

## La pratique de la compilation de références dans les repost de Usenet le cas de alt.best.of.internet (ABOI) - cas d'études n°3

La hiérarchie *Usenet* est connue pour la prolifération de ses groupes d'une part, et les difficultés à maintenir un ratio bruit/information équilibré d'autre part. C'est le premier espace commun en ligne où la quantité d'échanges est telle que l'on parle pour la première fois de surcharge informationnelle à propos d'un réseau. Ainsi, les premières prédictions sur la « fin de l'Internet », plus ou moins sérieuses, se multiplient dans les *newsgroups* dès la fin des années 1980.<sup>250</sup> Parmi les solutions apportées à cette « crise » informationnelle, des pratiques d'utilisateurs apparaissent, dont celles des groupes de « *repost* » qui sont dédiés au tri, à la sélection et à la republication des « meilleurs » messages circulant sur Usenet.<sup>251</sup> L'écriture sur Usenet ne sert pas seulement à la création de contenus originaux, mais permet aussi de réorganiser des données extrêmement diffuses, dispersées aux quatre coins de l'Internet.

Usenet devient le plus grand espace d'échange d'information de type réseau informatique à la fin des années 1980. La complexité de cet échange est de plusieurs ordres. L'accès aux contenus est déterminé par des logiciels clients dont les technologies de traitement de l'information varient, par des serveurs qui filtrent les contenus de façon discrète, mais aussi par des connexions pourvues par différents services de fournisseurs, à des débits relativement faibles. Les modalités d'organisation des groupes relève d'une hiérarchie en arbre proliférant autour de la « *backbone* » définissant les catégories principales (« The Big

---

<sup>250</sup> Comme on l'a vu plus haut, les premières inquiétudes sur la capacité du réseau à gérer le volume de trafic apparaissent même au début de la décennie, comme en témoigne l'intervention de Brad Templeton dans la discussion sur les « Top News Submitters » (cf. 3.3.1.1.). Ces inquiétudes, devenues une topique du folklore Internet, se sont vues traduites dans le contexte du Web de différentes manières, parmi lesquelles l'idée que l'on pourrait « débrancher l'Internet » depuis un seul ou plusieurs points, ou encore les pages Web qui se présentent comme les « dernières de l'Internet », celles après lesquelles il n'y a plus rien, des « *réponses folkloriques au dispositif de choix infini* » que met en jeu l'Internet (McNeill, in Blank, 2009).

<sup>251</sup> Les groupes dédiés aux collections de signatures créatives et d'art ASCII comme alt.fan.warlord ou alt.ascii-art (étudiés en 3.2.) sont des groupes du même type, mais au lieu de republier les messages en entiers, ils ne sélectionnent que les extraits intéressants pour leur collection.

8 », cf. 3.1.2.1). Chaque création de groupe doit faire l'objet d'une demande formelle aux administrateurs de la branche, et est soumise à un vote.

Des groupes se spécialisent dans le *repost*, c'est-à-dire la republication d'informations déjà publiées ailleurs. Ils font la revue des nouvelles « intéressantes » de Usenet, le critère d'intérêt des nouvelles en question étant soit inscrit explicitement dans la mission du groupe, soit laissé implicitement à la discrétion des utilisateurs. Je m'intéresserai, au moyen d'un petit cas d'études sur l'un de ces groupes de *repost*, à des pratiques inventées par les usagers de Usenet pour filtrer l'information que l'on peut qualifier de vernaculaires, c'est-à-dire propres au langage et à la culture de réseau. Je pose ainsi la question de la valeur de ces pratiques dans un contexte où elles prolifèrent hors des cadres de la médiation légitime.

On se demandera dans cette sous-partie finale en quoi cette « solution » de filtrage est une tentative de développement d'une médiation de réseau par le réseau, ainsi que les obstacles que cela pose dans le folklore vivant du vernaculaire Usenet.

