

Communiqué de presse du 4 octobre 2022

Enquête : la (re)présentation de soi sur les applis de rencontres

En 2020, près d'1 français sur 3 (étude IFOP) était inscrit sur un site de rencontre, ce chiffre continuant d'évoluer durant la crise sanitaire. Dans ce contexte de digitalisation de la vie sentimentale et sexuelle les rencontres entre hommes et femmes dépendent de plus en plus des plateformes en ligne et donc de la façon dont ils s'y exposent. Enquête sur la fabrication de notre identité numérique.

Maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication, Elodie Kredens (Université Savoie Mont Blanc) s'intéresse aux enjeux et logiques de la représentation de soi dans un contexte de séduction. Elle mène **une vaste recherche** combinant **plusieurs approches méthodologiques : analyse sémiologique de l'image, analyse lexicale de profils** sur les applis de rencontres, **enquêtes sociologiques** qualitatives et quantitatives.

La construction d'une vitrine numérique

En créant un compte sur une appli de rencontre, l'utilisateur est amené à construire une sorte de vitrine de lui-même. La constitution d'un profil est donc le préalable à toute interaction et condense de multiples enjeux communicationnels. Ainsi, cette étape conduit l'utilisateur à se positionner sur son statut, l'image qu'il souhaite donner et la raison de sa présence sur l'appli. Il s'agit de mettre en place une stratégie de séduction basée sur le visuel et le texte : quelles photographies choisir ? Que partager ou taire ? Quels sont les codes/diktats auxquels je me soumets pour plaire ?

Des écarts entre les hommes et les femmes

L'analyse des profils masculins révèlent que les hommes ne se mettent pas véritablement en scène dans leur profil. On pourrait attendre qu'ils se magnifient, qu'ils usent de procédés valorisants sur les photos, qu'ils utilisent des modes de représentations en lien avec des attendus stéréotypés masculins. Les utilisateurs ne sont pas des professionnels de l'image (à la différence des influenceurs) et ne savent pas nécessairement comment se mettre en valeur. La photo typique est sans artifice. Les hommes sont dans des tenues décontractées, souvent dans leur salon, sans aucune activité apparente.

Si les femmes adoptent davantage de stratégies de dissimulation dans leur profil, notamment sur leur aspect physique, elles témoignent en réalité de la pression qui s'exerce sur leur corps

7 UFR, instituts et école	3 centres de formation	15 000 étudiantes et étudiants	633 enseignants et chercheurs
18 laboratoires de recherche	Près de 300 doctorantes et doctorants	1 Fondation partenariale	1 Club d'entreprises

et de l'intériorisation de critères de la beauté féminine. En effet, en ayant tendance à cacher leurs rondeurs elles projettent qu'une absence de minceur est pénalisante.

Les questionnaires et entretiens révèlent également un malentendu entre les recherches des hommes et des femmes sur ces plateformes : les hommes aspirent à davantage de rencontres sexuelles, tandis que les femmes recherchent des relations davantage fondées sur les sentiments. Cependant, en entretien les hommes font aussi part de leur désarroi : les femmes s'attendent à ce qu'on leur fasse la cour et ne comprennent pas la temporalité "masculine". Les hommes racontent souvent leur sensation d'être des faire-valoir.

Une « fatigue narcissique émotionnelle »

Cette première phase de l'enquête met également en lumière la « fatigue narcissique émotionnelle » que génère l'usage des sites de rencontres. En effet, la construction de l'identité numérique provoque un tiraillement entre la volonté d'être authentique et la nécessité de se valoriser. L'optimisation de son profil, l'impératif de plaire conjugué à la volonté de concrétiser une relation, finissent par affecter l'enthousiasme et les ressources psychologiques des internautes. Les déceptions récurrentes donnent l'impression de recommencer le processus relationnel à zéro. Comme l'indique un enquêté « il est nécessaire d'être bien dans sa peau pour aller sur les sites de rencontres » sans quoi les déceptions entament progressivement l'estime de soi générant un sentiment d'inconfort voire de souffrance pour certains utilisateurs.

Un « parcours initiatique de découverte de soi »

Au-delà de l'aspiration à rencontrer quelqu'un et en dépit des désillusions se profile une quête indirecte : mieux se connaître. Créer son profil et se connecter à de potentiels partenaires sont des occasions de réfléchir à qui l'on est, ce que l'on veut, ne veut pas, ne veut plus. Aller sur les sites de rencontre peut revenir à faire un travail sur soi, à gagner en assurance ou en sagesse sur les vicissitudes de l'amour.

Méthodologie de la recherche

La recherche s'appuie sur plusieurs enquêtes : une analyse de plusieurs centaines de profils avec le logiciel d'analyse textuelle Iramuteq, une analyse sémiotique détaillée des photos issues de ces profils, des entretiens semi-directifs et une enquête par questionnaire menée auprès de 1002 répondants âgés de 18 à 34 ans, hommes et femmes.

Biographie

Elodie Kredens est docteure en Sciences de l'Information et de la Communication, maîtresse de conférences à l'université Savoie Mont Blanc et membre du laboratoire LLSETI (Littératures, langages, Etudes Transfrontalières et Internationales). Après son doctorat portant sur la réception de la télé- elle oriente plus généralement ses recherches sur les processus d'interprétation et d'appropriation des objets à la fois médiatiques et numériques. Depuis 3 ans, elle travaille sur les sites de rencontre en ligne autour de la thématique de l'identité numérique.

Contact presse :

Avril Boisneault, avril@canevetetassocies.fr 07 49 97 35 43

Véra Isaac, directrice de la communication de l'USMB direction.communication@univ-smb.fr
04 79 75 91 16 / 06 21 76 37 25



Les données clés
de l'Université Savoie Mont Blanc :

7 UFR, instituts et école	3 départements de formation	15 000 étudiantes et étudiants	633 enseignants et chercheurs
19 laboratoires de recherche	Près de 300 doctorantes et doctorants	1 Fondation universitaire	1 Club d'entreprises

1 UNIVERSITÉ, 3 CAMPUS : ANNECY • CHAMBÉRY/JACOB-BELLECOMBETTE • LE BOURGET-DU-LAC



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes



CONSEIL
SAVOIE
MONT
BLANC



Direction de la communication

04 79 75 91 16 / direction.communication@univ-smb.fr

www.univ-smb.fr

