



Amours au prisme de la raison. Les sites de rencontre en Inde et en France

Emilie Arrago-Boruah

► To cite this version:

Emilie Arrago-Boruah. Amours au prisme de la raison. Les sites de rencontre en Inde et en France. Revue des Sciences sociales, 2017, L'Amour, les amours, 58, <10.4000/revss.287>. <hal-03736488>

HAL Id: hal-03736488

<https://hal.science/hal-03736488v1>

Submitted on 22 Jul 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Amours au prisme de la raison

Les sites de rencontres en Inde et en France

Love through the Prism of Reason. Online Dating in India and France

Émilie Arrago-Boruah



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/revss/287>

ISSN : 2107-0385

Éditeur

Presses universitaires de Strasbourg

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2017

Pagination : 22-29

ISBN : 978-2-86820-970-2

ISSN : 1623-6572

Ce document vous est offert par Bibliothèque de l'Université Panthéon-Assas Paris II



Référence électronique

Émilie Arrago-Boruah, « Amours au prisme de la raison », *Revue des sciences sociales* [En ligne], 58 | 2017, mis en ligne le 10 juillet 2018, consulté le 16 juillet 2018. URL : <http://journals.openedition.org/revss/287>

Ce document a été généré automatiquement le 16 juillet 2018.

Revue des sciences sociales

Amours au prisme de la raison

Les sites de rencontres en Inde et en France

Love through the Prism of Reason. Online Dating in India and France

Émilie Arrago-Boruah

- 1 Les rencontres sur Internet fournissent un large éventail de situations propices à la multiplication et à la diversité des expériences amoureuses, du flirt en ligne à l'engagement marital. Cet article s'inscrit dans le sillage des travaux qui se sont développés depuis plusieurs années sur les pratiques de l'amour à l'ère de la révolution numérique. Le recours aux technologies de réseau pour faire des rencontres s'est généralisé dans le monde, et pourrait faire penser que les modèles amoureux tendent à se mondialiser également, subvertissant les frontières et les cultures. C'est en partie vrai, dans la mesure où Internet est un outil d'usage individuel qui favorise les choix d'inclination personnelle, soutenus par une approche calculée de l'autre. Pour autant, les différences culturelles continuent à jouer. Nous traiterons dans les lignes qui suivent de l'exemple de l'Inde, en le comparant à la situation française. En Inde, pour commencer, on préférera parler de sites matrimoniaux plutôt que de sites de rencontres, même si dans les faits, la distinction n'est pas toujours justifiée.
- 2 Spontanément, les représentations de la vie amoureuse en France sont associées à l'idée d'un choix individuel et passionnel, tandis que nous avons tendance à voir les mariages indiens comme le résultat d'un choix orienté par les familles, sur des bases rationnelles. Nous éviterons le piège de ce genre d'oppositions simplistes, en refusant toute comparaison frontale. La méthode adoptée vise en effet à mettre les exemples fournis par ces deux pays mutuellement à l'épreuve en proposant une comparaison latérale¹.
- 3 Pour mener cette enquête, nous partirons du cas de l'Inde, en nous appuyant notamment sur un témoignage recueilli en 2016 auprès d'un couple d'amis indiens, pour pouvoir ensuite proposer une analyse du discours des pouvoirs publics et de celui des sites de rencontre. Les discours tentent en effet de réduire l'écart entre l'idéal romantique, les normes matrimoniales et les expériences vécues. Nous rapporterons à chaque fois nos observations faites en Inde à l'expérience commune que nous avons de ce qui se passe en France, ce qui nous fournira en retour une lecture de la situation française au prisme du

vécu indien. Mon objectif est d'éclairer les nouvelles pratiques de l'amour à l'ère de la révolution numérique par l'éloignement du regard.

Les technologies nouvelles au service de la tradition ?