### **3.4.1. ABOI : un dispositif de remédiation auto-légitimé de la culture Usenet**

Je me suis penchée sur le cas du groupe de *repost* appelé *alt.best.of.internet*, surnommé ABOI par ses habitués. Ensemble de processus socio-techniques, les méthodes de filtrage dépendent des règles du groupe consignées dans sa FAQ. Ainsi, ABOI favorise des critères de représentativité plus que de qualité :

Il y a plus de 10 000 groupes et encore davantage de listes de diffusion et de pages Web, et même si on le voulait, on ne pourrait pas tout lire. En revanche, on peut suivre ABOI et connaître la résolution dramatique des « flame wars », les erreurs désolantes des néophytes [*newbieisms*], les propos plein d'esprit et d'autres articles qu'une audience plus large pourrait trouver intéressants.<sup>252</sup>

---

<sup>252</sup> « *There are over 10,000 groups out there, and many more mailing lists and web pages and even if you wanted to, you couldn't read every one. Instead, you can read ABOI, and read about the violent end of flame wars, newbieisms too clueless for words, witty responses and other articles that a wider audience might find interesting* », James Anatidae, « *alt.best.of.Internet Frequently Asked Questions* », version publiée sur le groupe le 20/09/2003 [[http://groups.google.com/group/alt.best.of.Internet/browse\\_frm/thread/1f2940483596bff4/a2850bc3b4b61f2f?](http://groups.google.com/group/alt.best.of.Internet/browse_frm/thread/1f2940483596bff4/a2850bc3b4b61f2f?)].

ABOI se veut un modèle réduit de Usenet dont il résume les contradictions par la traduction des échanges fugaces de la conversation en ligne en « articles » d'une collection maintenue par des amateurs de folklore Internet. Le « meilleur du Net », c'est Usenet mis en abîme dans un groupe qui lui est dédié. On notera dès maintenant comment Usenet constitue le monde du réseau dans son ensemble, devenant par synecdoque pour beaucoup des utilisateurs de l'époque l'Internet tout entier, de la même manière que le Web aujourd'hui. Mais cette mise en abîme s'accompagne d'un regard réflexif (comme tout procédé d'auto-référence) qui contribue lui-même à créer la culture Internet dans une série d'actes nominaux : sont désignés, caractérisés, qualifiés et nommés des référents discursifs compris comme appartenant en propre aux communautés qui les ont formulés, c'est-à-dire les motifs et topiques de discussion qui sont nées avec ce même usage des réseaux. Ainsi des « *flame wars* » et des « *newbieisms* » (une discussion particulièrement « enflammée » sur un sujet polémique ; un nouveau venu néophyte, naïf et ignorant des usages du réseau), devenus des lieux communs de la culture Internet que l'on retrouve aujourd'hui quasiment intouchés dans la vie quotidienne du Web.

Les ressources republiées par le groupe ne sont pas marquées à priori du sceau d'une quelconque autorité ; elles sont essentiellement le produit d'auteurs anonymes. Mais cette anonymat n'est pas le signe d'une « massalité »<sup>253</sup> synonyme de l'ère média pré-Internet, comme ce serait le cas selon Jean Lohisse qui associe étroitement les deux notions dans son études des nouveaux systèmes de communication (Lohisse, 1998 : 142-156). Dans le cas de la republication d'informations produites par des anonymes, on assiste à la prise en compte non de la masse mais d'un ensemble d'individus dont les productions vont être particulièrement singularisées à partir du moment où elles sont repérées et sélectionnées. C'est le début de ce que l'on appellera sur le Web la « veille informationnelle », à savoir un repréage d'informations à partir de l'observation de la production et de la circulation des contenus dans l'environnement média.

