

PRATIQUES DE MODÉRATION SUR LE SITE DE RENCONTRES MEETIC

Laurie Beunet

P.U.F. | *Ethnologie française*

**2013/3 - Vol. 43
pages 495 à 504**

ISSN 0046-2616

Article disponible en ligne à l'adresse:

<http://www.cairn.info/revue-ethnologie-francaise-2013-3-page-495.htm>

Pour citer cet article :

Beunet Laurie, « Pratiques de modération sur le site de rencontres Meetic », *Ethnologie française*, 2013/3 Vol. 43, p. 495-504. DOI : 10.3917/ethn.133.0495

Distribution électronique Cairn.info pour P.U.F..

© P.U.F.. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Pratiques de modération sur le site de rencontres *Meetic*

Laurie Beunet
Lasco/Sophiapol



RÉSUMÉ

La nature des relations sur un site de rencontres est multiple ; elles font donc l'objet d'un contrôle. Fruit d'une enquête menée au sein du « service clients » du site de rencontre *Meetic*, cet article analyse l'organisation du travail autour de valeurs sociales liées à la rencontre amoureuse et sexuelle et permet de comprendre, à l'échelle européenne, une des formes de contrôle social sur Internet.

Mots-clés : Contrôle social. Site de rencontre. Internet. Normes. Socialisation.

Laurie Beunet
Lasco/Sophiapol
Université Paris Ouest Nanterre La Défense
200, avenue de la République
92001 Nanterre cedex
Laurie.Beunet@gmail.com

Le réseau Internet constitue une nouvelle organisation sociale où il est possible d'observer un contrôle à différents niveaux. Le site de rencontres [Bergström, 2011 et ce numéro¹] *Meetic* constitue un espace semi-public² au sein duquel les participants vont s'accorder ou non dans le but d'une rencontre que certains nomment IRL c'est-à-dire *in the real life*, rompant la « virtualité » de la relation née sur le site. Défini comme un espace dédié aux rencontres amoureuses sérieuses³ pour célibataires, le site devient un espace de séduction où les « membres⁴ » n'investissent pas le site de la même manière, en termes de temps, d'argent et d'attentes. Les internautes qui s'inscrivent peuvent être célibataires au sens large (célibataire, veuf, séparé, divorcé) ou en couple (marié ou non). Au moment de l'inscription, le membre doit choisir dans quel type de recherche il souhaite apparaître : « Je suis un homme » ou « Je suis une femme » ; « Je recherche un homme » ou « Je recherche une femme ». Un internaute qui chercherait une rencontre hétérosexuelle et homosexuelle doit créer une fiche sur la version hétérosexuelle du site et une autre sur la version homosexuelle. En s'inscrivant, le membre renseigne son âge et son lieu de résidence qui apparaîtront ensuite sur son profil. Mis en ligne, le

profil peut être personnalisé par le texte de sa « description », présentation généralement succincte qui permet de préciser la recherche. Sur le « profil » créé, le membre pourra ensuite sélectionner des critères de recherche : âge, lieu de résidence, « critères généraux » (statut marital, niveau d'études, profession, religion, etc.), « critères physiques », « style de vie » (hobbies, sorties, activités sportives, etc.).

Les sites constituent ainsi un espace nouveau de rencontres au sein duquel l'absence de corps et de face à face physiques génère des comportements particuliers, notamment du fait de l'absence de connaissance de l'identité réelle des membres. Les individus sont anonymes sur le site et sont connus des autres membres sous des pseudonymes [Lardellier, 2004 : 74-78]. Le profil devient un masque et permet au membre de métamorphoser son identité [Le Breton, 2002 : 491-509]. C'est donc un espace où des prostituées viennent chercher des clients, où des arnaques sont susceptibles de se développer et où le manque de civilité est relativement fréquent.

Ces sites révèlent la mutation des normes conjugales et sexuelles. À un modèle conjugal stable, fondé sur un engagement exclusif et total, s'est substituée une

nouvelle forme de conjugalité où la sexualité et la formation du couple ne sont plus fondamentalement liées [Segalen, 2008 : 91-119]. Entre le « sexe-loisir » [Kaufmann, 2010 : 109-121] et la vie conjugale stable s'est développée une multitude de comportements.

Cependant ces nouvelles transactions sexuelles font l'objet de contrôles à l'échelle européenne⁵. Il s'agit à la fois de faire respecter les « Conditions Générales » du site et d'entretenir un climat de cordialité. Cette forme de contrôle est appelée « modération ». Dans cet article, nous verrons la place prédominante accordée à l'argent, puisque les internautes abonnés sont moins souvent ou moins sévèrement sanctionnés que les internautes qui ne payent pas. Le genre et l'orientation sexuelle impliquent également un contrôle différent. Si des critères de modération sont clairement définis, les règles établies ne sont pas en mesure de répondre à toutes les situations. Les décisions de modération sont, dans bien des cas, le fruit d'une interprétation individuelle ou collective où s'affirment des valeurs morales. Ainsi les modérateurs⁶, jouant le rôle de « chaperons » et de « policiers », interviennent dans le « processus d'imposition des normes » [Becker, 1963 : 145-158].

■ Une position privilégiée

Le travail d'enquête sur un terrain est toujours source de questionnement pour l'anthropologue qui se doit de rester objectif tout en approchant le groupe qu'il observe au plus près. Au début de mon étude sur le contrôle social effectuée sur les sites de rencontres, j'ai obtenu un rendez-vous avec le directeur du service clients de *Meetic*. J'ai commencé par une enquête exploratoire de deux mois, durant lesquels j'approchais le terrain en tant qu'étudiante en sociologie. En mars 2009, suite à un entretien d'embauche, j'ai été recrutée au poste de conseillère clientèle/modérateur.

