

Mélanie Gourarier

ALPHA MÂLE

Séduire les femmes
pour s'apprécier entre hommes



LA COULEUR DES IDÉES

SEUIL

MÉLANIE GOURARIER

ALPHA MÂLE

Séduire les femmes
pour s'apprécier entre hommes

ÉDITIONS DU SEUIL
25, bd Romain-Rolland, Paris XIV^e

CET OUVRAGE EST PUBLIÉ DANS LA COLLECTION
«LA COULEUR DES IDÉES»

ISBN 978-2-02-129026-4

© Éditions du Seuil, mars 2017

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

www.seuil.com

À Célia, Mihal, Albert et Hanoch

INTRODUCTION

PENSER LE MASCULINISME

La séduction pose l'homme dans la société.

Jean-Claude Bologne, *L'Invention de la drague*¹

Qu'ils se hissent en haut des grues, des ponts, des écluses, qu'ils se dénudent et se masquent de blanc pour revendiquer leurs droits de pères, qu'ils s'isolent dans la forêt pour éprouver leur « vraie nature », qu'ils se positionnent en victimes d'une violence collective des femmes ou qu'ils arpentent les rues pour affirmer leur pouvoir de séduire, des hommes s'emparent aujourd'hui des moyens traditionnels de la protestation minoritaire pour revendiquer une place qu'ils auraient perdue. Affaiblis par des décennies de féminisme et de lutte pour l'égalité des sexes, par les reconfigurations de l'ordre familial ou par les transformations du monde du travail, les hommes traversent-ils une crise sans précédent, présageant une sujétion progressive et irrémédiable du masculin dans une société qui se serait entièrement féminisée ?

Tel est le diagnostic alarmiste propagé non seulement sur les réseaux sociaux et les forums, mais aussi à travers des ouvrages de psychologie populaire et des essais polémiques qui réduisent la compréhension sociale des masculinités contemporaines à la crainte de leur dissolution. Leurs auteurs s'inquiètent de la disparition des valeurs viriles et de la faiblesse des hommes

d'aujourd'hui, devenus incapables d'incarner et d'exercer leur masculinité. Muselés, voire castrés, ceux-ci n'auraient plus guère voix au chapitre. Partout leur parole s'élève pourtant. Elle se fait même assourdissante dans les rayons « psy » des librairies et sur certaines scènes médiatiques afin d'alerter l'opinion sur la soumission des hommes à la raison féministe. Loin d'être marginale, la peur de l'effondrement de l'empire masculin relève d'une idéologie masculiniste diffuse et largement diffusée que ce livre a pour objectif d'analyser.

Bien que le terme de masculinisme soit parfois réservé aux militants des « droits des pères » et que la plupart des mouvements qui en partagent les revendications se refusent à l'endosser, je l'emploierai ici pour désigner tout groupe organisé autour de la défense de la « cause des hommes » dans une confrontation/rivalité avec le féminisme et les femmes. En cela, le masculinisme diffère de l'antiféminisme car, si toute pensée masculiniste est conséquemment antiféministe, l'antiféminisme n'est pas toujours masculiniste. Ancré dans la pensée ordinaire², l'antiféminisme n'induit pas nécessairement une posture réflexive vis-à-vis de la masculinité et ceux qui affichent une aversion à l'égard du féminisme (par conservatisme politique, conviction religieuse, misogynie, machisme ou autre) n'envisagent pas forcément les hommes comme une catégorie opprimée par les femmes. Le masculinisme a ainsi pour particularité de constituer les hommes en groupe social spécifique, dont les intérêts sont opposés à ceux des femmes. La défense d'intérêts qui seraient proprement masculins passe alors par la résistance au féminisme, perçu comme une idéologie homogène et hégémonique. En somme, le masculinisme pose la question historiquement inédite de la « condition masculine ».