Ce qui est important ici est en fait moins le produit individuel que sa reproduction publique. C'est par le geste de republication même que ces ressources acquièrent une certaine valeur : elles ont été repérées par des usagers qui s'auto-légitiment comme observateurs de l'Internet parce qu'ils connaissent l'Internet sur les plans technologique et culturel – et qui

---

<sup>253</sup> La « massalité » est la qualité des mass média « *porteurs de 'contenus communs' qui échappent au contrôle volontaire de leurs auteurs et qui sont attendus par tout un chacun, de façon indifférenciée* » (Lohisse, 1998 : 156).

d'ailleurs restent eux aussi largement anonymes, à quelques exceptions près comme le cas de Jorn Barger, militant acharné du *repost*, et que l'on retrouvera plus tard sur le Web (cf. 4.2.). L'autorité vient de la constitution du répertoire lui-même. Par là même, les ressources ne sont pas seulement le fait de médiations de personnes, mais aussi de médiations techniques. En effet, les participants au groupe utilisent les outils qui sont à leur disposition, c'est-à-dire les logiciels clients (*news client*) qui permettent de récupérer les informations, les lire, les archiver, les réorganiser dans des dossiers, mais aussi les renvoyer sur le réseau. Ces logiciels fonctionnent comme des dispositifs architextuels (cf. 2.3.1.) : ils déterminent des modalités de l'information (des déterminations que l'on peut approprier et qui ne sont pas absolues), mais ils conditionnent aussi le regard porté par les utilisateurs du logiciel sur l'information traitée par le dispositif. Ainsi, le groupe de *repost* reproduit les propriétés synthétiques de l'architexte des *newsclient* dans le contexte de la distribution de l'information des groupes Usenet : les ressources sont présentées de manière antéchronologique, et elles seront aussi soumises au potentiel infini de la republication. Par contre, certaines des propriétés des logiciels clients ne sont pas exportables dans le groupe de nouvelles lui-même : les abonnés au groupe ne peuvent réorganiser l'information qu'ils reçoivent, sauf sur le plan individuel s'ils téléchargent ces ressources sur leur propre logiciel client. L'information filtrée par ABOI est ainsi la marque d'une forme de stabilisation de l'information : une fois l'information filtrée par ABOI, le traitement collectif s'achève, et c'est l'individu qui prend la relève. ABOI, s'il est un collectif de médiateurs (amateurs), n'est pas à proprement parler un dispositif participatif.

### **3.4.2. Médiation et institutionnalisation : l'échec relatif d'ABOI**

À partir d'une analyse des 367 premiers messages du groupe (1 % des messages à ce jour), on constate que les règles de filtrage contribuent à renforcer l'appartenance des utilisateurs à une culture de réseau en réitérant ce qu'ils connaissent déjà sur Usenet. La collection de ressources est référencée ; chaque message est accompagné des informations essentielles pour comprendre son contexte de production sur Usenet : nom ou pseudonyme de l'auteur, date, groupe de publication original, et fil de discussion dans lequel il s'insère en citation si nécessaire (de véritables conversations sont republiées, en particulier dans le cas de discussions à caractère polémique).

Il est difficile d'établir des catégories thématiques ou rhétoriques, mais on peut dégager des tendances croisées. Environ 20% des messages étudiés évoquent directement un sujet relatif au réseau : Internet, Usenet, Newsgroups, Email, les protocoles, etc. Plus de 30% des messages republient directement des topiques folkloriques propres à Usenet : une très large majorité de « *flame wars* », beaucoup de plaisanteries et anecdotes sur le style de vie des programmeurs et des personnalités de Usenet (dont plusieurs messages évoquant le net.god KIBO), de l'art ASCII, des lettres-chaînes et du spam particulièrement remarquables, des manifestations de la maladresse de Usenautes novices, etc. Le reste des messages porte sur des thèmes récurrents, voire extrêmement populaires sur Usenet (histoires insolites, sexe, technologie informatique, religion, politique et théories du complot) possédant un potentiel polémique qui pourraient les faire basculer rapidement dans la catégorie « *flame wars* ». <sup>254</sup>