- 4 Les sites de rencontres sont un produit de la globalisation, mais, aussi bien en France qu'en Inde, ils perpétuent, à bien des égards, dans les situations qu'ils génèrent, un modèle qui existait depuis longtemps dans les sociétés traditionnelles : la sélection d'élus potentiels sur critères. En France, les premières agences matrimoniales sont apparues à la fin du XIX^e siècle en milieu urbain, où elles ont pris le relais des « marieuses » que connaissaient déjà les paroisses villageoises. Toutefois, seuls « les individus exclus du marché matrimonial normal en sollicitaient les services » (de Singly 1984 : 253). En Inde, l'essor du principe de rencontres électives s'est effectué en passant par la presse écrite. À la fin du XIX^e siècle, les annonces matrimoniales de la presse quotidienne ont vu le jour. Elles fonctionnent à présent de concert avec la télévision et Internet (Titzmann 2013 : 74). Mais les archives des spécialistes matrimoniaux (*ghaṭāk*) remontent au XV^e siècle. Lors de mon dernier séjour en 2015 à Barbhagia, un village situé au centre de l'Assam, les habitants n'avaient aucune anecdote à me raconter sur un éventuel mariage conclu sur Internet. À l'inverse, la figure du *ghaṭāk*, prêtre ou du moins brahmane, était récurrente dans leurs discours : c'était lui qui allait à la rencontre des familles pour présenter les qualités de telle ou telle personne à marier. Cette fonction est aujourd'hui tombée en désuétude. L'idée en perdue dans le langage quotidien : *ghaṭākālī* en assamais veut dire « jouer (suffixe *ālī*) au *ghaṭāk* », autrement dit « s'occuper de ce qui ne nous regarde pas ». Mais ces intermédiaires ont pratiquement disparu, même dans les milieux ruraux.
- 5 Qu'il faille en conclure que les Indiens s'en remettent tous aux sites de rencontres serait cependant une erreur. Dans ce village, comme dans beaucoup d'autres en Inde, les connexions haut débit ne datent que de 2016. La plupart des abonnés des sites de rencontres appartiennent à la jeunesse éduquée et urbaine composant la partie de la classe moyenne privilégiée qui consomme à l'occidentale de façon ostentatoire. Parmi elle, sept millions d'Indiens étaient abonnés à un site matrimonial en 2006 (Seth & Patnayakuni 2009 : 338) tandis qu'en 2009, le site indien le plus visité, Shaadi.com², en comptait dix millions (Pal 2010 : 59). Ce groupe social est donc connecté à l'Occident, mais aussi, ses membres sont, de par l'environnement numérique, directement connectés entre eux, allant ainsi à l'encontre du principe du mariage arrangé par un tiers.
- 6 Pour s'inscrire sur Bharatmatrimony.com³, plusieurs entrées doivent être renseignées : le nom, l'âge, la religion – qui inclut seize options, dont l'athéisme – la langue maternelle et la caste, avec toute la complexité du terme. La notion de caste se divise en effet en quatre *varna*, ce qui fournit un premier classement en Brahmanes (ceux qui occupent traditionnellement la fonction de prêtre), Kshtriya, Vaishya et Sudra. À cela s'ajoutent des divisions en *jāti* (les castes proprement dites) puis en sous-castes exogames (*gotra*). On arrive ainsi à une liste de six cents noms de « castes » sur certains sites. Et les indications supplémentaires ne manquent pas. Quand un homme ou une femme naissent sous la mauvaise influence de la planète Mars, on les appelle respectivement *maṅgalā* et *maṅgalī* en astrologie. Or ces deux catégories doivent apparaître dans les profils, car en s'unissant avec un partenaire similaire, le destin néfaste s'annule.

- 7 Toutes ces entrées qui soulignent l'importance de la communauté pourraient nous sembler contraires à l'idée d'établir un profil « singulier ». À quoi l'on pourrait répondre que les utilisateurs occidentaux de sites de rencontres n'ont que l'illusion d'avoir rédigé un profil unique. Eva Illouz compare en effet l'élaboration des autoportraits sur les sites de rencontres américains à un phénomène paradoxal de réification. Les utilisateurs ont l'impression d'exprimer leur singularité, mais ils ne font que parler d'eux à travers des catégories standards qui « puisent dans les représentations culturelles de ce qu'est une personnalité désirable » (2006 : 249).
- 8 On mentionne également sur les sites indiens la relation de parenté entre l'intéressé et l'initiateur de l'inscription. À la différence de ce qui a cours dans les sociétés européenne et américaine, l'inscription sur un site matrimonial est en effet rarement une initiative individuelle. Non seulement la famille suggère cette option quand un mariage se fait trop attendre, mais les femmes restent nombreuses à laisser un proche remplir le profil de leur compte utilisateur⁴. Contrairement aux hommes qui s'inscrivent plus librement, elles craignent d'entacher leur réputation en paraissant comme des « filles faciles ». D'après Anuja Agrawal, ces nouvelles technologies sont donc au service de la tradition (2015 : 12). Elles réinventent un moule propice à l'institution des mariages arrangés en facilitant la coordination de critères communautaires et religieux, malgré la forte mobilité de cette jeunesse dorée qui part s'installer, sinon à l'étranger, du moins dans une grande ville indienne.
- 9 Pourtant, les statistiques de l'économiste Divya Mathur laissent apparaître un écart profond entre les formulaires des sites et la réalité. Seulement 29 % des abonnés sur Internet se sont mariés dans la même caste et 23 % avec une personne qui partage la même langue maternelle (l'Inde compte vingt-trois langues officielles et une cinquantaine de langues vernaculaires fortement représentées). Ces chiffres contrastent nettement avec les sondages nationaux selon lesquels 90 % de la population indienne se marie dans la même caste et avec une personne de même langue maternelle (2007 : 26). C'est donc avec le développement des sites matrimoniaux, destinés en partie à la classe moyenne des milieux urbains, que les intéressés, sans distinction de sexe, ont commencé à prendre une part active au processus de leur mariage. Une fois inscrits, ils échangent directement avec de multiples partenaires potentiels, par mails, dialogues en ligne et dans la vraie vie. Les rencontres en ligne ont ainsi donné plus de visibilité à l'agentivité et à l'idéal romantique, qui s'épanouissait jusqu'alors dans la littérature et les films Bollywoodiens à l'eau de rose.
- 10 À partir de là, les déceptions entre ce que les abonnés espèrent trouver et ce qu'ils vivent réellement augmentent-elles ? La nouvelle place de l'individualité dans ce contexte en Inde a-t-elle mis à mal la valeur et la pratique des mariages arrangés ? Comment les sites Internet, en Inde, mais aussi en France, arrivent-ils à concilier l'idéal de l'amour, propre à leur société, et le passage du virtuel au réel ?

Par amour ou pour se marier ?

- 11 Ravinder Kaur et Priti Dhanda (2014) remarquent un changement notable entre la rubrique matrimoniale dans la presse et sur Internet. La première parle de « seeking a match » tandis que la seconde de « seeking a life partner » (p. 287). La nuance semble difficile à traduire en français, mais « a match » sous-entend toujours l'idée d'une paire

(ou d'un groupe) de semblables, dont chacun des membres correspond parfaitement avec l'autre. Dans l'expression « life partner », l'accent porte sur la personne, celle avec laquelle un individu se projette dans l'avenir⁵. L'étude de deux cents profils par Fritzi-Marie Titzmann (2013) conduit aux mêmes conclusions : les termes « aimant », « partenaire compréhensif » et « âme sœur romantique » apparaissent sur les deux principaux sites du marché matrimonial indien, Shaadi.com et Bharatmatrimony.com (p. 70).

