

« DU BEAU, DU BON... DU BON DIEU »

Olivier Bauer

Dernière version « auteur » de l'article :

Bauer, O. (2004). Du beau, du bon... Du bon Dieu. *Lumen Vitae*, 59 (2), 149–159.

Olivier Bauer ne se demande pas si la théologie doit s'intéresser aux cinq sens, mais comment elle doit le faire ! L'auteur rappelle d'abord la manière dont nous percevons le monde avec nos cinq sens et le rôle que chacun remplit. Il démontre ensuite comment le christianisme s'est toujours exprimé autant dans des goûts, des odeurs et des textures que dans des mots, des musiques ou des images. Il souligne l'importance pour le théologien de repérer ce qui fait de nous les chrétiens que nous sommes. Il propose enfin une démarche communautaire pour choisir des goûts, des odeurs, des textures, des sons ou des images pour transmettre l'Évangile.

Olivier Bauer does not ask if theology ought to be concerned with the five senses, but how it is to do so! The author recalls first of all the way in which we perceive the world with our five senses, and the role that each of these plays. He then shows how Christianity has always expressed itself as much through tastes, smells and textures as in words, music or images. He underlines the importance for theologians to recover, that which makes us the kind of Christians we are. Finally, he proposes a communal approach to choosing the tastes, odours, textures, sounds and images in which to transmit the Gospel.

À Patricia, mon épouse, qui fait le bonheur de mes 5 sens...

Lorsqu'elle s'intéresse à l'esthétique, la théologie pense surtout « beau à voir » « beau à entendre » : arts plastiques et grande musique. Je vous propose, de vous arrêter le temps d'un article sur les trois autres sens : goût, olfaction, toucher. Quelle valeur leur accordons-nous ? Serions-nous prêts à entamer une « querelle des odoroclastes » ? Nous découvrirons-nous « gustodules », prêts à mourir pour la qualité du vin de la cène ou de l'eucharistie ?¹

¹ Je remercie les étudiants de la faculté de théologie de Neuchâtel pour leurs critiques, leurs remarques, et leurs propositions.

1. Contre le privilège l'ouïe

J'ai appris de Marcel Viau que la théologie pratique s'occupe des artefacts théologiques. « *Grosso modo*, l'artefact est tout produit "fait de mains humaines", ce qui comprend un large éventail d'œuvres allant du livre de la Bible à la Madone à l'enfant de Giotto, en passant par le Musée des Offices qui renferme cette dernière »². Réalité visible, audible, tangible que l'on peut goûter ou sentir, objet matériel produit par des êtres humains, l'artefact théologique doit provoquer une expérience chez celles et ceux qui le rencontrent. « Je puis sans conteste affirmer que les artefacts théologiques ont fait de moi le croyant que je suis maintenant »³. Continuons dans cette perspective. C'est avec nos cinq sens que nous percevons ces artefacts théologiques, et avec nos cinq sens simultanément ! Nous aimons isoler les sensations, mais elles sont toujours mêlées. Sauf dans les laboratoires, personne ne sent jamais une odeur pure. Au parfum de « la » rose, s'ajoute ainsi celui de la terre, parfois du fumier qui l'aide à pousser. Manger ne mobilise pas les seules papilles gustatives. La forme et la couleur des aliments sollicitent l'œil ; leur odeur sollicite le nez ; leur texture sollicite l'oreille, la bouche et les dents.

Nous percevons le monde avec tous nos cinq sens, mais la vue à elle seule nous apporte 80 à 85 % de nos informations, alors que l'ouïe en fournit 10 à 15 % et les trois autres sens réunis les 5 à 10 % restant⁴. Ajoutons que c'est par le toucher, le goût et l'olfaction que le petit être humain éprouve, *in utero*, ses premières sensations et que c'est la mémoire olfactive qui reste la plus fidèle au cours du temps. À quels avantages, l'ouïe pourrait-elle prétendre ?

