

Roland Meyer

Les jouissances de l'actuel

Le paradoxe du désir, c'est de rechercher un absolu hors de sa portée, de tendre vers un but dont il ne peut jouir puisque son accès lui dérobe la possibilité même d'entretenir avec son but quelque rapport que ce soit. Dès lors qu'il atteint son objet, il s'évanouit dans la jouissance et ne peut même pas en user comme du fruit de sa quête. Ce paradoxe, Freud et Lacan en ont fait la loi fondamentale de l'Éros : l'antagonisme entre désir et jouissance.

Entre désir et jouissance, il y a l'angoisse. Et Freud nous a appris que l'angoisse est un affect inhérent au sujet. Et en tant qu'affect, l'angoisse présente des conditions de discours : l'angoisse est fonction du discours capitaliste. C'est là, le cœur même des jouissances de l'actuel.

L'homme contemporain est porteur de nouveaux idéaux. Je dis ça, parce qu'il semble que ses modalités de jouissance se modifient au fur et à mesure que le discours de la science qui a progressivement envahi l'ensemble des discours sociaux, s'active à mettre à l'écart toute question subjective. Et ce que je voudrais vous faire observer ce soir, c'est que ce discours est toujours porté par quelqu'un qui s'érige en maître.

Qu'est-ce qu'on voit à chaque fois que quelqu'un se pose en maître ou plus exactement que quelqu'un se donne pour être choisi comme maître ? Et bien il en va dans la pensée de même que dans n'importe quelle campagne électorale : « Venez à moi parce que je suis le meilleur ». Et la meilleure preuve qu'on est le meilleur, c'est qu'on va imiter, on va faire comme eux, comme ceux qui se proclament maître. Or, qu'est-ce qu'on voit à l'œuvre chez ceux qui se proclament maître ? On y voit la répétition inlassable de ce qu'ils ont écrit, de ce qu'ils ont dit, de ce qu'ils ont fait. Mais quel sens pourrait avoir une maîtrise si elle ne suscitait que le psittacisme ?

Cela signifie qu'il vaut mieux d'emblée, distinguer ceux qu'on appelle des maîtres — des répétiteurs - d'avec ceux qui s'appellent maîtres en laissant à chacun de mesurer la dérision qu'il y a dans ce terme, ceux-là ne sont pas des maîtres, ce sont des créateurs.

Il ne s'agit pas dans tout ce qui se prétend formation, d'approfondir ni de creuser les sillons déjà tracés, pas plus que de les abreuver comme on dit dans la chanson. La seule chose qu'on puisse apprendre, c'est justement l'audace de créer de nouvelles voies, et peu importe qu'elles aient un rapport ou non avec les voies créées par les prédécesseurs. Être fidèle à un enseignement, ça n'est pas répéter cet enseignement.

Qu'est-ce qui s'enseigne ? Qu'est-ce que les parents où les maîtres doivent enseigner à leurs enfants ? Ou encore, qu'est-ce qu'ils enseignent à leur insu ?

Quand l'enseignement, qu'il soit parental ou magistral, mène à ce point de connerie absolue qu'on appelle l'examen, et bien, rien ne s'enseigne. On n'aura fait que transmettre quelques vagues informations. Qu'est-ce qu'ils enseignent les parents ? Ils enseignent tout ce qui passe par la langue de bois car ce qui s'enseigne ne peut être que mensonge. Rien dans l'enseignement ne touche à la vérité sauf ce qui échappe à l'enseignement ou tout au moins à sa formulation.

Prenons l'exemple de Lacan. On peut s'exciter sur les Séminaires, comme on dit, les Séminaires qu'on va rabâcher, on va se demander ce que telle phrase veut dire, alors que peut-être, cette phrase précisément, elle ne veut rien dire. Mais alors : « pourquoi l'a-t-il prononcée, cette phrase » ? Et pourquoi pas simplement parce qu'elle faisait bien dans le tableau, parce qu'elle sonnait bien, parce qu'il avait envie de la dire, parce qu'elle était la négation de cela même qu'est la fonction d'enseignant.

