



LA SOIF DE POSSÉDER ET DE CONSOMMER

Avoir quoi pour être qui ?

Premières réflexions...

- A. Pensez-vous être plus consommateur ou moins consommateur que la moyenne des chrétiens ?**
- B. Comment raisonnez-vous pour décider d'un achat non essentiel ?**
- C. Estimez-vous être influençable par les pubs, par vos proches ?**
- D. Quelle serait la différence entre un consommateur «du monde» et un autre «pas du monde» ?**
- E. Quels sont mes «fournisseurs» pour mes besoins en «produits» psychologiques et spirituels ?**

Plan...



- 1. La société de consommation : définitions**
- 2. Les deux types de consommateurs**
- 3. Les principes**
- 4. Les mécanismes**
- 5. L'impact sur le chrétien**
- 6. Comment chercher un équilibre ?**

NB : éviter le légalisme, comprendre les enjeux et les mécanismes.

1. Définitions

1. Consommer : double origine, double sens

- "faire la somme de" : amener à son accomplissement total, à la perfection
- "consumer" : brûler, détruire, utiliser.

2. Consommation

= acquisition et utilisation de biens et services, généralement dans le but de satisfaire ses besoins ou ses désirs. (Wikipedia)

La consommation est payante ou « gratuite ».

Elle concerne des biens matériels et non-matériels (services juridiques, administratifs...)

Enjeux de survie, confort, statut social

2. Les deux types de consommateurs

1. «Est-ce que je consomme ceci ou pas ?»

- Ève dans le jardin d'Eden : le fruit de l'arbre interdit ?
- Jésus dans le désert : des pierres transformées en pain ?

2. Conséquences des deux choix

- pour Ève : la chute, la mort transmise à ses descendants, la souffrance, la dégradation des relations entre Dieu et l'homme, entre les humains ;
- pour le Seigneur : il est rempli de la puissance de l'Esprit (Luc 4.14), il apporte la vie éternelle et la réconciliation.

3. Les conditions des deux tentations

- le même interlocuteur : le diable ;
- la même ruse : il suscite la convoitise ou fait appel à un besoin ;
- la même méthode : il pousse au péché par une consommation inappropriée ;
- le même but : séparer l'homme de Dieu, le faire échouer dans sa mission.

2. Les principes de la consommation

4. Les principes officiels

La société de consommation est un système de pensées, de valeurs, de fonctionnements.

La priorité est d'accélérer le cycle consommation-production pour :

- augmenter la richesse (vision capitaliste) ;
- augmenter l'emploi (vision économique) ;
- élever le niveau et la qualité de la vie (vision sociale) ;
- atteindre le bonheur en satisfaisant tous les besoins et envies (vision philosophique).

Il faut **toujours plus** de croissance, de salaires, de bénéfices, de biens et services...

C'est une compétition entre nations, entre corporations, entre individus
→ égoïsme à tous les niveaux !

Pour la plupart, nous sommes "tombés dedans quand nous étions petits" !
Pour la plupart, nous en profitons dans une assez large mesure...

2. Les principes de la consommation

5. Les principes de fond

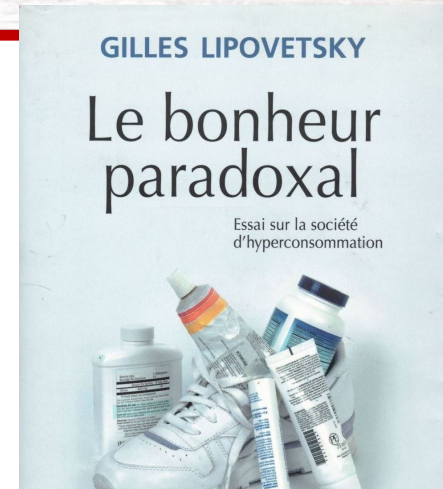
La recherche du **profit maximal** (réalité ou suspicions Big Pharma etc...) de la **réussite**, performance.

Marchés de plus en plus mondialisés, concurrence déséquilibrée, fragilité, spéculation, ...

Mammon est une vraie puissance spirituelle, une idole cruelle, qui provoque des guerres → destruction, mort.