Et pourtant, tant de théologies – protestantes au moins – se réfèrent à l'ouïe, quelques-unes à la vue, mais presque aucune ne donne sa confiance au goût, à l'olfaction ou au toucher. Pourquoi ? Parce que la foi est censée venir de ce que l'on entend (Romains 10, 17). Comme l'écrivait Martin Luther : « Dieu n'a plus besoin des pieds ni des mains ni d'aucun autre membre ; il ne requiert que nos oreilles [...]. Car si vous demandez à un chrétien quelle œuvre l'a rendu digne du nom de "chrétien", il ne pourra donner absolument aucune autre réponse que de dire que c'est l'écoute de la Parole de Dieu, c'est-à-dire la foi. C'est pourquoi les oreilles sont les seuls organes du chrétien, car il est justifié et déclaré chrétien non à cause des œuvres d'aucun de ses membres, mais à cause de la foi »⁵. Mais les chrétiens ne sont pas que

² M. VIAU, « À nouveau le temps des démiurges », dans *Science et Esprit* 53/1, 2001, p. 262.

³ *Ibidem*, p. 269.

⁴ H. WENZ, *Körpersprache im Gottesdienst*, Leipzig, Evangelische Verlagsanstalt, 1996, p. 33.

⁵ Cité par K. BLACK, *Évangile et handicap, une prédication pour restaurer la vie*, traduit par J.-Fr. REBEAUD, Genève, Labor et Fides, 1999, p. 86.

deux oreilles entourant une âme. Et même si Dieu se révèle dans une parole, c'est une parole faite chair, qui s'est donnée à voir, à sentir et à toucher, qui se donne à goûter dans le pain et le vin. Les personnages de la Bible font l'expérience de Dieu aussi bien avec leurs oreilles, qu'au travers de goûts (Exode 16, 11-18), d'images (Ézéchiel 5, 1-16), d'odeurs (Luc 7, 36-48) ou par le toucher (Jean 13, 1-11). Cependant, si les mots, les musiques, les œuvres d'art, voire les visages sont communément admis comme artefacts théologiques, les aliments, les boissons, les odeurs, les parfums, les matières et les températures ne le sont pas ou peu.

À vrai dire, ce n'est pas tant l'ouïe qui est valorisée que la parole. L'avantage est à l'émetteur, plus qu'à la réception. « Un événement sonore n'a pas lieu, mais occupe l'espace. Si la source reste souvent vague, la réception se diffuse, large et générale. La vue livre une présence, non le son. La vue distancie, la musique touche, le bruit assiège. Absente, ubiquiste, omniprésente, la rumeur enveloppe le corps ; [...] la vue reste discrète, les ondes nous échappent. Le regard nous laisse libres, l'écoute nous enferme ; tel se délivre d'une scène, en baissant les paupières ou les poings sur les yeux, en tournant le dos et en prenant la fuite, qui ne peut se libérer d'une clameur »⁶. Bien vu le philosophe ! Il nous permet de comprendre pourquoi les Réformateurs ont développé une « théologie de la Parole », celle qui trouvera son achèvement chez Karl Barth. Apportons toutes les nuances possibles à cette hypertrophie de la parole : il est exact qu'il ne s'agit que de la Parole de Dieu ; exact encore que le couple « parole-oreilles » permet de souligner l'extériorité de la justification offerte par Dieu, alors que les paires « œuvres-mains » ou « regard-yeux » valorisent les actions humaines ; exact toujours que la parole permet des analyses précises. Reste qu'en privilégiant la parole, la théologie protestante a choisi l'artefact théologique le plus pédagogique, le plus « directif », celui qui laisse la marge d'interprétation la plus réduite, qui garantit le mieux l'autorité de l'émetteur. *Nolens volens*, il a inscrit le christianisme dans l'ordre d'un savoir.