- 12 Pourtant, Jonali, une indienne de 35 ans qui habite Delhi, est formelle : « on ne va pas sur Internet pour tomber amoureux, on y va pour se marier ». Avant d'épouser Sunil il y a sept ans, elle a eu une cinquantaine de rendez-vous en quelques mois en s'inscrivant sur un site matrimonial. Le site en question possédait à la fois ses coordonnées et celles de sa mère qui habite en Assam, dans le nord-est de l'Inde, alors que Jonali vivait à cette époque à Bombay, sur la côte ouest. Si son profil retenait l'attention du père d'un jeune homme, il contactait la mère de Jonali qui lui transmettait l'heure et le lieu de la rencontre. Mais elle pouvait aussi contacter elle-même une personne, tout comme ses prétendants. Dans ce cas, les parents n'interfèrent pas. Elle me raconte son expérience aux côtés de son mari et c'est avec une certaine fierté qu'elle me répète avoir rencontré plus d'une cinquantaine de garçons. Si la plupart des personnes que j'ai interrogées en France parlent de leur expérience à voix basse et d'un ton gêné, comme si elles s'apprêtaient à raconter une histoire amoureuse, Jonali prend un ton léger :

When you stay in Bombay you need something to do on Saturday and Sunday otherwise you are bored, so I was thinking let me meet a boy and the guy want to meet me, so...

- 13 Mais pour elle, ces rendez-vous ne veulent pas dire grand-chose. Sur l'ensemble, elle n'a jamais vu une personne deux fois de suite, mis à part son mari. Dans cette phrase reproduite telle quelle en anglais, ces rencontres apparaissent même, *a posteriori*, comme un vulgaire passe-temps. On imagine donc assez mal que ces rendez-vous puissent être comparés aux flirts en ligne dont nous parle Marie Bergström à propos des jeunes utilisateurs de sites français (2012 : 109). En Inde, nul besoin de séduire pour provoquer l'amour. Un simple regard suffit. Traditionnellement, quand un mariage est arrangé, une rencontre est organisée entre les deux époux potentiels qui confirment l'alliance, ou non, après avoir échangé une œillade furtive et discrète. Les âmes, écrit Margaret Trawick, fusionnent à travers le regard :
- 14 Le premier regard sur l'épouse potentielle est une sorte de *darshan* « vision », une rencontre émotionnelle puissante et un transfert de pouvoir spirituel et sexuel. Une femme peut perdre sa chasteté à travers ce type de regard [...]. Les yeux, comme les organes sexuels, sont pleins d'amour et l'époux est celui à qui ces yeux sont offerts, avec le cœur (1992 : 95).
- 15 Admettre devant moi, mais surtout devant son mari, qu'elle a « revu » une personne, voudrait donc, à l'inverse, dire beaucoup. On ne s'étonnera pas que son mari tienne le même discours, à ceci près qu'il avoue n'avoir rencontré qu'une quinzaine de filles. Il semble néanmoins se contredire puisqu'il répète avoir dépensé énormément d'argent lors de ces rendez-vous...
- 16 Attardons-nous sur leur engagement respectif. Comme pour de nombreux abonnés indiens, ils ont conclu leur mariage après quatre ou cinq rendez-vous, et ce en quelques mois. À la différence des mariages contractés par le biais de la presse locale, leur langue maternelle diffère. Sunil parle oriya, Jonali assamais, et ensemble, ou avec leur fils, ils

communiquent en hindi ou en anglais. Mais peu importe pour Sunil, car d'après lui, ils sont tombés amoureux avant de se marier, c'est un mariage d'amour. Jonali paraît en revanche plus ambiguë. Pour elle, c'est un mariage arrangé par Bharatmatrimony. Elle a donc aimé son époux après son mariage, c'est du moins ce qu'elle veut me faire entendre. Ils s'aimaient bien, ils s'estimaient compatibles et ils ont décidé de se marier.