Comment comprendre une telle inquiétude ? Témoigne-t-elle d'une inversion réelle de l'hégémonie ? Les dominants d'hier seraient-ils les dominés d'aujourd'hui ? Et comment prendre la parole des hommes au sérieux lorsqu'ils dénoncent

l'oppression dont ils seraient victimes au nom des valeurs mêmes qui sous-tendent leur suprématie ? Autrement dit, comment appréhender leur malaise sans pour autant accréditer les arguments qu'ils mobilisent pour le justifier³ ? Rendre compte de la souffrance dont ils témoignent, n'est-ce pas déjà admettre la réalité de la situation qu'ils rendent coupable de leur désarroi ? Comment éviter l'écueil d'une restitution aveugle du discours émotionnel des hommes ou, au contraire, le piège d'une éviction pure et simple de leurs émotions de l'analyse ? Par quels moyens dépasser les catégories aporétiques de l'authentique ou du véridique pour parler du malaise des hommes sinon en le situant dans une perspective socio-historique plus large et en faisant de son expression le matériau même de l'analyse ?

Dès lors, la question que je pose ici n'est pas tant de déterminer si les hommes souffrent « réellement » d'être des hommes dans un monde prétendument soumis au règne des femmes, mais plutôt de comprendre ce que ce discours produit effectivement et très concrètement. Si l'enjeu n'est donc pas de semer le doute sur la sincérité d'un malaise masculin ressenti individuellement, il ne s'agit pas pour autant de l'envisager comme le produit de psychés sans histoire. Bien davantage, l'objectif de cet ouvrage est de replacer la souffrance masculine dans une perspective généalogique pour mieux la réinscrire dans l'épaisseur de la trame des rapports sociaux. C'est à cette condition qu'il est possible de prendre au sérieux la question du malaise des hommes d'aujourd'hui : en analysant la valeur performative de l'intériorisation d'une difficulté à « être un homme ». La rhétorique de la crise de la masculinité et, plus largement, de la crise des identités sera ainsi appréhendée comme une ressource discursive potentiellement mobilisable, d'ailleurs historiquement mobilisée, afin de reproduire un ordre social qui, passant pour menacé, se transforme, s'ajuste et se normalise.

Suivant cette perspective, il s'agit d'inverser l'hypothèse d'une cohésion masculine garante de la « cause des hommes »,

autrement dit d'une communauté d'affects à la source de revendications spontanément partagées, pour penser l'expression de la souffrance masculine comme un vecteur de mobilisation, nécessaire au maintien d'une position de force. La récurrence historique du thème de la « crise » ou du « malaise » de la masculinité souligne en effet le rôle de ce motif comme instrument de résistance vis-à-vis de l'évolution des rapports de genre. Périodiquement, l'invocation d'une crise permet de dissimuler une crispation ; de façon plus spécifique aujourd'hui, la construction d'une posture minoritaire masque un processus de reproduction du pouvoir.

La fin du Mâle ?

Si des décennies de luttes féministes pour l'égalité avaient ébranlé l'homme nouveau, le voici à présent menacé par un phénomène plus insidieux, mais qui lui serait cette fois fatal : son impuissance à séduire les femmes. Le processus de féminisation des hommes est alors communément désigné comme l'origine d'un bouleversement social global. Loin d'être anecdotique, la fin annoncée de la séduction masculine cristallise la peur de la confusion des sexes, sonnante le glas d'une civilisation fondée sur la ritualisation de la différence entre les hommes et les femmes. Dans ce contexte, la séduction est érigée en problème social et devient un enjeu pour la résolution du malaise de l'homme d'aujourd'hui : comment faire en sorte qu'il retrouve sa place dans les rapports de sexe ?

