

**#SAVETHEINTERNET-WIR SIND KEINE BOTS :
LA MOBILISATION DES ALLEMANDS SUR *YOUTUBE*
CONTRE L'ARTICLE 13 DE LA DIRECTIVE EUROPÉENNE
DITE « COPYRIGHT »**

Christine CHEVRET-CASTELLANI¹

Cet article porte sur la communication à des fins de mobilisation sur *YouTube* dont la vocation première n'est pas l'usage politique. Nous nous intéressons à la manière dont circulent des discours politiques sur ce réseau socio-numérique et comment les formes de la mobilisation peuvent être influencées par le déploiement de plates-formes. Nous analysons ici plus particulièrement comment des internautes ont contesté l'« article 13 » (devenu article 17 dans le texte final) de la directive européenne sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique, dite « copyright », définitivement adoptée le 26 mars 2019. Des mises en ligne de vidéos de manifestations de rue en Allemagne avec pour slogans « Save the internet » et « Wir sind keine Bots » se sont multipliées sur *YouTube* entre le 23 et le 26 mars 2019, témoignant ainsi de la constitution d'un collectif autour d'un problème public, celui lié à la défense de la liberté d'expression. Leur observation conduit à s'interroger sur des évolutions des significations de la participation perceptibles ici à travers l'orchestration de différentes ressources numériques praxisées.

1 Christine CHEVRET-CASTELLANI est maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, LabSIC, Université Sorbonne Paris Nord.

La directive européenne sur le droit d’auteur dans le marché unique numérique, dite « copyright », définitivement adoptée le 26 mars 2019, a nourri un lobbying intense à Bruxelles durant presque trois années. Dans le cadre de ce lobbying, des militants de l’internet se sont ralliés de manière inédite à des acteurs de plates-formes telle que *YouTube*. Ces dernières, en effet, présentaient une opposition à un texte considéré comme limitatif de la liberté d’expression, tandis que les pouvoirs publics et les industries culturelles tendaient à promouvoir la protection du droit d’auteur². Le samedi précédent le vote définitif de la Directive, le 23 mars 2019, 200 000 Allemands, selon les organisateurs³, manifestent contre l’article 13 (devenu article 17 dans le texte final)⁴. Pour les défenseurs de l’internet libre, cet article constituerait une violation de la liberté d’expression au regard du filtrage auquel les plates-formes seraient contraintes. Ces manifestations de rue à travers toute l’Allemagne ont notamment pour slogans « Save the internet »⁵ et « Wir sind keine Bots », c’est-à-dire « nous ne sommes pas des robots », pour signifier que la pétition en ligne contre « l’article 13 » n’avait pas été signée par des robots mais bien par des personnes réelles. Des vidéos qui ont pour finalité de montrer ces manifestations sont déposées sur *YouTube* entre le 23 et le 26 mars 2019.

-
- 2 La directive européenne ayant fait l’objet d’un long processus de discussion, depuis septembre 2016, et alors que les industries culturelles pensaient l’avoir emporté dans leur bataille en faveur des ayants droit, en juillet 2018 le Parlement rejette le texte. Celui-ci l’accepte finalement, dans une version peu modifiée, deux mois plus tard. Le texte arrive enfin en « trilogue », c’est-à-dire en négociations entre la Commission européenne, le Conseil et le Parlement au mois de mars 2019.
- 3 Schnee Thomas, « À Berlin, les associations mobilisent contre la directive sur les droits d’auteur », *Médiapart*, 23 mars 2019 (<https://www.mediapart.fr/journal/international/230319/berlin-les-associations-mobilisent-contre-la-directive-sur-les-droits-d-auteur?onglet=full>, consulté le 12 mai 2020).
- 4 L’article 13 qui a fait l’objet d’une mobilisation est celui s’appliquant aux plates-formes en ligne permettant aux utilisateurs de publier eux-mêmes leurs contenus. Il exige de ces plates-formes de contracter des accords avec les ayants droit dans l’objectif d’une rémunération lorsqu’un utilisateur dépose une œuvre – ou intègre une œuvre dans un contenu – dont ils sont titulaires des droits. Il oblige aussi à mettre en place un système de filtrage, de manière à empêcher la publication d’une œuvre protégée.
- 5 « Save the internet » renvoie à un double sens de « save » en anglais, informatique et politique : « sauvegarder l’internet », soit « faire une sauvegarde » de données et « protéger l’internet ».

