

# PEUT-ON TOUJOURS AIMER À L'ÈRE DES RÉSEAUX SOCIAUX ?

---

Ou comment Tinder, Instagram et  
Tiktok nous empêchent de trouver  
l'amour



ILIAS RAMIM

AU SEUIL

*À celle qui m'a inspiré pour l'écriture de cet ouvrage,  
Celle qui partage ma vie depuis de nombreuses années,  
Celle dont l'amour indéfectible m'a porté jusque-là.  
Je t'aime.*

## Avant-propos

L'idée de cet ouvrage m'est venue après la lecture du livre d'Eva Illouz, *La fin de l'amour*, que ma partenaire m'a offert lors d'un voyage à Paris. J'ai été perturbé par l'incroyable précision avec laquelle elle décrivait nos relations amoureuses. Je me suis reconnu dans ses propos. J'ai retrouvé des sentiments, des questionnements dont j'avais moi-même fait l'expérience durant ma relation. L'un des aspects de son ouvrage avec lequel j'étais le plus familier était l'influence du numérique sur nos amours : l'illusoire infinité de prétendants, la beauté et la perfection banalisée, rendant le moindre défaut réhibitoire...

Ce livre a donc été une bonne entrée en matière, mais il me manquait des arguments, des réponses. Se reconnaître dans des propos est une chose, comprendre pourquoi les choses sont ainsi en est une autre. Comment les réseaux sociaux influencent-ils concrètement nos choix ? Nos envies ? Nos besoins ? Comment partons-nous en quête de l'amour à l'aide d'une identité virtuelle ? Pourquoi est-ce si différent de nos relations réelles ? Peut-on, en somme, toujours aimer à l'ère des réseaux sociaux ?

Mon travail de recherche s'est donc essentiellement tourné vers des ressources en ligne, des articles universitaires notamment, ainsi que certains livres, tels que *La fin de l'amour*, ou *L'amour sous algorithme*<sup>5</sup> par exemple. J'ai également utilisé certains concepts, comme celui des raisonnements logiques fallacieux, pour appuyer mon propos. Cet ouvrage est, par essence, une analyse personnelle de toutes ces sources. Ces dernières ont nourri une réflexion, dont on observe l'évolution au cours de l'ouvrage, jusqu'à son aboutissement.

Cette réflexion ne se veut pas exhaustive, et ne traite qu'un aspect parmi d'autres du lien entre notre quête de l'amour et le monde virtuel. Il y aurait de nombreux points à approfondir, en considérant les changements dans nos relations amoureuses induits par les réseaux sociaux sous un autre prisme. Peut-être assistons-nous à un changement radical de modèle amoureux qui supplanterait le modèle de la famille nucléaire et des relations monogames. Avec la révolution numérique, inextricablement liée à une libération de la parole et des pratiques, advient un champ des possibles, un spectre de relations qui n'admet plus de modèle, ni de limite. Qu'elles soient polyamoureuses, bisexuelles, monogames, hétérosexuelles, ou une variation de ces pratiques : tout semble désormais possible concernant nos relations. Peut-être serait-il intéressant d'opérer ce renversement de point de vue pour mieux comprendre l'époque dans laquelle nous vivons. Voilà précisément ce que cet ouvrage n'est pas. Il est important d'en être conscient et d'éventuellement se renseigner sur ces autres aspects.

## Introduction

### Entre numérique et amour, la naissance d'une réflexion

Comme la plupart des jeunes de mon âge, j'utilise les réseaux sociaux. Instagram, Twitter, SnapChat, Tiktok... J'ai été plongé depuis l'adolescence dans l'univers des posts, des likes, et des filtres. Les réseaux sociaux constituent aujourd'hui ce que l'on pourrait appeler notre « vie digitale », prolongement de la vie réelle sur les réseaux sociaux. Cette seconde vie est inextricablement liée à notre vie réelle. Et pour cause : d'après une étude de 2018 réalisée par Décod'actu, nous passons (les adultes de plus de 18 ans) plus de 5 heures par jour sur des écrans (hors travail) ! Si l'on déduit les heures des sommeil (entre 6 et 8 heures par jour), on arrive à 27-30% de notre temps d'éveil passé sur écrans ! C'est ainsi que le monde numérique, et surtout les réseaux sociaux, influent sur nos choix, sur nos opinions (cf. l'affaire Cambridge Analytica<sup>1</sup>). Notre quête de l'âme sœur est ainsi profondément marquée par Internet et les réseaux sociaux, si bien que **l'on se demanderait presque si l'amour est toujours possible dans ce nouveau monde hybride** (à la fois réel et numérique).

Pourquoi ce sujet ? Je suis en couple depuis maintenant 5 ans. J'aime ma copine plus que tout. Durant ces 5 années, il y a eu des hauts, il y a eu des bas. Je passe plusieurs heures par jour sur mon téléphone. J'ai vu sur Tiktok des couples qui semblaient plus heureux que je ne l'étais. J'ai vu sur Instagram des femmes, des corps que je trouvais séduisants. Bombardé de ces stimuli plusieurs fois par jour, tous les jours, j'en arrivais à me poser des questions sur ma relation. C'est cette influence malsaine des réseaux sociaux que je souhaite mettre en exergue, et plus encore, que je souhaite dépasser. Cet essai n'a pas pour vocation d'être exhaustif et complet, il est la traduction de mon opinion personnelle et argumentée sur un phénomène de société qui me paraît problématique, ainsi que sur un concept plus universel : l'amour. Cet ouvrage n'engage que moi et il revient au lecteur de se faire son propre avis.