Comme Agnieszka Chwieduk [2010 : 267-272], elle aussi consultante dans une agence matrimoniale en Pologne, mes collègues et supérieurs au sein du service clients connaissaient mon statut d'étudiante et mon objet de recherche. J'ai reçu une formation, appris les valeurs de l'entreprise et effectué un « itinéraire moral » [Goffman, 1963 : 45-55]. Toutefois, à la différence de Chwieduk qui a été déçue par son travail, en raison de relations parfois difficiles avec sa hiérarchie ou ses collègues, et qui a fini par remettre en question le bien-fondé de son activité professionnelle parce qu'elle

n'adhérait pas aux valeurs de l'entreprise (par exemple, elle refusait de forcer la vente de contrats à certains clients qu'elle rencontrait en entretien), je n'ai pas eu l'expérience d'un rapport conflictuel à l'entreprise, aux valeurs qu'elle promeut ni aux tâches qui m'incombaient. Au contraire, mes collègues m'ont rapidement considérée comme l'une des leurs et non comme une étrangère. Impliquée au quotidien dans le travail, j'ai partagé avec mes collègues mes doutes ou mes souffrances après un appel difficile par exemple, et je me suis positionnée de la sorte comme personne de confiance à qui, en retour, certains pouvaient faire part de leur malaise, de leur colère ou de leurs frustrations par rapport à certaines situations de travail.

En intégrant le « service clients » de l'entreprise *Meetic*, j'ai développé un réseau de collaborateurs proches avec lesquels, même si le quotidien de mon travail ne me rapprochait pas directement d'eux, j'ai eu maintes occasions d'échanger quelques mots sur le chemin du travail ou dans la salle de pause autour d'un café ou d'un repas. Mon embauche m'a permis d'avoir accès à un ensemble de documents internes et d'interactions quotidiennes servant à alimenter une réflexion sociologique sur le contrôle social au sein d'un microcosme particulier. De plus, le travail s'effectuant en *open space*, il était facile d'observer les échanges d'informations entre les membres de chaque équipe. J'ai ainsi pu recueillir des données sur des pratiques professionnelles particulièrement précises.

L'évolution quotidienne de l'enquête a été enregistrée sous forme d'un journal de terrain. J'ai complété les observations (participantes ou non) par l'étude de documents écrits et par des entretiens semi-directifs. Au fil des mois, j'ai pu comprendre le fonctionnement du système de la modération, obtenir la confiance de mes collègues, recueillir des paroles intimes, développer certaines affinités et évoluer professionnellement pour occuper le poste d'« agent de surveillance » du site. Cette recherche ethnographique, par l'observation *in situ*, menée entre 2009 et 2011 permet d'analyser le travail des agents chargés de la modération et le contrôle social qu'ils déploient.

■ La modération : un système organisé

À travers les différentes étapes de la « carrière » [Goffman, 1961 : 179-180] du modérateur, le système de représentation de l'agent évolue. Le processus

d'apprentissage s'échelonne depuis la formation de l'agent novice jusqu'à l'adaptation plus ou moins complexe de l'agent confirmé, détenteur d'une expérience différente et qui devra aussi bien assimiler de nouvelles normes qu'oublier des habitudes acquises. Il me semble important de distinguer trois piliers sur lesquels repose la socialisation des agents de modération : la théorie ou le savoir, c'est-à-dire l'information et la connaissance, la pratique ou le savoir-faire, c'est-à-dire les applications concrètes et l'exemplarité, et enfin la compétence ou le savoir-agir, c'est-à-dire la mobilisation des ressources liées à l'expérience ainsi que l'investissement et l'appropriation personnels. Pendant la formation, l'individu acquiert les nouvelles valeurs de son environnement, et apprend des schèmes de pensée et d'action acceptables dans le groupe qu'il intègre [Delobbe, 1996 : 41-59]. L'individu doit, en permanence, ajuster son identité personnelle, son image de soi aux expériences professionnelles et de formation qu'il vit. Cette transaction identitaire s'élabore en relation à une transaction sociale reposant sur trois cadres : « l'obéissance ou la complaisance » (l'agent doit se conformer aux valeurs de l'entreprise), « l'identification » (l'agent s'identifie à un rôle reconnu par les autres, devient membre d'une équipe, d'un service, ce qui implique d'en partager les normes, que celles-ci correspondent ou non à des opinions personnelles) et « l'intériorisation » (l'agent intériorise les contenus qui lui sont proposés par d'autres, les intègre de façon durable à son propre système de valeurs) [Kelman, 1958 : 51-60]. Le processus de socialisation continue tout au long de la carrière professionnelle de l'agent, notamment lorsque les collègues se passent les tuyaux ou les bonnes manières de travailler. À travers les différentes phases de la formation et les différentes étapes de la carrière professionnelle, l'individu effectue un « itinéraire moral » [Goffman, 1963 : 45-55], en intégrant les règles et les valeurs de l'entreprise dans son système de représentation.

Le service de modération est une institution hiérarchisée dans laquelle les modérateurs sont répartis en fonction de leur « qualification ». L'expression « niveau » est utilisée dans le vocabulaire de l'entreprise pour hiérarchiser le traitement des contenus à modérer⁷. Un premier traitement des contenus des fiches des membres est effectué par des sous-traitants, autrement appelé les *outsourcers*, expression francisée du terme *outsourcing*. Les « niveau 2 » correspondent à un filtrage plus scrupuleux réalisé par des employés du service clients chargés de publier les « items ».

Respectant des règles propres au site, les modérateurs valident, refusent ou modifient les contenus personnalisables du profil, c'est-à-dire les photos, les pseudonymes et les annonces, via une application en ligne qui permet d'administrer et de gérer le site⁸. En ce qui concerne les photos, il est interdit aux membres de publier des photos de mineurs, des messages publicitaires ou toute information contenue dans la photo permettant d'identifier le membre en dehors du site (adresse email, numéros d'immatriculation sur un véhicule, etc.), des photos de nus (hormis des photos artistiques, ne dévoilant pas de « parties intimes ») ou à caractère pornographique, des photos incitant à la drogue ou à la violence. Le premier document montre comment le contrôle effectué opère un tri parmi les photographies que les membres envoient.