2. Le chemin de nos perceptions

Tous les cinq sens fonctionnent selon un même principe physiologique : *action* d'un stimulus sur un appareil récepteur ; *excitation* à la partie périphérique du récepteur ; *traduction* en ondes électriques ; *transmission* par un message nerveux jusqu'au cerveau ; *décodage* du train d'ondes électriques ; *transmission* du message aux centres de contrôles⁷.

À chaque sens correspond un organe qui réagit à un type de stimulus : « ouïe-oreilles-sons », « vue-yeux-

⁶ M. SERRES, *Les cinq sens, philosophies des corps mêlés*, Paris, Grasset et Fasquelle, 1985, p. 46.

⁷ Ed. ROUDNITSKA, « L'univers du Parfum », dans *Odeurs*, dirigé par J BLANC-MOUCHET, Paris, Autrement, 1987, p. 81.

images», «goût-langue-saveurs», «olfaction-nez-odeurs» et «toucher-peau-texture». La vue peut distinguer les trois dimensions euclidiennes et la couleur ; l'ouïe : la fréquence, l'intensité et l'origine de la source sonore ; le toucher : la température, la pression et la surface du corps⁸. Les discriminants du goût et de l'olfaction ne se laissent pas trouver si facilement. On réduit en général les goûts aux quatre saveurs de base : sucré, salé, amer et acide, alors que notre expérience plaide pour l'existence d'une large palette de nuances. Quant aux odeurs, si les termes techniques existent (famille des muscs, touche florale, patchouli, etc.), rares sont ceux qui savent les employer. En règle générale, nous fonctionnons par opposition : «ça sent ou ça ne sent pas, ça sent bon ou ça sent mauvais»⁹, ou par analogie — «ça sent comme chez le dentiste!» — alors même que nous sommes capables d'identifier et de nous rappeler plusieurs milliers d'odeurs¹⁰.

Pour être perçu, le stimulus doit passer au travers de filtres physiologiques (l'être humain n'entend pas les ultrasons), socioculturels (un Esquimau sait distinguer différentes qualités de neige) et individuels (quelle concentration de sucre faut-il pour que vous disiez de votre café qu'il est sucré ?). Il provoque alors une sensation qui dépend de trois processus nécessaires qui déforment la perception : la distorsion, l'omission et la généralisation¹¹. Chaque sensation est enfin associée, de manière consciente ou inconsciente, à un sentiment : plaisir, dégoût, peur, etc. Mais le processus ne s'arrête jamais. Le sentiment va à son tour influencer la manière dont le stimulus est perçu, et le parcours de recommencer. Exemple : Un Suisse hume une odeur mêlée de sable, d'iode et de pin : stimulus ; il l'associe à la mer : sensation ; il se souvient du bonheur de ses dernières vacances : sentiment. Mais il mange des huîtres douteuses ; il tombe malade et il en souffre : sentiment. De son côté, un pêcheur marseillais aura, de la même odeur, une tout autre perception. Il sera capable d'analyser plus finement le stimulus — «le mistral se lève, la marée redescend et mon voisin vient de sortir son bateau» —, il y associera une autre sensation — «c'est l'heure d'aller travailler» — qui provoquera un autre sentiment — «vivement les vacances dans les montagnes helvétiques!».

⁸ P. MC LEOD, « Si on ne sent pas pareil, c'est qu'on "nez" pas pareil », dans *Odeurs*, dirigé par J BLANC-MOUCHET, Paris, Autrement, 1987, p. 78.

⁹ B. CYRULNIK, *Les nourritures affectives*, Paris, Odile Jacob, 1993, p. 22.

¹⁰ Gardons la tête froide, le chien en reconnaît quelques millions !

¹¹ Ph. ROVERO, « Didactique générale », Cours-séminaire en sciences de l'éducation, Université de Neuchâtel, semestre d'hiver 1999-2000.

3. Les particularités du goût et de l'olfaction

Toutes nos perceptions (goûts, images, odeurs, sons ou textures) empruntent exactement le même chemin des trois « S » : stimulus, sensation et sentiment. Pourtant chaque sens ne fournit pas les mêmes informations. Le tableau à double entrée ci-dessous tente de présenter les caractéristiques propres à chacun des cinq sens et les caractéristiques qu'ils partagent entre eux.

