

AGENCEMENT DU DÉSIR, STÉRÉOTYPES DE GENRE ET ALTÉRITÉ MOYENNE

Sandra Lemeilleur*

sanlemeilleur@yahoo.com

Abstract: *The question of the desire assemblage¹ (Deleuze, Guattari 1975) is at the heart of the new seduction loci on dating websites. The Web, as a new contemporary territory requires that assemblage issues are redefined. The profiles of registered users reveal a glossing over of the norms of self-presentation through the reuse and updating of gender stereotypes. By applying the four components of Deleuze's desire assemblage to dating sites, we will focus more specifically on the types of utterance posted by users, in order to identify the gender stereotypes at work. This paper sets out to show that male or female subjects use these stereotypes in order to develop an average degree of otherness² (Jeudy 2007). Abolishing the virulence of meeting someone else seems to be its virtue. Not to collide with each other, in order to increase the chances of an encounter.*

Keywords: *desire assemblage, otherness, dating site, gender stereotype.*

L'agencement du désir (Deleuze et Guattari 1975)³ est au cœur des nouveaux lieux de séduction dans les sites de rencontre. Le web, comme

* Sandra Lemeilleur est chercheuse en sciences de l'information et de la communication dans le cadre des Laboratoires MICA, Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, membre du comité éditorial de la Revue *Essais* de l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, membre du Groupe Interdisciplinaire des Doctorants.

Auteure de plusieurs articles dont: *Corps virtuel: corps ancillaire support de subjectivation*. Actes du colloque international *From cyborg to facebook: technological dreams and feminist critiques*. Sophia - Réseau Belge de coordination des études féministes, Bruxelles, *Vivre entre les grammaires. Conversation avec Judith Butler* in Revue *Essais* n°2, université Michel de Montaigne Bordeaux 3, Presses Universitaires de Bordeaux, Bordeaux, *Invention d'un nouveau territoire de subjectivation comme évolution du bio-pouvoir dans les démocraties parlementaires* in Revue *Essais* n°1, Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, Presses Universitaires de Bordeaux etc.

¹ Deleuze and Guattari's concept «Agencement de désir» is usually translated in scientific literature by the terms "assemblage of desire" or "desiring-assemblage". We preferred "desire assemblage" which sounds more concrete than "assemblage of desire" and carries slightly less implications of desire as transcendent or as an absolute. "Desiring-assemblage" is not incorrect either but is misleading as it resembles "desiring machines" in a way that is not implied by the original text.

² No translation exists for this new concept of «altérité moyenne», so this is our translation.

³ Deleuze, Guattari, 1975, *Kafka*, Editions de Minuit, Paris, p. 145

nouveau territoire contemporain nécessite qu'on se repose la question de l'agencement. En effet, il semble pertinent d'interroger ces pratiques à la lumière de cet outil. Comment les quatre composantes de l'agencement évoluent-elles dans le territoire du virtuel? Comment l'état de chose, le type d'énoncé, le territoire et la déterritorialisation s'exercent sur les sites de rencontre? Je m'attacherai à exposer de manière pragmatique la mise en place sur les sites de rencontre de l'agencement de désir. Et afin de dégager, l'usage ou le non usage des stéréotypes de genre, je m'attarderai sur le type d'énoncés dans la deuxième partie. Après avoir présenté l'échantillon des profils de cette enquête, je ferai une synthèse de l'analyse de contenu thématique de ces expressivités désirantes. Ainsi, j'évoquerai tout d'abord les attentes en termes de stéréotypes de genre, puis je révélerai un lissage des expressivités de genre qui tendrait vers une dilution dans un désir du même ou du complémentaire quel que soit le genre. Ainsi, les stéréotypes de genre et les mythes amoureux sont-ils toujours aussi opérants où observe-t-on des mutations? Quelles expressivités se donnent à lire sur le désir de rencontre amoureuse?