À ces deux niveaux de modération, les agents ont la possibilité de transférer l'annonce ou la photo à une équipe spécialisée, amenée à faire des recherches supplémentaires sur le profil. Cette équipe (dite de « niveau 3 ») est appelée « la police » par les employés. Elle est composée de conseillers les plus expérimentés qui ont reçu une formation complémentaire. Ces agents sont également chargés de répondre aux plaintes des membres et de surveiller les échanges « chat » et les messages « BAL ». Les modérateurs et plus spécialement les policiers sont en mesure de sanctionner les membres en envoyant un avertissement, lorsque ceux-ci envoient des messages publicitaires, tiennent des propos jugés vulgaires, choquants ou provocants ou « spamment », c'est-à-dire envoient massivement un message identique. Ils ont également la possibilité de bloquer les moyens de communication du membre par une action appelée « mise en muet », généralement utilisée pour freiner les *spams*. Dans les cas de pratiques illégales (prostitution⁹, incitation à la prostitution, recherche de type pédophile, escroquerie) ou de manquement aux « conditions générales d'utilisation » (profil d'un mineur, détention de plusieurs profils, comportement agressif avec la majorité des contacts, inscription dans la mauvaise recherche, création volontaire de comptes fictifs), le profil est désactivé. Il en est de même si le membre a déjà reçu plusieurs avertissements. Lors de récidives de pratiques illégales ou des cas jugés graves (par exemple des propos pédophiles), le profil est transmis au service juridique qui pourra envoyer aux autorités compétentes les informations contenues dans le profil et prévenir le membre concerné des conséquences juridiques encourues.



Extrait d'un document de formation sur la modération des photos destinées à illustrer le profil du membre (« photo portrait »). Les photos du haut sont celles que les modérateurs ont acceptées. Les photographies du bas présentent un échantillon de ce que les modérateurs refusent, soit photos de dos, de nus ou de personnes en sous-vêtements qui ne respectent pas la règle d'un site dit « sérieux ».

Nota : des bandeaux ont été ajoutés par la revue pour respecter l'anonymat.

Ainsi, le système de la modération correspond-il bien à une organisation formelle du travail : des règles, des outils, des formations, des procédures, des objectifs à atteindre et la hiérarchie des postes encadrent le travail des agents. Cependant, si certains critères de modération sont bien définis et établis pour tous, d'autres sont source de différenciation du contrôle.

■ Les facteurs de différenciation du contrôle

La transaction monétaire est au cœur du système de la rencontre amoureuse/sexuelle sur Internet puisque

pour accéder aux outils de communication sur le site de rencontres *Meetic*, les membres doivent souscrire un abonnement. Les différentes formules proposées sont identiques pour tous¹⁰, quels que soient le sexe ou la recherche (à l'exception de certaines offres spéciales). Une option donne la possibilité aux membres de contacter ceux qui n'ont pas d'abonnement. L'argent est un critère de modération, car le contrôle ne s'applique pas de la même manière si le membre dispose d'un abonnement ou non. En règle générale, dans les cas de *spam* ou de propos jugés vulgaires, les profils des membres non abonnés sont désactivés tandis que les membres abonnés sont avertis, comme l'explique Claire, 24 ans, membre de l'équipe de surveillance depuis 4 mois :

On a pas mal d'hommes qui font ça, qui vont parler à une femme en chat ou même en email, qui vont lui dire un message vulgaire du style : « Tu sucés ? », « Je veux un plan cul ». Si le membre a un abonnement, on lui met un avertissement [...] et comme ça il va recevoir un message automatique pour lui dire qu'il a mal fait. Si cette personne n'est pas abonnée, au lieu de s'embêter à lui mettre un avertissement, on le désinscrit direct. Parce qu'on considère qu'il ne paye pas, il nous rapporte rien et il met une sale ambiance sur le site, ça pose problème aux personnes avec qui il discute, donc on désinscrit cash [...] Enfin, parfois ça dépend vraiment des cas, de la conversation, de ce qui s'est passé, du pourquoi, du comment. C'est pas automatique du tout.

Le genre est également un facteur distinguant le contrôle des profils. Les profils féminins sont sujets à une plus grande vigilance. Dans le cas des photos, un décolleté aguicheur ou une position particulière sont des éléments pouvant justifier un transfert en « niveau 3 », comme l'indique Catherine, 37 ans, agent de l'équipe de surveillance depuis 4 ans :

Des niveaux 3, donc vérification des photos et annonces remontées par les *outsourcers* en tant que profils suspects, enfin potentiellement suspect. Ça va être par exemple une photo d'une dame un peu dénudée, ou avec un très grand décolleté. « Tiens, pourquoi ? » : il la signale. On va vérifier si c'est pas une prostituée. Les photos de base, elles se ressemblent toutes quoi. C'est des petites nanas et des petits mecs qui sourient et puis voilà. Dès qu'il y a une photo qui a un aspect un peu professionnel, ou une posture, ou un regard qui attire l'attention, qui fait dire « Tiens c'est pas ce qu'on voit d'habitude », ces photos-là sont à vérifier comme potentiellement suspectes. Il y a pas mal de prostituées qui accrochent des clients potentiels avec ce genre de photos, qui ne sont pas *trashs*, mais qui ne sont pas *softs*. Enfin c'est entre les deux. Du coup, elles sont signalées. [...] Déjà, rien que la photo peut suffire à justifier une fermeture. Ce matin, par exemple, il y avait une photo, ça fait deux fois que je la vois : il y a un truc qui me heurte quand je la vois, c'est qu'elle est super dénudée, elle est en imperméable mais l'imper il est très court et on sait pas si elle a une culotte en dessous ! [...] Donc il y a un truc qui me gêne ! Et rien que ça, j'ai préféré fermer. [...] Tu combines en fait ! Un imperméable hyper court où t'es pas sûre « tiens, elle a une culotte ? ». Tu n'es pas sûre. Déjà tu fais « Et d'un ! ». Tu regardes son regard comme ça, ça fait deux. Tu rajoutes à ça peut-être une recherche, elle a 25 ans, elle recherche de 20 à 70 ans. Tu vois, c'est une combinaison de choses comme ça. Mais la photo peut être la partie émergée de l'iceberg, le truc qui va faire que tu... soit tu n'as même

