

Les pratiques des hommes « clients » de la prostitution : influences et orientations pour le travail social.

Par Sven-Axel Månsson – Université de Göteborg

Traduction française de Malka Marcovich – mars 2003

Introduction

On ne peut comprendre ce qui se joue dans le rapport prostitutionnel hétérosexuel, sans questionner la demande pour la prostitution, les motivations des hommes et s'interroger sur *ce qui est acheté*. Cet article analyse quelques résultats de recherches effectuées en Suède et dans d'autres pays scandinaves sur les clients de prostituées. Je comparerai également ces résultats avec des études réalisées dans d'autres pays. La demande pour les prostituées doit être appréhendée de façon globale. On ne peut donc uniquement se limiter aux recherches dans le contexte suédois. En effet, les observations faites dans d'autres recherches scandinaves permettent de comprendre de manière plus générale le rôle des hommes dans la prostitution. Quatre principales questions sont ici posées : (1) Qui sont les hommes qui cherchent des prostituées ? (2) Quelles sont leurs motivations ? (3) Comment interpréter ces motivations dans le contexte du changement des rapports sociaux de sexe ? Et (4) comment ces pratiques masculines dans la prostitution peuvent influencer sur le travail social ?

Qui sont les hommes qui recherchent des prostituées ?

Nous savons que tous les hommes n'achètent pas du sexe. Les raisons qui amènent les hommes à acheter du sexe varient fortement d'un pays à un autre, ou d'une culture à une autre. Le tableau suivant est basé sur diverses études portant sur les habitudes sexuelles dans un certain nombre de pays européens et les Etats-Unis, entre 1989 et 1999.

Tableau 1. *La proportion des hommes qui ont acheté du sexe à un moment ou à un autre de leur vie, dans différents pays.*

Pays	Pourcentage	Base statistique	Année	Source
		(N)		
Finlande	13	624	1999	Haavio-Mannila & Rotkirch, 2000
Norvège	11	1 617	1992	Leridon et Al, 1998
Suède	13	1 475	1996	Lewin et Al, 1998
Grande Bretagne	7	7 941	1991	Wellings et Al., 1993
Pays Bas	14	392	1989	Leridon et Al, 1998
Suisse	19	1 260	1992	Leridon et Al, 1998
Espagne	39	409	1992	Leridon et Al, 1998
Russie*	10	870	1996	Haavio-Mannila &

			Rotkirch, 2000	
Etats Unis	16	1 709	1992	Michael et Al, 1994

* Les statistiques russes concernent uniquement la ville de Saint Petersburg.

Ce tableau montre que les hommes espagnols sont en tête du groupe “d’acheteurs de sexe”; pratiquement quatre hommes espagnols sur dix (39%) ont acheté du sexe à un moment de leur vie. Les hommes britanniques sont ceux qui ont le moins expérimenté le sexe payant (7%). Les proportions d’acheteurs de sexe semblent approximativement identiques dans les trois pays scandinaves (Finlande, Norvège, Suède) ; un peu plus d’un homme sur dix a payé pour le sexe à un moment de sa vie. Curieusement, les résultats néerlandais (14%) sont relativement bas lorsque l’on prend en compte le développement du commerce du sexe dans ce pays, et son approche officielle libérale. Une explication possible serait que la majorité des acheteurs de sexe dans ce pays seraient des visiteurs étrangers, qui ne peuvent être reflétés dans cette recherche statistique effectuée au niveau national. Il est à noter que les résultats néerlandais et espagnols, (ainsi que ceux de Finlande et Russie) restent cependant incertains étant donné la base statistique relativement faible.

En dehors des statistiques peu précises, on peut de toute façon remettre en question leur véracité à plusieurs titres. L’acte de payer pour le sexe est considéré dans de nombreux pays comme une transgression de normes que les personnes préfèrent cacher à leur entourage. On trouve un exemple intéressant de ce phénomène dans une étude effectuée auprès de 661 hommes germanophones en vacances en Thaïlande, aux Philippines, en République Dominicaine, au Kenya et au Brésil. Tous les hommes interrogés avaient en effet reconnu avoir eu des relations sexuelles avec des femmes autochtones. Bien que les chercheurs les aient classés dans la rubrique « touristes sexuels », ces hommes ne s’identifiaient nullement à ces termes. Probablement craignaient-ils une condamnation publique forte du tourisme sexuel, puisque la majorité des hommes (presque 80%) rejetaient cette terminologie. (Günther 1998:71). Ces hommes identifiaient plutôt la relation avec ces femmes, à ce que Cohen appelle « *une finalité prostitutionnelle* »¹, relation qui commence fréquemment par un échange d’argent contre un service sexuel, et qui plus tard, durant le séjour de l’homme dans le pays, se développe” “dans une “relation prolongée, diffuse et plus personnalisée, qui inclut à la fois émotion et intérêt économique ». (Cohen 1996:275; voir aussi Bang Fossum 2001). De plus, certains hommes qui payent pour le sexe n’ont pas une image sexuelle positive et forte d’eux-mêmes. Reconnaître pour soi et auprès des autres que l’on est « dans le besoin » d’aller voir des prostituées, peut être ressenti comme dévalorisant par rapport aux