Mais d'abord, qu'est-ce que l'amour ? Entendons-nous d'abord sur ce mot qui est le centre de notre étude. D'après le Trésor de la Langue Française, l'amour est l'« Attirance, affective ou physique, qu'en raison d'une certaine affinité, un être éprouve pour un autre être, auquel il est uni ou qu'il cherche à s'unir par un lien généralement étroit. »<sup>2</sup> Rajoutons à cette définition que lorsque l'on cherche l'amour, on cherche la bonne personne, pas une aventure d'un soir ou de quelques semaines. Notre amour sera donc un sentiment pérenne et puissant d'affinité, éprouvé envers quelqu'un, capable lorsqu'il est réciproque de faire naître une relation que les deux parties cherchent à protéger et à conserver. Maintenant que nous avons une définition plus claire de ce qu'est l'amour, ou du moins de ce qu'il sera dans cet ouvrage, voyons l'influence qu'ont les réseaux sociaux sur notre quête amoureuse.

---

<sup>1</sup> « Cambridge Analytica » est le nom d'un scandale concernant l'entreprise éponyme, accusée d'avoir favorisé le candidat Trump durant la présidentielle U.S. de 2016. Grâce aux données des utilisateurs Facebook récoltées illégalement, l'entreprise a pu fournir au cabinet de Trump des éléments clés pour mener la campagne jusqu'à la victoire. Un documentaire réalisé par Netflix intitulé « The Great Hack » décrit le déroulement de ce scandale et en interroge les protagonistes.

<sup>2</sup> J'ai choisi la définition du TLFi car c'est celle qui se trouve être la plus précise. Définir l'amour comme une simple « inclination de caractère passionnel/sexuel » (définition du dictionnaire Larousse, similaire aux définitions d'autres dictionnaires usuels) n'est pas suffisant. La définition du TLFi, qui est la même que celle du CNRTL, rend compte de l'étymologie et des siècles d'utilisation du mot « amour » dans la littérature. Elle capture selon moi l'essence du mot, que j'étoffe par la suite de ma propre interprétation.  
<https://www.cnrtl.fr/definition/amour>

## Sommaire

0. Introduction : Entre numérique et amour, la naissance d'une réflexion	2
1. Le Capitalisme Scopique et son lien avec les réseaux sociaux	4
1.1. Qu'est-ce que le capitalisme scopique, application du capitalisme à l'amour ?	
1.2. Quid des réseaux sociaux ? <sup>3</sup>	5
2. Les réseaux sociaux : monde de tous les fantasmes	7
2.1. Les filtres et photos retouchées	
2.2. Prendre la vie du bon côté...	8
2.3. ...ainsi que du mauvais.	
2.4. Réseaux sociaux : outils d'influence et de manipulation	9
3. Aimer vraiment	10
3.1. Accepter l'imparfait	
3.2 Une relation, une histoire d'amour	11
4. Conclusion : une expérience avant tout personnelle	12

---

<sup>3</sup> Précisons la différence entre réseaux sociaux et applications de rencontres. Les applications de rencontres sont des applications destinées à faire se rencontrer des individus, dans un objectif amoureux le plus souvent, mais qui peut être aussi purement amical et/ou sexuel. Tinder, AdopteUnMec, Meetic en font partie. Les réseaux sociaux sont toutes ces applications où il est possible de communiquer et d'établir des liens avec d'autres personnes, parmi lesquelles Instagram, Tiktok, Twitter, Facebook... Les applications de rencontres sont par définition des réseaux sociaux (elles mettent en relation des individus), et les réseaux sociaux peuvent ponctuellement être utilisés comme des applications de rencontres (par l'envoi de messages privés pour draguer une personne par exemple). Ces termes désignent donc l'utilisation spécifique d'une application, plus que l'application elle-même.

# 1. Le Capitalisme Scopique et son lien avec les réseaux sociaux

## 1.1. Qu'est-ce que le capitalisme scopique, application du capitalisme à l'amour ?

Le système économique mondial est aujourd'hui capitaliste. De ce système est né la société de (sur)consommation, que nous connaissons tous. Acheter toujours plus, chercher toujours mieux, jeter, remplacer, tels sont les mots d'ordres de ce modèle de société qui n'est évidemment pas viable. Ce que nous n'imaginons pas, c'est que ce système insidieux s'est immiscé dans notre vie amoureuse. C'est ce qu'Eva Illouz appelle le « capitalisme scopique »<sup>4</sup>.

Comment ce terme décrit-il nos interactions amoureuses ? Tout d'abord le « capitalisme » décrit le fait que, selon Eva Illouz, les désirs amoureux et sexuels des individus produit de la richesse, et font partie intégrante du sujet économique. En effet, nos désirs et nos besoins naturels, qu'ils soient d'ordre sentimentaux ou sexuels, nous poussent à consommer : on consomme des applications de rencontres, on consomme des loisirs lors de nos rendez-vous, de la pornographie, du maquillage pour se rendre belle, etc. Il y a les biens et services « classiques » que l'on consomme, mais il y a surtout un nouveau produit : nous-mêmes. Nous sommes en effet le consommateur et le produit sur le marché de l'amour. Une méta-analyse<sup>5</sup> montre d'ailleurs que les utilisateurs d'applications de rencontres objectivent les autres utilisateurs, et utilisent des métaphores de marché économique pour décrire les autres profils (maximiser son profit, la valeur sur le marché d'un profil...) Nombreux sont ceux qui consomment des relations à court terme, que ce soit du sexe ponctuel ou des relations qui ne dureront pas longtemps. Car la concurrence est rude. Chacun se vend, cherche à se mettre en valeur : on veut la meilleure photo de profil, la meilleure « biographie », être le plus drôle. Si vous n'êtes pas le meilleur, pourquoi voudrait-on vous parler plutôt qu'à quelqu'un d'autre ? On ne le voudrait pas, et c'est pour cela que l'on vous « ghoste », que l'on vous abandonne pour de potentiels meilleurs prétendants. Toujours le même principe : on cherche mieux, on jette, on remplace.