<i>Goût</i>	Destruction				
<i>Olfaction</i>	Animalité Fœtus Fortes variations de sensibilité Mélange Caractère charnel	Subjectivité			
<i>Ouïe</i>	Fœtus	Réciprocité Distance Occupation de l'espace Fœtus	Séquences ordonnées		
<i>Toucher</i>	Contact Animalité Fœtus	Réciprocité Animalité Occupation de l'espace (toucher : chaud-froid) Fœtus	Réciprocité Occupation de l'espace (toucher : chaud-froid) Fœtus Globalité	Intimité	
<i>Vue</i>	Apprentissage	Réciprocité Distance	Réciprocité Distance Humanité Globalité Abstraction	Réciprocité Distance Globalité	Personnel Observateurs interchangeables
	<i>Goût</i>	<i>Olfaction</i>	<i>Ouïe</i>	<i>Toucher</i>	<i>Vue</i>

Les perceptions selon les cinq sens

Ajoutons quelques remarques :

1. L'ouïe est la seule à proposer des séquences ordonnées. Les stimuli auditifs sont produits et reçus selon un déroulement linéaire, avec un début, un milieu et une fin. Les images, les textures, les saveurs et les senteurs sont plutôt perçus en vrac. J'écris « plutôt », car la vue « lit » les images,

L'olfaction distingue des notes de tête, de cœur et de fond, et le goût différencie l'attaque en bouche, le milieu et la finale. C'est la capacité à délivrer des informations successives qui rend la parole — l'écriture étant « une parole entendue avec les yeux » — particulièrement apte à transmettre des analyses, à permettre un métadiscours. Les autres sens transmettent avant tout des émotions.

2. Toucher des personnes implique de s'immiscer dans leur sphère intime ; geste d'amour lorsqu'elle est acceptée, une caresse devient un viol lorsqu'elle est imposée.
3. La vue est le sens le plus personnel, dans la mesure où elle permet d'identifier un visage entre mille.
4. Le goût ne va pas sans l'olfaction ; car, si l'on peut sentir sans goûter, l'inverse n'est pas possible ; la cavité buccale communique avec la cavité nasale ; in utero, ces deux sens sont même totalement confondus, le fœtus baignant littéralement dans le liquide amniotique qui lui remplit la bouche et le nez.
5. En Occident du moins, goût et olfaction partagent la réputation d'être « primitif », « animal », « charnel » et, pardonnez-moi mesdames, « féminin », d'où le discrédit dont ils pâtissent dans les milieux intellectuels ; pour marquer son humanité, pour se distinguer des bêtes, un homme cultivé masquera son odeur corporelle et ne s'intéressera qu'aux saveurs et aux senteurs nobles : cigares, cognacs ou parfums de luxe.
6. Les sensibilités gustatives et olfactives varient fortement d'un être humain à l'autre ; si je pouvais sentir ce que vous sentez ou goûter ce que vous goûtez, j'aurais des « odeurs du monde » ou des « goûts du monde » totalement différents des miens, alors que votre image du monde ressemble, grosso modo, à la mienne.
7. Le goût est un sens du contact : il implique de s'appropriier l'aliment, jusqu'à le détruire ; l'olfaction, l'ouïe et la vue sont des sens de la distance : on peut sentir et entendre « de loin », car les odeurs et les sons se déploient et se répandent dans l'espace ; le toucher est un « sens mixte » : les températures viennent jusqu'à la peau, mais c'est la peau qui doit aller à la rencontre des textures pour les percevoir.
8. L'olfaction, l'ouïe, la vue ou le toucher permettent la réciprocité : je peux être senti comme je peux être vu, entendu ou touché ; mais le goût ne s'exerce, sauf dans les cas extrêmes de passion amoureuse ou de cannibalisme, que sur des objets.

