern, Native American, Other, Pacific Islander, White), tandis que les femmes blanches répondent plus aux hommes blancs. Ceux-ci reçoivent en général plus de réponses que les autres. De même, les hommes répondent très peu aux femmes noires et les hommes blancs répondent moins en moyenne. L'auteur de l'article confronte ces

chiffres à d'autres qui seraient plutôt significatifs de l'ouverture d'esprit des membres du site, « far more progressive than the norm » : les réponses à la question « Is interracial marriage a bad idea ? » sont majoritairement négatives, de même, bien que plus nuancées, pour la question « Would you strongly prefer to date someone of your own skin color/racial background ? ». L'article de 2014 intitulé « Race and Attraction, 2009-2014. What's changed in five years ? » actualise les chiffres mis de l'avant dans l'article précédent pour constater que la discrimination raciale s'est accrue dans les faits, alors même que les réponses aux questions sur le mariage interracial et la préférence pour les personnes de même couleur de peau sont nettement plus progressistes qu'en 2009. Dans ces deux articles, l'auteur fait état d'un paradoxe, que ce soit en considérant les résultats comme symptomatiques de la « theory/practice schizophrenia of people's racial attitudes » ou en les comparant avec la soirée où Obama a été élu, soirée qui coïncide paradoxalement avec le pic atteint par le mot « nigger » dans les recherches Google. Si aucun auteur du blog d'*OkCupid* n'est proprement sociologue ou chercheur, on a vu au chapitre précédent comment les domaines de savoir et de diffusion de la pensée sociale se sont diversifiés et les frontières entre les discours scientifiques ou non sont devenues ténues et floues. On peut donc reconnaître dans ces articles l'idée, propre à la sociologie *mainstream* du racisme, d'un « paradoxe » entre les principes affirmés et les comportements réels. Ce consensus qui caractérise la recherche dominante se base sur un recueil de données quantitatives qui ne permet aucunement de creuser l'idéologie raciste et de donner une signification à des comportements statistiques :

The “paradox” of Whites’ racial attitudes is the product of the methodology and the conceptual apparatus used to examine post-civil rights “racism” (racial ideology). Today, most Whites reject the old Jim Crow racial tenets in public discourse, yet endorse new ones that help maintain contemporary White supremacy. Rather than a paradox, this is the post-civil rights way in which most Whites defend the racial status quo (Bonilla-Silva et Baiocchi, 2001, p.120).

L'idée du paradoxe va de pair avec une conception individualisée et comportementale du racisme, considéré en termes d'attitudes individuelles, d'actes de discrimination,

jamais en termes politiques de racisme systémique. Le racisme n'est alors plus un phénomène social, institutionnel, mais un ensemble de résidus, de préjugés, à la manière de l'hétérosexisme dans l'idéologie post-féministe :

By failing to grasp racism as structural phenomenon, racism has, therefore, been regarded as (1) a disease afflicting certain individuals, (2) a phenomenon that does not affect the social body and its institutions, and (3) a social problem that has to be analyzed “clinically,” that is, by separating the “good” versus the “bad” apples in the population through surveys on racial attitudes (Bonilla-Silva et Baiocchi, 2001, p.118).

C'est une conception qu'on retrouve clairement dans ces deux articles où la signification sociale et politique de la question du couple interracial est éludée au profit d'un questionnement crucial sur les membres d'*OkCupid* : sont-ils racistes ? Dans les deux articles, l'auteur insiste sur le fait que les membres d'*OkCupid* sont beaucoup moins racistes que la moyenne, puisqu'ils sont plus progressistes, plus jeunes, plus ouverts que la norme. L'important n'est pas tant le racisme qui caractérise la société américaine en général mais de veiller à ce qu'on puisse toujours qualifier les membres du site de progressistes, au moins plus progressistes qu'ailleurs car il s'agit là de l'une des marques de commerce du site.

L'auteur de l'article développe ainsi une analyse de la race comme « sexual factor » qui se veut politique – il compare le rôle de la race dans la rencontre amoureuse à celui que la race joue dans un entretien d'embauche, une rencontre avec un propriétaire de logement ou de potentiels colocataires, qui perd vite de son contenu politique lorsqu'il compare le privilège blanc au privilège de la beauté :

And science has long known that bonuses accrue to beautiful people: they have better outcomes at work and at school, more success with juries, even live longer lives, and so on. In short, “beautiful people” receive a lot of the same built-in benefits in our society that white people do (<https://theblog.okcupid.com/race-and-attraction-2009-2014-107dcbb4f060>).