L'humanisme parfois affiché cache esclavagisme, précarité et misère.

La recherche de gain va de pair avec la **recherche du pouvoir**.



Le bonheur paradoxal

Essai sur la société d'hyperconsommation

Sous-tendu par la nouvelle religion de l'amélioration continue des conditions de vie, le mieux-vivre est devenu une passion de masse, le but suprême des sociétés démocratiques, un idéal exalté à tous les coins de rue. Nous sommes entrés dans une nouvelle phase du capitalisme : la société d'hyperconsommation.

Un *Homo consumericus* de troisième type voit le jour, une espèce de turbo-consommateur décalé, mobile, flexible, largement affranchi des anciennes cultures de classe, imprévisible dans ses goûts et ses achats, à l'affût d'expériences émotionnelles et de mieux-être, de qualité de vie et de santé, de marques et d'authenticité, d'immédiateté et de communication. La consommation intimisée a pris la relève de la consommation honorifique dans un système où l'acheteur est de plus en plus informé et infidèle, réflexif et « esthétique ». L'esprit de consommation a réussi à s'infiltrer jusque dans le rapport à la famille et à la religion, à la politique et au syndicalisme, à la culture et au temps disponible. Tout se passe comme si, dorénavant, la consommation fonctionnait tel un empire sans temps mort dont les contours sont infinis.

Mais ces plaisirs privés débouchent sur un bonheur blessé : jamais, montre Gilles Lipovetsky, l'individu contemporain n'a atteint un tel degré de déréliction.

3. Les mécanismes qui imprègnent

1. Le marketing

- "l'ensemble des moyens dont dispose une organisation pour promouvoir, dans les publics auxquels elle s'intéresse, des comportements favorables à la réalisation de ses propres objectifs" (Mercator ; Lendrevie et Lindon, Dalloz; 5^e édition 1997)
- le but : identifier ou créer des besoins et désirs, vendre un package produit-image-identité, fidéliser des consommateurs, capter un marché.
- Satan a utilisé la variante "marketing viral" : convaincre un consommateur et l'utiliser pour relayer le message ou le comportement à un autre

2. La publicité

- "La publicité est une forme de communication, dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée (consommateur, utilisateur, usager, électeur, etc.) pour l'inciter à adopter un comportement souhaité (Wikipedia).
- pub télé : "vendre du temps de cerveau disponible" (selon un PDG TV).
- les jeunes : cibles privilégiées (à la fois consommateurs, "prescripteurs" orientant les décisions des parents, futurs consommateurs).

3. Les mécanismes qui imprègnent

3. La mode

- "suivre la mode, c'est montrer qu'on reste à jour, moderne, aisé ; avoir du style, c'est suivre la mode tout en s'en détachant par quelques touches personnelles" ;
- les fournisseurs changent la mode pour que les consommateurs renouvellent leurs achats.

4. Les media

- Ils valorisent la consommation, affirment le droit de faire et de posséder ce qu'on veut, donnent des modèles (les "people", "celebrities").
- "Si l'homme et la femme sont heureux, ils ne consomment pas. C'est la frustration qui est la base du désir de consommation. Aussi faut-il leur offrir d'inaccessibles modèles de beauté et de richesse, afin que la frustration les mène sur le chemin des achats."

Michel Piquemal - Le Prophète du libéralisme – 2005

- La presse ado-junior est très développée !

3. Les mécanismes qui imprègnent

3. L'humanisme de l'école

- *"Tu as le droit de satisfaire tous tes désirs", "tu es ta seule référence, tu peux changer de genre". Pas de tabous, pas d'absolus, pas de limites....*

4. La famille, l'église

- Danger : la valorisation excessive des longues études et des postes prestigieux incite les jeunes à atteindre de "bonnes situations".... qui génèrent un fort pouvoir de consommation... Qui sera un modèle à atteindre pour d'autres.
- Cette valorisation n'est pas forcément exprimée verbalement mais souvent par une attitude de respect particulier envers ceux qui ont plus de moyens pour consommer (Jacques 2.1-4) ; elle est cependant perçue clairement par les jeunes !

