Itinéraires

Itinéraires
Littérature, textes, cultures

2015-3 | 2016
Ethos numériques

Le profil : une rhétorique dispositive

Profile, a Rhetoric by Devices

Louise Merzeau

OpenEdition Journals

Édition électronique
URL : https://journals.openedition.org/itineraires/3056
DOI : 10.4000/itineraires.3056
ISSN : 2427-920X

Éditeur
Pléiade

Référence électronique
Louise Merzeau, « Le profil : une rhétorique dispositive », *Itinéraires* [En ligne], 2015-3 | 2016, mis en ligne le 01 juillet 2016, consulté le 05 décembre 2023. URL : http://journals.openedition.org/itineraires/3056 ; DOI : https://doi.org/10.4000/itineraires.3056

Ce document a été généré automatiquement le 5 décembre 2023.

Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

Le profil : une rhétorique dispositive

Profile, a Rhetoric by Devices

Louise Merzeau

1 Selon qu'elle emprunte les discours du marketing, du *data mining* ou de la curation, la notion d'identité numérique revêt des formes très diverses, dont la distinction n'a pas que des enjeux terminologiques. Traces, score social, e-réputation, popularité, autorité désignent moins des degrés que des qualités de présence différentes, impliquant des compréhensions différentes d'Internet et de ce que la société est en droit d'en attendre. On se propose de parcourir cette pluralité des régimes identitaires, pour se focaliser sur la forme spécifique du profil, dont on voudrait montrer qu'elle désigne un espace possible pour un nouvel ethos. Actuellement accaparée par les logiques hétéronomes de marchandisation de l'individu, la structure profilaire, qui tend aujourd'hui à devenir une matrice organisationnelle des contenus comme des communautés, peut en effet porter à l'inverse une dynamique de réappropriation et de mise en commun, à condition d'adopter une vision environnementale et non plus instrumentale des dispositifs numériques.

De l'image aux métadonnées

Une société sans spectacle

2 Il est courant d'assimiler l'identité numérique à *l'image de soi* qu'un individu laisserait ou produirait à travers ses agissements sur les réseaux. Davantage issue du modèle publicitaire de l'image de marque que du cadre rhétorique ou sociologique de la « présentation de soi », cette phraséologie installe une représentation sinon erronée, du moins fortement biaisée de la présence en ligne. En insistant sur la dimension visuelle de l'identité (fût-elle métaphorique), on tend d'abord à négliger le caractère essentiellement scriptural de la plupart des activités connectées, et on favorise une interprétation qui surestime l'importance des motivations narcissiques ou « cosmétiques » dans le comportement des internautes. Si les images constituent bien sûr une part non négligeable des manières de se présenter ou d'exister

numériquement, elles sont en effet loin d'en épuiser toutes les modalités. Mais surtout, penser l'identité numérique à partir de sa seule projection visuelle empêche sans doute d'en saisir les aspects les plus spécifiques.

3 Souvent associée aux effets de surface, d'amalgame, d'affect et d'immédiateté, l'image est généralement convoquée plutôt pour stigmatiser l'addiction des individus aux réseaux sociaux que pour leur reconnaître une quelconque compétence digitale. Surtout, en privilégiant cette entrée, on oblitère tout à la fois les effets de profondeur, d'opacité, d'éclatement, de persistance et de calculabilité qui font tout l'enjeu des modes d'existence numériques. Rapporter la multimodalité sociotechnique de la présence en ligne à une mise en image (ou une mise en scène de soi) revient en fait à transposer sur la toile une grille de lecture conçue pour un autre modèle communicationnel : celui des médias de masse, dont les logiques d'audience et de *broadcast* ne peuvent être assimilées aux mécanismes de codage, d'indexation et de traçabilité qui sont le propre d'Internet. Pour le dire autrement, le *quantified-self*, le *personal branding* ou l'e-réputation n'ont rien à voir avec l'exhibition de soi telle qu'elle est orchestrée par la téléréalité. Dans un cas, nous sommes dans un régime spectaculaire, fonctionnant sur une coupure scénique et une convergence des regards vers un espace-temps attentionnel unique (réalisant le fameux « quart d'heure de célébrité » prédit par Andy Wahrol). Dans l'autre, nous sommes dans un système conversationnel alimenté par le traitement algorithmique de métadonnées.

Sécrétions ou routines

4 Quand bien même elle serait contrainte par le dispositif ou manipulée par des intermédiaires (régisseurs, diffuseurs, annonceurs, etc.), l'image de soi résulte au moins en partie du désir qu'a un individu d'élaborer, de contrôler et d'imposer aux autres une certaine perception de lui-même, en vue d'une reconnaissance. Elle implique une réflexivité *a priori*, celle-là même que des acteurs tiers pourront instrumentaliser, d'autant plus aisément que le sujet se prêtera au jeu. Les traces laissées par les internautes ne peuvent être analysées selon ce modèle, parce qu'elles sont l'émanation d'un comportement social et d'une activité de navigation *avant* de traduire une quelconque intention de sens ou de pouvoir. Si la présence numérique s'arrêtait aux représentations délibérées que les internautes fabriquent d'eux-mêmes, il n'y aurait ni personnalisation de l'information, ni ciblage comportemental, ni big data possible. Mais, comme le démontrent les études sur les réseaux sociaux[1], les usagers passent au moins autant de temps à consulter et partager des contenus en ligne qu'à publier des informations les concernant. Et la quantité de données déposées, produites ou captées à notre insu lors de nos connexions dépasse aujourd'hui largement celle des contenus publiés consciemment.