Faire comme les maîtres ça n'est pas répéter, ça n'est pas non plus nécessairement connaître ce qu'ils ont fait. Faire comme les maîtres, c'est faire du neuf. C'est rechercher d'autres voies.

Rechercher d'autres voies : est-ce que ça a à voir avec le désir ? Est-ce que ça a à voir avec la jouissance ? Je vais d'abord dire deux ou trois choses sur le courage.

On a pris de très mauvaises habitudes dans le domaine psy. On en est arrivé à faire un catalogue des boiteries humaines, de toutes les faiblesses, sous prétexte que c'est plus facile à étudier. Mais si on étudiait les qualités ? Alors là, bien sûr, il y a immédiatement un frein qui va jouer, c'est que ceux qui souffrent de symptômes pathologiques sont prêts à venir pour qu'on écoute leurs symptômes. Mais ceux par contre, qui jouissent de ce symptôme inversé qu'est la qualité, on ne voit pas pourquoi ils viendraient chez le psy pour en être débarrassés. Non pas que ces qualités soient plus faciles à porter que les symptômes, mais parce que lorsqu'elles sont des qualités, elles ne sont pas conscientes. On peut juste être mis sur leur piste. Mais en écoutant ceux qui se plaignent d'en manquer, que se passe-t-il à l'envers de la peur, à l'envers de l'angoisse ?

Les symptômes peur et angoisse sont liés au sujet mais n'apparaissent pas sans la complicité de l'entourage. Le symptôme de l'un devient le pôle d'attraction de l'autre. Le symptôme dont une personne souffre, est un véri-

table événement sacrificiel et il effectue son office pour le groupe tout entier. D'où l'intérêt pour le groupe en question de maintenir ce symptôme.

Un symptôme, ça s'entend et ça se voit. Tous les cultes peuvent se fonder sur cette double tendance. On entend et on montre. Et c'est pour ça que le symptôme fonctionne toujours sur le modèle de la phobie. Ça veut dire que le symptôme est une économie. Seulement comme tous les biens qu'on économise, on en fait par la suite un mauvais usage. Quel est le bénéfice du symptôme, puisque l'économie qu'il sous-tend n'est pas une économie saine ? Quel en est le bénéfice ? Un désir dont on saurait ce qu'il est, ce qu'il veut, où il va...

Qu'est-ce que c'est qu'un désir qui se connaît ? On dit aux enfants : *tu ne sais pas ce que tu veux*. On s'imagine que tout est offert, qu'il n'y a qu'à se baisser. Mais le désir n'est pas aussi facile à saisir qu'on veut bien le dire. Pourquoi ? D'abord, parce que tout ce qui pourrait faire semblant de combler le désir est là. Ensuite, parce qu'on s'obstine à chercher l'objet du désir devant nous alors qu'il est derrière soi depuis longtemps. Le désir ne se conjugue pas au futur, il se conjugue toujours au passé. Ce qu'on peut découvrir éventuellement, c'est après coup, l'objet de son désir. Et c'est ça précisément que les patients viennent nous demander.

Dans le milieu d'une certaine psychologie actuelle – actuelle comme les jouissances — on parle beaucoup de demande. *Est-ce qu'il y a une demande ? Qu'est-ce qu'il demande ?* Alors quelques phrases lacaniennes viennent ancrer cette question fondamentale de la demande : *le désir gît dans le creux de la demande*. C'est vrai ! Mais la demande qu'on adresse à l'analyste n'est pas la demande du sujet. La demande, c'est que lorsque vous l'entendrez formulée, elle sera satisfaite depuis longtemps et il sera trop tard. Parce que la demande est toujours la même. Ce n'est pas une demande d'accès au désir. C'est une demande d'être délivrée du désir. Il suffit de lire certains passages lacaniens où il est évident que le trouble-fête dans la vie humaine, c'est le désir. Dans la vie, c'est ou le bonheur ou le désir. C'est ou l'un ou l'autre. Alors comment choisir ?