4. La théologie et les cinq sens

Pourquoi la théologie devrait-elle s'intéresser aux cinq sens ? Serait-ce l'effet d'une mode « post-moderne » qui privilégie l'expression des émotions et qui cherche à développer toutes les facultés corporelles ? La réponse mérite quelques nuances.

Rappelons très schématiquement que toute communication se compose d'un contenu et d'une relation. Les artefacts théologiques aussi. La conception que je défends n'introduit pas de révolution dans les contenus. Le christianisme ne m'a pas attendu pour se dire dans des textures, des goûts et des odeurs. Signalons seulement qu'un intérêt plus poussé pour les cinq sens permettrait à la théologie de repérer de nombreux artefacts que, souvent, elle ignore, néglige ou méprise. C'est du côté de la relation que les conséquences sont les plus grandes. Parler « d'artefacts théologiques », ne plus privilégier la parole, mais solliciter tous les sens implique d'avoir renoncé à faire du christianisme un savoir. Les sons, les images,

les saveurs, les parfums ou les textures ne peuvent jamais être «objectivement vrais». Ils font du christianisme ce qu'il est : un « croire », une expression symbolique, contingente, imparfaite de la relation entre les hommes et Dieu, toujours infiniment plus complexe que ce que nous en savons.

Soyons clairs et sachons distinguer les contextes. Je ne prône pas l'abandon de la réflexion. Je n'ai pas non plus l'intention de créer une théologie sensuelle qu'il faudrait seulement goûter ou sentir. En matière de théologie, la «bonne vieille raison cartésienne» a encore de beaux jours devant elle. D'ailleurs, cet article prouve combien j'y suis attaché, au moins pour trois raisons : en premier lieu, mon objectif est de vous convaincre (ordre du savoir) et non pas de vous convertir (ordre du croire) ; en deuxième lieu, c'est la seule manière de faire que j'ai apprise en Faculté ; en troisième lieu, le support proposé — une revue — ne permet pas beaucoup d'originalité. Mais — qui sait ? — si j'étais une théologienne tahitienne, je vous danserais peut-être ce développement !

5. Repérer les artefacts existants

Le christianisme — et même le protestantisme quoiqu'il s'en défende — sollicite toujours d'autres sens que l'ouïe. Ce qui a fait de moi le croyant que je suis, ce sont les prédications que j'ai entendues et les visages que j'ai rencontrés ; le catéchisme patiemment suivi, l'eau de mon baptême et la main qu'un officiant a posée sur ma tête le jour de ma confirmation ; les traités sur la cène que j'ai minutieusement étudiés, le pain, le vin et la noix de coco que j'ai partagés. Car les principes théologiques ne peuvent apparaître qu'au travers d'artefacts produits par une main humaine¹². Comprenons-nous bien ! Dieu n'est présent ni dans l'eau du baptême, ni dans le vin de la cène, ni dans les mains du pasteur. Nous évoluons ici dans le registre d'une communication symbolique et nous le savons. Chaque artefact théologique, dans le meilleur des cas, renvoie à quelque chose d'autre, à une réalité qu'il ne peut contenir et qui le dépasse. Et s'il ne renvoie à rien d'autre qu'à lui-même, il ne remplit pas son rôle.

Exemple : Un Suisse hume, dans la nuit froide de l'hiver, les parfums mêlés du sapin, de la cire chaude et du pain d'épice : stimulus ; il l'associe à la fête de Noël : sensation ; il se souvient avec émotion que, chaque année, il chantait « Voici Noël » à minuit sur le parvis du temple alors que la neige tombait¹³ : sentiment.

Peut-être que le vrai théologien, goguenard, méprisera cet accès — et cet excès — de sentimentalisme. Il aurait triplement tort. D'abord, cette expérience heureuse m'incite à revenir au culte où j'aurai le

¹² Y compris le texte que vous lisez et la revue que vous tenez entre les mains !