Le deuxième mot utilisé est « scopique ». Il caractérise notre rapport aux autres, qui est avant tout visuel. Le premier contact que l'on a avec quelqu'un est d'abord visuel. Nous voyons une personne avant de lui parler, avant de la swiper sur Tinder. Un coup de foudre est avant tout visuel, cela n'a plus de sens de parler de coup de foudre après avoir appris à connaître la personne, il s'agit alors d'un amour rationnel. De nombreux éléments viennent étayer la thèse d'Eva Illouz. Toute l'industrie cosmétique, l'industrie de la mode, montrent que nous cherchons à nous mettre en valeur. Nous voulons être beau pour plaire aux autres, pour augmenter notre attractivité. Jean-François Amadieu pense ainsi que nous avons tous un « capital sexuel »<sup>6</sup>. Ce concept converge vers la thèse d'Eva Illouz : on retrouve le champ lexical économique pour décrire nos relations amoureuses.

---

<sup>4</sup> *La fin de l'amour*, Eva Illouz, éditions Le Seuil, 2020. DOI : [10.4000/lectures.45577](https://doi.org/10.4000/lectures.45577). Dans cet ouvrage, Eva Illouz décrit un « désarroi contemporain », une épidémie de désamour qu'elle explique par exemple par : la volonté d'être toujours plus libre, liberté incompatible avec le mariage conventionnel qui nous contraint à ne pas dépasser certaines limites ; la volonté, insatiable, de consommer toujours plus d'expériences sentimentales et sexuelles. Tous ces mécanismes s'articulent dans le modèle du capitalisme scopique décrit ici.

<sup>5</sup> *Online Dating and Problematic Use: A Systematic Review*, 2021, publié dans l'[International Journal of Mental Health and Addiction](https://doi.org/10.1007/s11469-020-00318-9), doi : <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00318-9>

<sup>6</sup> *Le poids des apparences*, éditions Odile Jacob, 2002, Jean-François Amadieu

Ce nouveau capitalisme décrit par Eva Illouz est également « scopique » en partie à cause d'Internet et des nouvelles technologies. En effet, nous ne voyons plus seulement des individus en chair et en os, nous les voyons également virtuellement, en ligne. Nous sommes inondés de photos, d'influenceurs, de mannequins, de photos retouchées, qui stimulent nos désirs. Cet aspect a tellement de conséquences sur notre vision du beau que des marques sont prêtes à payer des dizaines de milliers d'euros pour un post d'influenceur qui mettrait en avant leur produit.

## *1.2. Quid des réseaux sociaux ?*

### *1.2.1 Les applications de rencontres : terreau fertile de ce nouveau capitalisme*

Ce modèle de « capitalisme scopique » empêche-t-il de trouver l'amour? Il semblerait que oui. Prenons l'exemple des applications de rencontres, incarnation parfaite du concept d'Eva Illouz. On swipe, sans arrêt, sélectionnant ce qui nous semble être les meilleurs profils, rejetant les autres, comme si l'on faisait nos courses à la recherche des meilleures céréales. Certaines applications assument d'ailleurs clairement l'idée qu'une application de rencontres n'est qu'un supermarché de l'amour, comme « AdopteUnMec », dont le logo est une femme mettant un homme dans son caddy.

Intéressons-nous à Tinder, application pionnière dans le domaine. Si cette dernière se vante d'avoir permis des mariages grâce à des rencontres qui ont eu lieu sur l'appli, la plupart des utilisateurs ne s'attendent à rien de particulier en installant l'application, et certainement pas à trouver l'amour. C'est ce que montre l'article « Pratiques et usages de Tinder, une étude exploratoire » écrit en 2021 par des universitaires de l'Université du Québec à Montréal. L'étude conclue « Elles [les personnes interrogées] dictent que l'utilisation de Tinder devrait être [...] détachée et sans attente précise » et qu'« il faudrait éviter la compulsion et la recherche de l'amour à tout prix. » En effet, les personnes sondées indiquent que chercher l'amour sur Tinder ne mènent qu'à des déceptions successives. Plus intéressant encore, le commentaire d'un des interviewés : « Même si ça [une rencontre] aboutit dans un lit, ils retournent chez eux le lendemain, déçus, parce qu'ils savent qu'il n'y aura pas de suite. » On retrouve cette idée de surconsommation. Quand on a consommé pour un soir, on passe à quelqu'un d'autre. Ce qui est également révélateur, c'est de dire qu'ils « savent » qu'il n'y a pas de suite. Tout le monde sait. Comme l'on sait que l'on est dans une société de consommation, et que l'on continue pourtant d'y participer, ou d'en être victime. On sait que Tinder n'est pas l'endroit pour trouver l'amour. On passe le temps avec Tinder, on y trouve parfois un partenaire d'un soir, et c'est souvent tout. Il semble alors que les quelques mariages dont se vantent Tinder sont plus des aberrations statistiques qu'une réalité que l'on peut tous espérer.