4. L'impact sur le chrétien

1. Sur la personne

- "égocentrisme, insatisfaction permanente, immaturité, dépendance sinon esclavage : un besoin artificiel qui n'est plus satisfait génère une frustration.
- Cette attitude individuelle se répercute sur la vie collective.

2. Sur la famille

- Ambiance de recherche et valorisation de confort/épanouissement ;
- divorces ("tu ne me fournis pas/plus les produits et services que je souhaite ; je change donc de fournisseur") ;
- familles recomposées, société en déstructuration.

3. Sur le monde

- inégalités croissantes (vie facile pour les uns, misérable pour d'autres), dégradation de la création, violence ;
- "la société de consommation a privilégié l'avoir au détriment de l'être" (J.Delors).

4. L'impact sur le chrétien

4. Sur l'église

Le consumérisme tend à établir le modèle suivant :

- Dieu est présenté comme un "produit-service" répondant à nos désirs et non comme le Dieu souverain ; Dieu est décrit et perçu comme étant à la ressemblance de la créature !
- le chrétien devient un consommateur de services ; il choisit l'église comme il choisit un magasin, selon la qualité perçue des prestations et services.
- l'église devient un fournisseur à la conquête de «part de marché», de consommateurs dans un marché concurrentiel, cherche à les séduire (ambiance, musique, sièges, services, messages...)

5. Bilan

- la société de consommation excite la convoitise, suggère des objectifs qui sont les objectifs du monde. Poursuivre ces objectifs procure une satisfaction souvent illusoire et absorbe nos ressources et notre énergie.
- Satan est le Prince de ce monde. Il opprime.

5. Comment chercher un équilibre ?

1. Réfléchir, prendre conscience, se rappeler....

- se rappeler les limites du monde

Que tous ceux qui sont engagés dans les affaires de ce monde en vivent détachés et que ceux qui jouissent de ses biens apprennent à s'en passer. Car la figure de ce monde passe et le présent ordre des choses s'achemine vers son déclin. (1 Co. 7.30-31; PVV)

- se rappeler qu'un bilan sera fait par le Seigneur

Quel est l'ouvrage de chacun, le feu l'éprouvera. Si l'ouvrage de quelqu'un qu'il aura édifié dessus demeure, il recevra une récompense ; si l'ouvrage de quelqu'un vient à être consumé. (1 Co 3:13-15)

- suivre le modèle parfait

...fixant les yeux sur Jésus, le chef et le consommateur de la foi, lequel, à cause de la joie qui était devant lui, a enduré la croix, ayant méprisé la honte, et est assis à la droite du trône de Dieu. (Héb 12.2)

"mépriser" = tenir (volontairement) pour rien ; l'opposé de "aimer", "s'attacher à" (Matt. 6.24)

5. Comment chercher un équilibre ?

2. Réagir.

- Sobriété et modération

être sobre, c'est respecter une mesure de consommation qui n'affecte pas notre lucidité, notre conscience, notre sensibilité spirituelle.

...nous enseignant que, reniant l'impiété et les convoitises mondaines, nous vivions dans le présent siècle sobrement, et justement, et pieusement. (Tite 2.12)

La fin de toutes choses s'est approchée ; soyez donc sobres et veillez pour prier (1 Pi 4.7)

Soyez sobres, veillez, votre adversaire, le diable, comme un lion rugissant, rôde autour de vous, cherchant qui il pourra dévorer. (1Pi 5.8; 4.7; 1.13; 1Thes 5.6, 5.8 ; 1Ti 3.2, 3.11; 2Ti 4.5; Tite 2.2,6)

- La maîtrise de soi

il s'agit de la capacité à respecter les limites qu'on s'est fixées ; c'est un fruit de l'Esprit (Gal 5.23) qui se développe avec la maturité (2 Pi 1.5-6) ;

- Le jeûne

le jeûne est une attitude "d'anti-consommation" ; (nourriture, jeux, média, contacts, culture)

- Faire des choix justes aux moments décisifs; exemple de Moïse :

(Moïse) choisissant plutôt d'être dans l'affliction avec le peuple de Dieu, que de jouir pour un temps des délices du péché (Hébreux 11.25)