Ce processus de collection entre ainsi dans un processus d'auto-référence, qui contribue à la fois à la constitution, la valorisation, et la stabilisation d'un patrimoine folklorique. Ces principes peuvent être inférés de la lecture des règles du groupes, qui statuent que les messages collectionnés doivent être publiés tels quels sans que l'on y ajoute d'information et sans que les autres membres du groupes n'y répondent, selon la « *no follow up rule* » (on publie sans entamer une conversation sur les publications). Cette dernière règle peut sembler étrange dans le contexte conversationnel de Usenet, dans la mesure où elle marque la volonté d'établir un groupe où l'on ne discute pas, pour éviter de sombrer dans la polémique. Ce groupe ménageant une grande part à la récupération de polémiques trouvées ailleurs sur Usenet refuse que ces polémiques de seconde main n'en déclenchent de nouvelles. ABOI est pour lui l'occasion d'expérimenter un groupe de discussion d'un type nouveau, où l'information ne peut prendre de la valeur que dans la mesure où elle n'est pas soumise au commentaire. Mais postuler une telle règle va à l'encontre du dialogisme inhérent à la culture Usenet : le refus du dialogue est une distanciation par rapport à la logique du commentaire (et donc la création d'un métatexte), mais aussi par rapport au vernaculaire de la communauté Usenet. Celle-ci, prise comme objet d'observation sans commentaires, est ainsi objectivée ; le folklore devient folklorisme. Dans cette perspective, ABOI adopte une posture institutionnalisante : le groupe cherche à créer un répertoire de ressources qui possède une autorité « indiscutée », et donc légitime (ou plutôt auto-légitimé). La stabilisation du folklore

---

<sup>254</sup> J'ai choisi de ne classer les messages comme *flame* que si le Usenaut introduisait son *repost* comme relevant explicitement de cette catégorie.

Usenet devra ainsi passer par une objectivation de ses enjeux ainsi qu'une institutionnalisation de ces objets créés à travers un processus de médiation.

Or, dans le cadre de cette mission de médiation, ABOI est un échec relatif. Sur Usenet et sur Internet plus généralement, une règle ne peut être implémentée si son autorité est remise en question par les possibilités laissées ouvertes sur le plan technique. De fait, il est toujours techniquement possible de répondre à un *repost*, et les membres ne s'en privent pas : la logique métatextuelle du vernaculaire Usenet reprend le dessus. Le « meilleur du Net » est ainsi une « mise en abîme au carré » où l'on polémique sur les polémiques dans une récursivité propre aux tendances vernaculaires du langage de réseau.

Les « *follow up* » font partie de la logique de publication de nouvelles sur Usenet de manière quasi organique : ils sont nécessaires à la compréhension par la communauté de ses propres enjeux. Ils permettent par la citation des sources une remise en contexte des références communes afin de mieux identifier les formes rhétoriques récurrentes dans le folklore Usenet. Ensemble de référents discursifs aux topiques récurrentes, ils deviennent les lieux communs vernaculaires de la conversation en ligne par le point de vue métatextuel. Mais ces lieux communs ne constituent pas un patrimoine, ils sont encore soumis à la trivialité du « vulgaire » - et non pas une trivialité communicationnelle considérée comme processus primordial pour comprendre la valeur culturelle du réseau dans toute sa complexité. Quelle forme linguistique cette trivialité prend-t-elle ici ?

### 3.4.3. L'ironie de l'internaute : une auto-référence qui crée des connexions

Un court échange ayant eu lieu dans les premiers messages publiés sur alt.best.of.internet pose un regard critique sur les matériaux publiés sur le groupe :

```
In      article      <1saq78INN...@senator-bedfellow.MIT.EDU>,
dmsi...@athena.mit.edu (Daniel M Silevitch) writes:

>In article <14...@news.duke.edu>, s...@carr1.acpub.duke.edu (Seth
Wandersman) writes:

>|>

>|> Keywords:

>|>

>|>      So, this is the best of the internet?

>
```

>Pretty much, yes. Scary thought, isn't it?