L'Assomption du désir. Assumer le désir, supporter le désir ; et bien, c'est ce qu'implique le courage. Mais pas un courage conscient. Personne n'est héroïque volontairement. On ne crée pas dans l'héroïsme, on ne crée pas sous la torture. On crée en frayant un chemin nouveau.

Le courage, c'est ce qui s'oppose à la peur du nouveau. De quoi est-ce qu'on a peur ? De faire du vieux avec du neuf ? Ou du neuf avec du vieux ? Sûrement pas. C'est comme l'histoire du bonheur et du désir. C'est ou l'un ou l'autre. Ou on conserve ce qu'on a, ou on le renouvelle, mais alors il faut renoncer à ce qu'on avait auparavant. Et ça, les gens n'y sont pas prêts. On n'est pas prêt à lâcher ce qu'on tenait. C'est vrai dans la mythologie amoureuse et son corollaire, la mythologie de la mort. Un mort, même si c'est sa propre mort, on est sûr de le posséder, de l'avoir jusqu'au bout. C'est là, l'objet innommable du désir. Et l'objet éternellement satisfaisant. Un mort ne déçoit jamais.

Tout ça pour dire qu'on est loin du désir que tout le monde connaît bien. C'est un peu comme si le mot « désir » portait une évidence qui rend toute explication et toute tentative de définition, caduque et superflue. Et pourtant, à chaque fois aussi, en même temps, il y a comme une intimidation mystérieuse qui s'empare de nous. Et c'est notre savoir tout entier qui défaille.

Alors, le désir : il consiste en quoi ?

La première erreur que nous faisons souvent, c'est de réduire le désir à son objet c'est-à-dire à la recherche d'une satisfaction. Ce à quoi aspire le désir n'est en aucun cas l'assouvissement d'une tendance ou d'une pulsion ; le désir a horreur de son propre anéantissement. Il a horreur de l'apaisement qui mettrait fin à son envolée, à son plein-emploi. Le désir ne sait pas ce qu'il veut ; le désir est hystérique.

Le désir résiste de tout son défaut, à sa résolution dans la satisfaction : le désir ne veut pas se faire bouffer ! On ne peut concevoir le désir qu'en fonction d'un manque. L'objet du désir est non seulement absent : il se confond avec le manque au point d'y trouver la raison même de son être objet.

Dans le désir, l'objet manque. Et c'est parce qu'il manque qu'il suscite le désir et qu'il le fait surgir et le produit comme son effet le plus certain. C'est le primat de l'objet par rapport au sujet. L'objet est cause du désir, il se situe en amont de lui et non devant lui. Cette conception du désir c'est Platon qui le premier la pense et Freud l'a reprise notamment dans *Au-delà du principe du plaisir* : le désir est en quête d'un plaisir originel, d'un état où le manque est aboli. Cela signifie que le désir est désir de mort, *désir de la mort du désir*, c'est-à-dire au fond l'espérance d'un impossible anéantissement de la puissance désirante.

Le désir ne cherche pas le plaisir ; il n'obéit pas dans son fondement, au principe d'équilibre et de réduction des tensions. Il se dérobe à la satisfaction ; il la feinte et se sent plutôt à l'aise dans un bain de frustrations et de contrariétés. Rien ne l'angoisse davantage que la satisfaction. Le propre du désir c'est d'être toujours insatisfait au point que l'insatisfaction seule devient sa nature. Il poursuit un bien situé au-delà de tous les biens, une jouissance singulière puisqu'elle coïncide idéalement avec la fin de la faculté même de désirer.

