

Marques¹

À vous faire partager ces quelques réflexions, j'ai hésité tant elles me semblaient parcellaires et peu élaborées. Un fait du monde a rompu ce suspens, intime. M'a sauté aux yeux la dernière campagne de publicité de la marque Kookai. Elle présente, un par un, des bustes masculins balafrés, parcourus chacun d'une cicatrice différente que l'on peut supposée due à un coup porté par une arme blanche. En bas à droite, Kookai. C'est tout. M'était confirmé, message inversé, cet usage particulier de la marque dont je vais donc finalement essayer de vous parler.

Un jeune patient avait attiré mon attention sur ce phénomène qui accompagne l'avancée de la modernité et de ses effets ségrégatifs. C'était il y a quelques années. Il alimentait son sentiment de persécution de l'ostracisme où le tenaient les autres élèves de son collègue. À ma question au sujet de ce qui pouvait bien, selon lui, motiver un tel comportement à son endroit, il me fit cette réponse "Je ne porte pas de marques". Même si j'étais porté à y entendre une autre résonance plus conforme à la structure du patient, ce dit se référait spécifiquement aux marques déposées des confectionneurs qui vêtaient ses condisciples. Se montrait que la marque relèverait moins d'un principe identitaire que d'une dimension de la ségrégation généralisée, en appelant plus au prochain qu'au semblable.

Tenter de définir la marque entraîne très vite plus loin que ce qui paraît. La marque est un signe qui est appliqué sur chaque objet pour indiquer une origine, une provenance, des caractéristiques. Ce n'est pas la signature d'un facteur même si certaines corporations ont usé du poinçon, ou du coin de façon équivalente à une signature. Son signe distinctif peut aussi bien être apposé sur la peau d'un être vivant, animal ou... humain. Le tatouage ou les scarifications sont à ce titre des marques. Tout comme l'est la trace d'un coup de sabre sur la joue d'un étudiant allemand. La marque peut attester de la classe, de l'ethnie, d'un degré dans l'initiation. Toutes fonctions identificatoires dont on sent que ce cadre est déjà débordé. Si l'on remarque par exemple que les scarifications se pratiquent à des âges précis, essentiellement à l'entrée dans la vie ou au basculement pubertaire, on peut se dire par exemple, qu'elles ne sont pas pour rien dans la manière de vivre son corps. N'est-ce pas de cela qu'atteste le corps marqué du psychotique de signer ainsi son impuissance à cerner Autrement les limites de ce corps débordant d'un innommable jour ?

¹ Intervention à l'E.P.S.F., septembre 2000.

Archaïque la balafre du sabre corporatiste, mais l'éclair répété, le double coup qui croyait orner les vareuses noires des laquais nazis ? Moderne comme le matricule qu'ils appliquaient sur les poignets de ceux qu'ils réduisaient à l'état d'objets de série, de pur produit d'une fabrique de choses. Marque indélébile celle-là griffant des peaux qui pourtant allaient être anéanties pour la jouissance nue d'une bureaucratie folle.

Le jeune patient de tout à l'heure s'est mis aux marques, pour être comme tout le monde, un parmi les autres. Ce ne sont plus des quolibets qu'il reçoit mais des coups pour les lui piquer ses marques.

Il en est une qu'il semble chérir. Elle s'inscrit en blanc sur le genou d'un pantalon noir "Eider". Lui dont la famille fut "résistante et déportée", essaie, à son corps défendant, cette dérisoire et ambiguë limite pour tenir enclose une jouissance qu'il dédie à l'Autre.

La question qui me porte est alors celle-ci : y a-t-il si loin de ces marques qui griffent ces vêtements, ces vêtues, idéalités de formes, et voiles du corps, de celles qui y font cicatrices ? Ces marques ne se portent pas dans la chair, pas à même la peau mais par dessus. Est-ce suffisant pour écarter l'hypothèse que la langue nous propose et qu'une clinique certaine ne saurait contredire ? Et si le futile, l'amovible et le facile n'étaient que modernes façons d'user d'un semblant plus grave en faisant avec un nom offert par le marché ce qui serait une nécessité de discours ? Ne devrions-nous pas être plus vigilants aux aventures significatives du phallus et admettre qu'elles ne furent permises que par son amovibilité ? N'est-ce pas Petit Hans ? Et puis ne voyons-nous pas comme ce phénomène des "marques" est accompagné d'autres qui, eux aussi concernent le corps et ses limites ? J'en oublierai sûrement quand j'aurai cité outre le tatouage, le *percings* et les inclusions sous-cutanées. Il est toujours possible de soutenir qu'il ne s'agit que de symptômes ou de piètres manœuvres pour suppléer à la défaillance du symbole phallique. Mais ce serait refuser le problème au nom d'une solution sans doute obsolète.