Le système de fonctionnement de Tinder pousse également les utilisateurs à rejeter beaucoup de prétendants. À l'ère du capitalisme scopique, on ne prend plus le temps d'apprendre à connaître une personne pour la juger. Toujours d'après l'étude, les utilisateurs rejettent les prétendants selon leurs modes de vie. Ainsi, pour l'une des sondés : « il ne faut pas qu'il consomme de la drogue. Il ne faut pas que sa religion lui dicte son quotidien. Il faut qu'il boive, mais avec modération parce que moi je ne bois pas. Il ne faut pas qu'il fume, oh mon dieu. » Ce sont des critères très sélectifs qui semblent parfois arbitraires, comme lorsque plus tard, plusieurs personnes sondées avouent sélectionner leurs prétendants en fonction de

leur taille. Le nombre potentiellement infini de prétendants amène les utilisateurs à trier sévèrement et arbitrairement les candidats. Comment peut-on juger une personne sur une photo et une biographie en quelques mots ? On ne le peut pas. Et c'est bien là tout le problème. Un micro-défaut et c'est le swipe à gauche assuré.

### *1.2.2. Tinder : Optimiser le bénéfice avant de trouver l'amour*

#### *1.2.2.1. Des applications de rencontres...*

##### *... et de séparations*

Une méta-analyse : « Online Dating and Problematic Use: A Systematic Review » corrobore l'idée selon laquelle les applications de rencontres favorisent le désamour (et la séparation) à l'amour. Selon cette étude, « certaines caractéristiques des applications/sites de rencontres en ligne augmenteraient les chances de déceptions et diminueraient la qualité des relations à long-terme. »<sup>7</sup>

##### *... qu'il aurait fallu éviter*

Toujours selon cette même étude, l'utilisation de ces applications peut s'avérer dangereuse... Outre les « mensonges et les déceptions », on peut rencontrer des individus dangereux, subir des agressions physiques à caractère sexuel, se faire harceler. L'étude souligne un phénomène potentiellement dangereux : les utilisateurs réguliers d'applications de rencontres tendent à baisser leur garde et sont alors plus vulnérables aux dangers précédemment évoqués. Ceux qui utilisent ces applications depuis longtemps sont moins enclin à se protéger lors de rapports, là où ils sont le plus exposés puisqu'ils ont des en général des rapports réguliers !

#### *1.2.2.2 Tinder : un système insidieux*

Le fonctionnement même de Tinder pose certains soucis éthiques. Le but de l'entreprise n'est pas de vous venir en aide, mais que vous y dépensiez votre temps et votre argent. L'application attribue par exemple une note « d'attractivité », comme le montre Judith Duportail dans son livre « L'amour sous algorithme »<sup>8</sup>. Chaque swipe est un « un contre un », entre vous et votre « adversaire ». Par exemple, si celui-ci vous a liké, et pas vous, vous avez « gagné » la partie : votre note augmente, celle de votre « adversaire » diminue, et l'algorithme considère alors que vous êtes plus attractif que la personne que vous avez rejetée. Ainsi s'installe une discrimination entre ceux qui ont un « Elo score »<sup>9</sup> élevé, et les autres. Ceux qui ont un score élevé ne voit pas sur l'application ceux au score faible. L'application ne laisse même pas une chance à tout le monde ! Je pensais autrefois naïvement que l'application présentait les utilisateurs aux alentours, de façon aléatoire, mais l'aléatoire n'a pas sa place lorsqu'il s'agit de faire du bénéfice.

Les femmes semblent également « avantagées » sur l'application. Lors d'une expérience avec l'un de ses collègues journaliste dans le cadre d'une enquête publiée dans le

---

<sup>7</sup> *Online Dating and Problematic Use: A Systematic Review*, 2021, publié dans l'[International Journal of Mental Health and Addiction](#), doi : <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00318-9>

<sup>8</sup> *L'amour sous algorithme*, éditions Goutte d'Or, 2019, Judith Duportail.

<sup>9</sup> Système de notation des joueurs d'échecs ou de certains jeux vidéo.  
<https://www.chess.com/fr/terms/systeme-elo-echecs>

Monde<sup>10</sup>, Judith Duportail a créé un compte Tinder masculin, et son collègue un compte féminin. Résultat : Judith s'est sentie « inexistante » avec son profil masculin. Son collègue, quant à lui, a reçu de nombreuses demandes, même sans photo de profil. J'ai également reçu des témoignages d'amis, à l'école, ayant aussi fait l'expérience de créer un compte du genre opposé. Les résultats sont semblables : les femmes sur Tinder sont sur-sollicitées, là où les hommes peinent à matcher.

Alors comment faire pour satisfaire ces hommes en quête de matchs, et ces personnes au Elo Score faible ? En leur faisant payer un abonnement, bien sûr ! Tinder propose une version premium, Tinder Gold, grâce à laquelle vous pourrez swiper autant de fois que le vous le voulez, voir qui vous a liké avant de swiper, ... Autrement dit, vous pourrez augmenter votre Elo Score, augmenter votre nombre de matchs, et augmenter le capital du géant Tinder !

## 2. Les réseaux sociaux : monde de tous les fantasmes

### 2.1. Les filtres et photos retouchées

Les réseaux sociaux sont connus pour être « fakes ». En effet, comme nous le verrons par la suite, tous les artifices sont possibles pour embellir son profil et montrer ce que l'on veut à ses abonnés. L'arrivée de Snapchat et surtout de ses « filtres » en 2015 a révolutionné l'ensemble des réseaux sociaux. Instagram, Tiktok et les autres réseaux ont repris l'idée et il est très vite devenu possible de changer son visage en un clic. Ces filtres ont créé de nouveaux complexes chez ses utilisateurs, qui souffrent de « dysmorphophobie ». Ce phénomène exacerbé par les réseaux sociaux s'est même vu appeler « dysmorphophobie snapchat », en référence à l'application. Certains utilisateurs sont allés rencontrer des chirurgiens esthétiques, espérant ressembler à leurs filtres Snapchat après une opération.

