

Tinder : illusion esthétique d'un inattendu amoureux

par IGOR GALLIGO

Abstract

Since the launch in 2012 of new smartphone dating applications, downloadable on Smartphone, geolocated, and operating in real-time, the automatic processing of data and categories produced by these new devices seem to produce a new erotic revolution, especially when compared with Internet dating sites. The Tinder application is the paradigmatic technical case of this evolution. Desire has been automated as analytical power delegated to search algorithms running from digitized, concealed, and standardized parameters, and encounter formats based on image, immediacy, and multiplicity – while excluding any physical experience of the encounter. The aim of this article will be to analyze the transformations induced by the interface design and interaction design of Tinder technology on the user's erotic experience. We propose to observe, from an organological point of view, and by comparison with the analyzes published in 2006 by the sociologist Eva Illouz on the transformations of the experience of the erotic encounter by internet dating sites, how Tinder produces a new mode of digital reification and homogamy, promoting a de-crystallization process, as well as compulsive addictogenic behaviors. The conclusion of our article will thus sketch a new digital organology of desire, based on the scopic drive.

La croyance dans les productions immédiates de la conscience.

Jean-Luc Godard

A la fin des années 1990, apparaît sous l'effet des sites de rencontre Internet un nouvel âge numérique de l'organologie¹ du désir, qui génère un nombre conséquent de transformations dans l'expérience de la rencontre érotique, par rapport à une rencontre

¹ *L'organologie générale* est une méthode d'analyse inventée par Bernard Stiegler qui vise à analyser l'histoire et le devenir des organes psychosomatiques, des organes artificiels (artistiques et techniques) et des organes sociopolitiques. Elle décrit une relation transductive entre ces trois types d'« organes ». La relation est transductive dans la mesure où la variation d'un terme d'un seul type engage toujours la variation des termes des deux autres types. Ainsi, l'organologie générale étudie les déterminations ou constitutions techniques des organes psychosomatiques et sociopolitiques. Elle étudie la manière dont les dispositifs, prothèses et appareils techniques transforment les structures psychosomatiques et sociopolitiques des individus.

physique, non médiée technologiquement. Nous entendons par *expérience de la rencontre érotique*, l'expérience de la formation d'un désir pour une autre personne. Parmi ces transformations, les modalités de rencontre de sites Internet, tels que Meetic, OkCupid, Attractive World ou encore Adopteunmec, proposent aux utilisateurs de cocher ou de remplir des cases pour se décrire. La magie algorithmique permet alors de présenter des partenaires correspondants avec précision aux requêtes qui sont formulées par des catégories linguistiques à travers lesquelles les membres se sont préalablement eux-mêmes définis lors de l'inscription en ligne.

Or, nous faisons l'hypothèse que le marché de la rencontre et les stratégies en design d'interaction se sont réorganisés au début des années 2010 à partir de conceptions érotiques qui ont été balayées par les sites de rencontre, et qu'il s'agissait alors de réactiver. En effet, si ces modalités de rencontre offraient l'avantage inédit de répondre automatiquement à une commande, un tel système a eu pour impact de réduire et d'assécher la surprise, et avec, la possibilité de réaliser une expérience amoureuse, vécue comme inattendue. L'expérience amoureuse, telle qu'elle a été conceptualisée par le platonisme, le romantisme et la psychanalyse, qui se rejoignent sur ce point, suppose toujours la croyance d'une rencontre singulière et inattendue parce que correspondant à un fantasme. La réalisation du fantasme est en effet toujours vécue extraordinairement, car il est lui-même une production de l'imagination qui se libère des contraintes de la réalité. La possibilité de l'extraordinaire indique donc la possibilité du fantasme et avec, de l'expérience amoureuse. Or, la réponse à une commande amoureuse par la mise en relation calculée qu'offre les sites de rencontre tend à faire disparaître l'aspect extraordinaire, singulier et inattendu d'une réalité correspondant à un fantasme.

Pour Freud, ressuscitant Platon, si nous pouvons être émus par des détails inexplicables et apparemment irrationnels, c'est parce que, dans l'amour, nous aimons un objet perdu. Le pouvoir énorme que semble exercer la personne aimée sur l'amant s'explique en partie par le fait que l'objet d'amour a été investi de la mystique de tous les objets perdus du passé. Autrement dit, dans le cadre culturel particulier dans lequel travaillait Freud, l'amour et le fantasme se mêlaient étroitement par leur capacité à réunir les expériences passées aux expériences présentes dans des interactions concrètes, incarnées. (Illouz 2006 : 182-3)

Partant de cette hypothèse, une nouvelle vague de dispositifs de rencontre fait son apparition dans les années 2010 arguant de vouloir réorganiser techniquement la possibilité de la rencontre inattendue pour réorganiser celle de l'extraordinaire fantasmée. Pour cela, il s'agit de diversifier et de multiplier les expériences de rencontre de l'utilisateur pour produire l'attente et la croyance qu'une rencontre inattendue fantasmée peut survenir. C'est ainsi que les applications de rencontre téléchargeables sur smartphone, géolocalisées, et en « temps réel », apparaissent sur le

marché de la rencontre, dont la marque Tinder est non seulement pionnière, mais aussi aujourd'hui leader à l'échelle mondiale. L'argument central de notre article consiste à penser que la diversification et la multiplication des rencontres promues par la technologie de Tinder n'ont pas favorisé la croyance qu'un inattendu fantasmé peut survenir, mais ont plutôt court-circuitées l'expérience érotique pour la déplacer vers de nouveaux plaisirs esthétiques.