¹ “*open-ended prostitution*” en anglais

normes sexuelles. Mais l'inverse est également vrai. Tout sentiment de honte investi dans le fait d'aller voir des prostituées, est également subordonné à une autre norme de la domination masculine, celle d'avoir de multiples expériences sexuelles. Ainsi, l'étude suédoise a montré que l'expérience du sexe payant est prédominante chez les hommes qui ont déjà de nombreuses partenaires sexuelles. (Månsson 1998:242). Cette réalité contredit l'idée populaire selon laquelle le client est un homme « seul » motivé par « des besoins sexuels ». Dans une autre étude similaire d'Amérique du Nord, il fut établi que les clients étaient plus enclins que les autres hommes à affirmer qu'ils avaient eu plus d'un partenaire sexuel durant l'année écoulée, 59% contre 19%. (Monto 2000:72)

Il faut souligner ici que les conditions sociales à des périodes différentes de l'histoire modèlent les multiples expressions et formes de la prostitution. L'activité prostitutionnelle change continuellement. De nouvelles formes de contacts entre les acheteurs et les vendeurs se développent, ce qui a un impact sur le nombre d'hommes qui s'engagent dans des relations prostitutionnelles. La prostitution est aujourd'hui partie intégrante de l'expansion de l'industrie du sexe à un niveau global. L'intensification de la traite transnationale à des fins de prostitution est un des éléments constitutifs de ce développement commercial. D'un côté, il existe une importation plus ou moins organisée de femmes du tiers monde et d'Europe de l'Est pour les bordels des pays riches à l'ouest. De l'autre, on transporte de façon plus ou moins organisée, des acheteurs de sexe en provenance des pays riches en direction des régions pauvres du monde. Lorsqu'il a été demandé aux acheteurs de sexe suédois où avait eu lieu leur dernier contact sexuel payant, près de 70% d'entre eux a répondu qu'il s'était déroulé à l'étranger, que ce soit durant des vacances, leur travail ou un voyage d'affaires. (Månsson 1998:243).

Le développement de la « pornographie informatique », l'achat et la vente de services sexuels à travers l'Internet constituent un autre changement récent dans la structuration de l'industrie globale du sexe. Il ne fait aucun doute que l'introduction de cette nouvelle technologie a accru la disponibilité du sexe marchand. Nous possédons à ce jour peu d'information sur la manière dont cette nouvelle technologie affecte le contenu et la structure de la demande. Cependant, comme le souligne Donna Hughes dans son analyse de l'industrie du sexe : « Les hommes restent en général secrets sur l'exploitation qu'ils font des femmes et des enfants. Un des facteurs du succès de l'industrie du sexe « on-line » vient du fait que les hommes peuvent désormais télécharger de la pornographie et s'engager dans un acte prostitutionnel depuis l'espace privé de leur foyer ou de leur bureau. » (Hughes 2000:10). Une récente étude sur les utilisateurs suédois d'Internet qui s'engagent dans des activités sexuelles, a montré que l'activité la plus commune et préférée des hommes consiste à regarder de la pornographie (69%) (Cooper et al 2003). De plus, à partir de

l'analyse du contenu d'un millier d'emails de clients (donnés aux chercheurs par une femme qui a décidé de quitter la prostitution) il apparaît que les clients sur Internet sont beaucoup plus jeunes et dans une situation socio-économique meilleure que les clients des prostituées de rues (Nordvinter and Ström 2000:37).

Pourquoi les hommes recherchent-ils des prostituées ?

Nous allons ici approfondir ce que nous savons aujourd'hui des raisons qui motivent les hommes à acheter du sexe. Dans la plupart des pays scandinaves, les études ont été menées sur une base qualitative avec des interviews approfondies de clients.

--- endnote start ---

Borg et al. 1981; Persson 1981; Månsson and Linders 1984; Varsa 1986; Prieur and Taksdal 1989; Andersson-Collins 1990; Hydén 1990; Lantz 1994; Sandell et al. 1996; Månsson 1998; Llyngbye 2000.

--- endnote end ---

En analysant ces interviews et en se focalisant sur le discours des hommes qui expliquent pourquoi il cherchent des prostituées, il est possible de discerner plusieurs types de discours. On peut les diviser en cinq groupes majeurs. Ces catégories ne sont pas antinomiques les unes des autres et on a pu dans de nombreux cas retrouver plusieurs thèmes dans une même interview.

<i>Le fantasme de la « sale putain »</i>	Expression de sentiments contradictoires, de curiosité, de fascination et de mépris. L'image de la « sale putain » renforce l'excitation sexuelle.
<i>Une autre forme de sexe</i>	L'idée que certaines formes de rapports sexuels ne peuvent être expérimentées avec des femmes qui ne sont pas prostituées.
<i>Pas d'autres femmes</i>	En référence à la timidité, la peur, un âge avancé, un handicap physique ou mental. "Il n'y a pas d'autres femmes pour moi".
<i>Consommer du sexe.</i>	Images du sexe en tant que produit marchand.
<i>Un autre type de femme.</i>	Des images de la vraie nature féminine. Expressions de notions antiféministes puissantes.