Mais tout d'abord interrogeons-nous sur cette évolution de l'agencement de désir avec l'avènement des sites de rencontre. Qu'est-ce qui change quand le désir prend le virtuel comme territoire?

1. Agencement de désir sur les sites de rencontres

Pour Deleuze et Guattari (1975), les sujets ne désirent pas quelqu'un mais un agencement – la chose désirée elle-même et le champ des possibles entre elle et nous. Les sujets ne sont pas des entités isolées mais font également partie de l'agencement en interagissant avec un milieu pour produire des agencements collectifs d'énonciation.

*Un agencement, objet par excellence du roman, a deux faces: il est agencement collectif d'énonciation, il est agencement machinique de désir.*⁴

Plus tard, Deleuze annonce: «Pas d'agencement sans territoire» (Deleuze 1977: 87)⁵. L'avènement du virtuel a obligé le sujet à développer des nouvelles formes d'agencement. Quatre composantes forment cet agencement: l'état de chose, le type d'énoncés, le territoire et la déterritorialisation.

L'état de chose

Tout d'abord, il y a l'état de chose. Dans le cas d'un site de rencontre, il s'agit de «j'aimerais rencontrer quelqu'un». Cela conduit l'internaute à remplir le questionnaire d'inscription afin d'accéder aux profils des autres utilisateurs. Ce désir de rencontre, n'est pas juste dans la tête du sujet, il

⁴ Deleuze, Guattari, idem, p. 145.

⁵ Deleuze G., Parnet C., 1977, *Dialogues*, Flammarion, Paris, p. 87

peut se projeter par le passé dans des agences matrimoniales et désormais dans les sites de rencontre. De ce fait, l'état de chose se reflète dans la deuxième composante qu'est le type d'énoncés puisqu'il est rendu visible dans la constitution du profil.

Le type d'énoncés

Pour produire des énoncés, l'internaute est cadré par le questionnaire des sites. Il s'agit de questions à choix multiples le plus souvent. Le sujet doit opérer deux examens que j'appelle rétrospectif et prospectif. L'un n'est pas premier par rapport à l'autre car ils sont relativement enchevêtrés. Les premières questions généralement concernent l'analyse rétrospective de soi. Cependant, pour *Meetic*, la deuxième question est «Son âge» faisant référence à l'âge du futur partenaire souhaité. Il s'agit bien là d'une observation prospective de soi. Alors que «Votre personnalité» interroge le rétrospectif. Dans les débuts du questionnaire, le sujet doit faire une synthèse de lui-même, de ce qu'il est aujourd'hui: la situation familiale, le niveau d'études, le profession, la taille, l'origine, la religion, les addictions (alcool et cigarette), l'apparence, les activités sportives, les centres d'intérêts, les sorties (semaine et weekend), les goûts (musique, films, réalisateurs, acteurs, genres...), la personnalité (traits de caractère, sentiments, émotions, qualités...), le salaire.

L'examen prospectif est quant à lui dirigé vers un autre fantasmé, non plus un autre à plaire en soi, non plus un autre introjecté mais un autre projeté. Cet être parfait sera celui que l'on aimera car correspondant à nos attentes. Le sujet doit, ici, exercer un pas de plus vers son intériorité pour connaître l'objet de son désir sans l'associer à une personne physique existante. Un pas vers un autre, un autre qui n'existe pas mais qui devient concret à travers les réponses aux questions à choix multiples concernant: l'âge, le niveau d'études, la taille, la religion, l'origine, le statut marital, le nombre d'enfants, vouloir des enfants, la personnalité, les addictions, l'énergie, le sex-appeal, les convictions, la joie de vivre.