>

>Daniel Silevitch dmsi...@athena.mit.edu

>Massachusetts Institute of Technology

Kind of like the best of television.<sup>255</sup>

Une couche réflexive se rajoute à ce processus d'autoréférence, sous la forme d'une ironie omniprésente dans les commentaires : « *“Alors c'est ça le meilleur de Usenet ?” “Oui, ça fait peur, hein ?”* ». La reconstruction d'un contexte commun est accompagnée d'une série de jugements de valeur le plus souvent sarcastiques, une version alternative de la distanciation prônée par les règles d'ABOI. Le sarcasme et l'ironie (par ailleurs omniprésents dans le tissu linguistique des conversations Usenet) sont à la fois une façon de jouer le jeu (la prise de recul) et de résister à ses règles (en les détournant par le biais d'une modification du ton de discours) ; ils sont dirigés vers les autres, mais aussi parfois vers soi-même, dans une logique d'auto-dépréciation dont les Usenauts sont friands. Le métatexte Usenet se fonde sur ces niveaux de discours afin de développer une satire de la communauté Usenet en tant que système d'information. Dans un fantasme encyclopédique décalé et un peu raté, ABOI rassemble tout ce que le Net abrite, c'est-à-dire un trésor d'information fait de déchets, clament ceux-là même qui valorisent ces déchets. A titre d'exemple cette phrase ironique d'un utilisateur qui republie un message traitant de pratiques auto-érotiques improbables : « *More proof that the Internet is a treasure chest of useful information.* »<sup>256</sup>

Un exemple de cette auto-référence ironique est à trouver dans des groupes qui rassemblent les utilisateurs de Usenet dans la célébration de l'esprit « idiot » du réseau. Cet air de famille du folklore Usenet se matérialise dans des pratiques dites « idiotes » que l'on a déjà rencontrées sous la forme des « *silly .sig* » (les signatures de message poussant le plus loin possible les règles socio-techniques de la nétiquette). L'idiotie se manifeste par la figure spécifique de la mise en abyme, et c'est sur alt\* que l'on trouve le plus de groupes « idiots », un espace aux libertés beaucoup plus importantes que sur le reste de Usenet, en matière de

---

<sup>255</sup> Extrait du file de discussion « I See », publié sur ABOI le 6/05/1993. La hiérarchie des flèches (“>”) marque le procédé de citation intégré au corps du message reprenant la partie du message précédent auquel on veut répondre, du plus ancien (>>) au plus récent (>).

<sup>256</sup> Extrait du fil de discussion « Autoerotica from alt.tasteless », publié sur ABOI le 7/07/1993 [[http://groups.google.com/group/alt.best.of.internet/browse\\_thread/thread/47d71117c4b53cb4#](http://groups.google.com/group/alt.best.of.internet/browse_thread/thread/47d71117c4b53cb4#)].

sujet comme de technique de création et de gestion des groupes (cf. 3.2.3.3.). Cette figure, parmi toutes celles qui tissent la textualité interdiscursive de Usenet, engage l'auto-référence dans une pratique récursive, c'est-à-dire des groupes qui font semblant de se contenir eux-mêmes. C'est le cas dans alt.alt par exemple, groupe créé soi-disant par une erreur de manipulation, puis ironiquement assigné aux débats sur les logiciels de lecture de nouvelles, puis finalement envahi par les « idiots » de Usenet<sup>257</sup> - et dans son faux jumeau alt.alt.alt.alt.alt. Comme le conseille ironiquement une variante d'*Emily Postnews* consacrée à la hiérarchie alt, la multiplication des points (qui symbolise la division hiérarchique des groupes) accumule un capital de crédibilité Usenet – en fait, son capital d' « idiotie », c'est-à-dire la propension des usagers à pousser les capacités du système d'information jusque dans ses retranchements dans un jeu de miroir infini.<sup>258</sup> Ce jeu de mimétique récursive (plutôt qu'une récursivité effectivement implémentée) a un effet sur la communauté : comme dans un labyrinthe de miroirs, elle multiplie les espaces de la communauté et brouille leurs limites. L'espace virtuel n'est pas un lieu indifférencié, mais une multiplicité de lieux qui se reflètent les uns dans les autres. En effet, la création de topiques folkloriques dans l'auto-référence permanente, comme vu tout au long de cette partie, ancre le réseau dans une culture qui lui est propre. Mais davantage que de créer une culture commune et originale, cela contribue à favoriser l'émergence d'un environnement où l'information se propage vite et sur le modèle de la rumeur : une information qui circule et se modifie constamment dans la mesure où elle est reproduite toujours dans la perspective d'un miroir qui déforme les angles et les points de vue.