S'il y a une discrimination raciale à l'œuvre dans toute rencontre avec une personne étrangère, elle est le reflet des critères de beauté qui dominent dans la culture dominante qui définit le beau par le blanc : « So, yes, this is all just dating data, but it shows who and what we define as beautiful. And that's something that affects everyone ». En ramenant de la sorte la discrimination raciale à une question de goût personnel sculpté par les normes sociales, l'auteur réduit la race aux caractéristiques physiques et esthétiques d'une personne. La problématique du racisme comme réalité structurelle et collective est définitivement éliminée pour donner place à une théorie des goûts individuels qu'on ne peut contrôler et qui font ainsi des utilisateurs blancs et discriminants de *OkCupid* des individus garantis sans racisme. De la lecture de ces articles ressortent deux tendances qui s'inscrivent dans la même mouvance du discours dominant du progressisme analysé dans le chapitre précédent. C'est d'abord la conception individualisée, comportementale, a-politique et non systémique du racisme, qui relève du même processus de neutralisation et d'atomisation de la pensée critique qui touche le féminisme et la pensée pro LGBT. Dans le même mouvement de ce qui semble être une marchandisation des concepts critiques, l'anti-racisme comme *branding* et comme étiquette gratifiante apparaît également dans ces articles et rappelle l'utilisation de valeurs féministes et anti-homophobes comme marqueurs identitaires à valeur commerciale, comme l'a montré Clarke dans le cas de l'intégration des sexualités queers dans la culture populaire (Clarke, 2000).

Catégorisation et essentialisme dans la valorisation de la diversité

Un autre biais impliqué par l'usage exclusif de données quantitatives par les auteurs d'*OkCupid* est l'effet essentialisant produit par les discours basés sur ces données. Dans un article de 2010, intitulé « The REAL 'Stuff White People Like'. Statistically distinct words used on OkCupid profiles, by race », sont dressés les portraits caractéristiques des hommes et femmes blanc.che.s, noir.e.s, latin.e.s et asiatiques d'après les statistiques des mots employés dans la présentation de soi par les membres selon leur ethnicité. L'auteur précise que les groupes sont composés de membres qui se sont eux-

même attribués une catégorie ethnique : « each racial group, as *determined by the words of the group itself*. The information in this article is not our opinion. It's data, aggregated from the essays of half a million real people » (<https://theblog.okcupid.com/the-real-stuff-white-people-like-66b131aa3ac8>, c'est l'auteur qui souligne). Ce projet de circonscription des différentes « cultures » (« What is it that makes a culture unique ? How are whites, blacks, Asians, or whoever different from everybody else ? What tastes, interests, and concepts define an ethnic group ? ») rappelle celui qui concerne les personnes homosexuelles et aboutit à une définition homogène des groupes gays et lesbiens censée confronter les préjugés homophobes. La même méthodologie est appliquée et résulte en une catégorisation d'ethnicité et de genre dont le simplisme et les implications en termes d'essentialisme et de définition figée d'un groupe sont niées sous prétexte qu'il s'agit de mots sortis des « doigts » des 526 000 membres sélectionnés, et que l'article, non seulement ne décrit pas les groupes mais laisse ceux-ci parler en leur propre nom. Les hommes blancs et les femmes blanches se distinguent nettement par leur appartenance de genre en termes de références culturelles, tandis que pour les membres noir.e.s, latin.e.s, et asiatiques, les goûts et traits de caractère genrés sont moins significatifs que la *spécificité* culturelle ; la *soul food* est encore plus importante pour les femmes noires que pour les hommes noirs et la religion tient une place centrale pour les deux sexes, les hommes et femmes asiatiques se décrivent par la phrase « I'm simple », les hommes et femmes latin.e.s font apparaître dans leurs profils des styles musicaux et de danse (merengue, salsa, bachata, reggaeton) de manière écrasante. Le fait même d'entreprendre de distinguer les identités propres à chaque ethnicité relève d'un processus de catégorisation et, si l'auteur affirme que ce sont les chiffres qui parlent pour eux-mêmes, la manière de présenter ces résultats pour arriver à des conclusions sur les goûts, les intérêts et les spécificités propres à chaque groupe attribue une signification et participe d'une définition homogène des groupes ethniques. L'homogénéité est cependant plus notable pour les groupes noirs, latins et asiatiques comme on a pu le voir, étant donné que c'est uniquement dans le cas des blanc.he.s que le sexe fait une réelle différence. En fait, on

peut reconnaître dans cet article un processus de construction de stéréotypes au sens de Hall : « stereotyping reduces, essentializes, naturalizes, and fixes 'difference' » (Hall, 1997, p.258). En plus de réifier et de figer les éléments de la différence, la production de stéréotype implique une pratique d'exclusion et de clôture qui délimite le normal de l'anormal de manière exclusive. Enfin, ce procédé implique nécessairement des rapports de pouvoirs, visibles ici dans le fait même que l'auteur de l'article soit blanc, et que ce soit donc par une personne blanche que soit établie cette classification. Malgré sa volonté de relativiser l'ethnicité blanche en l'inscrivant dans la liste des « cultures » qui ont fait l'objet de la recherche, il ressort un processus de classification et de distinction entre l'universel et *l'autre* (« the other »), remarquable ne serait-ce qu'en comparant les différences criantes entre hommes et femmes (qui relèvent plus du stéréotype de genre) blanc.he.s aux caractéristiques presque similaires qui concernent les hommes et femmes des autres ethnicités. On a bien à faire à une catégorisation par stéréotypes qui participe au maintien de l'ordre social et symbolique (Hall, 1997, p.258) en circonscrivant l'identité de *l'autre*, à la manière du processus d'authentification et de définition décrit par Clarke dans le cas de la culture gay (Clarke, 2000).