Avant de creuser plus avant ces différents thèmes, il nous faut souligner qu'aucune de ces catégories ne se réfère explicitement à une raison liée à une nécessité corporelle pour les hommes, hormis celle intitulée *Faire son marché de sexe*. Comment pouvons nous l'expliquer ? Charles Winick était parvenu au même constat dans son étude célèbre sur les acheteurs de sexe américains dans les années 1960. (Winick 1962). L'interprétation qu'en donne Winnick est que le sens émotionnel et ce que sous entend la démarche des hommes qui visitent des prostituées prédominerait sur leur réel désir d'une expérience sexuelle. On peut

aussi dire que le désir d'expérience sexuelle se manifeste et se traduit de manière différente lorsque les hommes regardent ou parlent de la prostituée et d'eux-mêmes. Cela revient à dire que ce qui se déroule réellement lors d'une visite à une prostituée est moins important que le sens qui s'y attache dans le fantasme de l'homme. Cela ne signifie par pour autant que les hommes n'aient pas fréquemment de besoins sexuels ou de désir lorsqu'ils achètent du sexe. Cela montre simplement qu'ils n'en parlent pas lorsqu'ils expliquent les raisons de leur visite à des prostituées. Ils parlent d'autres choses, ce qui révèle la manière dont s'exprime la demande. Par exemple ils parlent souvent de « curiosité » ou « d'excitation ».

Thème 1: *Le fantasme de la « sale putain »*

Un exemple est le fantasme de la « sale putain ». Pour certains clients, de manière distincte et immédiate, l'image de la « putain » est excitante sexuellement. La « putain » est perçue comme un animal sexuel, pour le désir violent et l'urgence, l'envie sexuelle qui ici est souvent liée au secret et à la culpabilité. La « putain » représente un aspect d'une image féminine scindée, véhiculée par la société patriarcale. Cette image motive la manière dont les hommes entrent en relation avec les femmes dans différentes situations et pas seulement dans la prostitution. De fait, les deux images de la « madone » et de la « putain » objectisent les femmes. Alors que la première est respectée, la seconde est méprisée.

Accolée au mépris, existe aussi l'idée de séduction. Bien que plus distante que « la madone », « la putain » semble en même temps plus accessible comme source de rêves et de fantasmes érotiques. Beaucoup d'hommes sont motivés par la curiosité de rentrer au moins une fois en contact avec une « putain », de la regarder, d'expérimenter ce type de rapport sexuel. De plus, l'environnement de la prostitution provoque curiosité et excitation. Dans les zones rouges ou autres lieux où existe le commerce du sexe, l'environnement de la prostitution fonctionne comme une « invitation » au sexe. Ceci est mis en évidence par le cadre pornographique, par exemple dans les sex clubs et les boutiques pornos qui bordent les « promenades » des grandes villes, ou les publicités pornos sur les sites Web de l'Internet. Dans aucun autre lieu, on ne trouve de femmes qui s'exposent sexuellement si ouvertement.

Cette expérience d'excitation est sans doute liée au caractère contradictoire du commerce du sexe, à la fois repoussant et attrayant. Le dégoût est un élément d'auto mépris dans la relation que certains entretiennent avec la notion d'interdit et leurs pulsions secrètes. En même temps, il est connu que le secret attaché au fantasme sexuel ajoute à l'excitation dans de nombreux cas. Il y a tentation de verser dans la luxure érotique interdite. La sociologue britannique Julia O'Connell Davidson (1998:141) explique la manière dont certains clients

entretiennent des sentiments contradictoires de séduction et d'auto mépris lorsqu'ils projettent l'image de la « sale putain » sur la femme qui se rend publiquement disponible. Cette dégradation de la femme prostituée permet à l'homme de se distinguer d'elle et de se libérer de la culpabilité. A l'encontre d'elle, il demeure lui socialement respectable et moralement innocent. L'extrait suivant, rédigé dans un email par un homme suédois, souligne l'attitude extrêmement hostile vis-à-vis d'une femme qui offre ses services sur Internet. Il est clair dans ce message que la « sale putain » est tout à la fois repoussante et sexuellement excitante.

*Toi sale putain visqueuse !!! Je te déteste. La prochaine fois que je visiterai Stockholm, je chercherai à te trouver et je te tabasserai, comme ça tu ne pourras plus jamais baiser. Toi putain dégueulasse !!! Si tu étais une de mes connaissances, je te battrais jusqu'à ce que ton con se retrouve dans ta gueule... Toutes les personnes comme toi devraient être tuées !!! Bien sûr, je peux imaginer tes culottes, ce serait vraiment bon de me branler dedans... Si j'étais toi, je ne laisserais pas des personnes comme moi venir dans ton appartement. Alors fais gaffe !! N'as-tu aucune fierté ? J'ai pitié de toi. En même temps, je pourrais te baiser le cul avec mon pied. Salut!
PS. Tu n'as pas intérêt à ne pas répondre...!!!*

--- endnote start ---

Cette annotation provient d'une thèse de Doctorat par Nordvinter and Ström (Department of Social Work, Göteborg University, 2000, p.35) qui a étudié les clients de prostituées sur l'Internet. Cette lettre fait partie des 1200 lettres de clients qui ont été donnés aux auteurs par une femme qui a décidé de quitter la prostitution.

--- endnote end ---

Bien entendu, il est impossible de juger du sérieux des menaces de cet homme envers cette femme. Mais cet exemple souligne bien le danger dans la prostitution ; et aucun lieu n'est sûr, même pas Internet, pour se cacher de l'intimidation et de la violence.