5 Plus qu'une image, on serait donc tenté d'assimiler cette identité procédurale à une forme de sécrétion numérique, traçabilité coupée de toute énonciation et, *a fortiori*, de toute visée rhétorique. De nombreux discours vont dans ce sens – le plus souvent pour culpabiliser ou infantiliser les internautes –, en imposant l'idée que nous serions « trahis » par nos traces numériques. Cette acception « symptomale » (Merzeau 2012) transpose sur l'environnement numérique une interprétation ginzburgienne de la trace, comme empreinte révélatrice d'un insu (Ginzburg 1986). Elle fait de la présence en ligne une conduite à risque et des données captées par les plateformes une vérité

inconsciente du sujet, que seuls les algorithmes seraient en mesure d'atteindre et de formaliser.

6 En fait, ce que les machines peuvent calculer, c'est-à-dire repérer, anticiper et exploiter dans une multitude de contextes allant de la conversation au recrutement, en passant par le commerce, la banque, l'assurance, la culture ou la santé, c'est ce qu'elles peuvent elles-mêmes apprendre de l'usage que nous en faisons (*machine learning*). Ce sont les régularités comportementales des individus (Cardon 2015a) plus que leurs aspirations cachées qui intéressent les acteurs voulant tirer profit de leur navigation. Ni extralucides, ni en eux-mêmes indiscrets, les algorithmes ignorent les singularités profondes de l'individu pour ne retenir que des routines individuelles, des idiosyncrasies répétitives, susceptibles d'être agrégées en profils types. Comme l'a montré Antoinette Rouvroy (2014), la gouvernementalité algorithmique ne manipule pas des personnes, mais des corrélations statistiques :

> [elle] court-circuite les capacités d'entendement, de volonté et d'énonciation des individus, et donc de la fonction-personne, par des systèmes informatiques capables de prendre de vitesse, littéralement, et de neutraliser ceux des effets de l'incertitude radicale qui seraient suspensifs des flux (de données, d'objets, de capitaux, de personnes…).

Documentation, promotion et normativité de soi

7 Dans un tel contexte, si un ethos numérique est possible, il ne saurait s'exercer au niveau de ces traces infra-personnelles qui s'enregistrent par défaut, mais seulement à un niveau *méta* où l'individu peut chercher à mettre en scène sa propre traçabilité. Ne pouvant ni endiguer ni contrôler la captation de ses données, l'internaute peut en revanche contribuer à les documenter, en surjouant le jeu des algorithmes. Il n'est alors plus tout à fait un « document comme les autres » (Ertzscheid 2009), puisqu'il participe à sa propre documentarisation. Objet de collectes et d'indexations, il redouble le profilage opéré par les régies qui l'épient en déployant lui-même un « design de sa visibilité » (Cardon 2008) et des stratégies de capitalisation, de réseautage et de captation. À l'instar des machines qui apprennent à reconnaître ses régularités, il apprend à tirer profit des automatismes qui enregistrent ses habitudes, ses préférences et ses connexions, en socialisant son « identité calculée » (Georges 2009). D'un côté, l'usager peut ainsi faire de chaque variable quantitative automatiquement produite par les plateformes un capital relationnel ou un degré d'influence qui le valoriseront auprès de sa communauté. De l'autre, il peut régler ses relations en fonction des « scores » qu'elles sont susceptibles de lui rapporter. Nombre de *followers* ou d'amis, taux de *like* ou de retweets, fréquence de ses statuts, variété de ses avatars ou nombre de comptes atteints ne sont plus seulement des indicateurs numériques de sa présence : ils deviennent des coefficients de crédibilité, de popularité ou d'autorité.

8 C'est le principe même du *personal branding* et de l'e-réputation, qui consistent à développer des compétences spécifiques dans la gestion de cette promotion de soi. L'ethos est alors censé s'autoalimenter par boucles récursives grâce à l'effet-réseau : la maîtrise technique de ses propres métadonnées vise à augmenter les taux de confiance et d'attention, lesquels encourageront de nouvelles interactions qui, à leur tour, renforceront visibilité et légitimité. Ce « SEO de soi » ne consiste donc plus à rendre manifeste un tempérament, des traits de caractère ou des qualités morales, mais à montrer son habilité à épouser les normativités statistiques de l'environnement

technique. Cartographies de liens, compteurs d'amis, *trending topics*, métriques de viralité, boutons sociaux, évaluations, etc. : l'ethos numérique porte moins sur une discursivité, comme dans le modèle aristotélicien, que sur une propension à exploiter la gouvernementalité algorithmique comme facteur d'influence sociale. Plus que l'estime des autres ou de soi, c'est son assortiment avec la machine relationnelle qui donne la mesure de la réputation sur les réseaux.

