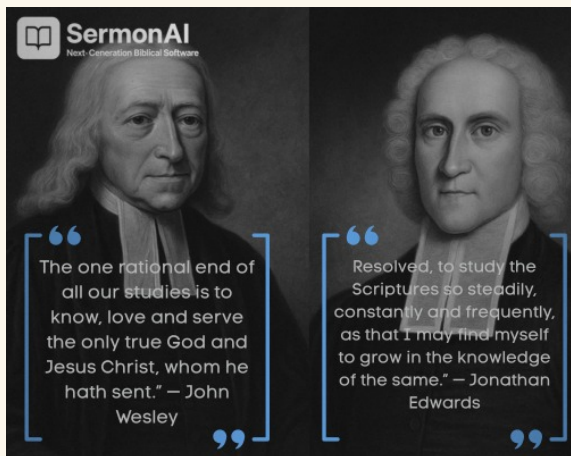




La crétinisation de l'internet évangélique ne peut pas être sommairement rejetée sur la technologie en soi, sur l'Intelligence Artificielle en particulier. Après tout, ceux qui l'utilisent pour vendre, font preuve d'une certaine sagesse puisque ça marche ! Le Seigneur lui-même savait reconnaître les diverses formes d'intelligence, sans pour autant les approuver : « Car les enfants de ce siècle sont plus prudents à l'égard de leurs semblables que ne le sont les enfants de lumière. » [Luc.16.8](#)

Un simple coup d'œil à la publicité de SERMONAI, cette startup qui propose aux pasteurs de les "aider" à rédiger leurs messages hebdomadaires, prouve que son CEO, ou son COO, ou autre grand capitaine, a parfaitement compris la psychologie des pasteurs posteurs en quête de réputation médiatique :

1) Gravures en noir et blanc de deux people du dix-huitième siècle, que le destinataire-cible reconnaît immédiatement, car il possède une grande culture iconographique acquise sur FB : il est ainsi devenu capable d'identifier pas moins de 32 portraits complètement différents de Calvin, et 57 de Spurgeon, lesquels dérouteraient la plus performante des reconnaissances faciales chinoises.

2) Punchlines en anglais, car le *wannabe* théologien se doit de faire savoir à son auditoire moyen benêt, que non seulement il lit l'américain, mais qu'il comprend toutes les *jokes* en ligne, et que même quelques fois, sublime métamorphose, il rêve en anglais !

3) Astucieuse conjonction de deux big J : Jonathan EDWARDS, « cet effrayant génie » théologique, même si le pasteur-cible serait incapable de dire pourquoi, et ne sait pas que ce qualificatif parle en fait de Blaise Pascal ; et John WESLEY ! car sait-on jamais qui va s'abonner secrètement à SermonAI... et puis selon les études de marché, le vent, qui souffle où il veut en Amérique comme ailleurs, prévient les publishers qu'il est opportun d'élargir un peu leur catalogue.

Certes l'IA est un puissant outil de crétinisation entre les mains des publishers. Voici quelques échantillons authentiques de son style dans les descriptions de leurs produits, rédigées 100% IA, que vous pourrez retrouver dans Google, pour ceux qui en douteraient :

« Dietrich Bonhoeffer demeure l'une des figures les plus emblématiques du christianisme... cette somme théologique explore

les doctrines essentielles de la foi réformée avec une rigueur intellectuelle remarquable... l'auteur y démontre avec une clarté remarquable et une profondeur théologique exceptionnelle comment le Christ est présent... son art oratoire se caractérise par une combinaison unique d'érudition biblique, d'éloquence naturelle et de passion évangélique... docteur en théologie, pasteur et professeur de renom, il a marqué plusieurs générations de croyants par ses travaux rigoureux sur les Écritures et son approche accessible de l'enseignement biblique... cette entreprise colossale, fruit de la collaboration de plus d'une centaine de professeurs et pasteurs protestants, s'inscrit dans la tradition des grandes encyclopédies bibliques... figure majeure de la théologie protestante francophone, ce pasteur réformé français a marqué l'histoire du protestantisme par sa traduction monumentale de la Bible en français... sa maîtrise exceptionnelle de l'hébreu lui permit de se plonger dans les textes bibliques originaux avec une rigueur scientifique remarquable... Théologien de formation rigoureuse, il s'est distingué par sa capacité unique à rendre accessible la complexité des concepts théologiques, son approche méthodique et claire a fait de lui une référence incontournable pour les étudiants en théologie et les chercheurs bibliques de son temps... ce mystique audacieux a osé revendiquer une liberté spirituelle inouïe pour son époque et dont les enseignements sur la prière contemplative et l'union à Dieu continuent d'inspirer les chercheurs de vérité intérieure...»

Mais de qui parle-t-il? de Bonhoeffer?! Non, bien sûr, vous voyez bien que tout cela n'est que du *pipeautron* amélioré, quel que soit l'auteur c'est toujours les même "tokens" qui reviennent : "figure emblématique", "profondeur remarquable", "rigueur scientifique", "référence incontournable" etc. etc. quant à tout ce qui est factuel ou intéressant dans les descriptions, cela a été volé ailleurs.

C.S. Lewis dans *L'autobus du paradis* (The great di-

vorcé) fait cette réflexion :

« — Tu crois ? répliqua mon instructeur en me lançant un regard perçant. Cette histoire te concerne plus que tu ne le penses. Il y a eu avant nous des hommes qui ont mis tant de zèle à prouver l'existence de Dieu qu'ils en sont venus à ne plus se soucier de Dieu lui-même, comme si celui-ci n'avait rien d'autre à faire que d'exister ! D'autres se sont employés si totalement à propager le christianisme qu'ils n'ont plus eu une seule pensée pour le Christ.

Bon sang ! On voit aussi cela dans d'autres domaines. N'as-tu jamais entendu parler d'un amateur de livres si préoccupé de premières éditions et de dédicaces qu'il en aurait perdu la capacité de lire aucun livre ? Ou d'un organisateur d'œuvres de charité qui aurait perdu tout sentiment de charité ? Nous avons là le plus surnois de tous les pièges. »

C'est aussi souvent le problème des publishers, qu'ils se prétendent réformés ou simples commerçants, ils n'ont pas lu, et encore moins compris ce qu'ils vendent ; si leurs clients se crétinisent il n'en faut pas rendre responsable la technologie.

