

**Culte du 6 août 2023 – Prédication – Marie-Pierre Van den Bossche**  
**Daniel 7 : 9-14 et Matthieu 17 : 1-9**

Et maintenant, une petite page de publicité !

Pub Kryz « Avant j'étais moche... »

Beaucoup d'entre nous connaissent ces différentes campagnes de pub d'une célèbre marque de lunettes pour manifester qu'il y a un avant et un après. « Avant j'étais moche... avant j'avais un grand nez... avant je faisais se poiler tout le monde »... etc Mais, finalement, à bien y regarder, la publicité cherche toujours à nous vendre une transformation. Dans toute publicité, il y a une promesse, un avant et un après, qui nous fait passer par exemple :

de la médiocrité au succès

de la banalité à l'exception

de la saleté à la dépression

de la dépression au bonheur

de l'angoisse à la sécurité

de la pauvreté à la richesse

de la laideur à la beauté

de la pitié à l'envie

Bref, la publicité utilise notre besoin de magie, de merveilleux, d'objets, de recettes, de produits ou de personnes providentiels, pour atteindre notre but sans effort, sans attendre, sans souffrance et sans risque, pour un moindre coût. Ce but, être reconnu, être populaire, avoir du pouvoir, le sentiment de sa supériorité.

On sait bien qu'il ne suffit pas de porter une paire de lunettes de telle ou telle marque pour ne plus se sentir laid et pourtant, notre besoin d'être rassuré, notre convoitise sont tels que nous finissons par nous laisser convaincre.

Or les publicitaires, eux non plus ne sont pas idiots. Ils ont bien constaté qu'il ne suffit plus de mettre une jolie femme en maillot de bain sur la carlingue d'une voiture pour la faire acheter... quoique...

Avec l'objet, la machine, le produit ou le service, est-ce qu'on n'achète pas aussi de l'amour ? De la joie ? De l'harmonie familiale ? Les produits doivent aujourd'hui promettre d'être élaborés de façon éthique, produits de manière bio ou localement, ou les deux, être fabriqués à base de déchets, durables... Ils témoignent d'une spiritualité, d'une solidarité, d'une liberté...

Ainsi, lorsque le consommateur cède à l'attrait d'une publicité a-t-il non seulement satisfait sa convoitise, mais aussi son ego, avec le sentiment d'avoir réalisé une bonne action.

Durant mes vacances, j'ai passé un séjour d'une semaine à 2000m d'altitude, dans les Alpes de Hautes Provence, invitée par une bergère à séjourner dans une des cabanes de l'estive. J'y ai retrouvé une vie très simple et rudimentaire, parfois même précaire,

notamment en alimentation en eau. J'avais besoin de retrouver le sens du réel et d'un essentiel terre à terre, face à la montagne et face au ciel. Cela m'a fortement touchée.

Et en même temps, cette semaine hors du monde est aussi très à la mode. Elle est devenue un exotisme, une aventure convoitée par beaucoup de citadins bobos. Même le retour aux sources peut être un objet marketing valorisant à raconter sur WhatsApp, avec de belles images que les amis vont envier.

D'ailleurs, les religions ne sont-elles pas devenues elles-aussi, des objets marketing ? Et pas seulement les mega-church qui prêchent une théologie de la prospérité...

Que vendons-nous ?

Du magique ?

Du merveilleux ?

De la guérison ?

De la bénédiction ?

Du bien-être ?

Une communauté fraternelle ?

Un cocon protecteur ?

Une assurance de vie éternelle ?

OU même une identité ?

De même qu'il y eut une compétition entre lessives pour convaincre que celle-ci lavait plus blanc que celles-là, certaines Églises en viennent presque à dire que leur baptême lave plus blanc que celui de la voisine.

On découvre en fait qu'il y a un marché du spirituel ou du religieux avec un certain nombre de mouvements issus des grandes religions, inspirés du taoïsme, du bouddhisme, du chamanisme, de la sorcellerie ou que sais-je, pour promettre une véritable transformation interne, nous inviter à redevenir qui nous sommes, à naître de nouveau, grâce à des rituels, des transes, des méditations, ou hypnoses, des jeûnes et des marches dans le désert...

Alors, frères et sœurs, venons en tout de même à ce texte. Quelle transformation a donc subi Jésus sur cette haute montagne où il a emmené les trois apôtres les plus proches de lui, ceux qui, plus tard, se disputeront le gouvernement de l'Église naissante ? Que s'est-il passé pour que « son visage se mette à briller comme le soleil et ses vêtements deviennent blancs comme la lumière » sous les yeux de ses disciples ? Jésus ne vient pourtant pas d'être baptisé, comme au début de son ministère. Pourtant, c'est la même parole qui, encore une fois, sera prononcée par une voix venue du ciel : « Celui-ci est mon fils bien-aimé, en qui je mets toute ma joie. » Jésus n'a pas pratiqué un quelconque rituel, une méditation ou autre. Il s'est juste contenté d'emmener ses apôtres à l'écart, sur une haute montagne, là où traditionnellement les prophètes s'approchent de Dieu.

Je fais le pari, que ce n'est pas la personne de Jésus qui s'est transformée en un instant, mais le regard des trois apôtres sur Jésus. Un peu comme moi, regardant la vie, en m'élevant dans les alpages. C'est comme si les apôtres avaient chaussé une

paire de lunettes qui change le regard. Non pas une paire de lunettes virtuelles qui nous emmène dans une autre réalité. Au contraire, des lunettes qui la révèlent en Vérité, dans toutes ces dimensions spirituelles : une réalité augmentée. Cette paire de lunettes, c'est l'Esprit-Saint. Celle avec laquelle les croyants lisent le texte biblique. Alors que dans les versets précédents, dans tout le chapitre, Jésus avait annoncé en long, en large et en travers, qu'il lui faudrait souffrir et mourir avant de ressusciter au troisième jour, une réalité contre laquelle, souvenez-vous, Pierre s'était rebellé, ici, sur la montagne, leurs yeux s'ouvrent sur la Vérité, Jésus, comme Celui qui, en mourant sur la croix, accomplit la loi donnée à Moïse, Jésus, le Messie, annoncé par les prophètes, comme Élie. Il n'y a pas d'autre Vérité que celle-là.

Croire au Christ, ce n'est pas penser que cela va nous permettre d'échapper à notre condition humaine, nous éviter de faillir, de faiblir, de passer par des épreuves, de souffrir et de mourir.

Croire au Christ, ne permet pas de passer  
de la médiocrité au succès  
de la banalité à l'exception  
de la saleté à la dépression  
de la dépression au bonheur  
de l'angoisse à la sécurité  
de la pauvreté à la richesse  
de la laideur à la beauté  
de la pitié à l'envie

Non, car c'est dans la faiblesse que notre Dieu met sa puissance,  
c'est dans notre indignité, qu'il nous donne sa grâce,  
c'est dans la croix que Christ ressuscite, non pas parce que son geste fut  
particulièrement héroïque et grandiose, mais parce qu'il a aimé, aimé au-delà de tout.  
C'est donc l'Amour en vérité que voient les disciples,  
Avant ils étaient aveugles, maintenant ils voient... avec les lunettes de l'Esprit-Saint  
qui leur donne de voir une réalité augmentée.  
mais Christ leur demande de ne pas faire de lui, un objet marketing...  
Aimer, en Vérité, par la puissance de l'Esprit, voilà ce qui transforme nos vies,

Amen