L'ethnicité constitue à la fois un critère discriminatoire et une valeur marchande sur les sites de rencontres. L'espace social formé par ceux-ci présente les mêmes caractéristiques que l'espace public hors ligne : une présomption de blancheur propre à une société occidentale et la construction de l'ethnique comme attribut de *l'autre*, du différent, du non blanc. Les scripts dictés par les sites rendent compte d'une idéologie de genre, de race, d'ethnicité, de classe et de sexualité. L'hétérosexualité est présumée, sans pour autant intégrer les personnes racisées dans le schème conjugal dominant. La femme racisée est présentée comme jeune, belle, d'origine sociale modeste, à la recherche d'un homme blanc, riche, occidental. Elle est l'incarnation d'une sexualité ouverte et accessible. L'homme racisé, lui, pourra avoir une relation mixte égalitaire par équivalence de capitaux avec la femme blanche. Enfin, la femme et l'homme racisé.e.s de classe supérieure font l'objet d'un certain blanchiment, considérés

comme moins authentiques dans leur appartenance ethnique. On a vu également comment ce racisme systémique néanmoins visible peut se manifester de manière beaucoup plus tamisée à travers des discours d'anti-racisme, et le processus de dépolitisation du racisme dénoncé, qui détruit toute possibilité de stratégie de résistance et réduit une dynamique de rapports de pouvoirs à des comportements individuels.

CONCLUSION

Dans le cadre de ce mémoire, nous souhaitons étudier les sites de rencontres comme espaces qui reflètent et produisent des dynamiques de pouvoir visibles à travers les représentations du couple, de la conjugalité et des identités sexuelles. Nous nous sommes intéressées aux rapports sociaux de genre, de classe, de race, d'ethnicité et de sexualité. Dans cette mesure, on a voulu montrer que les sites de rencontres, non seulement n'impliquent pas un renversement des rapports sociaux et de la hiérarchie qui les caractérise, mais aussi qu'on peut voir, à travers cet objet, les formes contemporaines prises par les dynamiques de pouvoir traditionnelles. C'est à cette fin que nous avons formulé trois objectifs de recherche. Le premier consistait en déconstruire l'hypothèse de l'effondrement de l'hégémonie hétérosexuelle en montrant comment cette hégémonie évolue en se redéfinissant et en intégrant les identités non hétérosexuelles. Nous visions également à confronter les théories contemporaines de la sociologie du couple et de l'intime qui vantent une évolution des rapports de genre dans laquelle ceux-ci seraient supplantés par l'identité subjective propre à l'individualisme contemporain et qui font petit à petit disparaître les enjeux sociaux à l'œuvre dans la mise en couple, dont les questions relatives à l'homogamie. Sur ce point il fallait montrer que ce concept doit englober un plus grand nombre de dimensions sociales, notamment la race et l'ethnicité, et que l'entre soi, s'il n'est pas aussi saillant qu'autrefois, n'est pas moins un principe qui conditionne l'idée même de rencontre amoureuse et dont il faut voir les modalités actuelles. Le troisième objectif consistait à *faire parler* les sites de rencontres dans le sens de nos questionnements théoriques, en les considérant comme des facteurs d'expression et de production des rapports sociaux, de par les représentations qu'ils véhiculent en tant que formes culturelles, selon la

définition de Hall (2007 [1989]). Il s'agissait donc d'utiliser l'objet de recherche que sont les sites de rencontres pour analyser les modalités contemporaines d'un contrôle social de et par la sexualité, c'est-à-dire de l'ordre social assuré par les règles qui régissent les interactions et le processus de mise en couple.

Cette entreprise théorique et la recherche de terrain qui l'a accompagnée ont été rendues possibles par un travail théorique préalable à l'analyse des rapports sociaux tels que visibles ou suggérés sur les sites de rencontres. Comme le dénote en partie notre troisième objectif de recherche, il était important de conceptualiser notre objet de recherche selon les notions propres à deux courants sociologiques. La pensée queer, et notamment Eric O. Clarke (2000), nous ont permis de penser les sites comme des espaces sociaux, en nous inspirant de la notion de *public sphere* et des implications sociologiques qui lui sont associées : un espace délimité et défini avant tout de manière qualitative, par des normes qui déterminent le droit d'exister dans l'espace public. D'autre part, le matérialisme culturel nous a aidé à voir dans les sites non seulement des espaces mais des formes culturelles, c'est-à-dire des objets porteurs de et constitués de discours et de significations qui participent de représentations sociales. Nous avons ainsi inscrit les sites de rencontres dans un rapport à la fois de réflexion et de production des identités et rapports sociaux qu'ils représentent. On a donc conçu les sites de rencontres à la fois comme lieu et comme matière, comme espace et comme forme culturelle. La mobilisation et l'agencement de ces concepts à fort contenu critique a fait ressortir la dimension politique, collective, structurelle des sites et le rôle qu'ils jouent dans les rapports de pouvoir. Les sites de rencontres nécessitaient donc de faire l'objet d'une analyse critique, intersectionnelle et queer.