L'enjeu de notre article consistera à décrire et analyser trois points saillants de ce déplacement par une analyse organologique de l'application Tinder, qui compare les effets de l'usage de l'application sur la formation du désir de ses utilisateurs, à ceux antérieurement produits par l'usage des sites de rencontre. Pour cela, nous nous appuierons sur les analyses sociologiques d'Eva Illouz publiées dans *Les sentiments du capitalisme* (Illouz 2006), qui explorent les premières transformations produites sur le désir des utilisateurs par la technologie des sites de rencontre, ainsi que sur l'ouvrage de Patrick Baudry *L'addiction aux images pornographiques* (Baudry 2015), qui propose une analyse technique d'un phénomène d'addiction esthétique aux images pornographiques par le système d'imagerie Internet. Pour décrire ces nouvelles évolutions organologiques du désir, nous analyserons ainsi techniquement les transformations générées dans l'expérience érotique par le traitement de l'utilisateur effectué par l'algorithme de Tinder, par les nouveaux usages et effets produits par l'interface Tinder, ainsi que par ses nouvelles modalités d'interaction entre ses membres.

Présentation du dispositif Tinder

Avec plus de 40 millions d'abonnés enregistrés en 2015 depuis son lancement en 2012, 1,6 millions de *swipes* par jour et plus de 9 milliards de *matches* produits depuis son lancement, Tinder, aujourd'hui leader mondial de l'application de rencontre numérique sur smartphone, a révolutionné le monde du *dating*, en proposant un système interactif, situé et géolocalisé. Il ne s'agit pourtant que d'une plateforme interactive, en réseau et située, utilisant des informations d'individus concernant leurs images physiques (photographies), un descriptif de quelques lignes, et leurs positions géographiques. Ces informations deviennent des critères de recherche qui servent à établir une interaction, par visionnage de profil, et par échange de messages SMS entre deux individus avec l'intention, le plus souvent, de se rencontrer physiquement, si un intérêt réciproque émerge lors des échanges. Le visionnage des profils se fait selon le principe du Chatroulette.² Un profil apparaît sur l'écran du smartphone d'un utilisateur

² Chatroulette est un site Web de messagerie instantanée et de visiophonie (par webcam) qui a la particularité de mettre des internautes en relation de manière aléatoire. Chaque personne connectée peut immédiatement, si elle le souhaite, changer d'interlocuteur, en appuyant sur la touche « *next* »

après qu'il ait croisé un autre utilisateur sur une temporalité d'un ou plusieurs jours. Si le participant n'est pas intrigué par le profil, il *swipe* vers la gauche de l'écran, s'il est intrigué il *swipe* vers la droite. Le profil de ce dernier apparaîtra alors sur l'écran de l'utilisateur qui a éveillé son intérêt. Si l'intérêt est mutuel et qu'il *swipe* également sur la droite, c'est un *match* qui se produit et qui leur permettra d'échanger des SMS via l'application. Cette modalité de sélection fait du *zapping* une caractéristique distinctive des modalités de rencontre sur Tinder, dans sa version de base et gratuite.³

Réification numérique et homogamie sociale

Dans les sites de rencontre sur Internet, l'utilisateur doit remplir un profil, cocher des cases pour se définir, énoncer ses goûts, puis l'algorithme se charge de trouver les personnes qui correspondent précisément à sa requête écrite. Dans son ouvrage, *Les sentiments du capitalisme*, Eva Illouz produit une analyse critique de ce premier changement introduit par les sites de rencontre sur Internet par rapport à une rencontre physique non-médiée technologiquement :

