

Fixée comme telle dans un tableau du Caravage, « l'incrédulité de Saint Thomas »¹ – l'apôtre a voulu voir pour croire – est largement partagée dans notre culture et dans bien d'autres par le monde. De prime abord, un lien évident existe entre les notions convoyées par ces deux verbes. Nous nous fions au témoin oculaire aussi spontanément que nous nous méfions de qui s'en tient au oui-dire². Même s'il est souvent fait état, dans le domaine religieux, d'« expérience » en général – expérience perçue comme globale et diffuse sur le plan sensoriel (« je l'ai senti, je l'ai vécu ») –, une indiscutable primauté semble revenir au sens de la vue pour fonder la croyance. En témoigne, par exemple, l'ample corpus de proverbes et expressions figées rassemblé par le folkloriste Alan Dundes dans son célèbre article "Seeing is believing" (1972).

Mais il semble exister aussi, entre voir et croire, un lien inverse : il arrive en effet qu'un pouvoir de faire croire soit attribué à un manque dans l'ordre de la perception visuelle ordinaire. Ce manque est alors compris comme donnant accès à un mode de « voir non ordinaire » qui peut mener à un « voir au-delà des apparences » doté d'une dimension religieuse.

C'est sur l'exploitation de modes du voir distincts du mode ordinaire que je voudrais ici attirer l'attention, c'est-à-dire sur l'existence de pratiques qui affichent tel ou tel mode de « voir non ordinaire » comme condition d'un « voir au-delà »³. (...)

C'est par une anecdote que je voudrais ici introduire globalement le thème du « voir non ordinaire » dans son rapport avec un « croire ». Au début des années 2000, une auditrice de mon séminaire à l'EPHE participe à un stage de week-end organisé dans le Bois de Vincennes par un chamane français de la rue de Tolbiac. Le samedi soir, il invite la quinzaine de stagiaires présents à faire avec lui un « voyage » au sens donné par Eliade à ce terme phare des néo-chamanismes et leur annonce que, s'ils parviennent à bien le suivre dans le « voyage » qu'il va accomplir devant eux, ils vont voir dans l'obscurité poindre une petite lumière blanche. Un premier stagiaire s'écrie assez vite : « je la vois », puis un autre, puis d'autres encore et finalement tous – sauf elle, l'héroïne de l'histoire, qui

m'avoue alors : « je ne voyais toujours rien, mais je me suis sentie si bête et isolée que j'ai fini par dire que je la voyais, moi aussi, pour faire le stage jusqu'au bout ». L'honneur est sauf, mais la déception l'envahit : elle vient d'avoir la preuve flagrante qu'elle n'a pas la fameuse capacité chamannique de voir au-delà des apparences, qu'elle ne possède pas ce don attendu du chamane typique des sociétés « traditionnelles » qu'elle rêvait de devenir. Un chamane « traditionnel », soit dit en passant, n'aurait jamais prétendu susciter la vision d'une chose concrète, passible d'une vérification empirique immédiate. L'objectif du chamane parisien était d'ailleurs sans doute tout différent : il lui fallait plutôt tester l'aptitude des stagiaires à faire partie du groupe d'adeptes prêts à le suivre aveuglément, en l'occurrence prêts à confirmer une vision qu'ils ne percevaient pas avec leur propre organe de la vue mais dont leur participation au stage les poussait à reconnaître l'existence. Il ne leur donnait rien à voir mais il attendait qu'ils affirment néanmoins voir ce qui n'était pas visible pour s'affirmer croyants. Il ne voulait pas les duper, mais sélectionner parmi eux ceux qui étaient prêts à accepter une sorte de manque à voir comme source d'un certain croire – de ce croire qui conditionne l'appartenance au groupe.

Cette anecdote réunit plusieurs traits qui aident à caractériser les différentes pratiques fondées sur une perception visuelle non ordinaire dans le vaste domaine du religieux. Elle incite d'abord à distinguer entre ces pratiques, selon qu'elles requièrent ou non la présence d'un tiers (être, objet, phénomène) apte à retenir l'attention lors de la consultation.

(...) la plupart de ces spécialistes, chamanes, devins et autres voyants, assurent en général ne donner aux demandeurs de leurs services rien de précis à voir ou percevoir par l'usage ordinaire de leurs sens. Certains assurent ne pas chercher non plus à leur faire partager quelque chose qu'eux-mêmes seraient censés voir. Leur intention première semble être de suspendre chez leurs clients la vision ordinaire pour les amener eux aussi à adopter un autre mode d'appréhension des réalités, sinon sous la forme d'une vision « au-delà des apparences » semblable à la leur, du moins sous la forme d'une réin-

¹ Son aveu d'incrédulité suscite de la part du Christ cette phrase : « Parce que tu m'as vu, tu as cru. Heureux ceux qui n'ont pas vu, et qui ont cru ! » (Jn 20, 24-29).