À l'aune de cette conceptualisation, il a été possible de questionner la mobilisation de catégories de la domination sur les sites de rencontres, en gardant à l'esprit l'ampleur des significations sociologiques des représentations sociales visibles sur ceux-ci. Il s'agissait alors de penser les représentations des groupes sociaux dans un contexte

précis qui implique non seulement des représentations de la *culture* de ces groupes mais des représentations liées à leur sexualité. Notre analyse a porté sur des groupes ciblés selon leur appartenance de genre, de classe, de race, d'ethnicité et leur orientation sexuelle. Si, dans une optique intersectionnelle, nous n'avons pas opéré de séparation analytique entre ces appartenances sociales, les sites de rencontres l'opèrent à notre place en mobilisant des publics cibles selon une seule catégorie, et en mêlant les catégories par cumulation, jamais par intersection. Une des observations que nous avons faites sur l'organisation des sites de rencontres concerne en effet la segmentation imperméable et exclusive des groupes sociaux. Cette segmentation a guidé l'organisation des chapitres analytiques de ce mémoire selon les types de sites : sites généralistes dans le chapitre 3, sites de rencontres homosexuelles dans le chapitre 4 et sites à ciblage ethnique et racial dans le chapitre 5.

Nos choix méthodologiques ont directement découlé de la double conceptualisation des sites de rencontres. Nous avons parcouru le paysage de sites et chaque site en soi comme un espace, à la manière d'une pratique ethnographique dans laquelle la création d'un profil faisait de nous des membres de cet espace et nous permettait de l'explorer. De nombreux éléments des sites étaient visibles en se concentrant uniquement sur la page d'accueil et ne nécessitaient donc pas d'avoir un compte. C'était le cas notamment pour les sites de niches. On a donc aussi analysé des pages comme des contenus davantage que comme des espaces. En ce sens, notre observation relevait aussi de l'analyse de contenu et de l'analyse d'image, et s'inscrivait alors dans une approche des sites en tant que formes culturelles qu'on analysait comme on aurait analysé un spot publicitaire : les pages d'accueil, accessibles à tout le monde, livraient un discours textuel et visuel porteur de représentations socialement significatives. L'analyse d'articles des revues d'*EliteSingles* et *OkCupid* s'inscrivait dans une même conception des sites comme acteurs et discours de la culture *mainstream*. Cet examen systématique portait sur tous les sites relevés lors de la recension qui devait nous permettre de délimiter le terrain, c'est-à-dire l'espace des sites de rencontres qui seraient soumis à

notre observation. Notre méthode de circonscription devait nous permettre de retenir un grand nombre de sites de manière à avoir une idée de la composition de cet espace et des types de sites qui s'y trouvaient, des types de distinctions entre les sites, des critères démographiques selon lesquelles les populations sont ciblées. On a orienté cette circonscription en fonction de nos propres intérêts de recherche et en ce sens l'espace que nous avons délimité ne regroupe pas l'ensemble des sites de manière exhaustive ; on n'a pas inclus l'infinité de public cibles (selon des critères alimentaires, politiques, médicaux, de fétichisme, de situation familiale, de loisirs, etc) et on s'est concentrées sur les catégories des rapports de domination que nous souhaitions observer : genre, classe, sexualité, race et ethnicité. Dans notre délimitation du terrain réside une limite potentielle de notre méthode. Au-delà de la limite quantitative et statistique (nous n'avons certainement pas recensé *tous* les sites de rencontres homosexuelles, généralistes, pour riches, pour groupes ethniques, etc, et ce n'était pas notre objectif), nous avons imposé nous-même les catégories que nous cherchions dans les sites et avons tracé préalablement les frontières que nous souhaitions analyser. Cette méthode résulte du fait que les sites ne sont pas à proprement parler des lieux dans lesquels on se rend mais bien des espaces que l'on rejoint en les cherchant spécifiquement avec un moteur de recherche. En ce sens, nous ne pensons pas que ce *biais* en est vraiment un, étant donné que la recherche par mots-clefs fait partie des étapes de chaque internaute pour accéder à des sites de rencontres.

On a vu dans un premier temps que les indices d'une idéologie propre à un fonctionnement matrimonial traditionnel n'ont pas disparu et qu'ils persistent, non comme des résidus idéels mais bien dans le fonctionnement même des sites et de manière systématique, par exemple par la répétition des photographies de femmes seules. De même, les principes d'entre-soi et de distinction des groupes privilégiés sont présents, malgré la virtualité et l'accessibilité des espaces que sont les sites de rencontres, et dépendent de critères non seulement économiques, mais aussi culturels et de « style de vie ». On a donc dû se questionner sur les modalités contemporaines de

ce maintien du modèle de l'échange économique-sexuel et sur les conceptions et conditions de l'entre soi sur les sites. Il s'agissait d'expliquer la coprésence, sur le même support que sont les sites de rencontres, d'une part des marques d'une régulation de la sexualité, notamment de la sexualité féminine, qui manifestent un schème hétérosexiste, et d'autre part de l'abondance de possibilités de recherche et de scénarios de la rencontre ainsi que des discours qui célèbrent cette liberté.

