

L'objectif de cet ouvrage est de recenser quelques problématiques de philosophie morale susceptibles d'éclairer la nature des interactions sur les sites de rencontres. Les témoignages et les enquêtes sociologiques révèlent qu'ils instaurent une sorte d'état de nature où domine la défiance suscitée par la mauvaise foi généralisée. La communication s'oriente donc vers des échanges standardisés, conformes aux valeurs du « marketing de la séduction », et, paradoxalement, vers une dépersonnalisation des protagonistes.