- 17 Quand j'aborde la question des castes, son discours change : « *En principe, un mariage arrangé se contracte dans la même caste, mais dans un mariage comme le nôtre, les compromis paraissent possibles, du moins si c'est raisonnable.* » Sunil appartient à une caste un peu supérieure à la sienne. Il est Kayastha, elle est Kalita⁶. Contrairement au schéma classique, où la consultation des époux potentiels a lieu après la négociation des familles, ces jeunes gens ont donc « arrangé leur mariage » en testant leur compatibilité en amont, en particulier leur compatibilité sexuelle.
- 18 Le sujet n'est pas tabou en Inde. Traditionnellement, quand les astrologues comparent les thèmes astrologiques des époux potentiels, ils étudient toujours cet aspect, appelé *yonī kūṭa*, parmi une dizaine d'autres. On est donc passé des planètes à une expérience vécue que Sunil rend légitime en parlant d'amour romantique. Contrairement à ce que nous imaginons sur les mariages arrangés, l'amour et le mariage ne constituent pas deux mots antinomiques comme les anthropologues le rapportent ailleurs (Lindholm 2006 : 10-12). Shilpa Phadke (2013) confirme cette hypothèse au sein de la classe moyenne définie plus haut et où elle recueille le témoignage de plusieurs jeunes femmes indiennes sur leur sexualité avant le mariage. Le discours de chacune d'entre elles, sans exception, articule leur expérience sexuelle avec l'expression de leur amour pour leur partenaire. C'est du moins, là aussi, ce qu'elles veulent faire entendre, car si le sexe par amour (avant le mariage) commence à être toléré dans ce milieu, le sexe pour le sexe reste encore un sacrilège (Phadke 2013 : 289).
- 19 Le problème dans ce discours, c'est l'écart entre la représentation d'une sexualité idéalisée – nécessairement romantique – et ses aspects pragmatiques comme la contraception. Pour éviter de paraître trop « intéressées » par le sexe, ces jeunes femmes préfèrent prendre la pilule du lendemain à la place d'une pilule contraceptive. En 2010, une journaliste rapportait que deux cent mille pilules du lendemain (la *I-pill* de la compagnie pharmaceutique indienne Cipla) étaient vendues chaque mois. La réputation des femmes passe donc avant leur santé. Pour autant, quand l'État du Tamil Nadu prit position contre l'usage de ce médicament, ce ne fut pas pour un problème de santé publique, mais précisément pour des raisons morales.
- 20 Cet exemple révèle les transformations qui s'opèrent discrètement autour de la sexualité en Inde dans certains milieux. La virginité, qui constituait un critère commun aux annonces matrimoniales dans la presse écrite en 1960, du moins pour les femmes, a par exemple complètement disparu des profils en ligne (Kaur & Dhanda 2013 : 283). Cependant, cette catégorie continue à être valorisée dans des rituels de puberté (2008). Les sites matrimoniaux indiens n'ont donc rien d'un supermarché du désir et du sexe camouflé par l'amour romantique.

Un analyseur : l'évolution du droit

- 21 Quelques observations sur la jurisprudence en matière de fidélité aux liens du mariage permettent de contextualiser le fonctionnement des sites de rencontre.

- 22 En France, la plupart des utilisatrices que j'ai interrogées doivent « digérer » les déceptions. Malgré l'abondance des partenaires potentiels, les abonnés ne peuvent échapper aux déboires d'un système qui propose toutes sortes de présentations enflées et trompeuses. Le développement de sous-groupes de sites, étudiés par Marie Bergström (2011), a probablement permis de catégoriser les intentions des internautes. Chacun peut dorénavant s'inscrire sur des sites « sérieux », censés offrir l'amour, ou des sites « libertins », plus propices à des rencontres sexuelles passagères, et sans tabous. Il reste qu'un libertin peut s'aventurer sur un site plus « classique » en cachant ponctuellement ses envies. L'inverse est cependant moins courant. Le site Gleeden, spécialisé dans les rencontres extra-conjugales, fut créé à l'intention des personnes mariées qui souhaitent tromper leur conjoint sans avoir à mentir, a priori, aux personnes rencontrées en ligne. Mais comment vérifier l'état matrimonial des uns et des autres ? Pour un célibataire endurci, cette option « sans engagement » peut même s'avérer attractive. Par ailleurs, ces nouveaux sites, où la sexualité occupe une place centrale, n'empêchent pas les personnes mariées de s'inscrire sur les sites qui se veulent plus « sérieux ».
- 23 De ce point de vue et contrairement aux apparences, on pourrait penser que le site Gleeden revendique une certaine forme de transparence. Pourtant, ce dernier vient d'être assigné civilement par la Confédération des associations familiales catholiques. En cause, la promotion ouverte de l'infidélité conjugale à travers des affiches placardées dans les couloirs du métro parisien, ou en pleine rue, sur lesquelles on peut lire un des slogans suivants : « *Et si cette année vous trompiez votre amant avec votre mari ?* », « *Tout le monde peut se tromper surtout maintenant* », « *Par principe nous ne proposons pas de carte de fidélité* » ou encore « *Être fidèle à deux hommes c'est être deux fois plus fidèle* ». Le site se démarque d'autant plus qu'il prétend « être pensé par des femmes » afin de laisser croire que les stéréotypes de genre en matière d'infidélité ne stigmatisent plus les femmes. Le jugement sera bientôt rendu, mais déjà, plusieurs villes ont interdit l'affichage de ces publicités qui valorisent l'adultère. En portant plainte contre le site Gleeden, les organisations familiales entendent montrer que l'infidélité menace l'ordre public. Mais comme le rappelle l'avocate de la défense, Caroline Mecary, le devoir de fidélité cité dans le Code Civil (art. 212) « *s'applique uniquement aux relations contractuelles maritales, que seuls les époux peuvent invoquer l'un contre l'autre dans le cadre d'un divorce et uniquement dans ce cadre, car la relation maritale relève de la vie privée* ». La légalisation des amours plurielles est donc en débat.
- 24 En Inde, l'essor des sites matrimoniaux génère aussi des polémiques qui vont jusque devant les tribunaux. En général, ce sont les femmes qui portent plainte, soit parce qu'un jeune homme leur a extorqué de l'argent, soit parce qu'il leur a fait miroiter un mariage pour profiter d'un rapport sexuel consenti. Dans ce dernier cas, les femmes n'hésitent pas à accuser leur abuseur de viol pour sauver leur réputation. Un jugement de la juridiction criminelle d'appel rendu à la Cour Suprême en 2016 à Delhi, concernant une accusation de viol, permet de montrer comment les procédures judiciaires sont utilisées pour résoudre les dynamiques qui opposent les traditions aux changements sociétaux⁷. En 2010, une femme porta plainte pour viol contre un homme qui lui avait promis de la prendre pour épouse. Elle vivait à Chamba en Himachal Pradesh. Suite à l'enquête, les policiers purent établir qu'elle avait fréquenté son agresseur pendant deux ans avant les faits. La police tenta une conciliation en organisant, quelques jours après le dépôt de plainte, l'enregistrement du mariage. Mais l'homme ne se présenta pas au rendez-vous, ce qui lui valut des poursuites pour viol, mensonge aggravé et crime par intimidation. Mais