Internet [...] contribue à une textualisation de la subjectivité, c'est-à-dire à un mode d'appréhension du moi dans lequel celui-ci est externalisé et objectivé par le recours à des images et au langage. [...] Quand les gens se présentent aux autres d'une façon qui ne laisse aucune place au corps, ils appliquent à leur propre moi les idées reçues concernant l'image de ce qu'est une personne désirable. [...] Le problème posé ici est le suivant : lorsque la présentation de soi passe par la médiation du langage, elle revêt un caractère uniforme. Internet crée ainsi de la réification, au sens non-marxiste du terme, c'est-à-dire qu'il pousse les gens à se traiter eux-mêmes et à traiter les autres comme des catégories linguistiques ; Internet traite le concept abstrait comme s'il était la chose réelle. Cela rappelle aussi la définition que donne Lukacs de la réification. Une relation entre personnes prend le caractère d'une chose et, de cette façon, d'une « objectivité illusoire » qui, par son système de lois propre, rigoureux, entièrement clos et rationnel en apparence, dissimule toute trace de son essence fondamentale : la relation entre hommes. Cette objectivité illusoire, qui subsume le moi dans des étiquettes linguistiques et l'interaction sociale dans la technique, hante les sites de rencontres sur Internet. (Illouz 2006 : 143 ; 151-2)

Eva Illouz indique donc le nouveau protocole de rencontre des sites internet. Celui-ci implique l'inscription d'un individu sur une plateforme virtuelle qui requiert une

(« suivant »).

³ En 2016, Tinder intègre à son dispositif plusieurs options, dont Tinder Social, qui permet de faire des rencontres groupées sur sa plateforme virtuelle.

identification d'un individu par lui-même, au sens littéral d'une auto-description des caractéristiques qui le définissent. Or, ce que met en lumière Eva Illouz est que cette auto-description implique non seulement une identification de l'individu, c'est-à-dire une standardisation par inscription d'éléments subjectifs pourtant susceptibles d'évoluer tels que les désirs, les goûts ou les opinions, mais aussi une réification de l'individu par une modalité exclusivement catégoriale et linguistique de cette description. Les sites de rencontre ne laissent donc plus aucune place à l'idée que l'identité d'un individu n'est que *l'illusion* d'une stabilité de sa subjectivité. Cette standardisation et réification prédisposent ainsi à un appauvrissement de la rencontre et du désir, en ce qu'elles deviennent non seulement fondées sur quelques points caractéristiques, mais aussi selon des catégories abstraites qui désinvestissent la rencontre d'éléments charnels et corporels, qui lui confèrent traditionnellement une unité et une intensité. Enfin, l'identification rompt avec l'idée que l'être n'est pas figé, mais dynamique, qui est souvent l'effet même de la relation entre les individus. Ce que Gilbert Simondon nomme une co-individuation. C'est pourquoi Illouz conclut sur « l'objectivité illusoire » de la rencontre et de ses désirs, surtout lorsqu'elle n'est médiée que par des catégories linguistiques.

C'est ainsi au sein d'un monde numérique où la médiation technologique sur Internet avait réifié le sujet et ses désirs, et asséché leurs évolutions, que le défi de Tinder a consisté à rompre avec ce questionnaire et protocole linguistique et à réintroduire le plaisir d'un principe aléatoire dans la rencontre, pour favoriser la croyance dans la possibilité qu'une rencontre extraordinaire peut survenir. Sur un plan structurel, la diversité proposée par Tinder consiste à ne plus demander aux utilisateurs de se décrire soi-même ou ses goûts par des catégories linguistiques abstraites, mais de se présenter par des photographies, que l'utilisateur peut facilement et rapidement faire défiler sur son interface mobile. Ce qui implique deux changements par rapport aux problèmes de l'identification et de la réification mentionnés. Le premier est la disparition d'un mode de rencontre fondé sur une correspondance entre catégories linguistiques abstraites. Le second, une présence accrue du corps de l'autre, par des images qui le représentent, qui sont souvent des *selfies*. Sur un plan formel, l'enjeu du design d'interface de Tinder a été de donner l'impression d'une simplicité, d'une fluidité et d'une dynamique d'usage, de telle sorte que la rencontre n'apparaisse plus comme un programme de recherche informatique en vue de trouver « un partenaire parfait », mais comme un passe-temps ludique qui reposerait sur les seules joies du hasard des croisements entre deux individus dans un rayon d'action présélectionné par l'utilisateur.

Cependant, derrière l'interface, il faut révéler que Tinder n'a pas supprimé l'existence d'un algorithme de recherche, mais a substitué à l'opération de catégories linguistiques correspondantes, un programme informatique qui opère une sélection des profils croisés dans un rayon choisi pour les présenter sur l'interface de l'application. Cette sélection repose sur le « score d'attractivité » de chaque utilisateur, qui est calculé par