L'article « Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction »<sup>11</sup> montre également que voir des photos retouchées augmente notre sensibilité aux imperfections. Nous sommes amenés à croire que les imperfections sont anormales (alors qu'elles sont majoritaires), et que la norme correspondrait à une peau parfaite, une silhouette fine... Le problème des filtres/photos retouchées est que ceux-ci modifient notre perception de la beauté. Les standards de beauté portés par les réseaux sociaux sont tout simplement irréalistes. Comment dès lors accepter les imperfections de notre partenaire ? Il deviendrait presque difficile d'apprécier le physique d'hommes qui ne sont pas musclés, de femmes qui n'ont pas la « taille de guêpe », tant les images de ces corps supposément parfaits inondent les réseaux sociaux. Inutile d'expliquer en quoi cela est un problème pour nos relations amoureuses : nos exigences deviennent trop élevées, voire insatisfaisables, et nous peinons alors à trouver un partenaire qui nous convient. D'ordinaire, les « légères imperfections » telles qu'une légère bosse sur le nez, un grain de beauté particulier, font le charme d'une

---

<sup>10</sup> Sur Tinder, *les hommes et les femmes évoluent dans des mondes parallèles*, Judith Duportail et Nicolas Kayser-Bril, 2019 [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/07/26/sur-tinder-les-hommes-et-les-femmes-evoluent-dans-des-mondes-paralleles\\_5493933\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/07/26/sur-tinder-les-hommes-et-les-femmes-evoluent-dans-des-mondes-paralleles_5493933_4408996.html)

<sup>11</sup> Article de Marika Tiggemann, Isabella Anderberg et Zoe Brown paru en 2020. DOI : [10.1016/j.bodyim.2020.03.002](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.002)

personne. L'image de la beauté soutenue par les réseaux sociaux uniformise la notion du beau. Il faut réapprendre à aimer la singularité de chaque physique.

## 2.2. Prendre la vie du bon côté...

Les réseaux sociaux ont un autre aspect négatif : ils constituent un monde virtuel, qui par définition n'est pas réel. Même sachant cela, nous (utilisateurs) comparons notre vie **réelle** avec la vie **virtuelle** des autres utilisateurs. Or ce que postent les gens sur les réseaux ne reflètent pas leur vrai quotidien. Ils affichent surtout les sourires, les bonnes expériences, leurs amis, leur physique (souvent faux comme nous l'avons vu). En tant que spectateur de cette géante mise en scène, que nous croyons réelle malgré nous, nous ne pouvons que déprimer face au lot de déceptions et de mauvaises expériences auxquelles nous faisons face dans le monde réel. Si l'on adapte ce raisonnement aux relations amoureuses, nous comparons inconsciemment notre couple à tous ceux que l'on observe sur notre petit écran. Prenons l'exemple d'un couple à distance. Les deux amoureux ne voient que des couples habitant ensemble, heureux, sur les réseaux sociaux. Ils pensent : « Cela doit être formidable de pouvoir voir son/sa copain/copine aussi souvent. Ce doit être réconfortant. Pourquoi pas moi ? Peut-être que la relation à distance ne me convient pas ? » Ou prenons un autre exemple. Cette fois-ci, il s'agit d'un couple normal, parfois sujet à des disputes, comme tous les couples le sont. Sur les réseaux sociaux, les deux concubins retrouvent des vidéos de personnes qui décrivent l'amour parfait, sans dispute, un amour idyllique qui n'est bien évidemment pas réaliste (il s'agit d'une trend).<sup>12</sup> Ils pensent alors que leur relation n'est peut-être pas saine, ou qu'elle n'est du moins pas parfaite, car ils ne se sentent pas autant heureux et amoureux que ceux qu'ils voient à travers leurs écrans.

## 2.3. ...ainsi que du mauvais.

À l'inverse des utilisateurs qui romantisent et enjolivent leur vie amoureuse, il y a ceux qui dénoncent leur partenaire et leur relation « toxique » (il s'agit là encore d'une « trend »)<sup>12</sup>. Cela se fait souvent sous forme d'énumération de « red flags »<sup>13</sup>, où l'utilisateur énonce des comportements censés être anormaux chez un partenaire, et qui annonceraient au moins, un désintérêt de son partenaire, au plus, de potentiels actes violents à venir. Exemple (tiré d'une vidéo TikTok à plus de 800 000 vues) : « il te répond pas pendant 24h, [...] ça next direct<sup>14</sup> » ou encore « s'il relance pas la conv, c'est dead »<sup>15</sup>. Imaginez, si en tant qu'utilisateur/trice de Tiktok, vous tombez sur des dizaines de vidéos de

---

<sup>12</sup> Ce type de vidéos constitue ce que l'on appelle une « trend », traduction anglaise d'une tendance. De nombreux utilisateurs copient le même schéma de vidéos, puisque celles-ci buzz, et on se retrouve avec d'innombrables vidéos de personnes qui décrivent à quel point leur relation est « parfaite », ou à l'inverse, à quel point elle est toxique. Voici une définition plus générale, tirée d'urban dictionary, dictionnaire en ligne recensant notamment les expressions utilisées par les nouvelles générations :

<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=trend>

<sup>13</sup> Terme anglais utilisé pour désigner des signes avant-coureurs, comme un certain comportement, annonceurs d'un danger.