² Dans l'opposition entre témoin oculaire et témoin qui parle par oui-dire, à la différence d'organe sensoriel s'ajoute l'intervention d'un tiers.

³ La dissimulation des objets sacrés (ainsi que, parfois, des officiants) aux yeux des profanes est répandue dans des formes très diverses de religion. Elle exprime aussi un rapport inverse entre voir et croire, mais relevant d'une logique différente. Il ne pourra en être question ici.

interprétation de ces réalités qui, pensent-ils, leur échappent ou les perturbent.

Aussi ces spécialistes commencent-ils le plus souvent par attirer l'attention de leurs clients sur des objets ou des phénomènes perceptibles dans leur environnement immédiat, en sorte de les inciter à prendre conscience de leur existence. C'est la première étape, indispensable pour créer les conditions d'une appréhension différente.

La plupart des spécialistes utilisent des supports conventionnels au sein de leur culture. Certains dans le monde occidental disent en utiliser de plusieurs types alternativement : depuis les cartes et les cendres jusqu'aux lignes de la main en passant par les miroirs brisés. Cependant le tiers peut aussi être non matériel : il peut en effet s'agir d'une personne absente, d'un rêve, d'un air de musique.

Quelles que soient la manière de procéder et la nature du tiers inséré, l'insertion de ce tiers dans le face à face entre le voyant et son client vise à rendre ce dernier conscient qu'il doit ne pas rester passif et extérieur à la consultation, mais au contraire s'y impliquer pour qu'elle lui soit profitable. Tel est, pourrait-on dire, le rudiment de l'art, telle est la clé initiale de l'intervention, même si elle ne suffit pas, bien sûr, à en garantir le succès.

Pour la plupart des voyants exerçant dans nos sociétés, une consultation n'est utile à un client que si elle l'amène à formuler lui-même les conclusions à en tirer. Et le client finit en effet par le faire sans se rendre compte que ce sont les siennes et qu'elles sont fondées sur les informations qu'il a lui-même livrées, et sans cesser de les attribuer au voyant consulté. C'est là une affirmation courante de la part des voyants et un constat récurrent dans les travaux sur la voyance. C'est sans doute également une condition nécessaire pour que le client en vienne à considérer que la consultation lui est utile. En effet, les conclusions n'en sont pour lui crédibles que si elles sont adaptées à son cas particulier et il a bien fallu qu'il contribue à les produire. Aussi la parole délivrée par le voyant ne saurait-elle être un discours tout fait.

Ce constat est commenté de façon lumineuse par Liliane Kuczynski dans son étude sur les marabouts africains exerçant dans la région parisienne (1995 et 2003).

Le jet de cauris est l'une de leurs pratiques favorites. Le client doit faire un don aux cauris pour qu'ils « parlent » en réponse aux questions du marabout. Aussi sont-ils bien plus importants pour les clients que pour le marabout lui-même : ce sont les cauris qui « disent » ce qu'il en est, dit l'un d'entre

eux, mais « si c'est vrai ou non, c'est au client de le dire » (Kuczynski, 1995 : 491).

En d'autres termes, c'est au client de choisir une interprétation parmi toutes celles que le marabout lui a proposées à partir des configurations formées par les cauris. Le bilan que Liliane Kuczynski tire de son enquête est que les regards, mimiques et interventions du marabout déstabilisent le client, si bien que celui-ci finit toujours par attribuer au marabout les révélations qu'il lui a en réalité faites lui-même en pensant juste lui donner quelques éléments d'information sur sa situation.

En effet, marabouts, devins et autres voyants y insistent, c'est à dessein qu'ils exploitent leurs propres capacités d'expression corporelle. Le succès d'une consultation dépend de ce que chacun des intéressés, le client et le spécialiste consulté, y apporte de personnel. Chacun doit y investir quelque chose de soi pour que s'instaure entre eux une relation d'échange. Celle-ci sera décisive pour le résultat de la consultation : il sera positif si le client finit par y prendre une part active même s'il n'en a pas vraiment conscience, ce qui du même coup dégagera le spécialiste d'une part de sa propre responsabilité.

Roberte Hamayon, « Du “manque à voir” pour (faire) croire en “l'invisible” », Archives de sciences sociales des religions, 187 | 2019, 191-210.

Vous ferez un **résumé** de ce texte de 1 557 mots en 100 mots \pm 10 %.

Marquez les dizaines de mots et indiquez le **décompte** total à la fin de votre copie.

Les formules caractéristiques doivent impérativement être **reformulées**.

Appuyez-vous sur les **liens logiques** du texte, explicites ou implicites, et **faites des paragraphes**.

Prévoyez **une marge** d'au moins 5 ou 6 cm, et **sautez des lignes**.

Il est interdit d'utiliser un stylo-plume ; utilisez un **stylo-bille ou un feutre de couleur bleue ou noire**. Pas de blanc machine, ni d'effaceur.