l'algorithme de Tinder, à partir de critères et paramètres tenus secrets par leurs concepteurs. Plusieurs spéculations circulent sur ce sujet, mais les designers de Tinder s'emploient à faire toute l'obscurité possible sur ce qu'il faut désormais appeler : la *boîte noire*⁴ de Tinder. Pour tenter de déchiffrer son algorithme, il faut ainsi procéder à du *reverse engineering*, c'est-à-dire réaliser des tests en comparant différentes variables. L'algorithme procède avec des variables fixes (les images, les données textuelles que chaque utilisateur donne sur lui-même), mais aussi avec des données comportementales (comment chacun interagit avec les autres, pendant combien de temps, etc.), rendant l'examen très fastidieux. Néanmoins, comme le suppose Serge-Henri Saint Michel, il est possible de faire l'hypothèse qu'au moins trois scores constituent l'algorithme de Tinder pour déterminer la cotation numérique de ses membres (*rating*)⁵, et ainsi leur sélection et visibilité sur la plateforme : le score de connectivité, le score de *like* et le score de *match*. Le score de connectivité est calculé en fonction du nombre de fois que le membre se connecte à l'application. Le score de *like* du profil du membre est calculé en fonction du nombre de *swipes droits* qu'il reçoit chaque fois qu'il apparaît sur l'interface d'un autre membre. Et le score de *match* est calculé en fonction du nombre de *swipe droit réciproques* que chaque membre accumule. Toutefois, si un membre qui se connecte, *swipe* beaucoup à droite et reçoit très peu de *like* en retour, il sera considéré comme peu attractif par l'algorithme. Il devient alors nuisible pour Tinder, qui cherche à maximiser le potentiel d'attractivité générale de sa plateforme. La stratégie de Tinder pour essayer de contenter et de conserver le plus grand nombre de ses clients est ainsi de faire rencontrer des profils qui ont un score d'attractivité équivalent. Ainsi, Tinder crée un système de bassins (*pools*) dans lesquels sont présentés les membres ayant un score équivalent, qui est calculé dès les premières connections, *swipes* réalisés et *matches* obtenus. Il semble ensuite difficile de passer d'un bassin à un autre.

Tinder n'est donc aléatoire et diversifiant qu'en apparence. C'est là que réside toute l'innovation de la *boîte noire* de Tinder : la dissimulation de l'identification et de la réification des sujets et de leurs désirs par un score d'attractivité fondé sur des paramètres numériques cachés qui se substituent à des catégories linguistiques explicites. Tinder n'est donc pas un dispositif de rencontre hétérogame, qui favorise la possibilité d'une rencontre extraordinaire et inattendue, mais il dissimule un conditionnement numérique à l'homogamie sociale par la mise en relation des membres aux scores d'attractivité équivalents, et simule l'aléatoire de la rencontre par son design d'interface. Tinder a donc peut-être échoué dans sa stratégie marketing initiale

⁴ La *boîte noire* est l'expression consacrée pour désigner l'opacité, le refus d'information et de transparence des critères et paramètres spécifiques qui déterminent un algorithme de programmation informatique.

⁵ La cotation numérique ou *rating* constitue une méthode analytique et quantitative qui permet de fixer la valeur d'un élément parmi d'autres du même type.

consistant à revitaliser la rencontre par la possibilité d'une expérience extraordinaire, sauf s'il s'agissait au contraire de la simuler au nom de l'efficacité érotique de l'homogamie, déjà analysée en 1964 par Pierre Bourdieu et Jean Claude Passeron dans leur ouvrage *Les héritiers*. Si Eva Illouz dénonçait l'« objectivité illusoire » du désir, organisée sur les sites Internet, Tinder, quant à lui, organiserait l'« inattendu illusoire » du désir.

En outre, nous pouvons nous interroger sur la possibilité, ou du moins la qualité de l'expérience de la rencontre érotique (hétérogame ou homogame) vécue par les utilisateurs de Tinder, lorsqu'elle veut s'intensifier en expérience amoureuse en raison de la dynamique attentionnelle de son design d'interface. Comme nous allons le voir à travers le processus de cristallisation décrit par Stendhal, l'activité fantasmatique nécessite pour se développer des conditions attentionnelles et temporelles spécifiques dirigées vers un sujet. Or, le développement de l'activité fantasmatique permettant la construction mentale de la singularité aimée semble être remise en question par le design attentionnel de Tinder. C'est là une seconde évolution organologique, par rapport aux sites de rencontre Internet, que nous allons analyser, toujours à l'aune du texte d'Eva Illouz.

Dissémination attentionnelle et dé-cristallisation

Dans *Les sentiments du capitalisme*, Eva Illouz décrit un « tournant psychologique » de l'expérience de la rencontre érotique, qui est renforcé et implémenté dans les sites de rencontre sur Internet.

Pour pouvoir rencontrer un autre virtuel, le moi est sommé de se livrer à un travail d'introspection, de définition, et d'expression réfléchie de ses goûts et de ses opinions. [...] on est invité à la fois à se décrire soi-même objectivement et à définir son idéal (partenaire idéal, style de vie idéal, amour idéal). Cette présentation de soi et cette recherche d'un partenaire sont entièrement fondées sur le discours psychologique. [...] Cela a [des] conséquences évidentes : pour rencontrer une autre personne, on est amené à se concentrer sur son propre moi, sur la façon dont ce moi est perçu par autrui, sur son propre idéal du moi et sur l'idéal de l'autre. Les sites de rencontres sur Internet accentuent donc le sentiment que chacun a de sa propre unicité. (Illouz 2006 : 144)