L'existence d'une ironie récursive, sur Usenet, est en rapport avec l'idée que les gens sont connectés par les informations et partagent une identité collective. Le philosophe Jacques Bouveresse, commentant le ton particulier du roman de Robert Musil, *Un homme sans qualité*, parle à son sujet d'une forme d'ironie critique et constructive, qu'il nomme « *ironie de connexion* » ou encore « *ironie de relation* » (Bouveresse, 2010). Cette forme de langage, fondée sur le sarcasme, la satire et la parodie, résulte du rapprochement de deux personnages qui ont à l'origine l'air d'être éloignés l'un de l'autre. Par exemple, le rapprochement opéré par ABOI quand le groupe décrète qu'une information aussi triviale que la énième *flame* a une place légitime dans sa collection du « meilleur de l'Internet ». L'ironie de connexion n'est pas

---

<sup>257</sup> Voir le contenu des premiers messages de alt.alt [http://groups.google.com/group/alt.alt/browse\_frm/month/1990-05].

<sup>258</sup> « *Emily Postnews answers your questions on how to create a new alt group* », message publié par Billy Harris le 29 mars 1995 sur alt.config [http://www.faqs.org/faqs/alt-hierarchies/emily-alt-advice/].

un jugement de supériorité mais comporte dans sa critique une part de compassion. Celui qui manie l'ironie reconnaît que « *les autres ont presque raison* », selon les mots de Bouveresse : on leur accorde une proximité avec la vérité, même si ce qui est proposé n'est pas recevable en dehors de cet accord, un contrat fondé sur l'empathie.

La conversation citée ci-dessus entre deux lecteurs de ABOI se moquant de la collection du groupe doit être lue dans cette perspective, celle d'un jugement critique qui ne dénie pas la possibilité que ce qui est dit soit vrai tout en ne l'acceptant pas complètement et surtout en gardant un lien empathique avec l'énoncé concerné (et ses énonciateurs). La problématique de la sphère publique impossible, évoquée plusieurs fois auparavant, revient avec force ici. Le rapport des énoncés avec la validité des discours n'est pas mise de côté : elle est constamment prise dans le jeu de langage que constitue le méta-folklore de Usenet qui dans des déplacements critiques permanents arrive à créer du lien avec soi-même par l'auto-référence ironique.

#### **3.4.4. Les limites des métaformes ironiques**

La pratique du commentaire ironique est une marque discursive de l'écriture vernaculaire de réseau comprise comme une pratique informationnelle associée à des dispositifs socio-techniques. Elle est inhérente, selon Steven Johnson dans *Interface Culture*, à des médias de type « métaformes » :

Les métaformes sont des rejetons d'un cas congénital d'ironie culturelle [...]. [Elles] prospèrent à ces moments où les signaux dégénèrent en bruit, quand la datasphère devient trop agitée et confuse pour que l'on puisse y naviguer seul. [Elles] se nourrissent des surplus d'information.<sup>259</sup> (Johnson, 1997 : 35)

---

<sup>259</sup> Johnson identifie les métaformes à propos des débuts du Web, et parle de la pratique du surf rendue possible par les logiciels de navigation Web. Il considère ce surf de manière très critique, comparant, comme dans la conversation citée plus haut (« *Kind of like the best of television* »), le surf à une forme de « zapping » : il n'accroche pas l'information, il reste à la surface de la vague informationnelle. Johnson oppose au surf le concept du « *trailblazing* », formulé par Vannevar Bush dans son texte fondateur « *As We May Think* » de 1945 et qui décrit le prototype du Memex ayant marqué l'imaginaire des penseurs de l'Internet. Le « *trailblazing* » selon Bush est une préfiguration du marque-page de liens : il accroche l'information, et permet, en créant ses propres chemins au travers de la masse documentaire en réseau, de l'appropriier plutôt que de la subir (comme c'est le cas pour le zapping). Cette précision est donnée afin de préparer le lecteur à la partie suivante, qui étudiera des objets du Web aux propriétés similaires aux groupes de *repost* de Usenet et reprendra la question du surf, du filtrage et des métaformes.

