

Présentation

Véronique Guienne

Numéro 43, janvier 2007

La vente de soi : du management à la prostitution

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1002474ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1002474ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Liber

ISSN

0831-1048 (imprimé)

1923-5771 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Guienne, V. (2007). Présentation. *Cahiers de recherche sociologique*, (43), 5–5.
<https://doi.org/10.7202/1002474ar>

Présentation

Ce projet de numéro de revue est né alors que je menais des recherches sur les politiques publiques en direction des personnes se prostituant. J'ai démarré ces recherches sans idées construites sur le souhaitable, me méfiant des positions idéologiques s'affrontant sur le sujet. Toutefois, la recherche avançant et ma connaissance du phénomène devenant plus solide, il apparaissait de plus en plus clair que la violence des débats relatifs à la question prostitutionnelle dépassait largement celle-ci. Ce terrain d'affrontement, d'une certaine manière, évitait de poser la question de la marchandisation dans notre société, comme si la vente de soi se limitait à cette population, dont il faut noter qu'elle représente, libération des mœurs aidant, de moins en moins de monde.

Quelques interviews exploratoires me confortèrent dans cette idée de déplacement de la question. Lorsqu'on demande s'il faut savoir se vendre, globalement, bon gré mal gré, la réponse est que, dans ce monde-là, on n'a guère le choix ; ce serait une sorte de règle du jeu à accepter. Par contre, lorsqu'on interroge sur l'intérêt et les limites de la vente de soi, nos interlocuteurs se déchaînent dans des diatribes au nom de la dignité humaine, aboutissant soit à l'exaltation d'un monde libéral sans entraves, où tout peut et doit être vendu, ou à l'inverse à des discours moralisateurs que l'on croyait derrière nous, vilipendant tout service sexuel en diabolisant et victimisant tous ceux qui s'y livreraient.

D'où le parti pris de ce numéro de tenir ensemble les deux dimensions de cette question, la vente de soi tant comme qualité sociale que comme disqualification sociale et des univers de référence tant du côté de la vie au travail « normal » que du travail sexuel. Je remercie ici les auteurs qui ont collaboré à ce projet et qui n'ont négligé ni les dérives marchandes de notre société ni les excès de ceux qui font porter l'opprobre sur quelques-uns (il faut bien le dire, le plus souvent, quelques-unes) qui sont ainsi injustement stigmatisés alors que la vente de soi est un standard contemporain.

Je voudrais finalement remercier Isabelle Lasvergnas et Marcelo Otero qui ont soutenu et suivi ce projet, ainsi que le comité de rédaction des Cahiers de recherche sociologique.

VÉRONIQUE GUIENNE