9 Comme chez Amossy (2010), l'ethos ne serait pas donc une émanation singulière du sujet, mais une inscription dans la dimension normée des échanges, où les individus sont toujours affectés d'une valeur préalable. L'équilibre entre autonomie et hétéronomie, toutefois, n'est plus le même. Dans les interactions en ligne, la norme est dictée par les outils de codage et d'indexation avant d'être endossée par les utilisateurs. Structurés en vue d'objectifs de rentabilité indifférents ou contraires aux mécanismes d'individuation, les dispositifs reconnaissent aux utilisateurs les plus actifs une aptitude à jouer la règle du jeu pour en tirer parti, tout en nourrissant le système avec leur participation. Mais la finalité même de l'ethos est largement externalisée, puisque les internautes « travaillent » pour les plateformes autant sinon plus que pour eux-mêmes. Pour évaluer la portée de cette autoréférence, il faut donc examiner plus en détail le dispositif qui la rend possible et la contraint : le profil.

Qu'est-ce qu'un profil ?

Du *modeling* au graphe social

10 Selon la définition courante, le profil désigne un dispositif visuel dynamique sur une interface web, affichant des données personnelles, des flux d'information gérés par l'utilisateur ou recommandés par le service et des interactions au sein d'un cercle de sociabilité. Mais si l'on remonte aux débuts de la personnalisation de l'information, le « profil utilisateur » a d'abord un sens informatique : il désigne les paramètres et l'historique d'une connexion, que la machine enregistre en vue de l'auto-adaptation du dispositif à l'utilisateur. Le *user modeling* fournit ainsi un modèle à partir duquel les informations sont extraites d'un fichier et corrélées avec d'autres au sein de bases de données, pour dégager des correspondances et filtrer ce qui sera envoyé ou montré à l'utilisateur. Dans un premier temps, les profils sont donc sommairement dessinés et distinguent simplement différents types (novice, expert, etc.) qui déterminent la nature des actions possibles. Avec l'apparition des listes et groupes de discussion dans les années 1980, le développement exponentiel des espaces de sociabilité numérique va ensuite modifier le sens et la fonction du profilage. D'abord limité à quelques critères (nom, affiliation, indicateurs de goût), il permet progressivement de circonscrire un espace propre, exigeant de l'utilisateur des compétences de design et d'administration. Dans les années 1990, les *home pages* introduisent la métaphore de l'habitat et imposent l'idée d'une pratique éditoriale constitutive du profil. Dans leur lignée, l'apparition des plateformes de blogs automatise et standardise les espaces personnels, avant que l'émergence des réseaux sociaux dans les années 2000 ne systématise l'architecture du graphe social.

11 Ce qui s'écrit dans cette histoire, c'est d'abord l'inversion progressive du sens de la contrainte : dans les premières communautés virtuelles, il n'y a pas d'autre dispositif contraignant qu'une forme d'imitation sociale, alors que les plateformes actuelles

conditionnent techniquement et socialement la moindre de nos relations. Fonctionnant en partie comme un jeu de rôles et de masques, accordant une grande place aux saynètes et aux joutes oratoires, un réseau comme Usenet relève encore d'une forme classique de l'ethos : l'individu projette son image à partir d'une norme collectivement produite et la communauté pense en continuité systèmes formels, circulation des informations et créativité (Paloque-Berges 2012). Aujourd'hui, comme on l'a vu, l'ethos s'est déplacé sur la couche informationnelle des métadonnées, au sein d'un environnement normalisé par une intentionnalité externe.

12 La seconde évolution que montre cette généalogie de la figure profilaire, c'est sa transformation en une structure à la fois pragmatique, spatiale et sémantique. À la différence de l'*user profile* des origines, qui n'était guère plus qu'une liste de paramètres, le profil des réseaux sociaux est une matrice transactionnelle autant qu'un programme, un lieu de vie autant qu'une base de données.