Quelles sont les significations communicationnelles et politiques de ces monstrations précisément sur *YouTube* ? En effet, bien que représentant une « scène communicationnelle où se manifeste de diverses façons le politique » (Douyère & Ricaud, 2019, p. 26), *YouTube* n'est pas une plate-forme dont l'usage politique est répandu parmi les militants de l'internet. Par exemple, le Parti pirate – dont nous verrons la forte implication dans la mobilisation qui constitue ici notre objet – développe des outils de communication en lien avec ses conceptions d'une démocratie qui visent à introduire des formes de participation dans les processus de décisions politiques sur l'internet. Pour ce parti politique, en particulier en Allemagne, mettre en relation des participants en ligne *via* des logiciels libres dédiés, notamment *LiquidFeedback*, génèrerait des formes de participation (Chevret-Castellani, 2020, p. 5).

Dès lors, peut-on considérer que le dépôt de productions audiovisuelles sur *YouTube* représente aussi une forme de participation ? Reprenant une critique de la facilité de cliquer au détriment du militantisme, sans toutefois y adhérer, Geoffroy Pleyers utilise le mot-valise de *clicactivisme* pour désigner une contribution en ligne qui ne s'inscrit pas dans un engagement militant fort. Déposer des vidéos sur *YouTube* de manifestations relève-t-il d'un « *clicactivisme* » (Pleyers, 2013), de ce qu'on pourrait appeler avec un néologisme un *postactivisme*, c'est-à-dire d'un militantisme qui se résumerait à « poster » des contenus audiovisuels, ou d'une forme de participation ?

Afin de traiter cette problématique, nous interrogeons la manière dont circulent les discours sur *YouTube* et comment la mobilisation peut être influencée par le déploiement de plates-formes (Proulx, 2017). Pour ce faire, le cœur du corpus⁶ est constitué des 65 vidéos sur *YouTube*, de durées variant de 21 secondes à 1 heure 12 minutes et 21 secondes, en langue allemande déposées entre le 23 et le 26 mars 2019. Il a été traité grâce à une analyse lexicométrique⁷ (méthode quantitative) qui

6 Pour la compréhension du contexte de la mobilisation, il a été nécessaire d'associer une veille dans les médias, traditionnels et numériques, grâce à la base de données Europresse (<http://www.europresse.com/fr/>).

7 Les contenus verbaux des vidéos ont été collectés grâce à la retranscription automatique à partir de la reconnaissance vocale disponible sur *YouTube* pour le sous-titrage. Le texte brut nécessite ensuite une reprise, un nettoyage (par exemple, la suppression de [Musik]) et des modifications manuelles de la traduction (par exemple, « bots » à la place de « boards ») qu'une connaissance de langue permet dans la mesure où toute interprétation – contrairement à une traduction automatique

permet de circonscrire des univers lexicaux. De manière complémentaire, la méthode de collecte et de traitement des données relatives à ces vidéos s’ancre dans la sémio-pragmatique de Roger Odin opérante pour le traitement d’un corpus ici essentiellement audiovisuel (Odin, 2011). Cette méthode donne la possibilité d’analyser différents modes discursifs du point de vue de la construction d’une entité énonciative (méthode qualitative), mais aussi de situer différents univers de référence. Enfin, le recours à la techno-sémiotique (Candel, Jeanne-Perrier & Souchier, 2012) contribue à l’analyse des signes saillants de l’hypertexte de *YouTube*. Il favorise la mise à plat des signes du format dans lequel les vidéos de campagnes sont enchâssées. Ces méthodes contribuent à l’observation de la circulation des discours politiques, à l’analyse des manières dont les mobilisations sont diffusées mais aussi documentées sur des plates-formes et à l’interrogation de phénomènes en termes de participation.

Après avoir situé, d’un point de vue théorique, différentes significations de la participation, nous envisagerons les justifications politiques des acteurs de la mobilisation et la manière dont ces acteurs sont conduits à déposer leurs vidéos en ligne eu égard aux ressources numériques mises en place dans le cadre de cette mobilisation. Nous évoquerons ensuite les caractéristiques des discours de ces acteurs sur *YouTube*, avant de circonscrire comment ces discours circulent sur la plate-forme.