quelques mois plus tard, le tribunal de première instance réexamina les charges retenues contre lui et lui accorda en définitive le bénéfice du doute. L'affaire aurait pu s'arrêter là, mais après un nouvel appel, la Haute Cour de Justice d'Himachal Pradesh demanda à l'accusé un dédommagement de vingt-cinq mille roupies. C'est à la suite de cette décision que l'avocat de l'accusé déposa un recours à la Cour Suprême. Le jugement annula en définitive toutes les charges retenues contre lui (y compris la demande de dédommagement) en raison de la relation consentie et ancienne que les deux intéressés entretenaient avant l'accusation de viol.

- 25 De nos jours, la sexualité avant le mariage ne paraît plus aussi taboue qu'autrefois quand les rapports sont consentis. Néanmoins, devant la multiplication des plaintes, émanant en particulier des femmes qui utilisent Internet, une réunion s'est tenue le 17 novembre 2015 au Ministère des Affaires intérieures, à laquelle le Département des technologies de l'information invita plusieurs représentants de sites matrimoniaux indiens. Quelques mois plus tard, le 6 juin 2016, le Ministère des Technologies numériques et de l'Information envoya une notification de trois pages à tous les sites matrimoniaux indiens. L'objectif était de contraindre les propriétaires des sites à s'engager à marier les abonnés et s'assurer que ces derniers s'inscrivent pour se marier. Pour ce faire, une liste de précautions est imposée : l'identité des utilisateurs devra par exemple être vérifiée, selon les normes internationales de protection des données personnelles, et chaque site sera aussi doté d'une page d'aide aux victimes. L'usage d'Internet dans les stratégies matrimoniales confronte le pays à la globalisation. Conscient que le mariage n'est plus une valeur principielle en Occident, les pouvoirs publics indiens s'efforcent de prendre part au débat pour donner aux sites matrimoniaux le rôle officiel des intermédiaires d'antan, afin de conserver la valeur fondamentale du mariage. Voici un extrait de cette notification :
- 26 Le mariage est l'une des institutions sociales et culturelles les plus importantes. Traditionnellement, les familles indiennes cherchaient à marier leurs enfants avec l'aide des proches, des négociateurs matrimoniaux ou encore par le biais des annonces matrimoniales qui paraissent dans la presse écrite [...]. Avec le développement des sites matrimoniaux, un tout autre monde de possibles s'est ouvert. Aujourd'hui, les sites matrimoniaux indiens sont devenus les nouveaux intermédiaires populaires pour trouver un partenaire. Cependant, des plaintes pour fraude et utilisation abusive d'informations ont vu le jour. Des utilisateurs de sites matrimoniaux ont falsifié leur statut matrimonial, leur âge, leur taille, leur personnalité, leur santé et leur statut économique. Dans la plupart des cas, les victimes sont des femmes qui tombent sous la coupe des fraudeurs à travers de faux profils. Un renforcement des mesures préventives s'impose⁸.
- 27 Que faut-il en retenir ? Contrairement aux mariages arrangés par des spécialistes locaux, les rencontres sur Internet rendent les acteurs vulnérables. D'une part, on ne peut vérifier la véracité des profils et, d'autre part, le face-à-face direct a souvent lieu en dehors du cercle de sociabilité. En ce sens, les mariages conclus sur Internet commencent par un consentement mutuel qui fait penser aux mariages d'amour. Or, même si cette figure est idéalisée dans la littérature, le cinéma et le théâtre, il reste que l'amour demeure suspect. En référence à la situation occidentale, il est paradoxalement associé au divorce. Ainsi, on entend dire que 90 % des mariages d'amour ne durent pas ou que 99 % se terminent par un divorce (Mody 2008 : 44). Mais l'idée sous-jacente derrière ce micro-trottoir mené au début d'une enquête juridique sur les mariages d'amour à Delhi, c'est le maintien des rôles sexués. En choisissant librement son mari, une femme peut aussi le

quitter à tout moment. Pervuez Mody cite notamment les paroles d'un chauffeur de rickshaw : « *Giflez une femme mariée "par amour", elle prendra immédiatement la mouche* » (p. 2). L'une des idées les plus fortement ancrées dans la représentation des sexes, c'est la docilité d'une épouse envers son mari et sa belle-famille.

- 28 Or l'amour semble précisément ce qui donne aux femmes un certain pouvoir de négociation à l'ombre des conventions, du moins si elles respectent ce cadre. La Cour Suprême vient en effet de rendre un jugement inédit en octobre 2016 en validant une demande de divorce déposée en 2001 par un homme au tribunal des affaires familiales de Bangalore. Le couple était marié depuis 1992, mais très rapidement leur entente s'est dégradée. L'épouse se plaignait de vivre avec sa belle-famille, comme c'est encore la norme, et accusait son mari d'infidélité. Elle tenta même de se suicider. Pourtant, quand son mari déposa sa demande de divorce, elle porta plainte et le divorce fut annulé en 2002. C'est la raison pour laquelle ce procès fut présenté à la Cour Suprême qui donna gain de cause au mari au nom de la tradition indienne :

L'épouse voulait séparer son mari de sa famille. Pourtant, la famille dépend financièrement du fils. Or quand le fils est le seul à gagner de l'argent, il ne peut pas vivre séparément de sa famille parce que sa femme lui demande. Un fils, élevé par ses parents, a une obligation morale et légale envers eux quand ils vieillissent. En Inde, généralement, les gens n'adhèrent pas au modèle occidental qui consiste à prendre son indépendance une fois marié. Dans le contexte indien, on attend d'une épouse qu'elle vive avec la famille de son mari après son mariage. Elle devient ainsi un membre de la famille et à l'exception de certaines raisons justifiables, elle ne doit en aucun cas demander à son mari de quitter sa famille afin de vivre exclusivement avec elle⁹.