Collections et liaisons

13 Dans sa forme actuelle, le profil relève simultanément de deux paradigmes : l'un documentaire, l'autre communicationnel. Il est le point d'articulation entre des collections de ressources (textes, photos, vidéos, sons) et des dynamiques relationnelles (actions, liaisons, évaluations), chacun des deux systèmes entretenant l'autre. D'un côté, les statuts, tweets, *like*, contacts ou commentaires ajoutent des couches informationnelles aux profils. De l'autre, les documents produits, hébergés ou relayés dans l'espace identitaire multiplient ou densifient les relations possibles entre internautes. Avec le passage d'un Web de pages à un Web de profils, cette récursivité a progressivement gagné l'ensemble de l'environnement numérique. Désormais, l'information ne se conçoit plus que « sur mesure » (Merzeau 2009) : elle est évaluée, filtrée, acheminée ou conservée en fonction des liens qu'une identité établit avec elle, par un décentrage systématique de la pertinence. Inversement, toute action (consultation, copie, signalement, agrégation, évaluation, etc.) attache de nouvelles métadonnées aux contenus qu'elle traite. Loin de se limiter à une (re)présentation de soi, le profil fonctionne donc comme un point focal où l'internaute et le réseau s'appréhendent mutuellement. À la fois maison et carrefour, il est une porte ouverte sur une « intériorité » (mes amis, mes goûts, mes activités, mes idées), en même temps qu'un point de départ vers les autres espaces en ligne. Le fait qu'un nombre croissant d'internautes ne recourent plus aux moteurs de recherche et s'en remettent aux seules recommandations affinitaires à l'intérieur de leur réseau social montre combien cette imbrication des deux dimensions – le soi et le milieu – est amenée à se renforcer et à modifier l'architecture de l'information dans son ensemble.

14 « Parce que l'Internet est un espace sans face-à-face, asynchrone et atopique, il faut un cadre aux engagements interindividuels » (Pierre 2012). C'est ce cadrage que le profil permet d'apporter aux interactions et transactions. L'ethos doit alors être repensé dans cette double logique de documentation et de conversation, qu'on peut définir comme une fonction de curation au sens large (au-delà des outils explicitement dédiés à cette activité). Pour susciter attention et bienveillance, l'individu connecté ne doit pas seulement produire une image valorisante de soi. Il doit surtout constituer des collections lisibles par les autres (album, playlist, pêle-mêle, chaîne vidéo, signets partagés, etc.) et présenter un réseau de contacts suffisamment dense pour servir de

relais social. Du simple avis à la redocumentarisation la plus aboutie, l'internaute établit sa crédibilité par la lisibilité de l'environnement numérique qu'il génère et qu'il partage. Autrement dit, par la manière dont il *plie* l'espace selon son propre plan de montage.

Architectures responsives

15 On le voit, l'ethos numérique relève moins de la mise en scène ou de l'art oratoire que de l'architecture. C'est sur ce plan architectural que se jouent les principaux enjeux de la personnalisation de l'information. Comme le souligne Cardon (2015b) :

> [...] l'architecture du web est en train de changer. Aussi complexe et peu lisible soit-elle, elle obéissait jusqu'à maintenant à des règles publiques, stables et interprétables : les clics mesurent la popularité, les liens l'autorité, les boutons sociaux la réputation... [...]. Mais la nouvelle orientation prise par le calcul algorithmique transforme son architecture partagée en une succession de monades virtuellement construites et déconstruites pour chaque internaute. L'architecture a priori devient une architecture a posteriori. Chacun son village. Les structures de la ville partagée et commune s'estompent.

16 Alors que l'identité elle-même est devenue « situative » (Rosa 2010), le profil serait-il alors le seul garant d'une continuité, dans un environnement que les algorithmes reconfigurent à sa mesure lors de chaque transaction ? Relationnelle, contextuelle, plastique, l'identité ne peut plus être essentialisée : elle s'écrit désormais dans le dispositif, et c'est cette matrice qui commande aux négociations identitaires. L'ethos semble donc ne pouvoir s'inscrire dans le temps qu'à travers cette architecture *responsive*, mixte de calcul et d'affinité, d'égocentrisme et de connexion, d'automatisme et d'occasion.

17 Si le profil fonctionne ainsi comme condition de l'ethos, c'est parce qu'il lui confère un territoire, traduisible en distances et en trajectoires. Pour l'usager, l'Internet n'est pas une étendue étale où tous les points seraient équidistants, parce que les algorithmes calculent des « distances informationnelles » (Rieder 2010) à partir de ses proximités sociales, ou plus exactement de la formalisation qu'ils en font. Ainsi, bien qu'elle soit techniquement accessible, une ressource sera plus ou moins à sa portée en fonction de l'agencement des couches médiatrices qui la relient à ses cercles de proches et à son historique de navigation, y compris en passant par un moteur de recherche apparemment « objectif ». L'ethos contribue lui-même à créer ces anamorphoses de l'espace numérique, en jouant sur les métadonnées de l'identité et en « pliant » l'information vers soi. À chaque enregistrement d'une donnée profilaire, ce n'est pas seulement le récit de soi qui évolue, mais le monde environnant qui se déforme. Recalculant les corrélations, les opportunités et les probabilités, le profil fabrique de nouvelles pertinences, et modifie la cartographie des informations adressables.

