



« Le »

Excellent article !!!

Soyons clair, net, précis et surtout court : **LE** est un excellent article ! Que serait sans lui la pratique de la langue française ? la confusion, les quiproquos constants, nous feraient rapidement sombrer dans le chaos. L'article défini existe d'ailleurs dans les langues bibliques, l'hébreu en possède un comme le grec, tandis qu'il n'a pas d'indéfini.

C'est ce que n'ont pas compris ceux qui s'étonnent de voir sur les blogs une multiplication exponentielle des

EXCELLENTS ARTICLES !!!

Si l'adjectif *excellent* signifie supérieur, comment peut-il y en avoir autant, supérieur à quoi, s'ils le sont tous ?

En fait c'est tout simple. Au début de l'internet les articles de blog faisaient disons 3 pages. C'était déjà une amélio-

ration considérable par rapport aux articles de revues théologiques imprimées de nos aïeux, qui en faisaient couramment 30. Avec le temps la longueur moyenne d'un article se réduisit à la valeur d'une page de livre, en gros 500 mots. Mais qui arrêtera le progrès : réflexion faite, on comprit qu'un seul paragraphe de 50 mots pouvait tout aussi bien s'appeler un article. Et même un fort bel article, une fois passé en police 16 et en double interligne.

Or la longueur ne peut être en soi un critère d'excellence. Revenant à **LE**, l'archétype de l'article excellent, on s'aperçoit qu'il ne dit **RIEN** à lui tout seul ; rien surtout qui puisse être contredit par le public auquel on le destine.

Et voilà la solution du paradoxe de la multiplication prodigieuse des excellents articles sur internet : courts et purs, de la pureté du vide. Est-il besoin de préciser que ces mêmes deux principes peuvent s'appliquer à d'excellents sermons ? Excellent post ! répondez-vous. Mais non ! Sinon creux, il est bien trop long 😊.



Lorsqu'on compare les articles qui paraissaient dans des revues évangéliques d'il y a un siècle, les réponses et les critiques qu'ils suscitaient dans les numéros suivants, avec les articles de nos blogs actuels, on mesure la surprenante différence tant quantitative que qualitative qui les sépare, et la perte générale d'esprit critique qui caractérise les réseaux

sociaux. EXCELLENT ARTICLE !!! dans un commentaire internet, ne veut généralement pas dire autre chose que « je suis avec vous, je suis dans votre camp, » c'est un *like*, un *petit cœur rouge* donné sans avoir même eu besoin de lire texte, c'est un des effets pervers de la recherche de popularité.