Il y aurait un nouage différent mais il n'est pas impossible que notre culture, elle aussi, à un certain moment de son économie ait recours à un semblant qui permette au discours de tenir, de ne pas trop errer et qui se signale non seulement par des traits d'identification mais au sens plein, par des "manières d'être". Ce sont des "manières" en effet par lesquelles ceux qui en usent se reconnaissent entre eux comme participant d'un même. Mais cela intéresse bien plus que la frime, l'être même de et la marque joue du quiproquo spéculaire entre phallus et objet *a*.

L'être c'est quelque chose qui comprend la jouissance. Freud nous a appris que celle-ci excédait de beaucoup le plaisir car si ce dernier vise à l'homéostasie, à l'équilibre des forces intimes, elle va jusqu'à se manifester en terme de pulsion de mort. En fait c'est le symbolique qui est l'instrument qui permet à l'être parlant de "civiliser", comme disait Freud, de canaliser la jouissance. Le symbolique détient aussi cette qualité double d'introduire l'être

parlant à la dimension de la mort et en même temps de lui offrir l'outil propre à "borner" ce qui y mène. Mais il est impuissant à le faire tout à fait. Quelque chose de sa jouissance lui échappe, soit qu'elle ne puisse se dire ou s'écrire, soit qu'elle ne puisse se "saisir" (*Begriff*). L'être est rebelle au symbolique. Ne pouvons-nous voir là ce qui permet à la marque de profiter de sa parenté avec la lettre ?

Nous pouvons donner une idée de l'objet *a* dans le champ scopique où il n'est pas sans rapport avec la marque puisque c'est là où celle-ci sollicite le plus souvent le chaland. Lacan nous l'a indiqué sans ambiguïté² : c'est la tache entendue comme ce qui manque à l'image. La tache c'est moins quelque chose qui se rajoute que quelque chose qui manque, ce qu'elle recouvre et dont on ne peut jamais être sûr. La tache c'est bien quelque chose qui souligne une absence.

La référence métonymique à la jouissance si elle est déjà présente ne fait que dissimuler un lien plus intime qui est le manque que la tache voile et avec elle la jouissance de l'objet intègre. La tache "est la place du manque dans toute vision" disait Lacan alors. Il y a là un effet littéralement métaphorique, puisqu'il réfère autre chose que ce qu'il semble signifier. Cet effet de métaphore s'effectue à partir "du point nié dans le champ de la vision."

L'effet de métaphore produit par ce "point nié dans le champ de la vision" manquant renvoie tout sujet "à un autre manque plus radical qui est celui qui le concerne en tant qu'être sexué". Et pour Lacan "c'est là ce qui fait apparaître comment la vision du désir s'insère dans le désir." Tant il est vrai que le désir ne peut naître qu'à partir d'un manque. Mais quel manque ? Car le désir n'est pas l'envie, il ne s'attache pas à ce que quelqu'un d'autre aurait. Il n'est pas besoin, car ce qu'il vise ne saurait jamais le combler quand il l'obtient. Un manque courant, dirais-je, courant d'être le quotidien de chacun et qui tient au croisement de l'être sexué et du parlêtre, à ce que celui qui est parlé est doté dès l'origine du manque d'un sexe.

L'évidence de la présence de la tache nous égare et c'est de cet égarement que profite la "marque" en faisant tache mais pour n'indiquer qu'objet "en toc". Avec les névroses qui forment le gros de la chalandise, la marque joue sur du velours, puisque c'est leur propre de prendre la demande pour du désir et de jouer au plus fin avec la castration. La marque ici répond qu'elle est du côté du désir, qu'elle peut faire limite à la jouissance mais non en s'appuyant sur le manque de la castration. Elle va plutôt proposer un truc pour le combler et un nom à substituer à l'opérateur du désir.

Pouvons-nous poser une hypothèse analytique quant au rôle des scarifications dans les sociétés traditionnelles ? Remarquons que la société y a recours à des moments précis : moment de forte prégnance pulsionnelle où le sujet a besoin à la fois de se refaire une unité et de connaître sa place dans le groupe. Les deux choses sont en fait intimement liées et l'on voit mal pourquoi

² J. Lacan, Séminaire *D'un Autre à l'autre*, inédit, séance du 30 avril 1969.

il en serait très différemment dans notre culture. Ce qui semble nécessiter le recours direct sur le corps dans les sociétés traditionnelles est d'abord la difficulté rencontrée par ces cultures pour offrir un repérage fortement unificateur aux identifications singulières. Les scarifications sont le reste d'une opération qui supplée à un manque d'unité phallique pour "civiliser", rendre maniable la jouissance, la faire passer à l'ordre de la pulsion puis du discours. Ce qui est *a* dans la scarification ce n'est pas ce qui se voit, ce qui est spécularisable, c'est au contraire ce que cela cache de chair vive et peu "domptée" selon le mot de Freud. Les marques, Nike, Vuitton et d'autres en reprennent la forme mais ce qu'il y a derrière n'est pas jouissance de l'être mais pur profit.