Finalement, les questions qui ont été préalablement posées à l'internaute, lui sont à nouveau posées en miroir concernant son futur partenaire. Là aussi, le jeu est possible que faut-il choisir le modèle du couple photocopie, du mythe «d'être les mêmes» ou choisir le couple complémentaire. Le couple photocopie fonctionne sur la base de l'homophilie – aimer ceux qui nous ressemblent. Pour Pascal Lardellier c'est évident:

Une réelle homophilie est à l'œuvre «en ligne», où «entre soi numériquement assisté» voit les internautes se rassembler en fonction de passions ou d'opinions partagées...⁶

⁶ Lardellier, P., 2012, *Les réseaux du cœur. Sexe, amour et séduction sur Internet*, François Bourin Éditeur, Paris, p.158-159

Cependant l'internaute peut mettre en place des stratégies pour «s'offrir» au plus large panel d'inscrits et choisir de jouer l'ouverture. Faut-il montrer que l'on souhaite un autre comme soi ou montrer son ouverture d'esprit à la différence? Par exemple, une personne qui ne fume pas peut indiquer sur son profil qu'il n'est pas dérangé par une personne fumeuse parce que c'est vrai ou pour attirer un maximum de personne en affichant «la tolérance». Ces questions induisent encore une fois des jeux de caché/montré oscillant entre recherche du même et/ou du complémentaire. Étape ultime de cet examen, la projection dans une relation: Êtes-vous prêt à vous engager dans une relation? Quel type de relation recherchez-vous? Quelle est votre vision du couple? Désirez-vous des enfants et fonder une famille avec la personne que vous recherchez? Quelle distance maximale entre vous en kilomètres? La personne que vous recherchez doit-elle gagner de l'argent? Nous verrons plus loin que cet aspect excessivement prospectif remet en question le concept même d'agencement de désir.

Le territoire

Le troisième élément de l'agencement est le territoire. La conception deleuzienne du territoire n'implique pas uniquement l'espace mais aussi le rapport familial de propriété et d'appropriation que les êtres vivants entretiennent avec lui. Le territoire au-delà du géographique, de sa délimitation a une valeur existentielle. L'éthologie nourrit largement les argumentaires de Deleuze sur ce concept. Un territoire:

[...] est en fait un acte qui affecte les milieux et les rythmes qui les territorialise. Le territoire est le produit d'une territorialisation des milieux et des rythmes.⁷

C'est en ce sens qu'aujourd'hui le virtuel est un territoire. En effet, quand les internautes s'inscrivent sur un site, ils marquent leur territoire mais pas seulement. Ce qu'ils y mettent fonctionne comme des chants, des couleurs, des rythmes que les animaux utilisent pour délimiter leur territoire. C'est à travers son chant que l'oiseau dit à ses congénères que cette branche sur laquelle il est posé est son territoire. Les internautes chantent à travers leur fiche de profil, leurs photos, et avec toutes les écritures de soi qu'ils manipulent. Ainsi, poster une photo de torse plutôt que celle d'un visage, ou poster une photo d'une personnalité connue, plutôt qu'une photo de soi, sont autant de balises pour signifier les limites du territoire. De plus, les rythmes de territorialisation et de déterritorialisation sont maintenant visibles. En effet, le hors ligne et le en

⁷ Deleuze, G., Guattari F., (1980), *Mille plateaux Capitalisme et schizophrénie 2*, Éditions de Minuit, Paris, p. 386

ligne sont clairement signifiés. Mais bien d'autres notifications sont aujourd'hui présentes: la notification du temps écoulé après la dernière connexion, le nombre de fois que la page de profil a été regardée, combien d'heures par jour en moyenne cette personne se connecte sur ce site... C'est autant de signes des rythmes de territorialisation et de déterritorialisation qui sont aujourd'hui rendus visibles dans ces sites.

La fiche de profil complexifie la notion d'agencement car elle regroupe le territoire du sujet et le type d'énoncés dans une même entité. Pour l'oiseau, il y a le chant *type d'énoncés* et la branche *territoire* alors que les deux fusionnent à travers la présentation de soi dans les sites de rencontre. Le chant fait territoire et le territoire fait chant. Cette particularité du virtuel nous fait souvent oublier qu'il est un espace à part entière et de cette fusion peut naître un trouble lors de la rencontre dans un espace réel.