Ainsi, l'utilisateur des sites de rencontre est amené à un double mouvement d'introspection et d'attention soutenu vers les partenaires sélectionnés et présentés par l'algorithme de recherche. Il s'agit chaque fois de faire émerger sa singularité et de percevoir celle de l'autre, comme des relations constituantes du désir amoureux. Or, cette équation entre formation du désir amoureux et processus de singularisation

requiert un traitement analytique de soi-même et d'une autre, qui nécessite lui-même une focalisation attentionnelle et une certaine temporalité. Les paramètres attentionnels et temporels agissent en effet sur l'expérience érotique, car ils permettent lors d'une rencontre virtuelle de laisser se développer un processus d'idéalisation de l'autre qui favorise la singularisation. La singularisation consiste en une identification entre un idéal (mystifié dirait Sigmund Freud) et un individu réel, qui devient extraordinaire en ce qu'il rejoint l'idéal là où les autres échouent. L'identification de l'idéalisation nécessitent en outre l'action de l'imagination, car elle consiste dans une projection mentale du sujet rencontré vers un idéal. Ce processus nous semble très bien résumé par ce que Stendhal nomme la *crystallisation*. Dans son traité *De l'amour* (Stendhal 2014), l'essayiste décrit la cristallisation comme une focalisation attentionnelle sur l'objet du désir, qui permet son idéalisation par une accumulation obsessionnelle de ses qualités ; ce qui nourrit la représentation d'une singularité exceptionnelle de l'individu imaginé : « ce que j'appelle cristallisation, c'est l'opération de l'esprit, qui tire de tout ce qui se présente la découverte que l'objet aimé a de nouvelles perfections » (Stendhal 2014 : 64) Ce processus rejoint la description qu'Illouz fait du développement technique de l'imagination par les modalités d'usage des sites de rencontre.

Sur internet ce qui met en marche l'imagination, c'est une série de textes, une photo, un « profil » et une connaissance verbale et rationnelle de l'autre, une connaissance fondée sur les catégories et non sur les sens. L'imagination est sollicitée par des qualités qui ne sont pas liées à une personne précise, mais qui sont plutôt le résultat de la projection du moi. (Illouz 2006 : 185)

Imagination, idéalisation et singularisation par traitement analytique et focalisation attentionnelle : voilà toute une chaîne processuelle qui est aujourd'hui remise en cause par l'interface de Tinder et ses modalités de présentation et d'interaction. Nous observons en effet que le primat des photographies de soi dans l'édition du profil de l'utilisateur, et la facilité de zapping de l'interface permettent d'exciter visuellement le regard de l'utilisateur sur l'interface de Tinder, dont l'usage peut se faire en tout lieu et en tout temps, facilité par la portabilité du dispositif. De plus, la possibilité de collecter et d'interagir simultanément avec plusieurs profils favorise une dissémination attentionnelle et libidinale. Ces caractéristiques du design d'interface et d'interaction de Tinder compliquent non seulement un traitement analytique des profils mais aussi le développement d'un processus de *crystallisation* (Stendhal 2014). Ainsi, la prépondérance du paramètre physique dans le profil des utilisateurs, le défilement et les possibilités simultanées de zapper d'autres profils, les possibles sollicitations multiples venant d'autres profils matchés, et la possibilité d'une communication simultanée avec plusieurs profils, constituent quatre facteurs qui compliquent une fixation de l'attention sur un profil pour en faire un objet d'amour, d'investissement libidinal, c'est-à-dire de

crystallisation. La guerre attentionnelle qui se déploie sur l'interface de Tinder remet en jeu la formation du désir et des sentiments, pendant le temps de l'expérience interfacée. La dissémination de l'attention et la dissipation de l'énergie attentionnelle, lorsqu'elles sont poussées à un certain degré (que nous ne saurions quantifier), inhibent organologiquement la formation du désir et du sentiment.

Ces quatre modalités d'usage favorisent, à l'inverse, une disjonction quasi-permanente de l'attention et de l'interaction, conduisant *in fine* à la pratique de ce que nous pourrions nommer un « consumérisme visuel » : la disjonction de l'attention et de l'interaction conduisant tendanciellement non plus à une imagination, mais à la répétition de sa satisfaction visuelle. Celui-ci devient alors un processus compulsif, qui ne laisse pas le temps à l'attention de se poser sur un profil pour en faire l'objet d'un traitement analytique et d'un investissement libidinal, et si *match* il y a, d'une conversation entre deux membres qui nourrisse l'idéalisation. L'extrême mobilité de l'attention peut ainsi transformer l'usage initial de Tinder, présenté comme dispositif de rencontre virtuelle. La quantité de choix présentés et leur défilement sur l'interface sont susceptibles d'inhiber les capacités cognitives de traitement analytique et d'idéalisation des profils, mais favorisent différemment un plaisir esthétique consistant dans le *zapping* des profils sur l'interface. Nous trouvons donc ici une autre évolution par rapport à l'analyse des sites de rencontre Internet réalisée par Illouz. Dans l'expérience de ces derniers,