Pour contrer le déclin du mâle moderne, une résistance s'organise autour d'un nombre de plus en plus important de consultants, conseillers en image et autres coachs qui proposent, à ceux en mal d'estime de soi, de réhabiliter leur « part masculine » en s'appropriant le pouvoir de séduire. Depuis la disparition du service militaire et l'affaiblissement supposé de l'autorité

paternelle, les hommes souffriraient d'un déficit d'apprentissage de la masculinité, contrairement aux femmes qui bénéficieraient d'outils puissants, telle la presse féminine. Ces nouvelles formes de coaching connaissent aujourd'hui un succès international autour de quelques figures charismatiques. Des coachs stars prodiguent leur parole au moyen des médias et des réseaux sociaux sur Internet. Sorte de « maîtres », experts de la séduction, ils dispensent à des hommes de plus en plus nombreux des techniques qu'ils présentent comme relevant d'un savoir inédit, efficace et universel. C'est sur ce savoir, ainsi que sur l'expérience et l'interprétation qu'en font ses adeptes que porte ce travail. En me focalisant sur les discours et les pratiques de coachs et de ceux qu'ils forment, je me propose d'éprouver la masculinité précisément là où elle est discutée. Pourquoi certains hommes désirent-ils devenir de « grands » séducteurs ? Que signifie retrouver, exprimer ou encore déployer sa part masculine tout en travaillant à orienter son hétérosexualité ? Bref, pourquoi est-il si important pour des hommes d'aujourd'hui de savoir séduire les femmes ?

Prêter attention à ce phénomène permet d'interroger les normes qui président à l'élaboration d'une masculinité modèle encore trop peu discutée : quelle est donc cette masculinité dont on déplore si fortement la perte ? S'agit-il de réhabiliter le séducteur d'antan – dans ce cas, le mouvement serait celui, réactionnaire, d'un retour en arrière – ou bien faut-il voir dans la rémanence d'une masculinité déchue l'actualisation d'un modèle apte à se fondre dans la modernité ? C'est la piste que suivra cet ouvrage en allant voir au plus près d'un phénomène, le coaching en séduction, qui, pour anecdotique qu'il paraisse, présente des logiques caractéristiques d'une transformation plus globale de la manière de concevoir et de pallier la « crise des identités ».

À l'école des séducteurs

Si de nombreux exemples historiques et ethnographiques attestent que la séduction masculine est une affaire d'hommes⁴, un tournant dans la transmission de ses lois s'est opéré à l'aube du XXI^e siècle. Empruntant aux phénomènes émergents du développement personnel et des réseaux sociaux sur Internet, un groupe nouveau voit le jour : la « Communauté de la séduction ». Fondé sur un apprentissage à la fois théorique et empirique, ce nouveau genre de coaching entend transformer n'importe quel homme en séducteur d'exception. Mais, loin de se réduire à une quête personnelle, ce cheminement passe pour un des modes d'action de la cause collective de la masculinité dans une société qui ne cesserait de l'affaiblir.

Cette initiative est d'abord celle d'un homme, Ross Jeffries, considéré aujourd'hui comme le « père fondateur » du coaching en séduction et dont la trajectoire correspond au mythe nord-américain du *self-made-man*. Né à Los Angeles en 1958, Ross Jeffries a pour ambition première de devenir acteur. Alors que sa carrière peine à décoller, il ajuste ses aspirations professionnelles à ses préoccupations personnelles : remédier à la difficulté d'être un homme. Il propose alors des réunions consacrées à ce thème afin de réfléchir à la manière de vivre sa masculinité dans un monde qui s'acharnerait à la réprimer. Rapidement, l'origine de ce mal-être se concentre autour des obstacles que rencontreraient les hommes dans leur rapport à la séduction des femmes. Pour retrouver une condition masculine heureuse, il faudrait d'abord changer les comportements de séduction et permettre aux hommes de devenir de « bons » séducteurs.