¹³ En fait, ça n'a dû se produire que deux fois en 30 ans !

privège d'entendre une prédication sur « l'incarnation de Dieu dans la deuxième personne de la Trinité et ses conséquences pour l'existence croyante ». Ensuite, le souvenir de Noël inclut aussi des savoirs théologiques : connaissance des évangiles de Noël, de la relation que Dieu entretient avec les hommes ; même si ces informations viennent plus de l'ouïe (récits, prédication, etc.) et de la vue (saynètes, crèche, etc.) que du goût, de l'olfaction ou du toucher, m'en souviendrais-je encore si l'ensemble des sensations éprouvées ne m'avait pas mis dans des dispositions favorables ? Enfin, ces fêtes de Noël ont constitué pour moi de véritables expériences chrétiennes, notamment parce qu'on y vivait en famille, autour du sapin illuminé et du repas de fête, un temps de foi, d'espérance et d'amour.

Je n'ignore pas combien ces sensations sont liées à une culture, helvétique en l'occurrence. Je sais aussi que la routine les menace. Le sapin, les bougies, les cadeaux, la dinde truffée, les « 13 desserts », voire la messe de minuit sont-ils aujourd'hui plus que du folklore religieux ? Je n'en suis pas convaincu. Comprendons-nous, je ne regrette pas qu'il le soit, mais je déplorerais qu'il ne soit que ça. Après tout, les artefacts théologiques ne sont pas des marques déposées. Réjouissons-nous de leur succès ! Ils s'usent parce que l'on s'en sert ! Produits dans un cadre de référence donné, ils en sont tributaires. À mesure que le contexte change, leur sens se modifie. Les plus fugaces disparaissent. Beaucoup survivent comme témoignages du passé, accrochés aux cimaises d'un musée, reproduits dans un livre de cuisine ou inscrits au patrimoine national. Certains — les meilleurs — sont repris, corrigés, adaptés, réinvestis d'une nouvelle signification ; c'est à ce prix qu'ils parviennent encore à provoquer de nouvelles expériences croyantes.

6. Produire de nouveaux artefacts

Exemple : un théologien, assis seul dans son bureau, décide un mardi matin à 9 heures 21 que, dorénavant, chaque croyant devra se procurer un œuf rouge pour le dimanche de Pâques et frapper celui de son voisin pour signifier la résurrection ! Quelle chance aurait un artefact produit dans de telles conditions de perdure ? Soyons généreux, l'Esprit soufflant où il veut : une sur un million !

La tradition des œufs de Pâques — commune à tous les chrétiens européens, et diverses selon les confessions et les régions — n'a pas été créée *ex nihilo*. Pour remplir son rôle — « faire de nous les croyants que nous sommes » — un artefact théologique doit se construire sur la base d'éléments existants, populaire, qu'ils soient chrétiens ou non : symboles, comportements, traditions, etc. Ils les adoptent et les adaptent. Avec le temps, ils se modifient, même imperceptiblement ; parfois, ils restent identiques, mais leur signification change. Le sens théologique de certains artefacts classiques mériterait simplement d'être ravivé : ainsi les chocolats de Pâques évoquent merveilleusement, par l'intime

mélange de la douceur du sucre et de l'amertume du cacao, la mort et la résurrection de Jésus ! Mais d'autres, parce que les cadres de références changent, devraient être abandonnés temporairement ou définitivement. Si vous voulez rappeler aux parents d'un nouveau-né que leur bébé est mortel, inutile de leur apporter de la myrrhe. Sauf s'ils sont théologiens ou égyptologues, ils ne sauront pas qu'elles servaient à l'embaumement des cadavres.

Chacun le sait, on ne discute pas plus des odeurs que des goûts et des couleurs ! Le choix des artefacts peut-il ne pas être purement subjectif ? Non seulement nous ne pouvons pas l'éviter, mais il faut même le revendiquer. Simplement, il est nécessaire de réunir plusieurs subjectivités.