le volume des interactions est tel que les sites eux-mêmes ont élaborés des techniques destinées à aider les utilisateurs à faire face à l'abondance de l'offre, par exemple la constitution de hot lists, ou l'utilisation d'icônes représentant des étoiles, des poires, des coupes et des flammes qui veulent dire « chaud », [et tandis que] l'économie d'Internet est une économie de l'abondance, où le moi doit faire un choix, maximiser ses options et utiliser des techniques de calcul en termes de coûts et profits et d'efficacité. (Illouz 2006 : 153-4 ; 160)

Il semblerait que Tinder favorise au contraire une stratégie qui consiste soit dans la multiplication d'expériences quasi-simultanées des profils ou des membres donnant naissance à un *multidating* par un *multitasking*, soit dans des stratégies esthétiques cinématiques, qui produisent un plaisir esthétique consistant dans le défilement d'images des profils. Le non-choix donne naissance à de nouvelles expériences esthétiques, favorisées par l'interface. Ainsi, les transformations attentionnelles générées par le dispositif Tinder favorisent davantage une expérience esthétique causée par le défilement des profils, que l'expérience d'une singulière rencontre érotique. Pour autant, si les profils ne sont pas traités analytiquement, ils sont néanmoins perçus furtivement. Un substrat libidinal reste donc en jeu dans l'expérience des utilisateurs de

Tinder. Notre troisième et dernière partie sera consacrée à l'analyse du devenir de ce substrat.

Pulsion scopique et addiction

Pour Eva Illouz, « l'imagination type Internet n'est [...] pas opposée à la réalité ; elle est opposée à un type d'imagination qui était fondée sur le corps et sur la pensée intuitive (ou le thin slicing) » (Illouz 2006 : 188). Sur Tinder, la disparition de catégories et critères linguistiques se fait au profit d'une prépondérance des photographies des profils physiques des membres dans la rencontre virtuelle. Pour autant, cette substitution ne réactive pas une pensée intuitive du corps, car l'intuition a besoin de se poser sur un objet pour l'évaluer, même rapidement. Or, si l'enjeu analytique et érotique est contrebalancé par les potentialités esthétiques de la fonction de défilement, il semble que les transformations formelles de l'attention liées aux fonctionnalités du dispositif n'inhibent pas pour autant une attention au contenu de la photographie de profil principale, à l'intérieur même du phénomène de défilement. Tinder n'est pas un dispositif qui crée des séquences vidéo par une forte accélération d'instantanés photographiques, mais est un dispositif hybride qui incite à une temporalité de défilement intermédiaire entre l'effet cinématique et l'effet photographique. Si le contenu de la photographie n'est pas traité par une attention analytique, il est du moins perçu ou aperçu. Ainsi, un sujet érotique est identifié, mais non analysé. La vitesse de traitement de la photographie principale de profil et l'identification de son thème érotique favorise selon nous l'émergence d'une pulsion scopique.

La pulsion scopique ou scopophilie fait partie des pulsions sexuelles courantes selon Sigmund Freud. Dans *Trois essais sur la théorie sexuelle* (Freud 1905), elle désigne la prise de plaisir qu'un sujet ressent en regardant un.e autre. L'individu observé ne serait perçu que comme un simple objet, que le scopophile a l'impression de contrôler en le regardant. La forme la plus connue de scopophilie est le voyeurisme. Freud la caractérise chez l'enfant comme « une manifestation sexuelle spontanée » (Freud 1905 : 120). Dans le troisième essai de l'ouvrage, « *Les métamorphoses de la puberté* », Freud définit *l'organe-œil comme une zone érogène à la puberté, la plus éloignée de l'objet sexuel*, et pourtant celle qui « dans le cadre de la quête de l'objet se trouve le plus souvent en situation d'être stimulée » (Freud 1987 : 147). Le *toucher des yeux* est décrit comme un préliminaire à l'égard de l'objet sexuel pour atteindre le but sexuel dit normal : le fait de regarder les « attraites » de l'objet, de le toucher des yeux introduit en effet, chez le sujet, une excitation libidinale. Ainsi, il semble que la prépondérance de photographies des profils physiques des membres et leur vitesse de défilement sur l'interface, favorisent l'apparition d'une scopophilie chez l'utilisateur Tinder.