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/red-flag>

<sup>14</sup> « ça next direct » signifie « ne perdez pas votre temps avec lui, passez à quelqu'un d'autre ». Cette expression utilise le mot anglais « next », pouvant signifier selon le contexte : « au suivant ! ».

<https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais-francais/next>

<sup>15</sup> S'il ne relance pas la conversation (quand vous parlez par message), il faut passer à autre chose, ce n'est pas le bon. [https://fr.wiktionary.org/wiki/c%E2%80%99est\\_mort](https://fr.wiktionary.org/wiki/c%E2%80%99est_mort)

ce genre. Les situations décrites sont pour le moins banales et ne relèvent pas du « red flag », ne pas relancer la conversation peut traduire de la fatigue, une mauvaise humeur passagère, ou tout simplement que la personne en question est occupée. Mais si des dizaines de personnes affirment que c'est un comportement qui marque le désintérêt de la personne pour son couple, vous finirez par le croire, et vous poser des questions. « Est-il/elle assez impliqué/e dans notre couple ? » D'après ces tiktoks, la réponse est non. Plus que le doute, cela peut mener à la rupture si le couple n'est pas assez solide. D'autres vidéos plus alarmistes s'attèlent à décrire le comportement de « pervers narcissique ». Problème : les caractéristiques décrites sont souvent communes, et les vidéastes ne sont pas psychologues. Exemple : « s'il parle très bien [...], c'est un signe que c'est un pervers narcissique ». D'autres sont plus alarmants : « s'il [insérer une caractéristique quelconque]... Fuis ! » En tant que spectateur, on peut identifier certaines de ces caractéristiques chez son partenaire, prendre peur inutilement et perdre confiance en lui.

#### 2.4. Réseaux sociaux : outils d'influence et de manipulation

Tiktok, et plus généralement les réseaux sociaux, peuvent influencer nos opinions et nos choix, et cela de façon totalement malsaine. Il ne serait pas abusé, selon moi, de parler de manipulation. En effet, lorsque vous regardez des vidéos sur Tiktok par exemple, de nombreux paralogismes<sup>16</sup> vous font croire ce que vous voyez, malgré vous. On peut citer par exemple **l'appel à la croyance populaire**<sup>17</sup> qui s'opère lorsque vous voyez de nombreuses vidéos disant la même chose ainsi que des centaines de milliers de likes sur chaque vidéo, montrant l'adhésion des personnes aux propos qui y sont tenus. D'autres raisonnements fallacieux s'opèrent, comme la **preuve anecdotique**<sup>18</sup>, très présente sur Tiktok : les Tiktokeurs parlent uniquement de leur expérience personnelle, et en font des généralités. Un récent sondage Ifop<sup>19</sup> rend compte du pouvoir de manipulation et de persuasion des réseaux sociaux sur les jeunes (entre 11 et 24 ans). D'après ce sondage, plus de deux jeunes sur trois croient en une contre-vérité scientifique<sup>20</sup>. Le taux d'adhésion à l'une de ces théories est de 68% chez ceux qui ne consultent jamais les réseaux sociaux, et monte à 81% chez ceux qui les consultent plusieurs fois par jour ! Le rapport du sondage poursuit : « Plus de 40% des utilisateurs de Tiktok ont confiance dans le contenu des influenceurs s'ils ont

<sup>16</sup> Un paralogisme est un raisonnement fallacieux. <https://www.cnrtl.fr/definition/paralogisme> Vous en trouverez de nombreux exemples ici : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Paralogisme>

<sup>17</sup> Raisonnement fallacieux qui est le fait d'affirmer que quelque chose est vrai parce qu'une majorité de personnes la croit vrai. [https://fr.wikipedia.org/wiki/Argumentum\\_ad\\_populum](https://fr.wikipedia.org/wiki/Argumentum_ad_populum)

<sup>18</sup> Raisonnement fallacieux qui est le fait d'affirmer que quelque chose est vrai en se basant sur une anecdote. Exemple : « Fumer ne provoque pas de cancer, mon père fume depuis 12 ans et n'a jamais rien eu ! » [https://fr.wikipedia.org/wiki/G%C3%A9n%C3%A9ralisation\\_abusive](https://fr.wikipedia.org/wiki/G%C3%A9n%C3%A9ralisation_abusive)

<sup>19</sup> « La mésinformation scientifique des jeunes à l'heure des réseaux sociaux », sondage Ifop pour la fondation Jean Jaurès, paru le 12/01/2023 <https://www.jean-jaures.org/publication/la-mesinformation-scientifique-des-jeunes-a-lheure-des-reseaux-sociaux/>

<sup>20</sup> Exemples de ces « contres-vérités scientifiques » (tirés du sondage Ifop):

- Les êtres humains ne sont pas le fruit d'une longue évolution d'autres espèces comme les singes mais ont été créés par une force spirituelle (ex : Dieu) ;
- À l'époque antique, les pyramides égyptiennes ont été bâties par des extraterrestres ;
- Il est possible que la Terre soit plate et non pas ronde comme on nous le dit depuis l'école.

beaucoup d'abonnés. » On voit là le réel pouvoir de désinformation des applications comme Tiktok.

### 3. Aimer vraiment

#### 3.1 Accepter l'imparfait

Les réseaux sociaux ont donc un réel pouvoir sur nos relations sentimentales, le pouvoir de muer l'amour en désamour. Étant conscient de cela, comment appréhender et concilier nos relations amoureuses avec ce nouvel environnement numérique ? Il faut d'abord se détacher de tous les prêcheurs de bonnes paroles qui se sentent légitimes d'énumérer ce qui, pour eux, sont des vérités générales, mais qui relèvent plus de l'anecdote. De plus, les analyses de ces pseudo-penseurs sont le plus souvent insensées. En effet, comme nous l'avons vu plus haut, ne pas répondre à un message ou ne pas relancer la conversation n'est pas un « red flag ». Aucune n'est relation parfaite. Il faut apprendre à composer avec ses besoins et ceux de son partenaire. Chacun a sa façon d'être, ses humeurs, ses problèmes, ses envies. Une relation ne peut pas être résumée dans un post de quelques centaines de caractères, ou dans une vidéo de quelques secondes.