Thème 2: Une autre forme de sexe

L'idée d'une sexualité avec une femme expérimentée et délurée, disposée à accomplir un type d'actes sexuels qu'ils ne pourraient demander à leur épouse ou partenaire officielle, fait souvent partie des fantasmes des hommes. De plus, il est intéressant de noter ici que certains hommes demandent ouvertement un rôle différent et plus passif avec une prostituée que celui qu'ils adoptent dans leurs relations ordinaires. En d'autres termes, l'homme achète pour lui-même le droit d'être passif et d'être « séduit » par une « putain » sexuellement agressive. Dans une étude menée par la sexologue américaine Martha Stein (1974) sur les clients de call-girls, il apparaissait que l'acte le plus demandé aux femmes était

la fellation. Nombre de clients, en particulier les plus vieux, disaient leur insatisfaction devant le refus de leur femme de pratiquer ce type d'acte. L'autre acte le plus demandé était celui de la femme se tenant au dessus de l'homme. Selon Stein, à peu près la moitié des hommes assumait un rôle passif, laissant à la prostituée la responsabilité des initiatives. Certains hommes payent aussi les prostituées pour être sexuellement dominés, violentés, humiliés, tyrannisés ou dégradés de manières diverses. Il apparaît donc que les hommes, quand c'est possible, préfèrent abandonner leur position de pouvoir construite socialement, afin d'en adopter une autre qui les autorise à relâcher le contrôle et ignore la demande d'une performance sexuelle.

Se joue ici un jeu de pouvoir complexe et contradictoire. L'homme ne domine pas ici la femme de manière visible. Pourtant, il utilise son pouvoir pour construire une situation où les rôles traditionnels sexuels sont inversés. En réalité, le pouvoir de la femme qui serait lié à sa position dominante n'est qu'une illusion. Il en va de même avec la volonté de l'homme de relâcher le contrôle. En réalité la valeur de la femme reste contingente au fait qu'une « prostituée *reste* une prostituée ». Elle n'a pas de réelle valeur en tant que sujet humain. Dans le regard du client, sa valeur reste au contraire uniquement liée à son corps et à sa performance sexuelle. On peut dire que le client déshumanise en fait la prostituée et refuse de reconnaître en elle autre chose que son corps et sa performance sexuelle. (O'Connell Davidson 1998:150). Cependant, il est probable que cette vision sera contestée par l'homme lui-même, en particulier par ceux qui s'engagent dans ce que Cohen définit comme une finalité prostitutionnelle. (Voir plus haut). Ce type de relation présuppose un accord tacite, où les deux parties participent à la mise en scène « romantique » de la relation, et qui camoufle les aspects économiques et commerciaux de la transaction. (Bang Fossum 2001:72).

Thème 3: *Pas d'autres femmes*

L'ardeur du désir pour les *femmes* en général, et pas seulement des prostituées, reste le discours le plus récurrent de ce thème. Il s'agit ici d'hommes qui ne vivent pas de relations avec des femmes et qui considèrent qu'ils ont de grandes difficultés à entrer en contact avec elles. Ce constat provient de l'étude nord américaine de Martin A. Monto où les statistiques suggèrent que certains hommes qui payent pour le sexe disent avoir des difficultés à s'impliquer dans des relations conventionnelles. « 42% (sur 700 interviews, *mon commentaire*) reconnaissent qu'ils sont « timides et maladroits » quand ils cherchent à entrer en relation avec des femmes, et 23% soulignent leurs difficultés à rencontrer des femmes qui ne sont pas des danseuses nues ou des prostituées. » (Monto 2000:80).

L'affirmation : « Il n'y a pas d'autres femmes pour moi » ne signifie pas nécessairement que ces hommes n'ont pas l'occasion de rencontrer des femmes. Cela se réfère plutôt à la subjectivité des hommes et ce qu'ils considèrent être disponible sur le marché du sexe. Cependant, O'Connell Davidson critique le discours qui envisage la prostitution comme une forme de thérapie sexuelle ou acte de soin. Elle explique que le fait de présenter la prostituée comme une « consolatrice » au grand cœur, autorise le client à prétendre que c'est la solitude et non pas le désir qui le pousse à rechercher des prostituées. « Mais derrière ces discours, les scénarios sexuels ont généralement autant à voir avec la vengeance et le contrôle, que chez n'importe quel autre client », souligne O'Connell Davidson (1998:152). En effet, dans son monde interne d'illusion, le client pense qu'il est du devoir de la prostituée de le rendre performant et de l'aider à se hisser à une position de contrôle. Le client transfère simplement son besoin de performance sur elle. C'est une des clefs de sa vulnérabilité, mais aussi de son potentiel dangereux. Faire peser sur la prostituée la responsabilité de sa performance (et d'une libération sexuelle) signifie qu'il projettera aussi sur elle sa possible impotence. C'est ici que cette position de pouvoir devient dangereuse pour elle. Un homme qui ne parvient pas à l'érection peut devenir dangereux. Un lien ténu entre l'impuissance sexuelle et la violence existe dans ces cas là. Un homme qui se considère exclu, non seulement de l'acte sexuel, mais de manière plus profonde d'une expérience d'homme valide qui se sent vivant, peut très bien déboucher sur le meurtre de la prostituée. (Månsson 1988:39).