Les discours fondés sur un monothéisme semblent mieux armés pour offrir un principe unificateur non seulement à la société mais aussi au monde pulsionnel de chaque sujet. En effet ce monde pulsionnel a parfois tendance à diffuser, à échapper à la trame signifiante qui, maintenant l'unité du corps, ne lui reconnaît droit de cité qu'en ces points cernables où les pulsions partielles l'ont civilisé. C'est au signifiant unitaire phallique que ces discours auront recours pour ordonner la libido. Les cultures traditionnelles ne manquent pas non plus de l'invoquer mais s'il y représente le plus souvent l'aspect bouillonnant de la vie, il n'est pas le grand signifiant unificateur. Les traces signifiantes de la scarification offrent au sujet une aide symbolique à faire Un de ce corps diffusent tout en se rendant cohérent avec son groupe d'appartenance. C'est alors la société tout entière qui fait office de Nom-du-Père et en atteste par le marquage réel du corps pour symboliser l'unité de son image. Elle permet donc au sujet de disjoindre cette image du corps de tout reste de jouissance incivile, et elle l'a fait d'une manière qui n'est pas sans évoquer une castration. Le sujet paie cette séparation de quelque part de sa chair, comme si le symbolique de l'acte, pour marquer, pour compter, devait opérer dans le réel du corps. Ce qui est imposé dans les cultures traditionnelles sur le mode indélébile devient dans la culture libérale capitaliste un choix apparent du sujet et impermanence. Et pourtant ce n'est pas sans un recours au réel. Et c'est par l'abord qui autorise son inscription dans un discours mû par la science : la lettre.

Les marques, traces, incisions, brûlures attestent pour le moins de leur relation à l'écriture, de leur proximité à une lettre. Comme telles, elles participent de la logique du langage accentué de ceci qu'elles y ajoutent une matérialité. Comme la scarification, la lettre croise symbolique et réel, mais elle seule, de ne se référer à aucune signification, peut supporter la dimension du semblant. Elle peut être opérante par rapport à la jouissance sans l'obole de chair et rend plus facultative la relation métonymique au phallus. Sans doute la marque y réussit-elle pour une part, prenant le relais d'un symbole phallique défaillant en proposant au chaland des objets qui n'en sont pas moins très rigoureusement versés à l'ordre des semblants.

Ne faut-il pas y voir quelque signe de ce que ce phallus, qui faisait le pilier de la société bourgeoise, ne remplit plus son rôle et que du même coup le Nom-du-Père se problématise ? En tout cas il est patent que son pouvoir unificateur n'est plus suffisant à contenir la jouissance lorsqu'elle tend à sortir de là où les pulsions partielles l'ont enclose. Aussi le sujet ira chercher ses marques au marché, là où la culture les lui offre. À la logique collective de la société traditionnelle répondent l'individualisme et l'isolement conséquent à la société capitaliste. Au rituel séparateur mais intégrateur, le choix, ou tout au moins la préférence individuelle, qui uniformise le groupe tout en affirmant la personne alors jouet du vent de la mode. Faux lien social qui ne tend qu'à isoler aussi bien le travailleur- denrée que le consommateur-proie.

L'effectivité du désir appuyé sur la castration fait place à un repérage en terme de plaisir entendu comme la réalisation d'une satisfaction. La marque alors devient la garantie de la satisfaction imaginaire du symbolique. Elle tente pourtant de contenir le pulsionnel tout en favorisant la demande et n'est appel à l'Autre que dans une manœuvre ségrégative car c'est là que la séparation s'opère.

Il ne s'agit pas de s'inquiéter ni de regretter les temps très freudiens où un Nom-du-Père assez solide et garanti par la religion permettait un certain type de nouage de la subjectivité : la fameuse "réalité psychique" de Freud dénoncée par Lacan. La société tout comme le sujet, donc l'économie et par conséquent la culture, s'établissent maintenant de façon telle que nous assistons à la mise en place de nouages nouveaux entre les éléments de la structure. Ce n'est pas la première fois dans l'histoire de l'humanité que la tresse du symbolique, de l'imaginaire et du réel doit se refaire, se reprendre.