Exemple stupide : Un pasteur conduit le raisonnement suivant : « J'aime le Royaume de Dieu, j'aime les pistaches, le Royaume de Dieu aura donc un goût de pistache ». Fièrement, le dimanche suivant, il sert une poignée de pistaches à chacun de ses paroissiens. Manque de chance, une paroissienne fait une crise d'allergie ; elle doit être évacuée en ambulance. Quelle sera, ce jour-là, l'image du Royaume de Dieu ? Et quel paroissien pourra encore souhaiter en faire partie ?

À dire vrai, je ne sais pas comment on peut produire des artefacts susceptibles de provoquer des expériences chrétiennes dans une large communauté. Je ne pense pas qu'il y ait des règles qui garantissent le succès. On aura besoin d'un peu de curiosité, de beaucoup de tâtonnements et de l'aide de l'Esprit... Je vais cependant prendre le risque de terminer ma contribution en proposant une procédure — incomplète, provisoire, j'assume, mieux je revendique tous les bémols — qui devrait faciliter la création de nouveaux artefacts théologiques.

Il convient, d'abord, de réunir une équipe œcuménique, multidisciplinaire aussi diverse que possible : des femmes et des hommes, des jeunes et des vieux, des gens compétents en théologie, en cuisine, en agriculture, en œnologie, en parfumerie, etc. Ensemble, on choisira le principe théologique — éventuellement les principes théologiques — dont l'artefact doit rendre compte, par exemple : la théologie de la croix. On conviendra ensuite du sens à lui donner : croire que Dieu se révèle sous son contraire. On précisera ensuite le public auquel on voudra s'adresser : le public mélangé d'un culte de Pâques.

On choisira l'un des cinq sens : le goût. On conviendra, tous ensemble, des stimuli qu'on pourrait associer au principe théologique : l'aliment sera élaboré par les êtres humains (comme l'est toute théologie) ; parce qu'il faut un effort pour l'assimiler, il sera solide ; pour n'exclure personne, il ne contiendra pas d'alcool ; le contraste entre le sucré, le salé, l'amer et l'acide exprimera le paradoxe. On pourra alors, tous ensemble, choisir le goût qui correspond le mieux aux stimuli retenus : un bonbon acidulé.

Pour évaluer la pertinence de l'artefact, on vérifiera les sensations qui y sont culturellement associées : le

bonbon acidulé évoque l'enfance ; il est « mauvais pour les dents » ; ses couleurs criardes rappellent sa fabrication entièrement artificielle. On essayera de prévoir les sentiments que l'artefact pourra provoquer : chez un enfant enthousiaste à l'idée de mâcher un bonbon, chez un écologiste refusant d'avaler un « produit chimique », chez une vieille dame dont le dentier se décolle ou chez un « homme sérieux ». Dernier temps, mais non le moindre, on appréciera en quoi l'artefact retenu est conforme au principe théologique, ce qui lui manque et ce qu'il a en plus : conforme parce qu'il donne d'abord la « douleur » de l'acidité puis le plaisir du sucré ; manque le caractère définitif de la mort ; ajoute une possibilité humaine de maîtriser le processus, etc. Pour décider si l'artefact est utilisable, on ne jugera pas tant sa conformité avec les interprétations théologiques traditionnelles que son effet, sa capacité à faire des « croyants-chrétiens ».

Enfin, on pourra imaginer la « mise en scène » des artefacts — goût, image, son, odeur et texture — pour qu'ils deviennent effectivement un moyen de communication. On ne réussira probablement pas toujours à faire coïncider les perceptions des cinq sens, des sensations contradictoires peuvent d'ailleurs être riches de significations. Mais dans tous les cas, on veillera à se mettre à la place du récepteur, en tenant compte du contexte de réception, pour prévoir, dans la mesure du possible ce que les « consommateurs de l'artefact » percevront avec leurs cinq sens : stimuli — y compris des « parasites » —, sensations et sentiments.