pas besoin d'aller plus loin, et c'est assurément quelqu'un qui a une démarche particulière quoi. Soit tu peux vraiment en quelques secondes combiner plusieurs petits éléments qui font que tu n'as plus aucun doute. Tu peux fermer. Mais c'est à force d'en voir. Mais à l'instant où tu vois une photo et que ça te fait un truc, déjà ça mérite déjà de t'y arrêter. La plupart du temps, on n'a pas une petite réaction pour rien. Il y a quelque chose qui va pas, un truc qui fait bizarre.

Le genre et l'argent ne sont pas les seuls marqueurs de différenciation du contrôle social. Ainsi les homosexuels, contrairement aux hétérosexuels, ont la possibilité d'exprimer la recherche d'un partenaire sexuel dans leur annonce ou de dévoiler davantage leur corps sur leurs photos :

Les gays ont quand même plus de liberté. Ils ont droit de rechercher des plans cul. Tandis que les hétéros n'ont pas le droit de rechercher de sexe. Enfin pas explicitement, pas dans l'annonce ! [...] Ils ont le droit de dire quelques mots vulgaires, dire qu'ils cherchent que des plans cul, et qu'ils sont actifs, passifs, etc. Après il ne faut pas que ce soit trop vulgaire. Ils ont le droit d'être là pour des rencontres que d'un soir. Au niveau des photos c'est la même chose. Les hommes hétéros [...], s'ils sont en maillot de bain ou même torse nu, ils n'ont pas le droit de montrer en dessous de leurs tétons. Tandis que les gays peuvent montrer, du moment qu'on voit leur visage. Ils ont plus de libertés, tout simplement [Claire, 24 ans, membre de l'équipe de surveillance depuis 4 mois].

Enfin, en fonction des pays, certaines particularités culturelles font apparaître un discours différent. Au fil des acquisitions de l'entreprise et de l'augmentation du nombre d'inscrits, le service clients a été divisé en plusieurs cellules, localisées dans différentes villes européennes, générant une modération particulière. D'un pays à l'autre, le modèle économique ou les outils de travail différent. Cependant, sous l'impulsion d'une équipe chargée d'assurer un suivi qualité au service clients, appelée *QIS*, signifiant *Quality Improvement Service*, les règles de modération tendent à s'uniformiser. Valérie, 33 ans, responsable de l'équipe *QIS* explique que :

Le but de *QIS*, puisque c'est international, c'est que toutes les règles soient les mêmes pour tous les pays à l'exception de certaines spécificités de certains pays. [...] En gros tout le monde doit faire pareil, sauf spécificité ou de l'outil ou alors, on le voit pour la modération en Italie : tout le monde a des lunettes de soleil. À une époque on n'acceptait pas les lunettes de soleil [en France], en Italie on

acceptait forcément les lunettes de soleil, sinon on n'avait aucune photo sur le site. Sinon, non, on est vraiment dans l'harmonisation. Si quelque chose est accepté à un endroit, il doit être accepté à l'autre, que ce soit dans les procédures ou dans la modération.

Les particularités culturelles pouvant entraîner une modération particulière tiennent au fait que les sites se sont d'abord créés indépendamment de *Meetic*. Ce n'est qu'au fil des années que le groupe *Meetic* a acquis différents sites de rencontres et que le service clients a été implanté dans différentes villes européennes. De ce point de vue, les particularités culturelles respectées dans la modération tendent à disparaître puisque des agents des équipes *QIS* et « police » travaillent à l'harmonisation des procédures de travail, des règles de modération et des documents de formation. À travers les facteurs visibles et définis de différenciation du contrôle, se dévoile une appréciation morale des valeurs du site, distinguant des règles, définissant des normes. Par qui et comment ces valeurs sont-elles créées et appliquées ?

■ Les entrepreneurs de morale

Howard Becker distingue deux types d'entrepreneurs de morale : « ceux qui créent les normes et ceux qui les font appliquer » [Becker, 1963 : 171].

• Créateurs de normes

La création de nouvelles normes dépend à la fois du groupe de travail et de l'individu « entrepreneur de morale », mais est aussi impulsée par ceux qui ne respectent pas les règles, les déviants. Ce sont peut-être aussi en partie ces déviants qui sont les instigateurs de la norme et de la morale, qui donnent l'impulsion pour créer une loi, organiser un contrôle, à appliquer des peines. L'évolution du système de modération est le fruit d'une adaptation des moyens d'action aux innovations des membres inscrits. Par exemple, le développement des scammeurs¹¹ en réseau a donné lieu à une nouvelle organisation du travail et une évolution des outils de modération, comme la « mise en muet » par des robots.

Des questions sont parfois soulevées par les agents faisant suite à la demande d'un client ou à une difficulté à modérer un contenu ; elles font ainsi l'objet de discussions formelles ou informelles pour définir la décision à prendre. L'encadré suivant reconstitue un

ensemble d'extraits reflétant l'évolution de la discussion lors d'une réunion organisée pour définir les règles liées à la modération des profils de membres se définissant via une annonce, une photo ou un pseudo comme travestis ou transsexuels, en respectant le fonctionnement et la morale du site.