Or, cette scopophilie technicisée présente des similitudes frappantes avec le système d'imagerie pornographique et les effets qu'ils produisent sur leurs utilisateurs, que Patrick Baudry analyse dans son ouvrage *L'addiction aux images pornographiques*, (Baudry 2015). Baudry prend le parti d'analyser un dispositif de visualisation vidéo, qui rompt avec le dispositif photographique, considéré comme obsolète, en ce qu'il fige le regard du consommateur sur une scène elle-même figée. Tandis qu'« une photo trop appuyée pourrait interrompre le voyage » (Baudry 2015 : 103), l'interface Internet de l'imagerie pornographique est organisée de telle sorte que rien ne vienne déranger « la permanence d'une navigation » (Baudry 2015 : 83). Là réside la problématique centrale de Baudry, qui consiste à comprendre les ressorts addictogènes de la consommation de scènes pornographiques sur Internet à partir de son système dynamique d'imagerie, c'est-à-dire de sa mise en scène par un dispositif et une interface cinétique. Baudry retient plusieurs éléments de cette mise en scène, dont en particulier la répétition motivée par la recherche de l'inattendu, l'immédiateté dans un rapport antinomique à la narration, et la dimension impressive et ambiante de l'expérience pornographique de l'imagerie Internet. L'individu est enfermé dans un dispositif qui produit l'excitation par la possibilité que « survienne une situation improbable » (Baudry 2015 : 77), une scène inattendue et singulière, une image introuvable, parmi la quantité qui lui parvient. C'est par l'excitation de cette attente que l'imagerie pornographique tire toute son emprise, mais l'auteur retient aussi un second élément : l'immédiateté du plaisir visuel contre la temporalité et la construction narrative. L'imagerie pornographique fait éclater les cadres narratifs et temporels du film pour se donner et se consommer immédiatement. Enfin, la dimension impressive des instants et flashes pornographiques viennent réorganiser l'ensemble de l'expérience pour faire fusionner le sujet et l'objet et créer ainsi une expérience de type ambiante : « l'impression donne l'intrication d'une ambiance qui permet de jouer d'une intrication du sujet et de l'objet, sans avoir à déterminer lequel des deux devrait prendre le commandement » (Baudry 2015 : 103). C'est bien cette fusion du sujet et de l'objet qui mène à la possibilité d'une addiction à l'image pornographique, comme « manque à être ».

Si Tinder ne présente pas de vidéos, mais toujours des photographies, il les intègre donc dans un système dynamique de navigation par le *zapping*, qui tire ses motivations d'usages de motivations psychologiques liées à la recherche d'un inattendu singulier, d'un profil qui correspond plus improbablement et extraordinairement à un idéal. De plus, la quantité de profils et photos présentés incitent à une vision instantanée des photographies pour passer aux suivantes. Une photographie présentant des éléments fortement narratifs ne pourrait être analysée comme telle. L'utilisateur préfère être baigné dans la fluidité d'une navigation sans fin, plutôt que de s'arrêter sur une photo pour la traiter analytiquement, c'est-à-dire interrompre son voyage, toujours motivé par l'espoir d'une rencontre plus singulière à venir. Surtout, la recherche de l'inattendu est entretenue par l'algorithme de sélection puisque, comme expliqué plus haut, la cotation

numérique du membre l'intègre dans un système de « bassins homogamiques » qui regroupe les membres en fonction de l'équivalence de leur score d'attractivité. La recherche de l'inattendu est d'autant plus forte que l'individu est placé dans un système qui réduit la diversité des types sociaux et stylistiques, ce qui ne satisfait pas son attente, mais l'incite à prolonger son expérience, sous l'illusion de l'aléatoire et l'espoir illusoire qu'une rencontre inattendue peut survenir. L'immédiateté de la pulsion scopique, la simplicité d'usage et la fluidité de la navigation sur Tinder, instaurent enfin une ambiance qui génère possiblement un comportement addictif en plus d'être compulsif, telle qu'en témoigne une ex-utilisatrice, Marianne, dans un article intitulé « Tinder décoit en permanence mais on y retourne toujours » (Rezzoug 2016).

Ainsi, Tinder présente un dispositif qui ne favorise pas l'expérience d'un désir amoureux par son design d'interaction fondé sur un algorithme numérique qui identifie et réifie le désir, et favorise l'homogamie. Il ne favorise pas non plus l'expérience d'un désir amoureux en inhibant par son design d'interface la fonction d'idéalisation et les processus cognitifs érotiques liés qui permettent la *crystallisation*. Mais il favorise plutôt par son système d'imagerie flottant et son thème érotique, l'apparition d'une scopophilie qui génère des processus de compulsion et d'addiction, à l'intérieur d'une expérience de plus en plus esthétisée. La ruse de Tinder est de montrer un champ de possibilités presque infini qui génère l'attente d'un inattendu fantasmé et la possibilité de sa rencontre, à travers la croyance de l'aléatoire et la présence de la multiplicité qui simulent la diversité des types sociaux et stylistiques. C'est sans doute cette intrication entre dissimulation de la réification, simulation de la diversité et compulsion esthétisée qui explique en partie le succès de Tinder, alors même qu'il échoue techniquement à favoriser la réalisation d'expériences amoureuses. Le devenir du désir est précisément ce qui n'intéresse plus Tinder, qui en réalité mise davantage sur la désaffection, la mobilité et la flexibilité de la pulsion scopique et sexuelle, et leurs infinies ressources, plutôt que sur la fixation capricieuse de la cristallisation. Tandis que la seconde semble de plus en plus difficile à mettre en œuvre, mais surtout, est susceptible de quitter l'application une fois constituée, la première permet une satisfaction visuelle rapide et facilement répétable, qui offre la possibilité d'un plaisir prolongé et éthéré, lorsqu'entraînée dans un système d'imagerie qui dilue l'expérience érotique en expérience esthétique, elle produit l'illusion esthétique d'un inattendu amoureux.