Thème 4: *Consommer du sexe*

L'usage de la prostitution est une pratique qui concerne majoritairement les hommes. Afin de comprendre ce que les hommes recherchent dans les prostituées, il est nécessaire de prendre en compte la sexualité masculine et les relations de genre. La sexualité et les rapports de sexe sont construits socialement, ce qui explique que la manière dont les hommes vivent et parlent de la prostitution reste dépendante des particularités sociales et économiques prévalant dans une société donnée. Ainsi aujourd'hui, il existe un groupe de clients, principalement composé de jeunes hommes, dont la représentation des rapports sociaux de sexe et de la sexualité est modelée par les images produites massivement par notre société moderne dans la pornographie, la publicité, et les émissions de divertissements télévisuels. Pour ces hommes, tout est possible, y compris dans le domaine de la sexualité. Cette approche crée de solides bases pour la prostitution. Car dans la prostitution, les possibilités semblent infinies, du moment que le consommateur accepte de payer. Cela débouche sur une vision essentiellement mercantile de la sexualité, où le sexe est comparable à un produit de consommation plutôt qu'à une relation intime. Le sexe est avant tout perçu comme une nécessité physique qui demande une attention à intervalle régulier, comme un besoin récurrent de « nettoyer les tuyaux ». Cette approche n'est pas très nouvelle du

point de vue historique. Ce thème en effet revient dans l'idéologie patriarcale archaïque qui défend la prostitution hétérosexuelle comme un phénomène naturel et inévitable. Dans cette idéologie, la prostitution est perçue comme une vieille institution et comme le plus vieux métier des femmes. Dans la dernière ère capitaliste, cette vision a trouvé son expression typique dans ce que Blanchard appelle le *McSex*, qui revient à l'idée qu'il faut acheter une partenaire sexuelle, partout où elle est disponible. Selon un homme interviewé, aller vers une prostituée, c'est « comme aller au McDonald ; la plupart des gens cherchent un bon repas rapide et bon marché. Cela satisfait, c'est bien gras, et après, on fout le camp vite fait » (Blanchard in Monto 2000:80).

Les sociologues norvégiens Prieur et Taksdal (1989; 1993) appellent les acheteurs de sexe *les tricheurs*. Ils affirment que les tricheurs sont « les joueurs les plus modernes du jeu sexuel », des hommes qui refusent les rencontres avec les femmes de peur de se perdre dans une relation égalitaire. Ils se sentent « insatisfaits mais sécurisés ». Par peur de la séduction, le tricheur/acheteur de sexe se réfugie dans un monde qu'il peut contrôler grâce au pouvoir de l'argent. Ces hommes se plaignent des femmes qui attendraient trop d'eux. Ils ont peur de ne pas être capables de remplir toutes les attentes de leurs famille, employeurs et société. Ils sont fatigués d'être responsables. Dans la prostitution, il n'existe aucune attente. Les hommes sont libres d'aller leur chemin après avoir payé. Il n'existe aucun investissement émotionnel et aucun lien.

Thème 5: *Un autre type de femme*

Pour beaucoup d'hommes européens et nord américains, l'accès à l'égalité des droits pour les femmes est ressenti comme la perte de la suprématie masculine. Certains réagissent vigoureusement à cela, montrant des attitudes régressives et anti-féministes. Ils n'acceptent pas ces changements et se raccrochent aux vieilles notions de domination masculine sur les femmes. On doit interpréter ces réactions comme l'expression d'un véritable sentiment de perte, qui se traduit par le besoin de la compenser ou de la détourner par l'agressivité envers les femmes dans des contextes variés.

Selon moi, il faut appréhender l'odyssée sexuelle compulsive de nombreux hommes dans la prostitution à la lumière de ces changements. De même, la montée de la demande pour des femmes victimes de la traite et importées doit aussi être comprise dans cette perspective. Cela apparaît clairement lorsque l'on regarde le marketing de la prostitution, dans lequel les stéréotypes racistes et ethniques jouent un rôle important. Les femmes asiatiques sont présentées comme amoureuses et soumises. Les femmes africaines comme sauvages, et les femmes latino-américaines comme libres et faciles (Månsson

1995). Il n'est pas compliqué de visualiser la manière dont ces stéréotypes se développent dans le discours des hommes et leurs fantasmes sur « un autre type de femme », qui compenserait la diminution de leur pouvoir sexuel masculin dans leurs relations quotidiennes. C'est ce que conclut également Julia O'Connell Davidson dans son étude sur le tourisme sexuel. . « Les touristes sexuels...ne sont certainement pas les seuls à ressentir ce trouble, mais il se distinguent par le fait qu'ils attachent une signification *érotique* immédiate à cette perte » (O'Connell Davidson 2001:13). Ces hommes projettent sur les femmes qu'ils rencontrent à l'étranger l'image de la féminité naturelle. Selon eux, elles sont proches de « l'état de nature » (ou vraie féminité), ce qui implique qu'elles reconnaissent les différences essentielles entre les sexes. Elles ont accepté leur rôle « naturel de naissance » en tant que réconfort des besoins sexuels masculins. Selon O'Connell Davidson cette vision doit nécessairement être appréhendée dans le contexte d'anxiété et de mécontentement que ressentent certains hommes dans ce « nouvel » ordre politique dans le monde occidental. (ibid:14).

Je partage également cette analyse. Il existe aussi d'autres expressions de cette forme moderne de prostitution qui découle de cette façon de penser. On peut les observer dans le maillage ténu de liens homosociaux qui unissent les hommes clients dans le développement de « communautés » sur l'Internet. Ces hommes se retrouvent sur certains sites Web pour échanger et se vendre des informations sur leurs expériences, leurs contacts et transactions avec des prostituées dans leur pays ou à l'étranger. Certaines de ces associations font penser aux anciennes loges fraternelles qui avaient pour fonction de faire tourner les amitiés, les affaires, la politique et les loisirs tout en soutenant et reproduisant le mythe puissant que la masculinité se forge dans la compagnie exclusive des hommes. (Tosh, 1994). En ce sens, la version moderne de ces alliances homosociales sur l'Internet doit être appréhendée comme une résurrection nostalgique du privilège de genre, qui justifie l'accès libre et l'usage des prostituées.