Ross Jeffries s'inspire alors d'une méthode en pleine expansion dans la Californie des années 1990 : la programmation neuro-linguistique (PNL). Inventée dans la seconde moitié des années 1970 par Richard Bandler et John Grinder, respectivement

professeurs de linguistique et de mathématiques à l'Université de Santa-Cruz, la PNL est une démarche pragmatique de psychologie appliquée, consistant à observer les comportements d'excellence et de réussite, essentiellement professionnels et économiques, afin de les modéliser sous une forme reproductible et appropriable par tous. Il s'agit de parvenir à « reconfigurer » les personnalités et les pratiques en modifiant la perception que les individus ont d'eux-mêmes. Cette idée, largement développée dans le coaching professionnel, Ross Jeffries choisit de l'adapter aux pratiques de séduction masculines. Il met au point sa propre méthode qu'il diffuse par le biais d'un e-book édité en 1992, sous le titre *How to Get the Women You Desire in Bed. A Down and Dirty Guide to Dating and Seduction for the Man who's Fed up of Being Mr. Nice Guy* – « Comment attirer les femmes que vous désirez dans votre lit. Manuel inconvenant de séduction à l'usage des hommes qui en ont marre de passer pour de gentils garçons ». L'ouvrage connaît un grand succès à travers les États-Unis et inspire de nouvelles vocations : devenir coach en séduction.

Le premier à se saisir de la méthode de Ross Jeffries pour l'appliquer sur le « terrain » est Mystery. Né en 1971 au Canada, Erik von Markovik, de son nom civil, propose un apprentissage non plus seulement théorique, mais également pratique, en entraînant les apprentis séducteurs dans la rue. N'ayant aucune formation spécifique à faire valoir, Mystery fonde son expertise sur la valeur de sa propre expérience ainsi que sur sa réputation. Celle-ci atteint une renommée internationale avec la publication d'un ouvrage qui rapporte ses principaux faits de gloire. *The Game: Penetrating the Secret Society of Pickup Artists*⁵ est publié pour la première fois aux États-Unis en 2005 et devient rapidement un best-seller aux États-Unis⁶, avant d'être traduit dans une quinzaine de langues, dont en français en 2008, sous le titre *The Game: les secrets d'un virtuose de la drague*⁷. Son auteur, Neil Strauss, est journaliste. Après qu'une commande sur

la Communauté de la séduction lui a été passée par le magazine *Rolling Stones*, il devient l'un de ses membres les plus actifs. Formé par Mystery, il livre là le récit de son apprentissage et de son amitié avec celui qu'il considère comme son « maître ».

À ce premier développement du groupe autour d'un coaching qui s'est peu à peu professionnalisé se juxtapose une pratique axée sur les sociabilités entre hommes autour des réseaux sociaux. En 1994, deux élèves de Ross Jeffries décident d'ouvrir le premier groupe de discussion en utilisant le portail Usenet à l'adresse < alt.seduction.fast >, dans le but de favoriser la circulation des informations entre les apprentis séducteurs. Ces groupes de discussion ont surtout permis l'extension de la Communauté à l'échelle internationale par le biais de l'ouverture de sites et de forums Internet, toujours plus nombreux. Aux séminaires organisés par les coachs du groupe s'adjoint ainsi un apprentissage en ligne par la consultation d'articles mis à la disposition des membres sur les sites Internet, ouvrant aux discussions entre eux sur les forums. Grâce à ce média, le coaching en séduction atteint rapidement un rayonnement international. Aujourd'hui présente dans toute l'Europe, la Communauté de la séduction ne dispose pas de structure unitaire, mais fonctionne davantage comme un réseau de sites Internet autonomes répartis nationalement, voire régionalement, composant autant de foyers locaux de diffusion. On ne dénombre pas moins d'une dizaine de groupes répandus dans l'Hexagone possédant leur propre site Internet et organisant des réunions mensuelles afin de favoriser les rencontres « de visu » entre les membres inscrits.

Suivant cet ancrage local, j'ai choisi de restreindre mon ethnographie aux espaces de la Communauté de la séduction française, enquêtant entre 2007 et 2010 simultanément sur les lieux de coaching et de séminaires organisés dans les salons des grands hôtels ou dans des salles de conférence parisiennes, dans les rues et les bars où se retrouvaient de façon informelle des groupes d'apprentis séducteurs, ainsi que sur les

forums et sites Internet de la Communauté de la séduction. À cette immersion ethnographique s'ajoute une série d'entretiens conduits avec une vingtaine de membres et de coachs tout au long de l'enquête. Les hommes rencontrés sur ce terrain étaient âgés de dix-huit à trente ans. En raison de leur jeune âge, la plupart étaient étudiants ou vivaient leur première expérience professionnelle. Presque tous étaient diplômés du supérieur. Si je les ai rencontrés à Paris à l'occasion de séminaires ou de coachings organisés bien souvent, par commodité, dans la capitale, tous ne résidaient pas dans l'agglomération, certains se déplaçant de toute la France, principalement depuis les grands centres urbains tels que Marseille, Lyon, Lille, Nantes, Montpellier ou Toulouse.