Si à d'autres époques, les rencontres se faisaient dans les fêtes, les bals, les nightclubs, les rallyes, les vernissages artistiques, etc qui furent ou sont toujours autant des business que des dispositifs techniques qui médiatisent techniquement la rencontre, il semblerait que les applications de rencontre sur smartphone inscrivent une nouvelle étape dans l'histoire organologique du désir, qui s'organise davantage autour de la

pulsion que du désir, de la satisfaction pulsionnelle que de la sublimation érotique.⁶ Le désir nécessite des supports techniques spécifiques pour se développer – ce que Bernard Stiegler nomme une « artefactualisation de la libido » (Stiegler 2006). Or, depuis que le capitalisme a investi le désir comme projet commercial, les milieux techniques du désir se renouvellent aujourd’hui à grande vitesse. Eva Illouz diagnostiquait il y a douze ans seulement que « dans la culture du capitalisme émotionnel, les émotions sont devenues des entités évaluables, examinables, discutables, quantifiables, et commercialisables » (Illouz 2006 : 193), elle concluait que : « c’est cette confusion croissante des ressources du marché et des langages du moi au 20^{ème} siècle que je qualifie de “capitalisme émotionnel” » (Illouz 2006 : 193). Or, il semble aujourd’hui que le capitalisme se détourne progressivement des dispositifs émotionnels pour leur préférer des dispositifs pulsionnels, tel que l’illustre le succès mondial de Tinder. Ceux-là sont les mains de ce que Bernard Stiegler nomme un « capitalisme pulsionnel » (Stiegler : 2006), qui exploite l’énergie pulsionnelle des individus, sans plus générer techniquement des processus sublimatoires, dont l’érotisme est un cas, en tant qu’art de spiritualiser la pulsion, en différant toujours l’immédiateté de la satisfaction pulsionnelle par l’évocation de fantasmes. Or, l’imagination comme la libido est un processus organologique, qui nécessite des supports techniques pour se développer. C’est aujourd’hui au design d’interaction de prendre en charge la sublimation de la pulsion et le développement de l’imagination pour faire de l’érotisme non plus seulement un art ou un discours, mais aussi un design.

<http://www.dontbelievethethehype.fr/wp-content/uploads/2015/08/unnamed.gif>
Tinder Love, GIF. (05/17/2014)

BIBLIOGRAPHIE

Baudry P. (2015). *L’addiction à l’image pornographique: Addiction, Plaisir, Passion, Possession*. Paris: Le manuscrit.

⁶ Freud définit la *sublimation* pour la première fois en 1905 dans *Trois essais sur la théorie sexuelle* pour rendre compte d’un type particulier d’activité humaine (la création littéraire, artistique et intellectuelle) sans rapport apparent avec la sexualité mais tirant sa force de la pulsion sexuelle en tant qu’elle se déplace vers un but non sexuel en investissant des objets socialement valorisés. Autrement dit, il s’agit du processus de transformation de l’énergie sexuelle (libido) en la faisant dériver vers d’autres domaines, plus spirituels qui fondent la culture.

- Bourdieu P. et J.C. Passeron. (1985). *Les héritiers, Les étudiants et leurs études* (1964). Paris: Les Éditions de Minuit.
- Freud S. (1987). *Trois essais sur la théorie sexuelle* (1905). Paris: Gallimard, Folio essais.
- Illouz E. (2006). *Les sentiments du capitalisme*. Paris: Seuil.
- Rezzoug L. (25/08/2016), *Marianne, 27 ans : "Tinder déçoit en permanence mais on y retourne toujours*. Disponible en ligne: https://www.lexpress.fr/styles/psycho/site-de-rencontre-tinder-decoit-en-permanence-mais-on-y-retourne-toujours_1718166.html
- Saint-Michel S.H. (05/01/2015), *L'algorithme de Tinder et le Coca-Cola*. Disponible en ligne: <http://www.marketing-professionnel.fr/parole-expert/structure-algorithme-tinder-site-rencontres-201412.html>
- Stendhal. (2014). *De l'amour*. Paris: Flammarion.
- Stiegler B. (1/2006), De l'économie libidinale à l'écologie de l'esprit. Entretien avec Frédéric Neyrat. *Multitudes*, 24, 85-95.