• Ceux qui appliquent les normes

« Ceux qui font appliquer les normes » [*ibid.*] correspondent, dans notre cas, aux modérateurs. Face à des contenus divers, les règles ne peuvent pas toutes être établies à l'avance ; elles servent de cadre général à la modération comme système de pensée. Enseignée lors de la formation sur la modération des photos, telle une règle d'or, l'agent doit se demander si le membre peut être reconnu *IRL*. Lorsque la photo est floue, la luminosité faible, si le membre porte des lunettes de soleil ou un chapeau, est déguisé ou maquillé, s'il cache une partie de son visage ou encore tourne la tête, le modérateur doit juger si la photo est recevable ou non.

Les modérateurs sont des hommes et des femmes, ancrés dans une histoire de vie et des projets personnels, définis par des situations sociodémographiques différentes, et ayant des représentations sociales et morales diverses. L'exemple suivant explicite clairement l'ajustement personnel de l'agent aux normes et la justification de cet ajustement par rapport à l'esprit de l'entreprise. Ainsi procède Étienne, 29 ans, membre de l'équipe de surveillance depuis un an, à propos des photos avec de grands décolletés :

C'est nous qui sommes responsables du site. Et c'est nous qui définissons ce qui peut être accepté ou pas. À partir du moment où ça devient trop aguicheur. [...] Après est-ce qu'un décolleté est aguicheur ? C'est ça la question. Et en tant que mec je peux te dire que oui, un décolleté c'est très aguicheur. Un gros décolleté oui. [...] Elles ne se rendent pas compte peut-être de l'effet que ça fait. C'est ça le problème. [...] Ça dépend du décolleté, mais quand il est trop voyant, l'intention du membre, je la sens pas bien et je préfère couper court. [...] C'est la modération. C'est à nous de faire en sorte que les choses se passent bien. C'est pas vraiment aux membres de se gérer, c'est à nous de gérer pour eux. C'est nous qui jugeons ce qui est bon pour eux entre guillemets ou pas, tu vois ? Après pour le décolleté, c'est vrai que c'est une question de point de vue. [...] C'est dur de répondre sans photo. Ça dépend vraiment beaucoup de la photo, de l'attitude de la personne, de la pose. C'est une vision d'ensemble quoi. Ça m'arrive d'en laisser. La plupart du temps, oui, je la raccourcis.

**Extraits d'une réunion entre les agents de l'équipe « police » et un manager (N + 2),
retranscrits avec le nom du protagoniste, son âge, le poste occupé (août 2011).**

Adrien, 37 ans, responsable N + 2 depuis 7 ans : « Sur les travestis ou les transsexuels, parce que bon la règle elle va être la même, pour moi, en fonction de l'identité que souhaite visiblement projeté la personne, pour moi ça devrait correspondre du coup au premier "k" de "kvk"¹². C'est-à-dire que pour moi un mec qui se présente avec des longs cheveux blonds, une jolie robe, il peut pas s'inscrire en "HF". Je peux comprendre qu'on le laisse s'inscrire en "FH". Je peux comprendre qu'on le laisse s'inscrire en "FF" suivant ce qu'il cherche. Éventuellement l'exception on va dire en "HH" parce que ça c'est encore autre chose. Mais en "HF" pour moi c'est pas possible. »

Étienne, 31 ans, membre de l'équipe de surveillance depuis 3 ans : « Moi je pense qu'il faut faire la distinction entre transsexuel et travesti. »

Adrien : « Ouais, mais alors le problème sur le travesti, sur une photo ou sur un profil, comment faire la différence entre celui qui se définit comme travesti et qui finalement est proche de la transsexualité ou celui qui se déguise le week-end ? [...] Mais après n'oublions pas que de toute façon, au-delà de tout ça, il y a un premier passage c'est "Est-ce que la démarche, elle est sérieuse ou pas ?". Et on est d'accord mais malheureusement sur ce type de cas on va être plus pointilleux. C'est-à-dire, une annonce d'un "HF" classique où il n'y a rien dedans, ça nous apporte rien et on sait pas si sa démarche est sérieuse, on va laisser passer le "HF". La même chose avec une photo de travesti, là on va être pointilleux et à mon avis on va refuser. Donc c'est vrai que la première chose c'est de voir si la démarche est sérieuse. Ça c'est indispensable. Après [...] moi je sais pas, sur les "FF", pour un travesti. »

Catherine, 39 ans, membre de l'équipe de surveillance depuis 6 ans : « Vu la réaction des "FF", à la moindre apparition d'un jeune homme "Fabrice" ou peu importe [...] elles veulent pas d'hommes. Clairement. Et un transsexuel, oui, par contre ouais. Du fait qu'il y a cette identité "Je suis pas opérée, mais dans ma tête je suis une femme", pour moi, quand tu es "FF", c'est beaucoup mieux perçu qu'un travesti. »

Adrien : « Du coup si on part de ce principe, est-ce qu'on laisse s'inscrire [un travesti] en "FH" sachant qu'on va le présenter au "HF" ? »

Catherine : « Non plus. Transsexuel, oui, travesti, non. »

Adrien : « Donc si on se résume, ça veut dire qu'un travesti homme qui se déguise en femme, on l'autorise en "HH" et en "HF". [...] Donc finalement, pour les travestis on s'en tient à leur sexe naturel et pas à ce qu'ils projettent. [...] Transsexuel du coup ce qu'on dit c'est que c'est un peu comme il veut. Les 4 cas sont possibles. »

Moi, 27 ans, membre de l'équipe de surveillance depuis un an : « Qu'est-ce qu'on fait pour les pseudos ? »