C'est là le paradoxe du désir, de rechercher un absolu hors de sa portée, de tendre vers un but dont il ne peut jouir puisque son accès lui dérobe la possibilité même d'entretenir avec son but quelque rapport que ce soit. Dès lors qu'il atteint son objet, il s'évanouit dans la jouissance et ne peut même pas en user comme du fruit de sa quête. Ce paradoxe, Freud et Lacan en ont fait la loi fondamentale de l'Éros : *l'antagonisme entre désir et jouissance*.

Entre désir et jouissance, il y a l'angoisse. Et Freud nous a appris que l'angoisse est un affect inhérent au sujet. Et en tant qu'affect, l'angoisse présente des conditions de discours : l'angoisse est fonction du discours capita-

liste. C'est là, le cœur même des jouissances de l'actuel.

Lacan disait que dans le discours capitaliste, tout individu y est un prolétaire, c'est-à-dire un individu qui n'a rien pour faire lien social.

Je pense que cet énoncé concerne ce qu'il en est de l'angoisse contemporaine, et c'est ce que je voudrais développer un peu pour introduire le séminaire de cette année sur les jouissances de l'actuel.

Je vais faire référence à ma pratique qui consiste à inscrire le discours psychanalytique dans le champ clinique qu'est l'entreprise ; je précise cela, parce qu'il m'apparaît de plus en plus qu'au sein de nos écoles psychanalytiques, cette pratique est très souvent mal entendue pour ne pas dire mal venue voire rejetée si j'en crois les réactions que suscite le fait de, ne serait-ce que de parler de ce monde qu'est l'entreprise. Ce n'est pas du goût des petits-maîtres dont je parlais au début, car cela nécessite le doute, non les certitudes...

J'ai toujours été surpris de voir à quel point, depuis dix ans environ, une sorte de lexique « clinique » a envahi le monde de l'entreprise. On parle de souffrance, de harcèlement, de burn out, de suicide, de stress, de pression et de dépression, on parle de *bien être*... et tout ce lexique a pour fonction d'approcher l'unique affect : celui de l'objet *a*. Ce sont là, de nouveaux signifiants phynanciers qui vont de pair avec les caractéristiques des jouissances actuelles. Ces jouissances actuelles, je les regroupe en trois points.

D'abord la **globalisation**. C'est l'imposition du même ! Il y a dans l'économie et le management actuels une *homogénéisation de fait* qui supplée au défaut de l'universel. L'universel, lui, passe par le signifiant, alors que cette homogénéisation de fait se réalise en imposant à tous les mêmes formes de satisfaction, les mêmes objets, à défaut des mêmes idéaux. L'homogénéisation de fait c'est un *pousse-au-même* qui inclut même la différence sexuelle. On appelle cela, aujourd'hui dans les entreprises, *l'égalité homme/femme*...

Avec l'*homogénéisation de fait*, on a à faire avec un surmoi conformisant : il n'y a plus la voix de l'Autre divin, ni la voix de la loi morale. Les impératifs des *signifiants maîtres* se sont littéralement barrés et ce, même si les désirs se laissent séduire par les objets du marché. Et cette séduction des désirs par les objets du marché passe par l'*infection des images*. Ça s'appelle la publicité ; ça s'appelle la communication au sens de « faire passer un message ». Toute cette *com* manipule, en commandant par le virus de l'image. Elle table sur le ressort de la *concurrence narcissique*.

Le deuxième point : le **trait du morcellement**. Les *offres à jouir* du discours capitaliste, sont multiples et fragmentés. Les leurres du désir, on en cherche toujours de nouveaux. Il y a un *pousse à la multiplication*, un pousse au renouvellement. Ce morcellement se traduit très concrètement dans la vie, en particulier au niveau de la gestion du temps, de l'emploi du temps de l'homme d'aujourd'hui. Cela s'appelle dans les entreprises, *l'équilibre vie professionnelle/vie privée*. Mais du coup, comment chacun fait-il valoir sa

singularité ? Dans le régime d'homogénéisation morcelée, l'une des façons de faire valoir sa différence, c'est le dosage du temps, qu'on veut rendre visible, lisible et maîtrisable...