La particularité des métaformes est qu'elles relèvent d'un dispositif socio-technique d'observation double, à la fois appareillé et humain. L'ironie du discours humain est redoublé par un dispositif technologique, qui, s'il ne produit pas de l'ironie directement, la facilite et l'accompagne. L'architexte des métaformes incorpore du métatextuel : il encourage l'ironie par un appareil récursif de commentaire et de citation. Les métaformes selon Johnson sont le produit de nouvelles professions émergeant avec l'accélération et la multiplication des technologies intellectuelles dans une ère média : critique, commentateur, chroniqueur, compilateur, etc. L'ironie est canalisée dans le regard professionnel et les formes éditoriales qui l'accueillent (journaux, télévision, radio). On retrouve l'idée de Johnson dans un commentaire de Geert Lovink sur le cynisme qu'il considère comme l'une des qualités essentielles du blogueur Web (une qualité socio-technique plutôt que morale). Le blog, selon Lovink est « *le résultat de procédures effectuées en ligne comme s'enregistrer, créer, soumettre et éditer du contenu, naviguer, lire, répondre, manipuler des liens et des labels [tags]. [...] Le cynisme Internet se prend lui-même pour sujet.* » (Lovink : 2008, p.13). La manipulation technique des logiciels et, en creux, des architextes, semble en effet créer un contexte d'usage technique qui implique que le producteur de contenus en ligne s'arrête sur sa propre pratique de manière réflexive. Idéalement, c'est ce que voudrait faire ABOI ; mais il est possible que l'Internet de Usenet soit encore incapable de canaliser l'ironie alors qu'elle est prise dans un processus de récursivité sans fin.<sup>260</sup> C'est d'ailleurs ce qui préserve son caractère vernaculaire, fondé sur un dialogisme que l'on peut dire infini et « bruyant » - alors que le Web va développer les qualités véhiculaires du réseau en faisant profit des métaformes ironiques et en légitimant ses dimensions vernaculaires.

Le « problème » du vernaculaire Usenet (problème perçu du point de vue véhiculaire) se pose dans la mise en abîme permanente par les groupes de discussion de type *repost* ou *silly* : le ratio signal/bruit tend à la disproportion, et en cela encore ces groupes sont des modèles réduits des tendances de Usenet. En effet, et c'est un large sujet que je ne ferai qu'aborder ici, la qualité des contenus culturels en réseau se mesure selon son efficacité à rendre visible le signal au contraire du bruit. Ce problème de sciences de l'information, théorisé par Claude Shannon entre autres, devient un problème appliqué pour les sciences sociales quand un réseau humain se superpose au réseau électronique. Ce n'est pas un problème absolu, pourtant, dans la mesure où la question du ratio bruit/information ne tient

---

<sup>260</sup> C'est probablement le Web, dont parle Johnson, qui sera le contexte le plus mature pour développer des métaformes professionnelles et institutionnelles, une hypothèse que je discuterai dans la partie suivante.

pas compte des réseaux de signification créés dans cette complexité. Mais dans le contexte de Usenet, ces significations restent obscures : elles se résorbent dans la satire et le conflit, contextes d'ambiguïté permanente.

Sur Usenet, l'autoréférence et la réflexivité permettent aux premières communautés d'utilisateurs des médias sociaux de s'identifier culturellement en s'appropriant les outils de traitement collectif de l'information, ou « *filtrage collaboratif* » (Shirky, 2008). Mais il y manque encore des métatechnologies, c'est-à-dire l'intégration de modalités sociales dans la programmation même des artefacts de traitement de l'information de réseau (les métatechnologies comme « *algorithmes sociaux* » (Rheingold, 2002), pour que ce filtrage opère une véritable valorisation (et c'est aussi un pas vers la véhicularisation) du folklore Internet.