1. Les significations de la participation

1.1. Des significations plurielles de la participation

Nous partons d’une perspective théorique selon laquelle la participation est multiforme et non réductible à la contribution citoyenne à un dispositif en ligne et hors-ligne mis en place par des pouvoirs publics. En effet, l’offre institutionnelle de participation est parfois désavouée par les citoyens dans la mesure où elle produit certains types d’effets

– se situe dans un contexte. Enfin, le traitement lexicométrique est fait grâce au logiciel IraMuTeQ, Interface du logiciel de traitement statistiques R pour l’Analyse Multidimensionnelle de Textes et de Questionnaires (Ratinaud & Marchand, 2012). Libre et gratuit, ce logiciel a été développé par Pierre Ratinaud (laboratoire LERASS, Université Toulouse 3) et il permet de traiter un corpus en langue allemande.

(Bonaccorsi & Nonjon, 2012) politiques, comme le manque de prise en compte des contributions, voire contestée car conduisant à une « injonction à la participation » (Labelle & Le Corf, 2012) des pouvoirs publics notamment *via* la mise en place des plates-formes de consultations publiques (Chevret, 2009), dans l'objectif d'une légitimation politique des décisions.

Pour étudier la participation dans ses dimensions multiformes, nous ancrons d'abord la définition de celle-ci dans les travaux de Joëlle Zask, spécialiste de philosophie politique et du pragmatisme, qui tendent à éviter de réduire la participation à la contribution citoyenne (Zask, 2011). Nous rejoignons cette conception présentée par l'auteur de *Participer – Essai sur les formes démocratiques de la participation* – eu égard à sa propre interprétation de John Dewey⁸ – dont le mérite est d'entrecroiser les perspectives communicationnelles et politiques. Distinguant sa position de celle des nationalistes et des libéraux, Joëlle Zask défend une démocratie « contributive » (Zask, 2011, p. 208), c'est-à-dire reposant, d'un côté, sur la contribution du public à l'émergence de ses intérêts et qui suppose, de l'autre, le repérage de problèmes publics, dans le cadre qui nous intéresse la protection de la liberté d'expression. Ainsi, la « participation » revêt des sens pluriels suivant s'il s'agit d'évoquer les contributions ou les engagements des individus à des dispositifs ou des systèmes ; non réductible à sa dimension citoyenne, elle peut être située par rapport à l'individualité soit ici pour nous l'entité énonciative.

1.2. « Prendre part », « apporter une part », « recevoir une part »

L'entreprise de valorisation de Joëlle Zask passe par un inventaire des figures de la participation de manière à ce que la participation soit comprise comme permettant à chacun d'accéder à son individualité. La philosophe politique relate ainsi trois dimensions : prendre part, apporter une part (contribuer) et recevoir une part (bénéficier). « Prendre part » implique une démarche envers « un groupe dont la finalité est une activité en commun » (*Ibid.*, p. 17). Le fondement de cette démarche est la sociabilité et l'interaction entre les individualités. Les contributeurs s'engagent dans une interaction au regard du caractère innovant d'une activité, d'une expérience ou de ce qui constitue pour eux la richesse de

8 Joëlle Zask reprend plus particulièrement des thèses développées par John Dewey dans *Le Public et ses problèmes* (Paris, Galimard, 2010).

points de vue défendus. L'interaction est maintenue suivant un double mouvement, celui qui vise à la coopération des individus et celui favorisant la singularisation de la contribution de chacun. Elle conduit à la construction d'un commun qui ne lui est pas préexistant. « Prendre part » est une figure d'un libre accord qui ne se dessine pas dans la recherche du bien en soi ou d'un bien commun, mais a pour finalité la communalisation. Cette dernière se définit comme « un processus au cours duquel le commun est à la fois identifié, fixé et valorisé, puis finalement défendu et transmis par les participants [...] » (*Ibid.*, p. 86). La production du commun peut donc être ultérieurement appréciée par les membres s'y impliquant, notamment en tant qu'elle représente pour chacun d'entre eux une ressource. La contribution ne se réduit pas non plus à un exercice de la citoyenneté ; elle suppose d'abord un apport dans un contexte d'interaction. Entendue en un sens qui dépasse le politique pour rejoindre le communicationnel, elle se caractérise par un cadre d'échanges et, pour l'écrire autrement que Joëlle Zask, elle suppose une rétroaction⁹ pour celui qui a contribué. Cette rétroaction est complète quand elle conduit à une « reconnaissance », qu'elle permet de « recevoir une part ». En effet, il s'agit, pour les individus, de participer aux bénéfices de la société parce que nos contributions ne peuvent prendre consistance dans le monde que dans la mesure où elles sont reconnues par les autres. Ainsi, même si dans la réalité l'équilibre n'est pas automatique, « prendre part », « apporter une part » et « avoir une part » sont trois figures ou modes de la participation interdépendants les uns des autres. C'est ce que nous proposons d'analyser à travers la mobilisation des Allemands contre l'« article 13 » (devenu article 17 dans le texte final) de la directive européenne dite « copyright ». Pour cela, nous chercherons à comprendre comment les manifestants sont amenés à déposer leurs vidéos en ligne dans le cadre de cette mobilisation.