Cette vision d'un amour parfait, sans conflit et idyllique, est certes véhiculée par les réseaux sociaux, mais également par la société moderne dans son ensemble. Dans son ouvrage *Religion for atheists*<sup>21</sup>, Alain de Botton montre quelles leçons la religion peut nous apporter, que l'on soit croyant ou non. Certains principes religieux sont louables, et Alain de Botton soutient que l'on doit prendre exemple sur le pessimisme historique de la religion. Il explique que le monde moderne a fait de nous des individus éminemment optimistes. Grâce aux évolutions technologiques, aux découvertes et avancées de la science, nous serions devenus d'éternels optimistes, que seules de graves crises (comme la pandémie de 2020) pourraient troubler. Cet optimisme s'applique à l'amour, aux mythes du mariage parfait, de la famille parfaite, auxquels de nombreuses personnes croient. Comme le pense De Botton, je crois qu'il faut se détacher de cet optimisme qui nous empêche d'appréhender correctement la réalité de nos relations amoureuses, et nous empêche par là-même de profiter de nos partenaires. André Comte-Sponville étaye cet argument lorsqu'il écrit dans *L'esprit de l'athéisme*<sup>22</sup> : « seul le désespéré est heureux ». Or c'est précisément l'espoir qui sous-tend l'optimisme. Croire au mythe de l'amour parfait se traduit par l'espoir de le vivre soi-même un jour.

Une autre variable, à laquelle on ne pense pas forcément, et qui pourtant nourrit cet optimisme et cette croyance en l'existence d'un partenaire parfait, est le langage. Julie Neveux le montre parfaitement avec son ouvrage *Le langage de l'amour*<sup>23</sup>. Lorsque l'on dit l'amour, on crée en réalité une histoire, que l'on romance. Julie Neveux prend les exemples de phrases classiques que l'on entend ou que l'on dit à son partenaire : « on s'est trouvé » ;

---

<sup>21</sup> *Religion for Atheists*, éditions Flammarion, 2012, Alain de Botton, ISBN: 0141046317

<sup>22</sup> Cet ouvrage est similaire à celui d'Alain de Botton dans l'idée : André Comte-Sponville reprend les principes de la religion qu'il serait bon d'adopter, même étant non-croyant.

*L'esprit de l'athéisme*, éditions Le livre de poche, 2008, André Comte-Sponville, ISBN: 2253124664

<sup>23</sup> *Le langage de l'amour*, éditions Grasset, 2022, Julie Neveux,

« je t'aimerai toujours » ; « c'est le destin » ; « tu es mon soleil » ; « c'est le/la bon/bonne ». Toutes ces expressions traduisent notre amour en mots, mais scellent par la même occasion le caractère absolu de la relation, qui n'est pas **une** relation avec **un** partenaire, mais **la** relation avec **le** partenaire. Il devient dès lors compliqué d'envisager que le couple ne soit pas la perfection tant attendue. Julie Neveux explique par exemple que la fin du couple apparaît alors comme la fin d'une vie, puisque qu'une expression courante pour décrire son amour lors d'une relation est : « il/elle est toute ma vie ».

Il est donc nécessaire de prendre conscience de l'étendue du monde amoureux. Que ce soit au travers des réseaux sociaux, d'un environnement favorisant l'optimisme, ou même du langage, nos relations se construisent et nos avis se forment sur de nombreux paramètres dont nous n'avons même pas conscience. Prendre du recul, écarter les influences superflues, et embrasser le vrai, dans sa splendide imperfection. Voilà ce que je recommande. Nous devons accepter que les conflits sont inhérents à toute relation, et qu'il est nécessaire de traverser des zones troubles pour profiter des moments heureux.

### *3.2. Une relation, une histoire d'amour*

Un couple, c'est avant tout une histoire. La culture populaire ne parle pas « d'histoire d'amour » sans raison. Le début d'un couple est là où il est le plus fragile, car on découvre véritablement l'autre, on rentre dans l'intimité de ses pensées, et c'est au détour de cette rencontre que l'on décide de continuer la relation ou non. Si l'on décide de s'engager, parce que l'on apprécie son partenaire pour ce qu'il est réellement, viennent alors l'amour et les sentiments. Différents de la passion (cette sensation de papillons dans le ventre et d'excitation provoquées par la découverte de l'autre), les sentiments sont la traduction en émotions d'une opinion réfléchie concernant son partenaire<sup>24</sup>. Par exemple, l'amour et les sentiments se baseront sur l'admiration que les qualités de l'autre nous inspire. Passer de la passion à l'amour, c'est passer de « l'amour rend aveugle », à l'amour les yeux grands ouverts et rivés sur son partenaire. J'aime ma partenaire car je l'admire. J'admire sa capacité à être toujours souriante, même dans les pires moments. J'admire sa capacité à être toujours présente pour tout le monde, à faire tout ce qu'elle peut pour aider et soutenir son entourage. Elle m'a accompagné pendant les moments difficiles. Je l'aime parce qu'elle me soutient ; elle est ma confidente, elle sait tout de moi. Elle est, je crois, ce que l'on appellerait mon « alter ego ». Ma seconde moitié<sup>25</sup>. Cette relation s'est créée au fil des ans, au fil des événements passés avec elle, des épreuves surmontées ensemble. Car un amour se construit, il s'entretient, il s'abîme, et se restaure. Il ne faut pas laisser cet amour s'effriter passivement. Il faut vouloir aimer, et être prêt à se battre pour sa relation. L'histoire d'amour prend ses racines dans les voyages partagés avec son partenaire ; dans les heures passées ensemble ; parfois sans même parler ; dans tous ces souvenirs nés de l'union

---

<sup>24</sup> J'entends par « opinion réfléchie » un jugement plus objectif de son partenaire, de sa personnalité, de ses valeurs, en opposition à l'impression première qui est uniquement basée sur l'enthousiasme de la nouveauté.