5. Comment chercher un équilibre ?

3. Refuser le légalisme

Pourquoi, comme si vous étiez encore en vie dans le monde, établissez-vous des ordonnances, – ne prends pas, ne goûte pas, ne touche pas ! (Col. 2.20-21)

- accepter la grâce de Dieu

Dieu qui donne toutes choses richement pour en jouir. (1 Tim. 6.17)

- ne pas aimer le monde

N'aimez pas le monde, ni les choses qui sont dans le monde, si quelqu'un aime le monde, l'amour du Père n'est pas en lui ; parce que tout ce qui est dans le monde, la convoitise de la chair, et la convoitise des yeux, et l'orgueil de la vie, n'est pas du Père, mais est du monde; et le monde s'en va et sa convoitise, mais celui qui fait la volonté de Dieu demeure éternellement. (1 Jean 2.15-16)

Le monde pour moi : ce n'est pas une liste d'objets, c'est ce que ma chair et mes yeux convoitent quand je ne l'ai pas, ce qui flatte mon orgueil quand je le possède.

5. Comment chercher un équilibre ?

4. Respect de la liberté responsable

Christ nous a placés dans la liberté en nous affranchissant ; tenez–vous donc fermes, et ne soyez pas de nouveau retenus sous un joug de servitude. (Gal. 5.1)

- savoir renoncer à ma liberté de consommer pour le bien de mon frère.

Si en mangeant ce que ton frère estime impur, tu blesses ses sentiments, ce n'est plus l'amour qui t'inspire. (...) Pour un vulgaire aliment, ne va pas causer le déclin spirituel ou même la perte de ton frère, car le Christ est aussi mort pour lui. (Ro 14.15, PVV)

5. Vivre le renouvellement de l'intelligence

- trouver mon identité et ma valeur en Dieu

Il nous a sauvés en nous faisant passer par le bain purificateur de la nouvelle naissance, c'est–à–dire en nous renouvelant par le Saint– Esprit. (...) Du même coup, nous sommes devenus ses héritiers, promis à une vie qui ne finira jamais. Oui, telle est notre espérance ! (Tite 3.3-7, PVV)

- trouver ma sécurité et ma joie en Dieu

Dieu est notre refuge et notre force, un secours dans les détresses, toujours facile à trouver. (Ps. 46.1) - Tu me feras connaître le chemin de la vie ; ta face est un rassasiement de joie, il y a des plaisirs à ta droite pour toujours. (Ps. 16.11)

Conclusion

- Les hommes de Gédéon

L'Éternel dit alors à Gédéon: « C'est par les 300 hommes qui ont lapé l'eau que je vous sauverai et que je livrerai Madian entre tes mains. Que tout le reste du peuple reparte, chacun chez soi. » (Juges 7.7)

Même soif, même contexte ; durée et quantité sans importance.

En majorité, les hommes se sont laissés déconcentrer par leur consommation : ils ont perdu leur qualification. D'autres ont consommé tout en restant vigilants, opérationnels, conscients de leur mission et de la situation de guerre : ils ont gagné l'approbation de Dieu et l'honneur de le servir !

- L'exemple de Paul

Je fais une chose, oubliant les choses qui sont derrière et tendant avec effort vers celles qui sont devant, je cours droit au but pour le prix de l'appel céleste de Dieu dans le Christ Jésus. (Phil 3.13-14).

Ne savez-vous pas que ceux qui courent dans la lice courent tous, mais un seul reçoit le prix ? Courez de telle manière que vous le remportiez. (1 Cor 9.24)

regarder en arrière tous les faux pas empreints dans la poussière ?
ou regarder en avant vers les bons objectifs ?

Conclusion

Le dernier jour, le grand jour de la fête, Jésus, se tenant debout, s'écria :

Si quelqu'un a soif, qu'il vienne à moi, et qu'il boive (Jean 7.37)

Celui qui boira de l'eau que je lui donnerai n'aura jamais soif, et l'eau que je lui donnerai deviendra en lui une source d'eau qui jaillira jusque dans la vie éternelle (Jean 4.14) .