- 29 Ces exemples de jurisprudence laissent apparaître des problématiques communes autour de la fraude, ou du mensonge, de l'infidélité et du désengagement. Ce sont autant de catégories associées à l'expérience individuelle des sites de rencontres, matrimoniaux ou pas.

Le discours publicitaire des sites

- 30 Pour tenter de discerner comment ce marché en ligne arrive à résoudre ces dilemmes, entre l'idéal de l'amour et sa transformation en histoires multiples et équivoques, on peut se reporter à ce qu'en disent les sites eux-mêmes. La publicité joue sur l'écart entre ce que les gens prétendent et ce qu'ils ressentent et entre ce qu'ils pensent et ce qu'ils provoquent chez autrui.
- 31 L'une des dernières publicités de Shaadi.com, sortie en 2016, ne se limite pas à la description d'une scène amoureuse, elle joue sur deux niveaux. L'un des personnages fait de la *figuration*. Ce terme est employé par Goffman pour désigner une action qui vise à sauver la face d'autrui et à éviter de perdre la sienne (1974 : 15). La scène se passe dans un restaurant chic. Ashna et Naveen, un jeune couple indien, sont attablés. Naveen, peu assuré, se lance en hindi :

– Ashna, j'aimerais te dire quelque chose ».

La jeune femme crayonne sur une feuille de papier sans regarder son interlocuteur et attend la suite avec désinvolture. Naveen continue en anglais, d'un ton hésitant et peu confiant :

– Je... je t'aime ».

Ashna relève la tête et lui demande avec étonnement :

- Pourquoi ? », et elle continue : « nous sommes mariés seulement depuis un mois, comment peux-tu déjà m'aimer ? »
- Tu es tellement gentille », et de nouveau en hindi : « tu sais toujours ce que je m'apprête à dire ».
- Tu es en train de dire que tu m'aimes parce que je suis gentille et que je peux lire dans tes pensées ? »

- 32 Le jeune homme reste sans voix. Ashna se lève et s'en va d'un air méprisant en jetant sur la table la serviette en papier qu'elle crayonnait au début de leur échange. La caméra fait un plan large sur le jeune homme esseulé qui finit par retourner la serviette sur laquelle est écrit : « Je t'aime aussi, idiot ! ». Le jeune couple se retrouve lors du générique de fin : « come, find love, arranged by shaadi.com »...
- 33 La figuration d'Ashna coïncide avec les représentations indiennes de l'amour. Margaret Trawick, qui a passé plusieurs années au sein d'une famille Tamoul, notait que l'amour est *aḍakkam*, littéralement « ce qui est contenu », c'est-à-dire secret, et « habitude », *paṛakkam*, car c'est avec le temps qu'il se développe (1992 : 93-99). Cependant, la publicité se termine sur une note différente : Shaadi.com promet aux internautes de trouver l'amour en ligne. Dorénavant, les sentiments participent au choix des abonnés qui avouent, comme nous l'avons montré au début de cet article à travers le récit de Sunil et Jonali, avoir arrangé eux-mêmes leur mariage. C'est dire si ce changement laisse les parents confus. Ils ne savent plus si le mariage de leur enfant a été un arrangement ou un choix par amour (Titzmann 2013 : 76). Sur ce point, le jeu de rôle d'Ashna est rassurant et persuasif pour tous ceux qui hésitent encore à inscrire leur fille... La chute est romantique, mais Ashna s'est pliée aux valeurs indiennes en déclarant sa flamme à l'écrit, sur un bout de papier, au lieu de le dire à haute voix dans un lieu public. Cette figuration, qui lui permet de ne pas perdre la face, met également fin à l'embarras de Naveen et des milliers de téléspectateurs qui regardent cette publicité.
- 34 Précisons qu'en Inde, déclarer son amour est possible. Pour Rachel Dwyer, l'expression linguistique « I love you » sur les écrans indiens équivaut à l'image d'une scène de baiser dans le cinéma hollywoodien (2007 : 298). En Inde, un baiser en pleine rue demeure un geste « obscène », immédiatement associé aux attitudes « déplacées » des Occidentaux¹⁰. Ce rejet des pratiques de l'amour occidental n'est pas un cas isolé. Dans son article sur l'affaire controversée des cartes de la Saint Valentin vendues en Inde, Christiane Brosius relate la mise à feu des carteries de l'entreprise Archies par des nationalistes farouches. D'autres, plus pacifiques, ont suivi les prétendants qui célébraient cette fête afin de les marier sur-le-champ. La plupart des jeunes gens qui achètent ces cartes ne sont pas encore mariés (2013). Les raisons de cette violence tiennent moins à la valorisation de l'amour romantique qu'à l'usage d'une définition de l'amour étrangère à l'Inde.
- 35 En comparant la publicité de Shaadi.com avec une publicité française, on constatera que l'amour n'apparaît pas sous le même uniforme. La publicité choisie provient du site Meetic.fr, l'un des plus importants sites en France. Là aussi, les acteurs interprètent deux niveaux de réalité : ils sont à la fois acteurs et témoins d'une scène de premier rendez-vous. La rencontre est muette, mais à chaque geste maladroit, les acteurs se mettent à penser tout haut. Un jeune homme court à se couper le souffle : « À la bourre, comme d'hab, super comme première impression ». Qu'importe, quand sa prétendante l'aperçoit, elle est touchée « Cool ! Il a l'air pressé de me rencontrer ». Ou encore, à une soirée une jeune femme remet le col de chemise d'un garçon, « Arrête avec tes manies, il va te prendre pour sa mère ». Le geste plaît : « Ah ! Je crois qu'elle tente un rapprochement ». Le générique finit ainsi : « Si vous n'aimez pas vos imperfections,