Quelles implications pour le travail social ?

Après avoir analysé les discours des hommes sur leurs motivations à acheter du sexe, apparaît clairement en quoi cette action prend sens à plusieurs niveaux, que ce soit dans une dimension individuelle ou sociale. Afin de comprendre ce phénomène dans sa globalité, il faut prendre en compte les interactions complexes entre ces dimensions. Au niveau psychologique ou social, cela répond à des demandes de satisfaction sexuelles différentes et/ou apporterait des solutions aux problèmes que les hommes rencontrent dans leurs relations avec des femmes qui ne sont pas prostituées. Il faut cependant souligner que les femmes dans pareille situation ne choisissent pas cette solution. L'usage de la prostitution est

une pratique essentiellement masculine. Pour comprendre ce que les hommes cherchent auprès des prostituées, il est nécessaire de prendre en compte la sexualité masculine et les rapports sociaux de sexe.

Réduire la demande pour la prostitution suppose des changements à la fois individuels et sociétaux. Jusqu'à ce jour, ce sont les femmes qui ont été tête de file dans la lutte pour ces changements. Mais pour que s'opère un changement radical, la participation des hommes devient nécessaire. La question fondamentale que l'on doit poser aujourd'hui est la suivante : Existe-t-il un nombre suffisant d'hommes qui sont prêts à s'engager pour contrer les politiques sexistes et remettre en question les croyances sur la différence des sexes, l'idée de « besoins » sexuels masculins, et le stigma qui pèse sur la sexualité « dévoreuse » féminine ? En observant la situation aujourd'hui en Europe et en Amérique du Nord, nous trouvons qu'il existe des relations dynamiques entre les anciennes et les nouvelles images de la vie masculine à tous les niveaux de la société : dans la vie professionnelle, familiale, et dans le champ de l'amour et de la sexualité. Certains hommes s'engagent à développer un répertoire plus large de leur vie dans le domaine social, émotionnel et sexuel. Par ailleurs, il existe simultanément des tendances à consolider les modèles traditionnels à travers une objectivation du sexe opposé. C'est dans ce contexte que surgissent des attitudes anti-féministes agressives et le développement de la violence à l'encontre des femmes. Ces attitudes sont renforcées par la plupart des mécanismes culturels qui entourent notre vie quotidienne dans notre société contemporaine. Ces mécanismes ne sont pas seulement institutionnalisés par l'entremise de l'industrie globale du sexe qui intègre la prostitution, la traite et autres formes d'exploitations sexuelles, mais aussi par l'Etat et par le marché. C'est pourquoi nous devons prioritairement nous confronter à cette industrie.

Nous avons besoin d'une campagne de sensibilisation et d'un travail éducatif sur le long terme afin de revoir fondamentalement la question de la sexualité, des relations de genre et la prostitution. Ce type de campagne doit se tourner en direction des enfants et des jeunes en particulier. (Anderson & O'Connell Davidson 2003). Certains considèrent cependant que des campagnes d'éducation ne sont pas suffisantes pour stopper l'exploitation des femmes par les hommes dans la prostitution. Cette situation nécessite des mesures pénales comme des lois qui interdisent l'achat de services sexuels. Une loi pareille a été introduite en Suède en 1999

--- endnote start ---

Cette loi est entrée en application le 1 janvier 1999 (1998:408). Elle dit qu'une « personne qui obtient des relations sexuelles épisodiques en échange de paiement doit être poursuivie pour *l'achat de services sexuels* à une amende ou un emprisonnement de six mois maximum. La tentative d'acheter des services sexuels est punie dans le Chapitre 23 du Code Pénal Suédois.

--- endnote end ---

. Ce changement relativement petit dans la législation a entraîné des débats intenses à l'intérieur et à l'extérieur du pays. On peut avancer plusieurs raisons à ceci. La première est que cette loi a été promulguée dans une période où se déroulaient des débats houleux sur la prostitution au niveau international, débats portant notamment sur le contrôle public et la réglementation de la prostitution. L'initiative de la Suède d'en finir avec « le plus vieux métier » en pénalisant l'achat de services sexuels, a rencontré railleries et consternation de la part de ceux qui poussent à ce que la prostitution et le sexe commercial soient considérés comme un travail et un secteur industriel légitime dans la société. Ceux, au contraire, qui considèrent que la prostitution est une expression de l'exploitation masculine et de la violence à l'encontre des femmes, considèrent cette loi comme une rupture majeure et une étape importante vers une société plus égalitaire.

Les travailleurs sociaux ont traditionnellement été sceptiques sur l'utilisation de mesures répressives comme moyen de changer l'attitude des personnes et leur comportement. Un des arguments utilisé contre cette stratégie parmi certains membres de cette profession en Suède était que cette loi serait contreproductive et forcerait autant les clients que les prostituées à entrer « dans la clandestinité », ce qui aurait pour effet de saper les efforts des travailleurs sociaux pour les aider et influencer sur les comportements. Ceux qui en revanche étaient en faveur de la loi, mettaient en avant les conséquences positives, notamment sur le fait que l'anonymat de l'homme dans la prostitution serait ainsi levé, et que le client serait du coup obligé d'être confronté aux implications sociales et humaines de son acte. Ils croyaient que sur le court terme, il y aurait probablement une montée de frustrations et de restrictions liées aux notions de confort et de privilèges inhérents aux hommes. Sur le long terme au contraire, cela entraînerait peut-être la fin de relations avec les femmes basées sur « la tricherie ». Cela peut en réalité provoquer une prise de conscience masculine sur les conséquences de l'achat dans la prostitution et signifier une libération pour les hommes qui décident de relever le défi d'une relation socialement égalitaire avec leurs partenaires.