18 Si l'on se réfère aux catégories proposées par Certeau (1980), on voit par là que le profil désigne un espace et non un lieu. De même qu'« une rue géométriquement définie par un urbanisme est transformée en espace par des marcheurs » (173), les bases de données sont transformées en territoires par l'activité des internautes qui relient entre elles informations et identités. Définir l'ethos comme projection, mise en scène ou promotion d'une identité, c'est l'assigner à un lieu, espace noyau relevant d'une gestion, qui se vise et s'atteint. Le rapporter au profil permet au contraire de le penser comme pratique d'espace, investissement du réseau par l'usage ou encore trajectoire.

19 La distinction établie par les Grecs entre *topos* et *khoros* permet elle aussi de décrire ce déplacement. Le *topos*, comme le *locus* latin (« région, lieu, endroit, tombeau ») sert à localiser, fixer, circonscrire. Le *khoros* (« lieu où l'on danse ») renvoie quant à lui à un champ qui se donne à traverser et qui appelle une chorégraphie. Les algorithmes qui cherchent à prévoir nos régularités ne connaissent que des identités, qu'ils géolocalisent dans l'espace numérique. L'usager, au contraire, n'appréhende cet espace qu'à travers ses profils, qui programment et scénarisent sa mobilité en faisant de lui le chorégraphe de sa propre présence. Dans la raison algorithmique, les traces sont métonymiques et hétérotopiques : elles rapportent chaque activité à une origine ou une cible qu'il faut capter, identifier, fidéliser. Dans la dynamique profilaire, les traces sont métaphoriques : elles indiquent un cheminement où le parcours compte autant que la destination. C'est ce qui distingue l'ethos de l'e-réputation. La première est une rhétorique dispositive, l'autre une calculabilité asymbolique.

L'ethos, une pratique éditoriale

Partager, augmenter, autoriser

20 L'inversion du processus de filtrage de l'information (publier d'abord, évaluer ensuite) confère à chaque internaute un pouvoir éditorial qu'il peut restreindre au cercle conversationnel ou destiner à des communautés élargies. Pour que l'ethos ne s'épuise pas dans l'autoréférence et la prédictibilité, il doit produire des représentations circulantes et portatives, et s'extraire des relations de voisinage pour partager des références. Mais le paradigme du partage est lui-même ambivalent. Moteur et injonction de l'économie de la recommandation, il sert à légitimer des pratiques qui affectent l'environnement numérique de façons opposées. Entre le clic sur un « bouton social » accompagnant un contenu *mainstream* et la mise à disposition de ressources libres redocumentarisées, la nature et la portée du don varient du tout au tout. D'un côté, l'ethos d'un internaute est instrumentalisé par un acteur étranger à l'échange au profit d'une logique externe de captation de l'attention. Le bénéfice réel est capitalisé hors du champ de l'interaction, qui se limite quant à elle à un schéma de communication interindividuel. Un partage sur Facebook ou Twitter, par exemple, enverra aux proches un indice identitaire, mais le véritable gain (en notoriété, en données personnelles ou en revenu) ira au seul diffuseur du contenu signalé. De l'autre côté, le partage relève d'une mise en commun dont le bénéfice est à la fois plus ouvert et plus immanent : la transaction n'est pas ciblée et l'ethos n'est détourné par aucune rationalité externe. C'est au contraire la plateforme qui est en quelque sorte *hackée* pour attester l'inappropriabilité des ressources partagées.

21 Qu'il s'agisse d'un individu ou d'une organisation, celui qui prend l'initiative de tels partages voit son identité gratifiée d'une légitimité d'autant plus forte que le bienfait sera collectif. Plus que de la notoriété, l'ethos génère ici de l'autorité, au sens où il *augmente*[2] ceux à qui il s'adresse. L'acte éditorial n'a pas dans ce cas « pour fonction principale l'influence mais celle d'in-former (donner une forme) » (Broudoux 2007 : 5). Repérer des ressources, les agréger, les documenter, les rendre propres à la circulation, la traduction, la citation ou l'exportation : autant d'opérations qui renforcent non pas tant la visibilité du curateur que sa position stratégique de *hub*. En termes topologiques, il devient un nœud par lequel passent de nombreux chemins, permettant de relier des

clusters éloignés les uns des autres. Plus il y a de liens sortants et de nœuds, plus l'autorité de l'« échangeur » est renforcée. L'ethos procède donc moins dans ce cas d'une auctorialité ou d'une identité que d'une « compétence anthologique », qui permet de diffuser « des recueils signifiants, où le sens n'est pas lié à des auteurs, avec leur identité ou leurs intentions, mais à une catégorisation flexible » (Doueihi 2008 : 70). Il relève en ce sens pleinement d'une pratique éditoriale, dans la mesure où il affecte l'organisation des connaissances en générant de nouvelles relations entre les ressources et les lecteurs.