quelqu'un les aimera pour vous ». En bref, soyez vous-même, peu importe de perdre la face. Comme dans la publicité indienne, le sentiment amoureux ne s'exprime pas de vive voix. Ce sont les gestes du corps qui parlent. L'absence du corps existe devant l'écran, mais dès le premier rendez-vous, il reprend ses droits. Ainsi, même dans les situations les plus cocasses, le coup de foudre redevient légitime, c'est du moins le message de Meetic.

- 36 Il y a encore une vingtaine d'années, les points communs entre l'Inde et la France demeuraient impensables. En Inde, on aurait difficilement accepté que les jeunes gens puissent eux-mêmes sélectionner des candidats. En France, on peine encore à concilier cette étape de sélection avec l'idée d'une aventure amoureuse. Certains sites, comme Adoptunmec.com, n'hésitent pas à dédramatiser le côté supermarché de ces rencontres en ligne, mais les a priori persistent. Pourtant, dans les deux cas, on doit ce succès de l'outil numérique à la multiplication qu'il autorise des rencontres possibles. Les sites indiens les plus connus ont développé depuis quelques années des portails spécialement destinés aux veufs et aux divorcés. Comme partout ailleurs, l'essor des sites matrimoniaux s'accompagne de révolutions en matière de mœurs. Dans un pays où le divorce est encore largement stigmatisé, les sites destinés aux divorcés laissent entendre qu'un second mariage constitue une nouvelle option. Et c'est parfois tout un monde qui se renverse pour faire accepter ces changements. Dans le film indien *Second Mariage Dot Com* (2012), ce sont les enfants qui arrangent le remariage de leur parent respectif en passant par Internet. En France, où le divorce n'est plus tabou, mais une chose banale, Internet a permis de donner plus de légitimité à toutes sortes de fantasmes grâce à la mise en ligne de sites libertins. Le développement de sites spécialisés pour la communauté homosexuelle a en outre facilité les rencontres entre celles et ceux qui partagent la même orientation sexuelle. Malgré toutes ces similitudes, la rationalisation de l'amour ne semble pas vécue de la même manière.
- 37 En France, les critères rationnels sont perçus comme l'ennemi de la passion et de l'amour. Ainsi, le lâcher-prise est indispensable pour aimer. À moins que l'amour romantique ne soit qu'un prétexte pour vivre des histoires d'amour multiples où la sexualité est seule à s'épanouir. En Inde, les pratiques de l'amour ont changé par le biais d'Internet. Elles donnent plus de place au choix individuel, mais le modèle des amours à l'occidentale semble banni. La majorité des Indiens adhèrent spontanément à l'amour romantique qui est idéalisé dans le mariage, qu'il soit ou non arrangé. Mais s'ils adhèrent à ce modèle, c'est justement parce qu'ils savent, grâce aux récits des expériences extra-conjugales des dieux, dans les mythes et les épopées, que l'amour exclusif entre deux personnes ne tient qu'à un fil. Or ce fil ne les lie pas par hasard, mais justement par un calcul rationnellement construit.

BIBLIOGRAPHIE

Agrawal A. (2015), « Cyber-matchmaking among Indians : re-arranging marriage and doing kin work », *South Asian Popular Culture*, vol. 13, p. 15-30.

- Arrago-Boruah E. (2008), « The Notion of Virginity in South Asia and its Impact on Religious Practices and Oral Literature », *European Bulletin of Himalayan Research*, vol. 32, p. 66-83.
- Bergström M. (2012), « Nouveaux scénarios et pratiques sexuelles chez les jeunes utilisateurs de sites de rencontres », *Agora débats / jeunesses*, n° 60, p. 107-119.
- Bergström M. (2011), « La toile des sites de rencontres en France. Topographie d'un nouvel espace social en ligne », *Réseaux*, n° 166, p. 225-260.
- Brosius C. (2013), *Love Attacks. Romance and Media Voyeurism in the Public Domain*, in Srivastava S. (dir.), *Sexuality Studies*, New Delhi, Oxford University Press, p. 255-286.
- Candea M. (2016), « De deux modalités de comparaison en anthropologie sociale », trad. de l'anglais par Lemonde F., *L'Homme*, n° 218, p. 183-218.
- Dwyer R. (2007), *Kiss or Tell ? Declaring Love in Hindi Films*, in Orsini F. (dir.), *Love in South Asia : A Cultural History*, New Delhi, Cambridge University Press, p. 289-302.
- Goffman E. (1974), *Les rites d'interaction*, Paris, Éditions de Minuit.
- Kaur R. & Dhanda P. (2014), *Marriage Websites and the « New » Indian Marriage ?* in Kaur R. et Palriwala R. (dir.), *Marrying in South Asia, Shifting Concepts, Changing Practices in a Globalising World*, Delhi, Orient Blackswan, p. 271-292.
- Illouz E. (2006), « Réseaux amoureux sur Internet », *Réseaux*, n° 138, p. 245-272.
- Lindholm C. (2006), « Romantic Love and Anthropology », *Ethnofoor*, vol. 19, p. 5-21.
- Mody P. (2008), *The Intimate State : Love-Marriage and the Law in Delhi*, New Delhi, Routledge South Asia.
- Pal J. (2010), « Social Networks Enabling Matrimonial Information Services in India », *International Journal of Library and Information Science*, vol. 2, p. 54-64.
- Phadke S. (2013), *But I Can't Carry a Condom ! Young Women, Risk, and Sexuality in the Time of Globalization*, in Srivastava S. (dir.), *Sexuality Studies*, New Delhi, Oxford University Press, p. 287-306.
- Seth N. & Patnayakuni R. (2009), *Online Matrimonial Sites and the Transformation of Arranged Marriage in India*, in Romm-Livemore C. et Setzekorn K. (dir.), *Social Networking Communities and E-Dating Services : Concept and Implications*, Hershey, Information Science Reference, p. 329-352.
- Singly (de) F. (1984), « Les manœuvres de séduction : une analyse des annonces matrimoniales », *Revue française de sociologie*, n° 4, vol. 25, p. 523-559.
- Titzmann F.-M. (2013), « Changing Patterns of Matchmaking : the Indian Online Matrimonial Market », *Asian Journal of Women's Studies*, vol. 19, n° 4, p. 64-94.