Adrien : « Si on veut faire une règle qu'est pas ambiguë, moi je laisserais et après on se concentre sur les règles déjà de "kvk" qu'on a posé et sur le sérieux de la démarche. Le problème si tu veux c'est que je pense, on a des raisons par le passé, c'est que quelqu'un qui met tout de suite dans son pseudo "trav" ou "trans", il y a au moins 2 chances sur 3 pour qu'on soit plus dans une recherche sexuelle qu'autre chose. Mais après c'est quand même un peu [...] tu as toujours l'autre cas sur 3 où la personne finalement elle joue franc-jeu et finalement on punit tout le monde juste pour les cas où finalement on aurait plein d'autres arguments pour l'éjecter du site ou pour le calmer. »

Catherine : « Est-ce qu'on peut dire que s'il y a un pseudo "trav" ou "trans" et annonce [...], démarche, voilà, "j'annonce les choses franco, je suis quelqu'un de sérieux", peut-être que le pseudo pourrait être ok. À l'inverse si c'est un pseudo "trav" et une annonce "ouais" [...], *basta*. »

Adrien : « Ouais, tu as raison, c'est recentrer sur l'annonce, parce qu'à la rigueur si l'annonce elle est pas terrible, soit "trav", soit "trans", "HF", "FH" ou "robert le camionneur", c'est pareil quoi, tu vois ce que je veux dire ? »

Étienne : « Le seul truc [...], je suis d'accord sur le fait que dire directement dans le pseudo ou l'annonce, être honnête c'est bien [...] Après on sait comment sont les clients : ils vont voir "trav" dans le pseudo, ça va finir en insulte, en plainte. »

Moi : « Bah non, dans ces cas-là je suis pour le fait d'expliquer aux plaignants qu'on accepte les travestis, c'est tout. [...] après on est tous d'accord pour accepter "travesti88" dans le pseudo que s'il y a vraiment une annonce. »

Étienne : « Pour moi je vois pas ça comme ça : soit le pseudo est ok, soit il ne l'est pas. L'annonce n'est pas toujours assez claire pour accepter ou refuser le pseudo. Pour moi, soit le pseudo est ok, soit il ne l'est pas. Après que l'annonce soit bien ou pas, c'est autre chose. On fermera pour autre chose. Mais faut voir si on accepte le pseudo "trav" ou pas. »

Moi : « Moi j'ai peur que si on accepte des profils vides [sans annonce et sans photo] avec un pseudo "trav", on laisse passer des petits rigolos qui veulent juste s'amuser, tu vois ? »

Julie, 28 ans, membre de l'équipe de surveillance depuis un an et demi : « De toute façon on ne peut jamais savoir. Mais moi je suis plutôt d'accord avec Étienne, savoir rester cohérent dans nos choix et si on accepte "trav" ou "trans" en pseudo, quelques soit le profil, il faut l'accepter pour tout le monde ou pas. »

Adrien : « Après si le profil est vide et qu'il est pas utilisé, de toute façon, il va très vite dans la pile et plus personne ne le voit. Après s'il est utilisé, du coup on a de la matière dans les historiques pour savoir quelle est la démarche. Mais par contre, je pense que vraiment sur les "trav" comme sur les "trans", même si en effet c'est pas forcément une bonne idée de le mettre dans le pseudo parce que, ils vont s'en prendre tout simplement plein la gueule, à un moment... c'est à nous de transmettre l'info aussi, l'éducation [...] Surtout que là on est en train de réfléchir sur des règles, faut pas réfléchir que sur la France. Il y a des pays qui sont vachement plus ouverts, plus avancés et je me vois pas refuser travesti ou transsexuel sur des pays nordiques ou des choses comme ça. Parce que pour eux c'est quand même beaucoup plus ancré [...] enfin ça ne dérange personne. [...] Ailleurs où il peut y avoir beaucoup de racisme, des choses comme ça, mais qui s'expriment pas parce que si tu ne m'intéresses pas, je te parle pas, mais je vais pas t'agresser. »

Julie : « Bah oui, moi je suis plutôt pour ce genre de façon de penser quoi et je trouve ça bien qu'on laisse passer ça sur le site. Enfin, je sais pas. Qu'on essaye de briser un peu le tabou. »

Émilie, 25 ans, membre de l'équipe de surveillance depuis 6 mois : « Donc on se focalise que sur vérifier si la démarche est sérieuse et le pseudo, on s'en fiche entre guillemet. »

Adrien : « Le pseudo, on laisse passer. Pour les "trav" tout ce qui commence par « H » et pour les "trans", les quatre "kvk". »

Extrait d'un document interne sur la migration de Cleargay

Tous les contenus (photos et annonces) ont été remodelés car les critères de *Meetic* diffèrent de ceux de *Cleargay* : certains membres qui avaient une ou plusieurs photos et une annonce validées sur *Cleargay* pourront voir certains de ces contenus disparaître ou être modifiés (photo recoupée, textes supprimés dans l'annonce).

Cas particuliers à gérer lors de la migration

- Les profils cherchant des couples (recherche existant sur *Cleargay*) ne seront pas migrés car *Meetic* ne propose pas ce type de recherche. Les profils concernés ne seront pas migrés sur *Meetic*, les membres recevront un email leur expliquant cela et leur demandant de nous renvoyer leurs coordonnées (adresse nom/prénom) pour un remboursement par chèque du nombre de jours/mois restant sur leur abonnement (pour ceux qui ont un abonnement en cours).

- Les profils tendanceux (comportant des contenus textes ou photos ne correspondant pas aux CGU de *Meetic*) verront leur profil modifié. Ils recevront également un mail pour les en avertir.

Le fait de couper ou non les décolletés n'est pas une règle à appliquer à la lettre, elle est laissée à la libre interprétation du modérateur. Ici apparaît une appréciation personnelle, le point de vue d'un homme qui prend la défense des femmes en même temps qu'il transforme leurs photos en coupant le décolleté, dénaturant en quelque sorte leur féminité. Les modérateurs deviennent des « transformateurs », sorte de tampons moralisateurs qui vont adoucir, modérer l'impact d'une photo jugée provocante.