22 Alors que l'autorité s'est déplacée sur les plateformes, qui tendent à confisquer le pouvoir d'*autoriser* l'acte de publication (en imposant formats, rythmes et classements), la mise en commun génère ainsi une « autorité pervasive » (Merzeau 2015), à la fois détachée de l'auteur et du périmètre clos de toute architecture propriétaire. Si les plateformes encouragent l'e-réputation, c'est précisément pour évacuer cette dimension politique de l'autorité. En personnalisant toujours davantage l'espace même du partage, elles confinent l'ethos dans une mesure quantitative de l'influence, compatible avec l'économie de la recommandation. L'objectif étant de « gouverner algorithmiquement » (Rouvroy et Bernes 2010) les comportements, le profilage qu'elles effectuent vise à automatiser le plus possible l'éditorialisation de soi pour en écarter toute incertitude. L'enjeu, à ce stade, est donc d'évaluer si l'architecture profilaire peut au contraire servir une logique d'individuation collective.

Vers un ethos collectif ?

23 La forme-profil peut-elle être la matrice d'un ethos collectif ?

> Faute d'une nouvelle *politique de l'individuation*, les réseaux sociaux virtuels ne peuvent devenir que des facteurs de dissociation. Comment transformer les réseaux sociaux dissociés actuels en réseaux sociaux associés, composés d'individus singuliers et apportant des réponses fondées sur des interprétations différentes[3] ?

24 Une première condition est de permettre une répétition des normes qui en autorise une altération. De même que le droit est « source et instrument de possibles récalcitrances individuelles à la loi qui, toujours, les présuppose » (Rouvroy et Berns 2010 : 100), le dispositif peut encadrer un métadroit au détournement et à l'invention. Dans ce cas, l'ethos ne conteste pas la règle du réseau où il s'inscrit (il en tire au contraire sa force), mais il la déporte vers des finalités imprévisibles, par le jeu croisé des algorithmes *et* des intentions. De fait, nombreuses sont les appropriations sociales des dispositifs, y compris des plus intolérants à l'autonomie comme Facebook[4]. Détournement créatif des procédures réglementaires d'identification (avatars, pseudos, identités multiples), actions collectives ou production de fictions dans des espaces censés assigner à chacun sa « véritable » identité… les internautes transforment souvent leur ethos en jeu, en imaginaire, en infraction. Il n'est pas rare que le profil en lui-même fasse l'objet d'une écriture inventive, libératrice, grâce à laquelle l'individu s'autorise à participer à des réseaux que sa seule identité lui aurait interdits (Coutant et Stenger 2010).

25 Dans ces pratiques non conformes, est réaffirmée l'idée que « la face est fonction de l'interprétation que les autres en feront, de l'interprétation que la personne fera de cette interprétation, et ainsi de suite, potentiellement au énième degré » (Nizet et Rigaux 2005 : 37). L'individualité qu'elle manifeste ne préexiste pas aux négociations que le dispositif informe, car elle procède elle-même d'une rhétorique dispositive.

26 On ne pourra cependant parler d'individuation collective que si cette interdépendance réticulaire rend possibles des représentations ou des actions communes. À chaque fois qu'un dispositif permet à un individu non pas de particulariser son identité, mais de vérifier au contraire qu'elle partage avec d'autres certaines de ses inflexions, un saut qualitatif de l'individuel au collectif est franchi. Forums de discussion, blogs collectifs, wikis peuvent ainsi être le lieu d'une reconnaissance des uns par les autres où l'ethos sert à faire exister des groupes et non plus seulement des graphes.

27 La possibilité d'enraciner cette rhétorique dispositive dans une mémoire commune nous semble une autre condition de l'ethos collectif. À ce titre, ce n'est pas un hasard si la structure profilaire est de plus en plus convoquée pour porter des actions commémoratives, patrimoniales ou culturelles. Elle-même conçue sur le modèle d'une architecture d'entités nommées reliées par des liens (*linked data*), la mémoire est alors envisagée comme sémantisation, redocumentarisation et invention plutôt que comme exhumation. C'est ce dont témoigne par exemple l'expérience des profils fictifs de poilus créés dans Facebook ou Twitter à l'occasion des commémorations de la Grande Guerre[5]. Dans ces pratiques, l'ethos est fictionnalisé et les internautes *jouent le jeu* pour réactiver dans le présent du réseau social un passé qui les concerne et qui les définit collectivement. Croisant identification, conversation et documentation, ces fictions archivales détachent l'éditorialisation de la personne tout en empruntant ses techniques de présentation.

28 À une autre échelle, un projet comme *Venise time machine* montre lui aussi que l'architecture profilaire peut structurer la préservation et la transmission de communs de la connaissance. Pour son initiateur, la recréation de la cité des Doges à partir d'une masse d'archives hétérogènes doit en effet se penser comme « un Facebook du passé », où toutes les traces viennent s'inscrire dans un graphe social imaginaire. « Reproduisant les liens qui unissent des millions de personnes au Moyen Âge, chroniquant leur vie avec une densité équivalente à celle qui caractérise nos récits de vie aujourd'hui » (Kaplan s.d.), ce « Big data du passé » produit bien une machine algorithmique à partir d'individus documentés. Mais ces calculs visent à « reconstituer des biographies, elles-mêmes entrelacées à un réseau de lieux et de productions » (Kaplan 2015) et non à prescrire des comportements par la statistique.