Nos observations nous ont alors amenées à voir une dynamique complexe qui caractérise les rapports de genre, de classe, de race, d'ethnicité et de sexualité. L'espace des sites de rencontres s'est révélé organisé et segmenté hermétiquement selon ces catégories, et la façon dont celles-ci sont mobilisées pour cartographier cet espace est socialement marquée : les catégories de la sexualité sont utilisées à partir d'une présomption d'hétérosexualité, les catégories raciales et ethniques selon une présomption de blancheur. On pourrait même parler de présomption de masculinité en ce qui concerne la mobilisation du genre sur les sites ; la clientèle ciblée par défaut, considérée comme le référent, est blanche, hétérosexuelle et masculine. Les sites de rencontres se sont donc illustrés comme véhicules d'une dynamique majoritaire/minoritaire (Guillaumin,1972) traversée par une pluralité de rapports sociaux coconstitutifs. En effet, les scénarios de la rencontre et de la sexualité signifiés par les sites impliquent de manière sous-jacente une pluralité de rapports sociaux, allant de la blancheur des personnes homosexuelles aux rapports de domination de genre, de classe, de race et d'ethnicité qui caractérisent les relations proposées sur les sites de niches ethniques. Finalement, tous les scénarios sont générés en référence à des normes de sexualité et de conjugalité hétérosexuelle et blanche.

Ces dynamiques saillantes, parfois à l'extrême sur des sites spécialisés, ne sont pas absentes de sites déclarés progressistes et plus généralistes, et c'est sur ces derniers que nous avons décelé l'existence d'un continuum des rapports de pouvoir, sur lequel les sites se placent selon le niveau d'explicitation de ces rapports. Si ceux-ci sont plus

discrets et formulés différemment sur les sites généralistes, ils ne perdent pas de leur force. Au contraire, les deux études de cas ont révélé des modalités contemporaines d'intégration et d'assimilation des groupes sociaux traditionnellement marginalisés bien plus efficaces et durables. On a ainsi vu les conditions actuelles du contrôle social permises par des discours qui célèbrent les groupes minorisés et la visibilité de ces derniers. *OkCupid* illustre particulièrement cette ambiguïté qui caractérise les rapports sociaux contemporains : le féminisme, l'anti-racisme et le soutien aux communautés LGBT sont des valeurs phares, exposées tant dans le fonctionnement et le design du site que dans les articles de son blog. Le brandissement allègre des groupes minorisés participe néanmoins à leur donner une visibilité d'autant mieux contrainte et contrôlée qu'elle se présente sous les traits du progressisme et de l'avant-garde. Ce processus de contention passe par une individualisation et une dépolitisation des enjeux propres aux groupes sociaux minorisés et une persistance à vouloir définir, circonscrire, délimiter ceux-ci. Ces procédés contemporains de contrôle social, on peut les nommer post-féminisme (McRobbie, 2004) dans le cas des rapports de genre, « moralized enfranchisement » (Clarke, 2000) pour les rapports de sexualité ou « new racism » (Collins, 2005) pour les rapports de race et d'ethnicité. Ces trois principales formes de pouvoir ne sont pas pensables indépendamment les unes des autres ; on doit les penser ensemble, sous un angle intersectionnel. Ainsi, c'est cette représentativité même et cette mobilisation active des catégories de la domination à travers des discours d'ouverture et d'affranchissement des logiques traditionnelles qui permet de mieux nier tout projet de critique, féministe, queer, anti-raciste, et de maintenir les limites de l'espace social. Les sites de rencontres peuvent ainsi être conçus comme des appareils participant à l'entretien de dynamiques de pouvoir qui caractérisent l'ensemble de l'espace social.

Le sexisme, l'hétérosexisme et le racisme qu'on a *lu* sur les sites fonctionnent sur un même continuum sur lequel se situent les sites. Cette continuité dans les manifestations et les formes prises par ces régimes de domination nous amène à éliminer l'idée de

distinction entre, par exemple, un racisme biologique et culturel et un racisme *colorblind* plus ténu et implicite. Il s'agit toujours de régimes de représentations fondés sur les mêmes rapports sociaux *réels*. De même, la différence entre les représentations des femmes comme objets en circulation sur le marché matrimonial et les représentations de la femme émancipée sexy et carriériste est bien une différence de degré, et non de nature. Il y a une continuité similaire entre l'hétérosexisme caricatural et l'hétéronormativité qui régit les représentations et les formes de valorisations des homosexuel.le.s.