Troisième point : l'*e-solitude*. Ca n'a rien à voir avec la solitude qu'impose le non-rapport sexuel. C'est la solitude que programme le délitement, le morcellement croissant du lien social, du vivre ensemble avec autrui. L'*e-solitude*, c'est un vivre ensemble sans autrui. C'est une solitude qui laisse chacun seul avec ses jouissances : un narcissisme avili, souillé, un *narsouillisme*, un *narcissisme onfraysé*...

Un narsouillisme donc, qui dans le monde du phynancier, a ses formes propres, et même des formes quasi imposées. C'est que faute de grandes causes collectives, politique, sociale, faute d'un projet d'entreprise comme on dit justement, chacun en est réduit à n'avoir de cause possible que lui-même. C'est une belle définition de Narsouille. Et il faut rajouter à ce narsouillisme le fait que faute de semblants consistants, chacun ne peut se faire valoir qu'en prenant appui sur ses modalités de jouissance, c'est-à-dire sur son symptôme. L'*e-solitude*, c'est n'avoir de cause que soi-même et se servir de sa jouissance. Et dans les entreprises, les sujets quel que soit leur positionnement hiérarchique sont tous confrontés à un choix forcé, assez précis, que je formule en référence à Lacan, de la façon suivante : *ou l'escabeau ou la chute*.

L'escabeau, c'est le terme que Lacan a créé en 1979 pour désigner la façon dont chacun, chaque sujet — Joyce éminemment -, puisqu'il parlait de Joyce dans ce texte, la façon dont chacun se fait valoir, se promeut, se hausse d'un cran sur l'échelle de la notoriété... La chute, c'est le krach, la dégringolade, la crise : la *consommation de l'époque*.

Cet état de fait est bien passé dans la conscience commune et n'est autre que la *défiance contemporaine généralisée*. Aujourd'hui, à la question du désir chaque fois qu'elle se pose, le *on* de l'omnitude, répond par une interprétation standard, médiatique, il répond : « *tous des pourris, tous les mêmes, tous des salauds* ». La voix monophonique de l'omnitude exprime l'idée que chacun ne veut que sa jouissance et ce *à tout prix*. Ce sont des choses qu'on peut saisir au niveau de la superficie, de la superficialité des entreprises et même de nos vies quotidiennes.

Y a-t-il un savoir possible sur la jouissance ? Ce qu'on peut dire, c'est que la jouissance fait barrière au savoir, en ce sens que c'est elle qui fonde le « je ne veux rien savoir ». Mais de quelle jouissance s'agit-il, et de quel savoir ?

Le mot même de *jouissance* est différent à la fois du *Lust* freudien (plaisir ou désir, selon l'équivoque), et du concept de satisfaction. La jouissance, c'est ce dont parle le droit : jouir d'une chose, c'est pouvoir en user jusqu'à en abuser – abus que le droit, précisément, a l'ambition de limiter. La notion d'usufruit, par exemple – qui réunit l'usage et le fruit -, signifie que l'on ne peut user d'un bien que jusqu'à un certain point : on peut bouffer le produit et les intérêts, mais pas le capital. Ça veut dire que le droit réglemente le *jouir* en le limitant aux frontières de l'utile. La jouissance, elle, se défi-

nit, *a contrario*, comme ce qui s'oppose à l'utile : elle est *ce qui ne sert à rien*.

Et même, elle se pose comme une instance négative qui ne se laisse ramener ni aux lois du principe du plaisir, ni au souci de l'autoconservation, ni au besoin de décharger l'excitation. C'est ce qui apparaît manifestement dans *la chirurgie esthétique*.

La dynamique du capitalisme, son moteur, c'est la reconstitution permanente de la frustration, condition même au fait que « ça » tourne et même que « ça » tourne de plus en plus vite.

« [...] la plus-value, c'est la cause du désir dont une économie fait son principe : celui de la production extensive, donc insatiable du manque à jouir »
(Lacan, Radiophonie).