29 On touche ici à la dernière condition d'un ethos collectif, qui concerne la possibilité de développer une approche multi-échelle, où l'on peut à la fois zoomer sur un individu comme dans un réseau social et dézoomer sur une vue plus large de la société comme en science ou en politique. Passer du détail à l'ensemble ne consiste pas dans ce cas à généraliser artificiellement le particulier (comme dans les profils fabriqués par Amazon à partir de plusieurs individus), mais à confronter l'ethos de chacun avec celui des autres. Nous rejoignons ici Cardon quand il déplore qu'au lieu de personnaliser toujours plus nos navigations, les interfaces ne visualisent pas plus celles des autres, ce qui nous permettrait de nous situer par rapport à des collectifs. Les *trending topics* et autres scores de pages vues présupposent que toute singularité est soluble dans le flux impérieux de la tendance statistique, en évacuant les altérités et les complexités qu'elle pourrait tout aussi bien mettre en évidence.

30 Redonner à l'individu les règles qui président à son éditorialisation lui permet au contraire de percevoir comme tel l'environnement dans lequel il s'écrit, c'est-à-dire comme une totalité *parmi d'autres.* C'est cette intelligence environnementale qu'il faut pour finir faire progresser, afin que l'ethos échappe à la tautologie des proximités

affinitaires. L'écriture de soi s'exerçant désormais dans un environnement-support que l'individu ne peut circonscrire ou surplomber, il est crucial de développer les habiletés qui lui permettront de le traverser, sans s'enfermer dans les silos des logiques concurrentielles. Apprendre à changer de dispositif, à distribuer sa présence, à relier ce qui est censé fonctionner séparément : telles sont les conditions d'une nouvelle énonciation où l'individu échappe aux boucles courtes du calcul, tout en assumant pleinement la singularité numérique de son ethos.

BIBLIOGRAPHIE

Amossy, Ruth, 2010, *La Présentation de soi : ethos et identité verbale*, Paris, PUF, coll. « L'interrogation philosophique ».

Arendt, Hannah, 1968, « Qu'est-ce que l'autorité ? », dans *La Crise de la culture*, traduit par Patrick Lévy, Paris, Gallimard, 1972/1989.

Broudoux, Évelyne, 2007, « Construction de l'autorité informationnelle sur le web », dans R. Skare, N. Windfeld Lund et A. Vårheim (dir.), *A Document (Re)turn: Contributions from a Research Field in Transition*, Francfort, New York, Peter Lang, [En ligne, version auteur], <sic_00120710>.

Cardon, Dominique, 2008, « Le design de la visibilité : un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, nº 152, p. 93-137.

Cardon, Dominique, 2015a, *À quoi rêvent les algorithmes ? Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Seuil, La République des idées.

Cardon, Dominique, 2015b, « Le Bazar et les algorithmes : à propos de l'espace public numérique », *Les Entretiens du nouveau monde industriel*, [communication non publiée à ce jour].

Certeau, Michel de, 1980, *L'Invention du quotidien,* t. I. *Arts de faire*, Paris, UGE, coll. « 10/18 ».

Coutant, Alexandre et Stenger, Thomas, 2010, « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, p. 45-64.

Dhondt, Reindert et Vanacker, Beatrijs, 2013, « *Ethos* : pour une mise au point conceptuelle et méthodologique », *COnTEXTES*, nº 13, [En ligne], http://contextes.revues.org/5685.

Doueihi, Milad 2008, *La Grande Conversion numérique*, Paris, Seuil.

Ertzscheid, Olivier, 2009, « L'homme, un document comme les autres : du World Wide Web au World Life Web », *Hermes*, nº 53, p. 33-40.

Georges, Fanny, 2009, « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, nº 154, p. 165-193.

Ginzburg, Carlo, 1984, *Mythes, emblèmes et traces, morphologie et histoire*, recueil de textes parus entre 1961 et 1984, Giulio Einaudi, Turin, 1986, traduction Flammarion 1989.

Gueguen, Haud et Paloque-Berges, Camille, 2015, « Pour une analyse critique de la catégorie de "profil" sur le premier Web », communication présentée à la journée d'étude *Attention(s) aux*

Internautes, ISCC, mai 2015, [En ligne], http://profil.passes-present.eu/pour-une-analyse-critique-de-la-categorie-de-profil-sur-le-premier-web/.

Kaplan, Frédéric, s.d., « Quelques réflexions préliminaires sur la *Venice Time Machine* », [En ligne, preprint], http://infoscience.epfl.ch/record/207931/files/Venice-Time-Machine-reflexions-preliminaires.pdf.

Kaplan, Frédéric, 2015, « Frédéric Kaplan : le futur est dans le passé, Interview par N. Ulmi », *Le Temps*, 8 janvier 2015, [En ligne] http://www.letemps.ch/culture/2015/01/08/frederic-kaplan-futur-passe.