<sup>25</sup> Remarquez que j'utilise moi-même ces expressions, qui font de me relation une relation absolue. Le paragraphe sur le langage de l'amour ne prétend pas vouloir supprimer ce langage, ma volonté est de faire prendre conscience aux gens des mots qu'ils utilisent. J'ai conscience de ma façon de dire mon amour, elle est cohérente avec mes sentiments et parfaitement assumée.

singulière de deux individus. Les réseaux sociaux, en particulier Tiktok et ses « trends », sabotent ce processus. Il nous invite à laisser tomber au moindre problème, au moindre défaut, au moindre « red flag » ; et les applications de rencontres finissent le travail : il y a une infinité de potentiels nouveaux partenaires à y trouver !

#### 4. Conclusion : Aimer, une expérience avant tout personnelle

Pour le bien de vos relations sentimentales : n'écoutez pas les réseaux sociaux. Ceux-ci sont utiles pour communiquer, se divertir peut-être, mais ils peuvent s'avérer insidieux lorsqu'il s'agit de donner des leçons. Seules **vos** expériences et **votre** ressenti méritent votre attention, pas ceux des autres. Il est possible que les applications de rencontres vous offrent des opportunités de découvrir de nouvelles personnes, mais leur système de fonctionnement est biaisé et ne cherche qu'à capter votre attention et votre argent. Vous rendre heureux et vous trouver un partenaire est le cadet de leurs soucis. La société du numérique entretient le modèle de l'homme célibataire « anomique » décrit de façon presque visionnaire par Durkheim dans son analyse du suicide. Il écrit ainsi qu'« il aspire à tout et rien ne le contente. [...] Ce sont sans cesse des espérances nouvelles qui s'éveillent et qui sont déçues, laissant derrière elle une impression de fatigue et de désenchantement »<sup>26</sup>. Cela traduit précisément ce que les applications de rencontres suscitent en nous : des attentes infinies, qui ne peuvent aboutir qu'à des déceptions. Il peut être bon de faire une coupure, ne serait-ce que temporaire, de ce monde numérique et du flux d'informations continues qu'il représente.

En guise d'ouverture, je voudrais préciser qu'au-delà de ce nouveau monde numérique, nos relations elles-mêmes évoluent. Les réseaux sociaux ne sont qu'un exemple précis de ce « capitalisme scopique » décrit par Eva Illouz. Or ce dernier englobe plus largement l'ensemble de notre société. Ce besoin d'avoir un « partenaire parfait » décrit au cours de cet ouvrage ne découle pas seulement des réseaux sociaux. Il découle aussi de l'évolution des droits individuels qui s'est opérée dans les pays occidentaux. Les femmes<sup>27</sup> et les hommes font de leur liberté (totale) un besoin qui prime sur tout le reste, y compris les relations amoureuses. Les individus ne veulent plus des contraintes ou des sacrifices que représentent les relations monogames et le mariage par exemple. Ajoutons à cela un monde individualiste et carriériste. Beaucoup font de leur carrière une priorité, au détriment de leur couple. Voilà quelques-uns des facteurs responsables du nombre si élevé de divorces et de séparations, en forte augmentation par rapport aux chiffres du XXe siècle. À contre-courant de cette tendance, je choisis pour l'instant de prioriser ma relation. Je préfère rester près de ma partenaire plutôt que de la quitter pour un emploi à l'autre bout du monde. Je préfère l'amour et le bonheur à la carrière.

---

<sup>26</sup> Émile Durkheim, *Le Suicide*, éditions PUF 1897, citation des pages 304-305

<sup>27</sup> Je souhaite mettre l'accent sur les femmes qui ont particulièrement acquis de nombreux droits fondamentaux depuis un siècle en France (droit à l'IVG, la contraception par la pilule, droit de vote...)

# PEUT-ON TOUJOURS AIMER À L'ÈRE DES RÉSEAUX SOCIAUX ?

**Que font les gens à la recherche de l'amour ? Ils se créent un compte Tinder, espace spécialement consacré à la mise en relation de particuliers en quête d'aventure. Ou alors ils « DM »[1] quelqu'un qu'ils trouvent attirant, sur Instagram, Twitter... Ils peuvent aussi chercher des conseils en amour, en drague, sur Tiktok. Mais les réseaux sociaux jouent-ils ici simplement le rôle de médiateur entre de potentiels partenaires ? Il semblerait que leur utilisation ne soit pas si anodine, et pourrait avoir des conséquences sur notre vie amoureuse. Que vous soyez utilisateur régulier des réseaux sociaux, ou complètement étranger au monde numérique, découvrons ensemble comment retrouver le contrôle sur nos relations sentimentales.**

**[1] DM signifie « Direct Message », soit : « envoyer un message privé sur un réseau social ».**



**AU SEUIL**

20,90€