Enfin, il est important de situer ces procédés de visibilité contrôlée dans un système de représentations sociales qui concerne la société dans son ensemble et les formes culturelles de plus en plus diverses qui la composent. Les sites eux-mêmes font appel à des psychologues, sociologues, coachs, pour appuyer leurs méthodes mais aussi pour justifier et asseoir les discours sur les rapports sociaux de pouvoir. Ce magma de discours qui mélange et met à niveau les sources scientifiques et populaires constitue un pilier du régime de progressisme consommateur. Ces acteurs multiples participent à la mobilisation et la désubstantialisation des concepts critiques du féminisme, de l'anti-racisme et de la pensée queer. Ils inscrivent ces notions dans une logique individuelle et consommatrice et opèrent pleinement l'annihilation de leur portée politique et critique. On ne peut s'empêcher de comparer le rôle de ces discours à la pensée straight décrite par Monique Wittig (1980b) :

Et bien qu'on ait admis ces dernières années qu'il n'y a pas de nature, que tout est culture il reste au sein de cette culture un noyau de nature qui résiste à l'examen, une relation qui revêt un caractère d'inéluctabilité dans la culture comme dans la nature c'est la relation hétérosexuelle ou relation obligatoire entre « l'homme » et « la femme ». Ayant posé comme un principe évident, comme une donnée antérieure à toute science l'inéluctabilité de cette relation la pensée straight se livre à une interprétation totalisante à la fois de l'histoire, de la réalité sociale, de la culture et des sociétés, du langage et de tous les phénomènes subjectifs. Je ne peux que souligner ici le caractère oppressif que revêt la pensée

straight dans sa tendance à immédiatement universaliser sa production de concepts, à former des lois générales qui valent pour toutes les sociétés, toutes les époques, tous les individus. C'est ainsi qu'on parle de /'échange des femmes, la différence des sexes, /'ordre symbolique, /'Inconscient, le désir, la jouissance, la culture, l'histoire, catégories qui n'ont de sens actuellement que dans l'hétérosexualité ou pensée de la différence des sexes comme dogme philosophique et politique (Wittig, 1980b, p.49).

Si l'auteure fait ici référence aux discours scientifiques, notamment ceux du structuralisme et de la psychanalyse, courants puissants à l'époque où elle écrit, le processus contemporain d'atténuation des frontières entre discours scientifiques et discours populaires permet d'appliquer la logique qu'elle décrit au rôle des discours omniprésents dans le paysage de la culture *mainstream*.

Toutes nos observations portent sur le design, l'architecture et le fonctionnement des sites, ainsi que sur leur contenu textuel et visuel donc sur des éléments fixes. On a tenu à rester dans une analyse de ces dimensions constitutives des sites pour entrer en profondeur dans une enquête sur les représentations et l'inscription de ces représentations dans un système plus large, relié à un complexe intersectionnel de rapports de genre, de classe, de race, ethnicité et sexualité où s'entremêlent des discours progressistes et des relations de dominations. Guidée en premier lieu par l'objectif de dégager ce complexe intersectionnel de domination, notre analyse de terrain comportait autant d'analyse d'image et de contenu que d'observation de divers éléments des sites considérés comme significatifs (redondance de la proposition de profils masculins pour un profil féminin bisexuel sur *OkCupid*, écarts d'âge selon le genre automatiquement institués sur de nombreux sites, etc). La diversité des éléments observés impliquait une certaine souplesse méthodologique, puisque nous passions régulièrement de l'analyse visuelle à une analyse de contenu en passant par une observation ethnographique du fonctionnement de ces espaces virtuels. En ce sens, nous n'avons pas approfondi notre approche de l'analyse d'image puisqu'il ne s'agissait que d'une partie de notre

démarche. Des précisions quant au cadre théorique et méthodologique de l'analyse d'image, de la culture visuelle et de la sémiologie amélioreraient certainement la solidité et l'exactitude méthodologique de cette recherche. Nous n'avons malheureusement pas le temps de nous plonger plus amplement dans cette vaste littérature.

Enfin, il est certain que cette recherche ne pourrait être qu'enrichie et approfondie par une analyse des usages et des significations données par les utilisateur.ice.s des sites. On pourrait notamment y étudier les stratégies de résistances et d'appropriation des représentations par les personnes appartenant à des groupes minorisés.

BIBLIOGRAPHIE

- Baqué, Dominique, 2008, E-Love, *Petit marketing de la rencontre*, Paris, Anabet, 127p.
- Bardin, Laurence, 1977, *L'analyse de contenu*, Paris, Presses Universitaires de France, 291p.
- Bauman, Zygmunt, 2004 [2003], *L'amour liquide. De la fragilité des liens entre les hommes*, Rodez, Le Rouergue/Chambon, 189p.
- Bergström, Marie, 2012, « La toile des sites de rencontres en France. Topographie d'un nouvel espace social en ligne. », *Réseaux*, vol.2, n°166, p.225-260.
- Bergström, Marie, 2014, *Au bonheur des rencontres. Sexualité, classe et rapports de genre dans la production et l'usage des sites de rencontre en France*, thèse de doctorat en sociologie, Institut d'études politiques de Paris, 516p.
- Berlant, Laurent et Michael Warner, 1998 « Sex in Public », *Critical Inquiry*, vol. 24, n° 2, p.547-566.
- Berthus, Anne, 2010, *Guide de la séduction sur Internet*, Paris, Alphée, 172p.
- Bilge, Sirma, 2009, « Théorisations féministes de l'intersectionnalité », *Diogenes*, vol.1, n°225, p.70-88.
- Bilge, Sirma, 2015, « Le blanchiment de l'intersectionnalité », *Recherches féministes*, vol.28, n°2, p.9-32.
- Bonilla-Silva, Eduardo et Gianpaolo Baiocchi, 2001, « Anything but racism : how sociologists limit the significance of racism », *Race & Society*, vol.4, p.117-131.