Déterritorialisation et reterritorialisation

La dernière composante de l'agencement est justement la déterritorialisation et la reterritorialisation. Le territoire n'existe pas sans en sortir et en revenir. C'est à ce titre que le sujet reconstruit des agencements à chaque fois qu'il se reterritorialise. L'agencement est toujours dans un mouvement de transformation. En effet, l'internaute qui a pris contact avec une personne dont le profil a retenu son attention, va nourrir un désir de réponse. Dans cette latence que représente sa déterritorialisation, il élaborera des fantasmes autour de la rencontre avec cette personne. Quand, il va se *logger* à nouveau, c'est-à-dire se reterritorialiser, il arrivera sur le site avec cet agencement de désir façonné par ses fantasmes. La déterritorialisation et la reterritorialisation fonctionnent comme une courroie de transmission d'agencement de désir à un autre. Car même si ladite personne ne répond pas, cet agencement de désir produira chez le sujet une matière à l'élaboration de nouveaux agencements tenant compte de cette expérience.

Sur le plan conceptuel, les quatre composantes de l'agencement se brouillent. Bien entendu, l'agencement de désir n'est pas divisé en quatre avec des frontières étanches, mais c'est la porosité et donc les échanges entre elles qui font la consistance de l'agencement. Aujourd'hui plus que de porosité, il serait question de fusion vers un objet fantasmé. Ainsi, l'examen prospectif que doit opérer le sujet à l'aide de ses propres fantasmes, ne fait-il pas tourner le sujet sur lui-même et non sur une extériorisation de son désir par l'agencement? Agencer un désir sur un objet qui n'existe pas ne remet-il pas en cause le concept même d'agencement ou se peut-il que le sujet opère un tout autre processus de subjectivation que l'on devrait nommer autrement dans ces espaces virtuels de séduction? De même que l'absorption du territoire par le virtuel

fait se confondre dans la conception deleuzienne le type d'énoncés, le territoire et la déterritorialisation. Le territoire virtuel contient en lui toute sa potentialité dans le sens où « on ne sait pas comment ce que l'on a énoncé dans sa page de profil » sera reçu... Je pose l'hypothèse que les internautes ont conscience de ce que représente le virtuel – *l'arbre contenu dans la graine* – et qu'ils réduisent leur singulière personnalité à travers l'actualisation de la norme de genre. Ils appréhendent le trouble de cette fusion des composantes. Cette ouverture à la visibilité de soi par la page de profil offre un nouvel espace de projection des stéréotypes de genre.

2. Stéréotypes de genre et altérité moyenne

Présentation de l'échantillon

L'échantillon proposé ne se veut pas représentatif de la population mais représentatif de ce que produit ou présente les sites par le biais du *matchmaking*. J'ai opéré avec deux profils, un masculin et un féminin. Antton ou Aintoine33, homme d'une trentaine d'années ne présentant que peu d'éléments. Puis un autre profil, avec mon vrai nom et mon vrai prénom me présentant dans ce que je suis venue chercher ici, en tant que chercheuse en sciences de l'information et de la communication sur les sites de rencontre. 56 profils dont 28 femmes et 28 hommes ayant comme moyenne d'âge 33,8 allant de 22ans à 41 ans pris sur 3 sites différents *Zoosk*, site généraliste qui propose d'affiner les profils proposés au fur et à mesure des sélections faites par les internautes; *Meetic*, pour sa popularité et pour recevoir des profils sélectionnés par le site grâce au processus du *matchmaking*; *points communs* pour son originalité de proposer des rencontres avec des personnes qui partagent les mêmes goûts culturels. Grâce à une analyse de contenu thématique, j'ai relevé six occurrences: l'authenticité, la douceur, l'humour, le *feeling*, la recherche d'une relation sérieuse et le partage.

