

Comment nommer cette lame de fond caractéristique de notre temps, qui partout substitue la communication à la coercition, la jouissance à l'interdit, le sur-mesure à l'anonyme, la responsabilisation à la réification<sup>1</sup> et qui partout tend à instituer une ambiance de proximité, de rythme et de sollicitude libérée du registre de la Loi? Musique, information vingt-quatre heures sur vingt-quatre, gentil organisateur, S.O.S. amitié. Même la police tient à humaniser son image de marque, ouvre les portes des commissariats, s'explique avec la population, tandis que l'armée se livre à des tâches de services civils. «Les routiers sont sympa », l'armée pourquoi pas? On a défini la société post-industrielle comme étant une société de services, mais plus directement encore, c'est le libre-service qui pulvérise de fond en comble l'ancien quadrillage disciplinaire et ce, non par les forces de la Révolution mais par les ondes radieuses de la séduction. Loin d'être circonscrite aux rapports interpersonnels, la séduction est devenue le processus général tendant à régler la consommation, les organisations, l'information, l'éducation, les mœurs. Toute la vie des sociétés contemporaines est désormais commandée par une nouvelle stratégie détrônant le primat des rapports de production au profit d'une apothéose des rapports de séduction. [ ... ]

Sans doute faut-il partir du monde de la consommation. Avec la profusion luxuriante de ses produits, images et services, avec l'hédonisme qu'elle induit, avec son ambiance euphorique de tentation et de proximité, la société de consommation révèle à l'évidence l'ampleur de la stratégie de la séduction. Pourtant celle-ci ne se réduit pas au spectacle de l'accumulation; plus exactement elle s'identifie avec la surmultiplication des choix que rend possible l'abondance, avec la latitude des individus plongés dans un univers transparent, ouvert, offrant de plus en plus d'options et de combinaisons sur mesure, permettant une circulation et une sélection libres. Et nous n'en sommes qu'au début, cette logique se déploiera inéluctablement à mesure que les technologies et le marché mettront à la disposition du public une diversification toujours plus large de biens et de services. Actuellement, la T.V. par câble offre par endroits aux V.S.A. le choix entre quatre-vingts chaînes spécialisées, sans compter les programmes « à la demande » ; on évalue à près de cent cinquante le nombre de chaînes câblées nécessaires pour satisfaire les besoins du public d'ici six ou sept ans. D'ores et déjà le self-service, l'existence à la carte, désignent le modèle général de la vie dans les sociétés contemporaines qui voient proliférer de façon vertigineuse les sources d'information, l'éventail des produits exposés dans les centres commerciaux et hypermarchés tentaculaires, dans les magasins ou restaurants spécialisés. (...) La séduction n'a rien à voir avec la représentation fautive et l'aliénation des consciences; elle est ce qui agence notre monde et le remodèle selon un procès systématique de personnalisation dont l'œuvre consiste essentiellement à multiplier et diversifier l'offre à proposer plus pour que vous décidiez plus, à substituer le libre choix à la contrainte uniforme, la pluralité à l'homogénéité, l'accomplissement des désirs à l'austérité. La séduction renvoie à notre univers de gammes optionnelles, de rayons exotiques, d'environnement psy, musical et informationnel où chacun a loisir de composer à la carte les éléments de son existence. «L'indépendance, c'est un trait de caractère, c'est aussi une façon de voyager à son rythme, selon vos désirs; construisez «votre» voyage. Les itinéraires proposés dans nos Globe-Trotters ne sont que des suggestions qui peuvent être combinées, mais aussi modifiées en tenant compte de vos souhaits.» Cette publicité dit la vérité de la société post-moderne, société ouverte, plurielle, prenant en compte les désirs des individus et accroissant leur liberté combinatoire. La vie sans impératif catégorique, la vie kit' modulée en fonction des motivations individuelles, la vie flexible à l'âge des combinés, des options, des formules indépendantes rendus possibles par une offre infinie, ainsi opère la séduction. Séduction au sens où le procès" de personnalisation réduit les cadres rigides et coercitifs, fonctionne en douceur en jouant la carte de la personne individuelle, de son bien-être, de sa liberté, de son intérêt propre.

**Gilles Lipovetsky, *L'ère du vide*, 1983. Les essais CCXXV Gallimard.**

---

<sup>1</sup> Ici, considérer l'homme comme une chose.