Si la décision de censurer les photos avec décolletés est personnelle, elle montre surtout que les actions de modération ne peuvent pas être toutes définies explicitement. Les expressions « C'est pas automatique », « Ça dépend », ont été utilisées à maintes reprises au cours des entretiens. C'est à l'agent, aidé par un corpus de normes incorporées tout au long de sa carrière, et par un collectif très présent sur un lieu de travail en *open space*, de s'engager individuellement dans ses décisions, afin de combler le manque de codification. Le management moderne pose le salarié comme responsable de son travail. Les individus sont définis en tant qu'acteurs par le rôle qu'ils occupent dans l'entreprise ; ce sont des sujets en tant qu'ils sont capables de penser leurs actions et d'orienter leurs choix en fonction de leur construction personnelle [Dujarier, 2006]. Le travail du modérateur réclame donc une certaine implication pour décider si l'item doit être accepté, modifié ou refusé.

Le choix des normes se fait aussi en groupe. Le collectif de travail tient une place importante : les agents y expriment et partagent leurs doutes, donnent leurs avis, et débattent au quotidien des décisions à prendre. Le groupe repositionne les règles, permet d'évaluer les situations particulières, d'intégrer chaque agent et ainsi d'éviter toute personnalisation dans les décisions qui sont prises. L'exemple de la migration¹³ du site *Cleargay*¹⁴ vers le site *Meetic.fr* révèle l'évolution des

règles et l'adaptation aux nouvelles normes de modération. En juillet 2009, tous les profils des membres inscrits sur *Cleargay* devaient subir un nouveau contrôle : les photos et les annonces ont toutes été modérées par les agents du service clients. Les modalités du traitement ont été adaptées aux règles de modération en vigueur sur le site *Meetic* tout en respectant une partie des règles de la modération sur *Cleargay*. Une formation spéciale, destinée à tous les agents du service clients en France, a été organisée afin d'effectuer une réévaluation collective des règles de modération, comme expliqué dans le document ci-dessus.

Le respect des normes et des valeurs du site tient au système régulateur qui fonctionne grâce à l'échange continu des informations via le système informatique, les mails, les réunions et une pratique de travail en *open space*.

Le schéma fait apparaître une division du travail où chaque agent d'un groupe tient son rôle dans un système de contrôle caractérisé par une autorégulation. Lorsqu'un agent doute ou s'il a une suggestion à faire, il peut en référer à un ou plusieurs de ses collègues, de son équipe ou d'une autre équipe, oralement ou par mail. Les agents sont invités à signifier les erreurs commises par les agents d'un niveau inférieur ou d'une autre équipe. La circulation des informations formalise les discours, neutralise les éventuels discordances quant aux choix à faire. Un contrôle des superviseurs achève le cadrage de l'action modératrice.

Employée au sein du service clients de *Meetic* et donc participant de l'organisation sociale du système de la modération, j'ai pu observer de l'intérieur comment s'organisaient les échanges et où se situaient les enjeux du contrôle. Il résulte d'un système complexe où le comportement des membres est soumis à une « modération » à plusieurs niveaux. Le contrôle apparaît

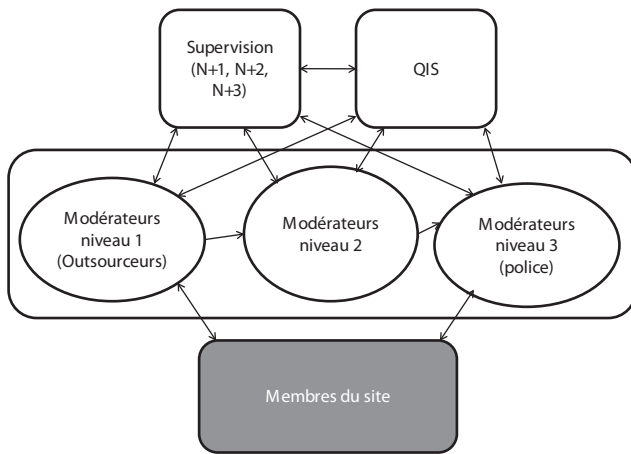


Schéma représentant la circulation des normes au sein du service client de *Meetic*.

d'abord dans le cadre d'un travail prescrit, fruit d'une organisation hiérarchisée, au sein de laquelle les modérateurs sont formés, et dont le travail est surveillé. Cependant, en fonction de certains critères (le genre, l'argent, l'orientation sexuelle et la localisation), les règles ne sont pas les mêmes pour tous. Dans ce fonctionnement global et encadré, transparaît ainsi la personnalité de chacun des agents chargés de faire appliquer les normes, et qui, tout en respectant les valeurs morales de l'entreprise vont investir d'eux-mêmes dans leur travail. Le cadre de travail spécifique en *open space*, la division du travail en équipe et en niveaux, la hiérarchisation des postes, la formation et l'expérience des agents, l'outil de travail utilisé pour la modération constituent un ensemble organisationnel autocontrôlé, régulant dans le temps et l'espace l'ensemble des valeurs morales que l'entreprise veut transmettre. ■

I Notes

1. Un site de rencontres (en règle générale commercial) a vocation à mettre en contact des personnes à des fins amoureuses ou sexuelles. Les membres inscrits possèdent un profil et peuvent entrer en contact avec les autres inscrits grâce à l'échange de messages BAL (boîte aux lettres), permettant d'envoyer et de recevoir des messages de manière asynchrone, ou de messages « chat » permettant aux personnes connectées de dialoguer « en direct », c'est-à-dire de manière instantanée. Pour une topographie sur les sites de rencontres, cf. Marie Bergström, [2011 : 225-260].

2. L'accès est gratuit pour tout internaute et devient payant pour l'utilisation des moyens de communication.

3. Le « sérieux » d'un site de rencontres serait la référence normative pour distinguer les sites proposant des rencontres amoureuses et durables, des autres sites dit « libertins » [*ibid.* : 244-247].