Mais ce type de changement ne peut arriver tout seul. Cela présuppose une intervention active, qui utilise non seulement les mesures légales pour prévenir les hommes d'aller voir des prostituées, mais aussi un support social et des traitements. Nous pouvons affirmer cela car il faut indiquer qu'il existe principalement deux groupes d'hommes distincts qui achètent du sexe. On peut appeler un de ces groupes les acheteurs *occasionnels*. Ce sont des hommes qui achètent du sexe à quelques occasions durant toute leur vie. Ce groupe est le plus réceptif aux mesures légales. La plupart du temps, le risque d'une procédure publique a un impact qui décourage leur comportement.

Nous appellerons l'autre groupe les acheteurs *habituels*. Il s'agit d'hommes qui durant des périodes plus ou moins longues de leur vie adulte ont rendu régulièrement visite à des prostituées. Ils sont peu nombreux mais « consomment » un nombre important de contacts prostitutionnels. (Månsson 1998). Le style de vie sexuelle de ce groupe de clients est analysé par Sandell et Al (1996). Leur relation aux femmes est décrite comme « sexualisée » et « profondément perturbée ». Certains d'entre eux souffrent d'importants problèmes de dépendance sexuelle. L'engagement excessif dans la prostitution et la pornographie engendre de nombreuses difficultés, y compris financières, de travail, relationnelles ainsi que personnelles. « La perturbation profonde » se réfère également à ceux qui projettent leurs problèmes psychologiques sur les femmes, en utilisant une violence plus ou moins excessive pour les humilier et les dégrader. Ce groupe n'est sans doute pas très réceptif aux mesures légales, ce qui veut dire que les contraventions ou la prison ne les empêcheront pas de recommencer à acheter du sexe. Travailler avec ces hommes et traiter leurs problèmes est certainement le défi majeur du travail social.

Depuis quelques années, il existe en Suède un type d'expérience d'assistance sociale en direction des hommes dont les résultats sont prometteurs. (Hedlund 2002). La majorité des hommes qui ont utilisé l'opportunité de parler à un conseiller psycho/social ont décrit leur problème comme étant « hors de leur contrôle », « comme un poison », « je pense tout le temps au sexe » etc. Certains d'entre eux ont été dirigés vers des traitements psychothérapeutiques sur le long terme. Quelque soient les problèmes inhérents à chaque cas, on peut observer chez tous ces hommes un sentiment de libération d'avoir pu casser le silence autour d'un comportement qui entraînait des sentiments excessifs de culpabilité, la perte de relations avec les autres et autres problèmes sociaux et psychologiques. Pour ces hommes, revenir vers leur vie ancienne leur semblait définitivement retourner vers un tunnel obscur.

En conclusion

D'un point de vue historique, l'attention portée sur les clients, que ce soit du point de vue de la recherche ou des pratiques sociales et pénales, constitue un changement majeur de perspective. Il faut reconnaître que le rôle du client dans le commerce du sexe a rarement été abordé. Durant l'histoire, demeurait l'idée fondamentale qu'un groupe de femmes devait être accessible aux besoins sexuels des hommes. Elles existaient pour satisfaire le désir des hommes. L'image de « la putain » demeurant la vision la plus sombre que les hommes ont de la féminité. Liée à la séduction, au mépris et au dégoût, elle reste uniquement définie par une sexualité que l'on obtient en échange d'argent. Sur l'homme consommateur, jamais n'ont existé d'images aussi chargées émotionnellement. Il est toujours resté anonyme et invisible. La seule image du client qui prévaut se

construit autour d'une vision rigide et unidimensionnelle de la sexualité masculine biologiquement déterminée, stimulée par le désir, en éveil permanent, que l'on ne peut en rien changer. Cette approche nie le fait que la sexualité est construite socialement et culturellement, et que c'est seulement dans cette perspective que l'on peut la comprendre. Ainsi, la recherche effectuée sur l'attitude sexuelle des hommes dans différents pays montre que l'échelle des clients va de quelques pourcent pour un pays à 40% pour un autre. Nous pouvons donc conclure que pour comprendre les raisons pour lesquelles les hommes recherchent la prostitution, il faut se pencher sur les circonstances culturelles et historiques spécifiques autour de la sexualité des hommes. Et comme ces circonstances peuvent évoluer, la sexualité masculine et la demande pour la prostitution aussi.

Il est évident qu'un changement effectif dans ce domaine nous oblige à reconsidérer radicalement la responsabilité des hommes dans la prostitution. Pour cela il faut définir la prostitution comme partie intégrante de la question masculine. La prostitution concerne la sexualité masculine et non pas la sexualité féminine. Sans la demande masculine pour la prostitution, il n'y aurait pas de femmes prostituées.