Sources juridiques

- Advisory on functioning of Matrimonial Websites in accordance with The Information Technology Act, 2000 and Rules made Thereunder, Government of India (Ministry of Communication and Information Technology), 6 juin 2016.
- Jugement du 6 janvier 2016 : Criminal Appeal n° 13 of 2016 (Arising out of SLP, N° 4896 of 2015) in the Supreme Court of India Criminal Appellate Jurisdiction.
- Jugement du 6 octobre 2015 : Civil Appeal n° 3253 of 2008 in the Supreme Court of India, Civil Appellate Jurisdiction.

NOTES

1. Je m'appuie sur une distinction entre « comparaison frontale » et « comparaison latérale » analysée par Matei Candea (2016).
2. Shaadi (*śādī*) en hindi veut dire « mariage ».
3. BharatMatrimony est un mot anglo-indien : *bhārat* désigne « l'Inde » en hindi (*bhārata* en sanskrit) et matrimony, « mariage » en anglais. Comme son nom l'indique, ce site a une portée nationale mais aussi régionale : son portail est divisé en quinze sous-sites régionaux appelés AssameseMatrimony, KeralaMatrimony, etc.
4. Les statistiques estiment que 73 % des hommes éditent leur profil seuls tandis que 43 % des femmes prennent cette initiative (Kaur & Dhanda 2014 : 281).
5. Le site Jeevansathi.com n'a pas choisi son nom par hasard, il veut dire en hindi « partenaire (*sāthī*) de vie (*jīvan*) ».
6. Les Kayastha appartiennent à la caste hindoue lettrée en Assam, d'où leur supériorité par rapport aux Kalita qui sont plus souvent associés à une caste d'agriculteurs ou de commerçants.
7. Jugement du 6 janvier 2016 : Criminal Appeal n° 13 of 2016 (Arising out of SLP, n° 4896 of 2015) in the Supreme Court of India Criminal Appellate Jurisdiction.
8. *Advisory on functioning of Matrimonial Websites in accordance with The Information Technology Act, 2000 and Rules made Thereunder*, Government of India (Ministry of Communication and Information Technology), 6 juin 2016.
9. Jugement du 6 octobre 2015 : Civil Appeal n° 3253 of 2008 in the Supreme Court of India, Civil Appellate Jurisdiction.
10. En 1997, Mme Shakuntala Arya, Maire de Delhi, publia un arrêté sur « la démonstration des effusions affectives en ville » où elle remarquait que « se tenir la main, s'embrasser et s'enlacer en public étaient obscènes » et devraient être interdits car non conformes à la culture indienne (Mody 2008 : 104).

RÉSUMÉS

Les sites de rencontre en ligne ont transformé depuis une vingtaine d'années, en Occident, nos façons de choisir nos partenaires. Le coup de foudre amoureux échappant à toute rationalisation fait place à la possibilité de rencontrer l'amour sur catalogue en multipliant les candidats possibles. En Inde, ces nouveaux moyens de rencontre suivent un modèle qui existait déjà depuis longtemps, celui des mariages arrangés par un intermédiaire. La liberté nouvelle qu'autorisent ces moyens de se rencontrer directement en dehors de la surveillance des familles, est légitimée par une représentation qui attribue au site lui-même le rôle traditionnel de l'intermédiaire. Les pouvoirs publics confirment ce rôle en rappelant périodiquement aux gestionnaires de sites leur responsabilité morale.

For the last twenty years, online dating has changed the way we choose our partners in the West. Love at first sight, far from being a rational behaviour, has given way to the possibility of finding love from a catalogue by multiplying possible candidates. In India, these new meeting methods succeed a long-established model where marriages are arranged by an intermediary. The new

freedom offered by such modern practices enabling men and women to meet outside the supervision of families is gaining legitimacy as the websites themselves assume the traditional intermediary role. The public authorities confirm this role by periodically reminding the website administrators of their moral duty.

AUTEUR

ÉMILIE ARRAGO-BORUAH

Docteure en anthropologie

LIAS/Institut Marcel Mauss

UMR 8178 CNRS/EHESS

<emilie.arrago-boruah[at]u-paris2.fr>