De ce fait, j'ai noté une évolution des représentations sociales de la recherche du partenaire amoureux. Deux mythes semblent perdurer: l'amour du même, du « on est pareil » et l'amour du complémentaire « on est fait l'un pour l'autre ». Cependant, il y a des évolutions en termes de genre qui paraissent intéressantes.

L'authenticité

La notion d'authenticité remporte le plus de suffrage. 25 personnes y font référence. L'authenticité devient une valeur de la relation. Après des années de développement de la psychologie, le sujet se trouve contraint à devoir être authentique à se considérer comme sincère, c'est-à-dire ayant la capacité de s'exprimer sur lui-même. La société expressive dans laquelle

nous vivons nous pousse à aimer et à rechercher l'authenticité partout. Ce thème fonctionne en miroir: le sujet est lui-même authentique et le recherche chez l'autre. Le mythe du même, d'être pareil perdure. L'idée derrière c'est la régulation de la relation. Tout se dire est valorisé. Les thérapies de couple, concerne notre époque mais ce n'est pas anodin. Cela va dans le sens de plus d'authenticité. Bien ou mal, bonne évolution ou mauvaise là n'est pas la question, cette authenticité désirée est le reflet de la tension née du bio-pouvoir (Foucault 1976)⁸. En effet, les institutions nous font croire qu'il en va de notre épanouissement personnel d'être plus authentique et ainsi de nous libérer mais en même temps elles ont alors le pouvoir de s'immiscer dans nos vies et donc de nous aliéner derrière un discours de libération de l'être. Je ne note aucune expressivité genrée. En effet, homme et femme recherchent l'authenticité et se décrivent comme authentiques.

Être doux, gentil, sensible et le rechercher

Ils sont 18 à évoquer cette qualité. Pour les 10 hommes, 9 souhaitent que leur partenaire féminine la possède. Pour les 8 femmes, 4 la possèdent et 4 la souhaitent chez leur futur partenaire masculin. Ce résultat détonne, cette qualité auparavant attachée à la féminité se retrouve concerner le genre masculin. D'ailleurs en 1984, François De Singly dans son enquête sur les petites annonces avait remarqué que: «[...] les femmes continuent à prendre des traits – comme la douceur – qui ont pour fonction d'accentuer la féminité de leur identité».⁹

Faut-il croire aujourd'hui que les femmes souhaitent que les hommes expriment leur part féminine? Il semble en tout cas que pour séduire les femmes, ils évoquent la nécessité de leur douceur. Une femme doit être douce, sensible. Et les femmes demeurent égales au stéréotype de genre, elles sont douces mais aujourd'hui, elles souhaitent un homme doux. Nombreux sont les articles de presse qui évoquent ce phénomène, de la part féminine de l'homme. En juillet 2009, psychologies magazine publie une interview du psychanalyste et philosophe italien Umberto Galimberti ayant pour titre «Les hommes sont-ils capables d'aimer?» dans laquelle il dit:

*Les hommes ont du mal à aimer parce qu'ils sont dans le «tout ou rien». Seuls ceux qui ont accepté leur part de féminité peuvent s'engager dans une relation vraie.*¹⁰

⁸ Foucault, M., (1976), *La volonté de savoir, Histoire de la sexualité*, tome I, Gallimard, Paris.

⁹ De Singly, F., (1984), *Les manœuvres de séduction: une analyse des annonces matrimoniales*, Revue Française de Sociologie, 25, pp. 523-559.

¹⁰ Galimberti, U., in Fois G., (2009), *Les hommes sont-ils capables d'aimer*, Interview d'Umberto Galimberti, Paris, Psychologies Magazine, p.1.

La douceur des femmes est un mythe qui demeure attaché à la relation d'amour. Une forme de norme de la relation. La sensibilité serait du côté de l'authenticité dans le sens de dévoiler ses émotions en les exprimant.