- Bourdieu, Pierre, 2002, *Le bal des célibataires. Crise de la société paysanne en Béarn*, Paris, Points, 282p.
- Bourdieu, Pierre, 1979, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 670p.
- Bozon, Michel et François Héran, 2006, *La formation du couple. Textes essentiels pour la sociologie de la famille*, Paris, La Découverte, 267p.
- Butler, Judith, 2005, [1990], *Trouble dans le genre. Le féminisme et la subversion de l'identité*, trad. De Cynthia Kraus, Paris, La Découverte, 283p.
- Cervulle, Maxime, 2014, « La sexualisation normative de l'espace public », *Hermès, La Revue*, n°69, p.146-151.
- Cervulle, Maxime et Nick Rees-Roberts, 2010, *Homo Exoticus. Race, classe et critique queer*, Paris, Armand Colin, 166p.
- Chamberland, Line et Julie Thérout-Séguin, 2009, « Sexualité lesbienne et catégories de genre » dans *Genre, sexualité & société*, n°1 [en ligne] URL : <http://gss.revues.org/772>
- Clarke, Eric O., 2000, *Virtuous Vice. Homoeroticism and the Public Sphere*, Durham, Duke University Press, 233p.
- Collins, Patricia Hill, 2000, *Black feminist thought : knowledge, consciousness and the politics of empowerment*, New York, Routledge, 335p.
- Collins, Patricia Hill, 2005, *Black sexual politics. African Americans, gender, and the new racism*, New York, Routledge, 374p.
- Coulangeon, Philippe, 2004, « Classes sociales, pratiques culturelles et styles de vie : Le modèle de la distinction est-il (vraiment) obsolète ? », *Sociologie et sociétés*, vol.36, n°1, p.59-85.
- Dagenais, Daniel, 2000, *La fin de la famille moderne. Signification des transformations contemporaines de la famille*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 267p.

- Daniels, Jessie, 2012, « Race and racism in Internet Studies : A review and critique », *New Media & Society*, vol.15, n°5, p.695-719, DOI : 10.1177/1461444812462849.
- De Lauretis, Teresa, 2007, *Théorie queer et cultures populaires. De Foucault à Cronenberg*, Paris, La Dispute, 189p.
- Diminescu, Dana, Renault, Matthieu, Jacomy, Mathieu, et D'Iribarne, Christophe, 2010, « Le web matrimonial des migrants. L'économie du profilage au service d'une nouvelle forme de commerce ethnique », *Réseaux*, vol. 159, n° 1, p.15-56.
- Draelants, Hugues et Olive Tatio Sah, 2003, « Femme camerounaise cherche mari blanc : le Net entre eldorado et outil de reproduction », *Esprit critique* [en ligne], vol. 5, n° 4. URL : <http://www.espritcritique.fr/0504/esp0504article07.pdf>
- Espineira, Karine, 2014, « La sexualité des sujets transgenres et transsexuels saisie par les médias », *Hermès, La Revue*, Vol.2, n°69, p.105-109.
- Fassin, Éric, 2006, « La démocratie sexuelle et le conflit des civilisations », *Multitudes*, vol.3, n°26, p.123-131.
- Fraser, Nancy, 2001 [1992], « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe. Extrait *Habermas and the Public Sphere*, 1992 Craig Calhoun (dir.), MIT Press, p.109-142. », dans *Hermès, La Revue*, Vol.3 n°31, p.125-156.
- Giddens, Anthony, 2004 [1992], *La transformation de l'intimité. Sexualité, amour et érotisme dans les sociétés modernes*, Rodez, Le Rouergue/Chambon, 265p.
- Girard, Alain, 2012 [1964], *Le choix du conjoint : une enquête psycho-sociologique en France*, Paris, Armand Colin, 327p.
- Grignon, Claude et Jean-Claude Passeron, 1989, *Le savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Hautes études, Gallimard/Le Seuil, 260p.
- Guillaumin, Colette, 1992, *Sexe, race et pratique du pouvoir. L'idée de nature*, Paris, Côté-Femmes, 239p.
- Guillaumin, Colette, 1972, *L'idéologie raciste : genèse et langage actuel*, Paris, Mouton & Co, 247p.