Bibliographie

- Anderson, B. & O'Connell Davidson, J. (2003): *The Demand Side of Trafficking? A Multi Country Study*, Stockholm: Foreign Ministry, en impression
- Andersson-Collins, G. (1990): *Solitärer: En rapport om prostitutionskunder*, Stockholm: FOU-byrån, Rapport No. 124.
- Bang Fossum, M. (2001): “-men sådan er min kæreste ikke...” Om mandlige turisternes forhold til prostituerede kvinder i et thailandsk feriemål, *Kvinder, Køn & Forskning*, No. 3
- Borg, A. et al. (1981): *Prostitution: Beskrivning, analys, förslag till åtgärder*, Stockholm: Publica (Liber)
- Cohen, E. (1996): *Thai Tourism – Hill tribes, Islands and Open-Ended Prostitution*, London: White Lotus Press
- Cooper, A., Månsson, S-A., Daneback, K., Tikkanen, R., & Ross, M. (2003): Predicting the future of Internet sexuality: The case of Sweden, *Journal of Sexual and Relationship Therapy* (en presse)
- Günther, A. (1998): ‘Sex tourism without sex tourists!’ in Cognizant Communication Offices, *Sex Tourism and Prostitution: Aspects of Leisure, Recreation, and Work*, New York: Cognizant Communication Cooperation.
- Haavio-Mannila, E. & Rotkirch, A. (2000): Gender liberalisation and polarisation: Comparing sexuality in St.Petersburg, Finland and Sweden, *The Finish Review of East European Studies*, Vol. 7, No. 3-4
- Hedlund, E. (2000): *KAST-projektet – rådgivningsverksamhet för sexköpare*, Göteborgs stad Centrum: Cityenheten
- Hughes, D.M. (2000): ‘The Internet and sex industries: Partners in global sexual exploitation’, *Technology and Society Magazine*, Spring 2000 (prochainement publié)
- Hydén, L-C. (1990): *De osynliga männen. En socialpsykologisk studie av manliga prostitutionskunder*, Stockholm: FOU-byrån, Rapport No. 122
- Lantz, I. (1994): *Torsken i fittstimmet. Om prostitutionskunder i Stockholm*, Stockholm: Citysektionen, Socialtjänsten
- Lewin, B., ed. (1998): *Sex in Sweden. On the Swedish Sexual Life*, Stockholm: The National Institute of Public Health
- Leridon, H., Zesson, G., & Hubert, M. (1998): The Europeans and their sexual partners, in M. Hubert, N. Bajos and T. Sandfort (eds) *Sexual Behaviour and HIV/AIDS in Europe*, London: UCL
- Lyngbye, P. (2000): *Mænd der betaler kvinder – om brug av prostitution*, Roskilde: Roskilde Universitetsforlag
- Michael, R.T., Gagnon, J.H., Laumann, E.O., and Kolata, G.(1994): *Sex in America: A Definitive Survey*, Boston: Little, Brown and Company
- Monto, M.A. (2000): ‘Why men seek out prostitutes’. In R. Weitzer (ed.), *Sex for Sale. Prostitution, Pornography and the Sex Industry*, London: Routledge

- Månsson, S-A. and Linders, A. (1984): *Sexualitet utan ansikte. Könsköparna*, Stockholm: Carlssons (also published in a shorter version in English, Månsson, S-A: *The Man in Sexual Commerce*. Lund: Lund University, School of Social Work, Report 1988:2; also in French by the same author: 'L'homme dans le commerce du sexe'. In P. Van der Vorst and P. May (eds), *La Prostitution – quarante ans après la convention de New York*, Bruxelles: Bruylant, 1992)
- Månsson, S-A. (1995): 'International prostitution and traffic in persons from a Swedish perspective'. In M. Klap et al. (eds): *Combatting Traffic in Persons*, Utrecht: SIM Special No. 17
- Månsson, S-A. (1998): 'Commercial Sexuality'. In B. Lewin (ed.), *Sex in Sweden. On the Swedish Sexual Life*, Stockholm: The National Institute of Public Health
- Nordvinter, AL. and Ström, A. (2000): *Torsk på nätet*, Göteborg: Institutionen för socialt arbete
- O'Connell Davidson, J. (1998): *Prostitution, Power and Freedom*, Cambridge: Polity Press
- O'Connell Davidson, J. (2001): The Sex Tourist, The Expatriate, His Ex-Wife and Her 'Other': The Politics of Loss, Difference and Desire, *Sexualities*, vol. 4, no. 1
- Persson, L. G.W. (1981): *Horor, hallickar och torskar*, Stockholm: Norstedts
- Prieur, A. and Taksdal, A. (1989): *Å sette pris på kvinner: Menn som kjøper sex*, Oslo: Pax
- Prieur, A. and Taksdal, A. (1993): 'Clients of prostitutes - sick deviants or ordinary men? A discussion of the male role concept and cultural changes in masculinity', *NORA*, No 2, p. 105-114
- Sandell, G. et al. (1996): *Könsköparna. Varför går män till prostituerade?* Stockholm: Natur och Kultur
- Stein, M.L. (1974): *Lovers, Friends, Slaves... The 9 Male Sexual Types. Their Psycho-Sexual Transactions with Call Girls*, New York: Berkely Pub. Co and P.T. Putnam & Sons
- Tosh, J. (1994): What Should Historians do with Masculinity? Reflections on Nineteenth-century Britain, *History Workshop Journal*, Issue 38
- Varsa, H. (1986): *Prostitutionens osynliga aktörer: kunderna*, Helsingfors: Kvinnoforskningsstenciler, No. 5
- Wellings, K. et al. (1994): *Sexual Behaviour in Britain. The National Survey of Sexual Attitudes and Lifestyles*, London: Penguin Books
- Winick, C. (1962): Prostitutes' Clients' Perception of the Prostitute and of Themselves, *International Journal of Social Psychiatry*, vol 8, no. 4