Avoir de l'humour ou le rechercher

Ils sont 20 à en avoir et 10 à le rechercher. C'est équivalent en termes de genre. Mais par contre, je ne retrouve jamais des personnes qui disent avoir de l'humour et le rechercher. C'est l'un ou l'autre. Nous ne sommes pas dans la thématique du double, mais dans celle de la complémentarité. Il y en a un dans le couple qui fait rire l'autre. Il semblerait qu'on ne se fasse pas rire mutuellement. Cependant, l'humour est un élément important dans la relation amoureuse, il faut rire aujourd'hui, nous ne sommes plus dans le mythe de l'homme solide avec une belle situation financière qui soutient sa femme douce et sensible. Il faut rire. C'est le mythe de la connivence, de la complicité, du feeling dans la relation.

Le feeling

Mythe actuel de la relation que je retrouve chez 9 hommes et 3 femmes. Réciprocité, complicité avec le futur partenaire. Certains déclarent souhaiter: «*une complicité hors du commun*»; «*que le feeling passe bien*»; «*faire naître une complicité*». Cette thématique révèle le mythe de la rencontre coup de foudre où immédiatement il y a connivence où un lien magique s'établit entre deux personnes. Le feeling et l'humour sont rattachés à la «magie de l'amour». Les hommes semblent y être plus sensibles.

Recherche d'une relation sérieuse

16 écrivent clairement qu'ils recherchent une relation sérieuse. Cela ne signifie pas pour autant que les autres souhaitent vivre des relations sans lendemain, mais les autres laissent différentes possibilités ouvertes. Cela implique un examen prospectif profond de poser cela comme une volonté première de la relation. Une pression s'ajoute pour le futur partenaire. Autant d'hommes que de femmes expriment ce choix. Cela ne veut pas dire que cette thématique ne serait pas genrée, simplement que par stratégie de rencontre, certains ont décidé de ne pas donner cette information. En quelques sortes dire cela, c'est déjà en dire plus sur son projet de vie.

Le partage

Pour 18 de l'échantillon, 10 femmes et 8 hommes, la notion de partage de bons moments, de plaisir, de complicité, de grand bonheur est important. Souvent on peut lire de belles phrases banalisantes: «Je souhaite rencontrer la femme avec qui partager les petits et grands

bonheurs que la vie nous offre.» Le partage est une thématique qui s'accorde parfaitement avec l'authenticité, car l'authenticité relationnelle suppose, aujourd'hui, de tout se dire, de tout échanger, de tout partager, de ne plus avoir de secret l'un pour l'autre. La notion de partage opère ici comme vœux de sincérité.

Nous mettons en évidence à travers cette analyse que ces thématiques récurrentes fonctionnent comme des filtres à l'expressivité de l'intime, à l'expression des normes de genre afin d'épurer la présentation de soi de tout ce qui pourrait être trop singulier. Une norme de relation semble se dégager qui regroupe plusieurs mythes celui de l'amour du double de soi-même (authenticité, partage, relation sérieuse) et de l'amour complice (être complémentaire, le feeling et avoir de l'humour). Ces deux mythes nourrissent une expressivité normée afin d'être conforme aux attentes générales de chacun. Se présenter comme un être singulier, comme nous le sommes tous, renverrait à être non conforme et cela serait potentiellement inquiétant pour un partenaire éventuel. Les internautes fonctionnent en activant une forme *d'altérité moyenne*. Si la franchise est assumée, il faut la voir comme une valeur, du côté de l'authenticité. Les internautes jouent à être un autre dans le moule proposé par les dispositifs. Ils jouent à être un autre qui serait le même que les autres. Henri-Pierre Jeudy définit le concept d'*altérité moyenne* comme