9 Le terme de « rétroaction » n'est pas entendu ici dans son sens de *feedback* donné par les théories de l'information. Il renvoie à cette conception qui trouve son point d'ancrage dans l'idée d'une réciprocité et qui est celle par exemple d'André Gide (*Journal*, 1893, p. 40, <https://cnrtl.fr/definition/r%C3%A9troaction>, consulté le 15 novembre 2020).

2. « Prendre part » : se mobiliser contre l'« article 13 » de la Directive

2.1. *Les acteurs de la mobilisation contre l'« article 13 »*

Dans le cadre de la réforme européenne du droit d'auteur, la députée du Parti pirate Julia Reda met en ligne dès le 19 janvier 2015¹⁰ le rapport dont la rédaction lui avait été initialement confiée par la Commission européenne. La publication de ce rapport intensifie le lobbying sur ce sujet au Parlement européen¹¹. Le 10 décembre 2018, une pétition s'opposant à l'article 13 de la Directive est publiée sur l'internet et elle conduira à récolter presque cinq millions de signatures de citoyens européens, pour deux tiers des Allemands¹². Julia Reda, après l'adoption de la directive dite « copyright », est soutenue par les Partis pirates allemand et français, dans sa contestation du texte au nom de la liberté d'expression, à travers le mouvement « #SaveYourInternet ». Ce slogan est cependant aussi repris par des acteurs de *YouTube* chargés de la communication sur la plate-forme elle-même, plus exactement dans des vidéos intitulées « #SaveYourInternet »¹³ où apparaissent le « spécialiste » du droit d'auteur de la plate-forme ainsi qu'un chargé de relations¹⁴.

10 Julia Reda, « Le rapport Reda expliqué » : <https://juliarreda.eu/le-rapport-reda-explique/>, consulté le 20 juillet 2019.

11 La Documentation française, « Droit d'auteur : une réforme controversée de la directive européenne », *Vie publique*, 12 septembre 2018 : <https://www.vie-publique.fr/actualite/alaune/droit-auteur-reforme-controversee-directive-europeenne.html>, consulté le 20 juillet 2019.

12 Schnee Thomas, « À Berlin, les associations mobilisent contre la directive sur les droits d'auteur », *Mediapart*, 23 mars 2019 (<https://www.mediapart.fr/journal/international/230319/berlin-les-associations-mobilisent-contre-la-directive-sur-les-droits-d-auteur?onglet=full>), consulté le 12 mai 2020).

13 « Article 13 – On répond à vos questions #SaveYourInternet », <https://www.YouTube.com/watch?v=j2ZpGIdcUY8&t=96s>, consulté le 20 juillet 2019.

14 Ce point relatif aux acteurs mobilisés sur la réforme européenne du droit d'auteur, en particulier sur le rôle du Parti pirate est développé dans l'article suivant auquel nous nous permettons de renvoyer : Chevret-Castellani C. (2020). Le Parti pirate sur *YouTube* : contradiction du politique et du communicationnel. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 20. doi : <https://doi.org/10.4000/rfsic.9932>

Pour les acteurs de *YouTube*, l'« article 13 » de la directive dite « copyright » conduit à changer le statut des plates-formes dans la mesure où il devient possible de leur demander d'assumer des responsabilités auxquelles celles-ci pouvaient auparavant échapper grâce à leur statut d'hébergeurs. Ce statut est en effet très différent de celui d'un producteur de contenus ; il est moins engageant juridiquement et financièrement. Sarah T. Roberts rappelle à juste titre que la liberté d'expression est un argument de défense utilisé en particulier par les plates-formes pour justifier leur statut alors même que leurs pratiques de la modération ou de la démonétisation¹⁵ démentent leur position de principe (Roberts, 2019).