Krämer, Sybille, 2012, « Qu'est-ce donc qu'une trace, et quelle est sa fonction épistémologique ? État des lieux », *Trivium*, nº 10, [En ligne], http://trivium.revues.org/4171.

Merzeau, Louise, 2009, « Du signe à la trace : l'information sur mesure », *Hermes*, nº 53, p. 23-29.

Merzeau, Louise, 2012, « Traces numériques et recrutement : du symptôme au cheminement », dans B. Galinon-Mélénec et S. Zlitni (dir.), *Traces numériques : de la production à l'interprétation*, Actes du colloque Traces numériques et recrutement, CIRTAI, Université du Havre, octobre 2011, Paris, CNRS Éditions, p. 35-53.

Merzeau, Louise, 2015, « Autorité pervasive. Vers des logiques de certification environnementales », colloque *Éditorialisation et nouvelles formes de publication*, Montréal, avril 2015, [En ligne], https://www.youtube.com/watch ?v =fY3jjTs9L2E.

Nizet, Jean et Rigaux, Natalie, 2005, *La sociologie de Erving Goffman*, Paris, La Découverte.

Paloque-Berges, Camille, 2012, « La mémoire culturelle d'Internet : le folklore de Usenet », *Le Temps des Médias*, nº 18, p. 111-123.

Pierre, Julien, 2012, « De quoi la réputation est-elle le nom ? », *Les Identités numériques*, 4 juin 2012, [En ligne], http://www.identites-numeriques.net/04-06-2012/de-quoi-la-reputation-est-elle-le-nom.

Rieder, Bernhard, 2010, « Pratiques informationnelles et analyse des traces numériques : de la représentation à l'intervention », *Études de communication*, nº 35, p. 91-104.

Rosa, Hartmut, 2010, *Accélération, une critique sociale du temps*, trad. de D. Renault, Paris, La découverte, coll. « Théorie critique ».

Rouvroy, Antoinette et Berns, Thomas, 2010, « Le nouveau pouvoir statistique. Ou quand le contrôle s'exerce sur un réel normé, docile et sans événement car constitué de corps "numériques" », *Multitudes*, nº 40, p. 88-103.

Rouvroy, Antoinette, 2014, « Des données sans personne : le fétichisme de la donnée à caractère personnel à l'épreuve de l'idéologie des Big Data », Contribution en marge de l'Étude annuelle du Conseil d'État. *Le numérique et les droits et libertés fondamentaux*, [En ligne], http://works.bepress.com/antoinette_rouvroy/55.

NOTES

1. Voir l'*Observatoire des réseaux sociaux* publié chaque année par l'Ifop. Dernière édition en ligne (2013) : http://www.ifop.com/media/poll/2436-1-study_file.pdf.
2. Le latin *auctoritas* est dérivé du verbe *augere* (augmenter). H. Arendt a par exemple montré que l'autorité est ce qui augmente l'efficacité d'une loi ou d'un acte juridique, par la seule éminence

d'un corps qui n'a pas le pouvoir de contraindre, mais celui de représenter les ancêtres dans la Cité (Arendt 1968).

3. Synthèse du séminaire *Design de l'attention – Création et automatisation*, organisé par l'Iri sous la direction d'Igor Galligo et Bernard Stiegler en mai 2015, [En ligne], http://www.iri.centrepompidou.fr/evenement/le-design-de-lattention/.

4. On sait par exemple que les CGU de Facebook interdisent en théorie l'ouverture de comptes sous un faux nom ou la création de plusieurs comptes.

5. Voir par exemple le profil de Léon Vivien : https://www.facebook.com/leon1914.

RÉSUMÉS

Plus que sur une image de soi, l'ethos numérique repose sur un système conversationnel alimenté par un traitement algorithmique de métadonnées. D'un côté, les machines captent les régularités des internautes. De l'autre, les individus administrent leur notoriété en intériorisant la normativité des plateformes. Jouant sur une double logique de documentation et de relation, le profil offre une architecture privilégiée à cette nouvelle forme d'ethos. Fonctionnant comme territoire et comme matrice, il permet aussi de dépasser l'horizon individuel pour rattacher l'ethos à un commun.

More than a self-image, the digital ethos is based on a conversational system powered by an algorithmic processing of metadata. On the one hand, the machines capture the patterns of Internet users. On the other hand, users manage their notoriety by digesting platforms normativity. Playing on a double logic of documentation and relationship, the profile provides an ideal architecture for this new form of ethos. Operating as territory and template, it also allows to overcome the individual horizon to link ethos whith a common.

INDEX

Keywords : ethos, digital identity, profile, device, environment, algorithm, commons
Mots-clés : ethos, identité numérique, profil, dispositif, environnement, algorithme, communs

AUTEUR

LOUISE MERZEAU

Université Paris Ouest Nanterre La Défense, DICEN-IdF (EA 7339)