*[...] une convergence vers l'uniformisation des attitudes du corps rendue souhaitable comme l'accomplissement d'une universalité des représentations culturelles. Chacun devrait voir en l'autre une ressemblance qui abolit la virulence de l'altérité.*¹¹

Il n'y a pas d'effets d'étrangeté dans le virtuel, sinon les profils sont supprimés, signalés par d'autres internautes. Pas d'incongruité dans ces espaces, pas de rupture avec le processus de réflexivité. Les internautes simulent une vie intime conforme à celle proposée par les autres, et cela s'autoalimente. Et c'est bien cela qui est troublant dans la notion de genre. Quand j'ai entrepris ce travail, j'avais posé comme hypothèse de rencontrer des différences fondamentales dans les expressivités de genre. Finalement, ce sont les notions de mythe qui alimentent le contenu des expressivités plus que les stéréotypes de genre. Cela fonctionne comme si les internautes étaient muselés par la mythologie amoureuse attendue de tous. Il n'y a que la douceur de la femme qui perdure du côté des désirs masculins...et certains hommes «commencent à assumer leur part de féminité» mais l'homme contemporain sensible n'est-il pas en train de devenir un nouveau mythe de la relation amoureuse? La relation doit être authentique, dans le partage avec une femme douce, un homme qui

¹¹ Henri-Pierre Jeudy, 2007. *L'absence d'intimité*, Circé, Belval 2007, p. 36

ressent un feeling témoignant d'une forte complicité, et un des partenaires doit avoir de l'humour. Abolition de l'expressivité de genre, homme et femme désirent la même relation, le mythe de la relation à deux ne semble pas s'implanter aujourd'hui en termes de stéréotypes de genre.

Le déplacement des agencements de désirs dans l'espace du virtuel ouvre la voie à la potentialité des désirs exprimés. Cette mise en visibilité dont les sujets semblent avoir conscience leur fait utiliser des filtres. Ainsi, ils s'engagent dans une forme d'*altérité moyenne* où tout le monde semble avoir construit le même agencement de désir. Je pense que ce processus garantissant la conformité à la norme permet justement de réguler la potentialité du virtuel et si finalement tout le monde sait s'adapter à ces nouveaux jeux sociaux du web, je pose l'hypothèse de l'*altérité moyenne* comme nouvelle forme de don et de contre-don. L'expressivité de la recherche de la même chose permet la rencontre sans crainte. «Si je suis capable de me montrer conforme et si tu es capable de te montrer conforme alors nous pouvons nous rencontrer pour faire émerger nos singularités.» La capacité à être conforme serait le premier pas vers la rencontre.

Bibliographie

DELEUZE G., GUATTARI F., (1975), *Kafka*, Editions de Minuit, Paris

DELEUZE G., PARNET C., (1977), *Dialogues*, Flammarion, Paris

DELEUZE G., GUATTARI F., (1980), *Mille plateaux Capitalisme et schizophrénie 2*, Éditions de Minuit, Paris.

DE SINGLY, F., (1984), *Les manœuvres de séduction: une analyse des annonces matrimoniales*, Revue Française de Sociologie, 25, pp. 523-559.

FOUCAULT, M., (1976), *La volonté de savoir, Histoire de la sexualité*, tome I, Gallimard, Paris.

JEUDY H-P., (2007), *L'absence d'intimité*, Circé, Belval

GALIMBERTI U., in Fois G., (2009), *Les hommes sont-ils capables d'aimer*, Interview d'Umberto Galimberti, Paris, Psychologies Magazine.

Version en ligne [<http://www.psychologies.com/Couple/Vie-de-couple/Amour/Interviews/Les-hommes-sont-ils-capables-d-aimer> dernier accès juillet 2014]

LARDELLIER, P., (2012), *Les réseaux du cœur. Sexe, amour et séduction sur Internet*, François Bourin Éditeur, Paris.

RICOEUR, P., (1990), *Soi-même comme un autre*, Seuil, Paris.