4. Les inscrits sur un site internet sont nommés « membres » dans le langage internaute. Au sein du service clients du site *Meetic*, les personnes inscrites sur le site sont également appelées « membres » ou « clients ».

5. La société *Meetic Group* réunit des sites présents dans 16 pays d'Europe. Le service clients est divisé en cellules dans plusieurs pays d'Europe et une partie des tâches du service clients est traitée par des sous-traitants. La direction du service clients est localisée en France.

6. Le terme « employé » ou « modérateur » est remplacé dans le vocabulaire de l'entreprise par le terme « agent », repris volontairement dans cet article pour désigner les employés/modérateurs.

7. Cf. schéma ci-dessus.

8. Cet outil permet de contrôler les contenus diffusés par les membres, et de retrouver un ensemble d'informations sur les inscrits (pseudonyme, date de naissance, date d'inscription, date de la dernière connexion, adresses IP d'inscription et de la dernière connexion, type de recherche, messages reçus et envoyés, la liste des achats effectués, l'annonce, les photos, les actions de modération effectuées, les avertissements ainsi que diverses informations que le membre a renseignées sur son profil).

9. La prostitution n'est pas illégale en France, mais l'utilisation d'un site marchand pour se prostituer constitue ce site en proxénète, ce qui est strictement interdit.

10. Notons qu'il existe différents modèles économiques selon les pays.

11. Le *scam* ou scameur(euse) est un terme anglais désignant un type de fraude pratiquée sur Internet. Ces escroqueries sont les plus répandues et les plus lucratives sur le net. Cette arnaque a pour but d'abuser de la crédulité des internautes en utilisant les messageries électroniques pour leur soutirer de l'argent. Sur *Meetic*, il existe différents types de *scam*, appelés *scam romance*, identifiés par la nature des messages envoyés, le *spam*, les photos et la tranche d'âge des membres recherchés. Pour une approche socio-anthropologique du *spam* et du *scam*, cf. Nicolas Auray [2012 : 103-132].

12. « Kvk » sont des initiales signifiant « qui veut qui », employé en interne pour faire référence aux types d'inscriptions possible sur le site à savoir « homme recherchant femme » : « HF », « femme recherchant homme » : « FH », « femme recherchant femme » : « FF » et « homme recherchant homme » : « HH ».

13. La migration est un terme désignant le transfert des profils d'un site à l'autre et leur intégration dans le logiciel de traitement utilisé.

14. Le site *Cleargay* était un site de rencontres pour homosexuels en France, déjà filiale du groupe au moment de son intégration à *Meetic*. *Cleargay* fait partie d'une acquisition du groupe *Meetic* pour le site *meetic.fr*.

I Références bibliographiques

- AURAY Nicolas, 2012, « Manipulation à distance et fascination curieuse », *Réseaux*, 1, 171 : 103-132.
- BECKER Howard Saul, 1985 [1963], *Outsiders : études en sociologie de la déviance*, Paris, Métailié.
- BERGSTRÖM Marie, 2011, « La toile des sites de rencontres en France. Topographie d'un nouvel espace social en ligne », *Réseaux*, 2, 166 : 225-260.
- CHWIEDUK Agnieszka, 2010, « L'anthropologue et l'agence matrimoniale : une métamorphose », *Ethnologie française*, XL, 2 : 267-272.
- DELOBBE Nathalie, 1996, « Formation en entreprise et socialisation : cadre d'émergence et processus psycho-sociaux », in Bernard Francq et Christian Maroy (dir.), *Formation et socialisation au travail*, Bruxelles, éditions De Boeck Université : 41-59.

- DUJARIER Marie-Anne, 2006, *L'Idéal au travail*, Paris, Presses universitaires de France.
- KAUFMANN Jean-Claude, 2010, *Sex@mour*, Paris, Armand Colin.
- KELMAN Herbert, 1958, "Compliance, Identification and Internalization : Three Processes of Attitude Change", *Journal of Conflict Resolution*, 2, 1 : 51-60.
- GOFFMAN Erving, 1968 [1961], *Asiles. Études sur la condition sociale des malades mentaux et autres reclus*, Paris, Minuit.
- GOFFMAN Erving, 1975 [1963], *Stigmate, les usages sociaux des handicaps*, Paris, Minuit.
- LARDELLIER Pascal, 2004, *Le Cœur NET : célibat et @mours sur le Web*, Paris, Belin.
- LE BRETON David, 2002, « Vers la fin du corps : cyberculture et identité », *Revue internationale de philosophie*, 222 : 491-509.
- SEGALEN Martine, 2008 [1981], *Sociologie de la famille*, Paris, Armand Colin.

I ABSTRACT

Social Control on the Online Dating Website *Meetic*

The nature of sexual transactions on a dating website are varied and they are being monitored. Based on a fieldwork within the *Meetic's* Customer Care Service, this paper analyzes the work organization producing social values related to online sexual or romance dating and allows us to see, from a European perspective, an aspect of online social control.

Keywords : Social control. Online Dating Website. Internet. Norms. Socialization.

I ZUSAMMENFASSUNG

Soziale Kontrolle auf der Seite der Online-Partnerbörse Meetic

Die Beziehungen auf einer Online-Partnerbörse sind unterschiedlichster Art ; eine wichtige Rolle nimmt die Kontrolle ein. Dieser Beitrag greift auf Daten zurück, die auf der Partnerbörse *Meetic* in der Rubrik „Kundenservice“ erhoben wurden und geht der Frage nach, wie auf entsprechenden Plattformen, auf europäischer Ebene soziale Kontrolle ausgeübt wird. Dazu analysiert der Autor wie mit sozialen Werten, mit Liebe und Sexualität, umgegangen wird.

Stichwörter : Soziale Kontrolle. Online-Partnerbörsen. Internet. Normen. Sozialisierung.