- Habermas, Jürgen, 1978 [1962], *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, trad. De Marc B. de Launay, Paris, Éditions Payots, 324p.
- Hall, Stuart, 2007 [1981], « Notes sur la déconstruction du 'populaire' », *Identités et cultures. Politiques des Cultural studies*, édition établie par Maxime Cervulle, trad. de Christophe Jaquet, Paris, Éditions Amsterdam, p.71-78.
- Hall, Stuart, 2007 [1989], « Nouvelles ethnicités », *Identités et cultures. Politiques des Cultural studies*, édition établie par Maxime Cervulle, trad. de Christophe Jaquet, Paris, Éditions Amsterdam, p.203-213.
- Hall, Stuart, 2007 [1992], « Quel est ce 'noir' dans 'culture populaire noire' ? », *Identités et cultures. Politiques des Cultural studies*, édition établie par Maxime Cervulle, trad. de Christophe Jaquet, Paris, Éditions Amsterdam, p.215-226.
- Hall, Stuart, 1997, « The spectacle of the 'Other' » dans Hall, Stuart, 1997, *Representations : Cultural Representations and Signifying Practices*. London, SAGE and The Open University, p.223-279.
- Illouz, Eva, 2006, « Réseaux amoureux sur Internet », *Réseaux*, vol. 4, n° 138, p.269-272.
- Jakobsson, Niklas et Henrik Lindholm, 2014, « Ethnic preferences in internet dating : a field experiment », *Marriage & Family Review*, vol.50, n°4, p.307-317.
- Jenkins, Henry, 2002, « Cyberspace and race », *Technology Review*, April, <http://www.technologyreview.com/web/12797/>.
- Jolly, Martine, 2011, *Introduction à l'analyse de l'image*, Paris, Armand Colin, 124p.
- Jouët, Josiane et Coralie Le Caroff, 2013, « L'observation ethnographique en ligne » dans Christine Barats (dir.), 2013, *Manuel d'analyse du web*, Paris, Armand Colin, p.147-165.
- Juteau, Danielle, 1999, *L'ethnicité et ses frontières*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 229p.
- Kaufmann, Jean-Claude, 1993, *Sociologie du couple*, Paris, Presses universitaires de France, 127p.
- Kaufmann, Jean-Claude, 2010, *Sex@mour*, Paris, Armand Colin, 213p.

- Kozinets, Robert V., 2010, *Netnographydoing ethnographic research online*, Los Angeles, Sage, 221p.
- Lardellier, Pascal, 2004, *Le coeur NET : célibats et amours sur le web*, Paris, Belin, 255p.
- Lejealle, Catherine, 2008, « La difficulté de construire puis gérer son identité numérique dans la rencontre amoureuse en ligne » dans *Consommation et sociétés*, n°8, [en ligne] URL : <http://www.argonautes.fr/sections.php?op=viewarticle&artid=644>
- Maingueneau, Dominique, 2013, « Genres de discours et web : existe-t-il des genres web ? » dans Christine Barats (dir.), 2013, *Manuel d'analyse du web*, Paris, Armand Colin, p.74-97.
- McRobbie, Angela, 2004, « Post-feminism and popular culture », *Feminist Media Studies*, vol.4, n°3, p.255-264.
- Munoz, Marie-Claude, 1999, « Épouser au pays, vivre en France », *Revue européenne des migrations internationales*, vol.15 n°3, p.101-123.
- Nakamura, Lisa, 2013 [2002], *Cybertypes : Race, Ethnicity, and Identity on the Internet*, New York, Hoboken : Taylor and Francis, 190p.
- Parmentier, Marc, 2011, « Philosophie des sites de rencontres », dans *Hermès, La Revue*, vol.1, n°59, p.173-178.
- Peterson, Richard A. et Roger M. Kern, 1992, « Changing highbrow : from snob to omnivore », *American Sociological Review*,
- Rubin, Gayle S., 2002 [2001], « Penser le sexe », p.63-134, dans Rubin, Gayle S. et Judith Butler, 2001, *Marché au sexe*, trad. de Éliane Sokol et Flora Bolter, Paris, EPEL, 175p.
- Santelli, Emmanuelle et Béate Collet, 2011, « De l'endogamie à l'homogamie socio-ethnique », dans *Sociologie et sociétés*, vol. 43, n° 2, 2011, p.329-354.
- Sedgwick, Eve Kosofsky, 2008 [1990], *Épistémologie du placard*, trad. de Maxime Cervulle, Paris, Éditions Amsterdam, 257p.
- Singly, François (de), 1987, « Théorie critique de l'homogamie », *L'année sociologique*, vol. 37, n° 87, p.181-205.
- Tabet, Paola, 2004, *La grande arnaque. Sexualité des femmes et échange économico-sexuel*, Paris, L'Harmattan, 207p.

Warner, Michael, 1991, « Fear of a Queer Planet », *Social Text*, n°29, Duke University Press, p.3-17.

Wittig, Monique, 1980a, « On ne naît pas femme », *Questions Féministes*, n°8, p.75-84.

Wittig, Monique, 1980b, « La pensée straight », *Questions Féministes*, n°7, p.45-53.