Pour les militants de l'internet, l'« article 13 » (puis 17) peut conduire à des formes de censure pour deux motifs. La première raison qu'ils soulèvent est liée à des pratiques des internautes telles que le *mème* qui implique des reprises de contenus à des fins parodiques et dont les finalités s'éloignent de préoccupations commerciales¹⁶ ; la seconde est corrélée à l'excès de filtrage consécutif à un calcul algorithmique pouvant conduire par exemple un musicien à l'auto-censure involontaire de son œuvre, excès auquel le Content ID de *YouTube* participe désormais depuis 2018¹⁷.

2.2. *Le dispositif de mobilisation en ligne de militants de l'internet*

Les militants de l'internet contestant la légitimité de « l'article 13 » mettent progressivement en place un dispositif de mobilisation en ligne. Un « dispositif », comme le souligne Yves Jeanneret, – en plus des signes qui le caractérisent – suppose en effet des ressources matérielles et techniques ainsi que des acteurs pour les mettre en place (Jeanneret, 2005, pp. 50-51). Dans le cas qui nous intéresse, le dispo-

15 Un contenu est démonétisé s'il est susceptible de déplaire à un annonceur. Les pratiques de démonétisation par *YouTube* participent, pour les youtubeurs, d'une limitation de la liberté d'expression ou pour le moins d'une autocensure.

16 Les pratiques du *mème* sont devenues des exceptions dans la version définitive, celle du 26 mars 2019, du texte de la Directive.

17 Au moment de l'adoption définitive de la Directive, *YouTube* avait déjà mis en place depuis plusieurs mois le « Content ID » qui est un outil « pour aider les titulaires de droits d'auteur à identifier et à « gérer » leur contenu. Les vidéos mises en ligne sur *YouTube* sont comparées à une base de données de fichiers fournis par les propriétaires de contenu » (<https://support.google.com/YouTube/answer/2797370?hl=fr>, consulté le 20 juillet 2019).

sitif de mobilisation en ligne renvoie à plusieurs sites web. En effet, la campagne autour de « l'article 13 » est d'abord construite sur le web sur un site dédié <https://savetheinternet.info/> (Figure 1). Elle est soutenue par différents collectifs, allemands pour nombre d'entre eux : PiratPartei Deutschland, Junge Piraten, Die Grünen, Freie Demokraten Deutschland, Jusos Deutschland (SPD), Democracy Deutschland e.V, Junge Okologen, Junge Liberale NEOS, etc. (Figure 2).



Figure 1. Capture de <https://savetheinternet.info/> (consulté le 1^{er} juin 2020)



Figure 2. Capture de <https://savetheinternet.info/> (consulté le 1^{er} juin 2020)

Par ailleurs, sur le site web « Save the Internet » sont recueillies des signatures et y est également proposé de localiser les manifestations, sur une carte, sous la rubrique « Demos »¹⁸ (Figure 3).

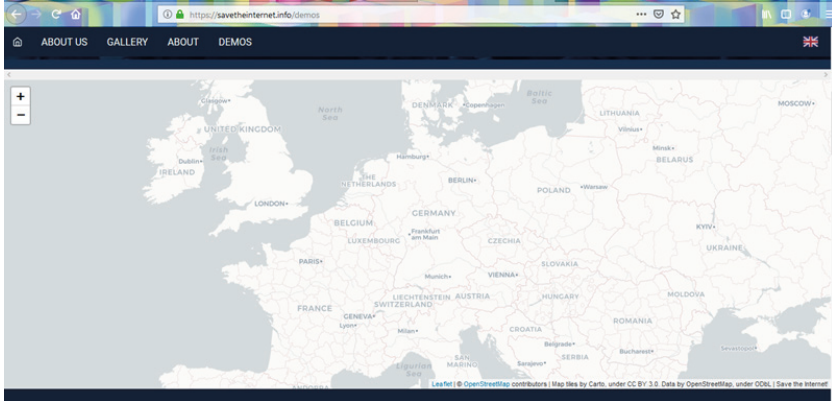


Figure 3. Capture de <https://savetheinternet.info/> (consulté le 1^{er} juin 2020)

Mise à part le site web dédié « Save the Internet », les autres éléments de ce dispositif en ligne renvoient aussi à une pétition « Save the Internet » sur « Change.org » (Figure 4) et à un site « Saveyourinternet.eu » (Figure 5) qui permet de voir comment les députés d'un pays ont voté et de leur envoyer directement un courriel. Enfin, sur le site « Bot brief », lequel comme son nom l'indique est la « lettre du robot », les internautes peuvent envoyer une lettre à leurs députés (Figure 6).

