

La société des mangeurs

Il y a des siècles que nos concitoyens mangent une, deux ou trois fois par jour pour se nourrir. C'est là une nécessité. On aurait pu les appeler « les mangeurs », mais on ne l'a pas fait, car telle n'était pas le but de l'existence sociale dans la civilisation qui nous précède. On disait sagement : « *Il faut manger pour vivre, et non pas vivre pour manger* » (Cicéron, repris par Molière dans *L'Avare*).

Or, voici que depuis plusieurs décennies, on a pris l'habitude de nous nommer « consommateurs ». C'est assez étrange. Pourquoi pas « mangeurs » ? Vous imaginez les titres des journaux ? « *D'après le dernier sondage, le moral des mangeurs n'est pas fameux en ce moment* ». « *La reprise dépend essentiellement du comportement des mangeurs* ». « *60 Millions de mangeurs* ». « *La baisse des charges, en diminuant le prix de revient des marchandises, ne peut que profiter au mangeur* ». « *Les associations de mangeurs doivent réagir contre la publicité mensongère* ». Que dirait Molière ? Et les Africains du Sahel ?

C'est que nous sommes, dit-on, dans une « société de consommation ». Mais attention : cette expression n'est pas simplement descriptive (société où l'on consomme). Il s'agit d'une définition *prescriptive*. Elle nous inscrit dans un ordre socio-économique dont la loi est d'absorber une production sans cesse croissante, et dont la finalité n'est donc pas seulement de consommer mais, il faut le dire clairement, de *surconsommer*, qu'on le veuille ou non¹.

Ainsi, chaque fois qu'on appelle un citoyen « consommateur », fût-ce dans les études les plus « objectives », on ne se contente pas de photographier sa réalité sous l'angle de la consommation : on lui rappelle que c'est là sa destination, son essence d'acteur social, sa vocation². Bref, sous couvert d'une simple dénomination, on l'enferme déjà dans une *idéologie*. On le conditionne à ne se voir et à ne se vivre lui-même que comme *consommateur* de la vie, sous toutes ses formes, des plus concrètes aux plus symboliques. Car « *tel est le but de tout conditionnement*, dit Huxley : *faire aimer aux gens la destination sociale à laquelle ils ne peuvent échapper* ».

Cette consommation de la vie, qui est notre destinée sociale, n'épargne évidemment ni nos prochains, devenus les instruments de notre boulimie, ni même notre propre personne, invitée à se déguster elle-même dans ses images (de marque), en une sorte d'autophagie narcissique qui frise à coup sûr l'ataraxie suprême.

La grande ruse de la « société des mangeurs », c'est d'appeler au festin ceux qu'elle inscrit au menu...

Note.

1/ Que la description soit ici, une fois de plus, une prise de position idéologique (cf. le chapitre « De l'idéologie aujourd'hui »), c'est ce que refuse de voir Robert Rochefort, auteur de l'essai *La Société des consommateurs* (1996), qui déclare : « *La société de consommation est une façon de vivre ensemble* ». En laissant ainsi penser que les gens ont tout naturellement choisi de fonder leur « être social » sur leur « être consommateur », il passe sous silence les décennies de propagande publicitaire qui les ont conditionnés à cela.

2/ Les coupures de films par la publicité à la télévision, qui se sont généralisées sur le modèle américain, et qu'on nomme à juste titre « saucissonnage », sont révélatrices à cet égard. On peut douter en effet de leur efficacité commerciale à court terme. Mais au plan idéologique, en revanche, elles jouent pleinement leur rôle, qui est de signifier rituellement au spectateur : « *Attention, ne crois pas que tu vas pouvoir t'évader impunément dans la fiction : n'oublie pas que tu es consommateur, et que tu dois le demeurer au moment même où tu pensais t'en abstraire* ».

[Texte paru en 2002 dans la revue « Casseurs de pub », repris dans *De l'Idéologie aujourd'hui*.]