Une anthropologie des masculinités

Pour caractériser leur engagement dans l'apprentissage de la séduction, les hommes rencontrés durant l'enquête se qualifient alternativement de « communautaires » (en référence à leur appartenance à la Communauté), de *players* (« joueurs ») ou encore de *pickup artists* (« artistes de la drague »). À travers ces dénominations, les membres du groupe insistent à la fois sur l'entre-soi, le caractère compétitif et l'excellence de leur pratique. La Communauté de la séduction se présente ainsi comme une école de la masculinité organisée sur le modèle des sociétés masculines traditionnelles. À l'instar des clubs anglais ou encore des fraternités estudiantines des campus états-uniens, elle semble bien mettre en jeu une identité collective et, à l'intérieur du groupe, la hiérarchie de ses membres. Si l'exaltation des valeurs viriles est une composante habituelle de ces modèles traditionnels, au sein de la Communauté, l'identité en question n'est autre que la masculinité elle-même et c'est à l'aune de leur capacité à l'incarner que les apprentis séducteurs

se mesurent entre eux. Comment expliquer que la définition de la masculinité comme aptitude à séduire les femmes passe par l'affermissement des liens entre hommes ?

L'un des étonnements que suscite l'observation de la Communauté de la séduction tient en effet à l'absence des femmes. Bien que celles-ci soient au cœur de leurs discussions, les apprentis séducteurs passent tout leur temps entre eux. Circonscrire la séduction hétérosexuelle à sa finalité supposée, soit la rencontre avec l'autre sexe, conduit donc à manquer quelque chose d'essentiel : le rapport entre hommes. Leur union paradoxale dans ce contexte invite à déplacer la problématique des relations hommes/femmes vers les relations de pouvoir qui s'exerce d'hommes à hommes. Or cette dimension reste le plus souvent invisible et demeure donc impensée : les normes contemporaines de la masculinité que je m'efforce de saisir à travers l'observation d'un groupe qui en radicalise la perception sont en général difficilement saisissables tant elles paraissent « normales ». Pour Françoise Héritier, cette difficulté à voir et donc à penser les normes contemporaines de la masculinité est un des ressorts de la reproduction du rapport de genre et des rapports de pouvoir plus largement : « L'âge d'homme, c'est le trou noir et le référent ultime. Peut-être faudrait-il s'interroger sur ces étranges oblitérations, en ce que, à mon sens, c'est cette absence et ce silence mêmes qui légitiment tout ce qui est advenu à l'humanité⁸. »

L'homme, sujet universel, invariant et omniprésent de l'histoire, référent impensé, demeuré longtemps impensable, à partir duquel les individus sont amenés à se définir dans la société, est longtemps resté une catégorie non problématique, contrairement à toutes les autres. Si, comme l'affirme Joan Scott, le genre est « une façon première de signifier des rapports de pouvoir⁹ », la masculinité est un terme fondamental de leur compréhension. C'est dans cette perspective que se situe la réflexion entreprise ici. Il ne s'agit pas seulement de penser la masculinité comme

PENSER LE MASCULINISME

le produit de rapports sociaux (comment la masculinité est-elle construite ?) mais comme productrice de ces rapports (comment les masculinités génèrent-elles des hiérarchies sociales ?). En soulignant la manière dont la fabrication de masculinités conquérantes s'articule à la production de masculinités concurrentes, l'ethnographie des séducteurs ouvre ainsi à une réflexion anthropologique plus large sur le genre du pouvoir.