Ces différentes ressources numériques participant du dispositif de mobilisation en ligne peuvent être considérées comme praxisées, c'est-à-dire que leurs mises en place et leurs contrôles par des acteurs (Jeanneret, 2005, pp. 50-51) doivent conduire à des actions en vue d'un résultat politique, ici le retrait de l'article 13 de la Directive dite « copy-right ».

18 La formulation sur le site web dédié est la suivante : « On the following map you will find an overview of all demonstrations planned throughout Europe. If there is no city near you, you are welcome to register your own demonstration - of course we will support you ! » (<https://savetheinternet.info/demo>, consulté le 26 mars 2019). Elle peut être traduite par : « Sur la carte suivante, vous trouverez un aperçu de toutes les manifestations programmées à travers l'Europe. S'il n'y a pas de ville près de chez vous, vous êtes invités à enregistrer votre propre manifestation – bien sûr, nous vous soutiendrons ! ».



Figure 4. Capture de <https://www.change.org/p/european-parliament-stop-the-censorship-machinery-save-the-internet> (consulté le 1^{er} juin 2020)

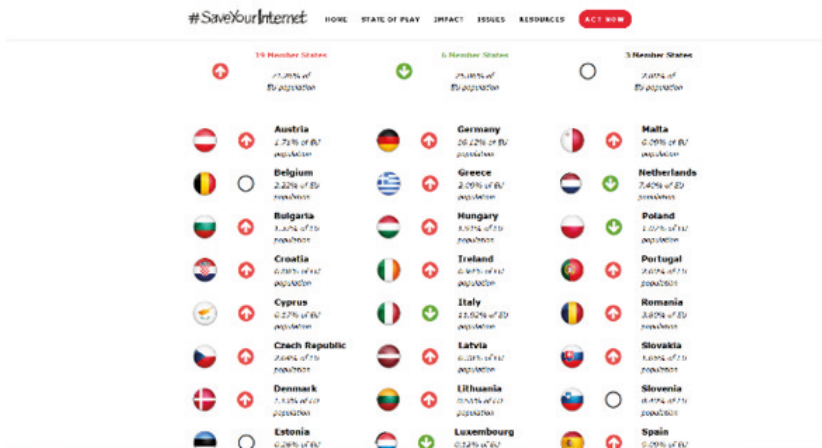


Figure 5. Capture de <https://saveyourinternet.eu/> (consulté le 1^{er} juin 2020)

Le week-end précédant le vote définitif du texte de la directive européenne, des dizaines de milliers d'Allemands manifestent dans les rues de différentes villes contre cette directive dite « copyright », de même que d'autres ailleurs en Europe, comme par exemple des Tchèques ou des Polonais¹⁹. Ces manifestations de rue ont pour slogan

19 Schnee Thomas, « À Berlin, les associations mobilisent contre la directive sur les droits d'auteur », *Médiapart*, 23 mars 2019, (<https://www.mediapart.fr/journal/in->

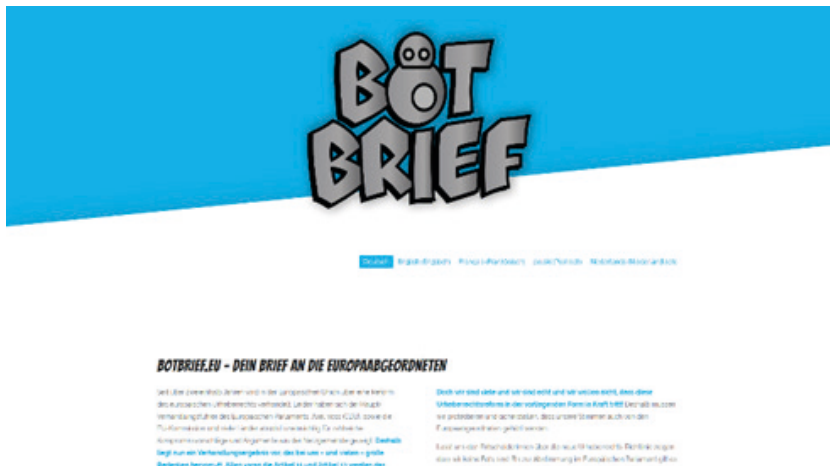


Figure 6. Capture de <https://botbrief.eu> (consulté le 1^{er} juin 2020)

« Wir sind keine Bots » (« nous ne sommes pas des robots ») pour signifier que, en amont, la pétition sur l'internet n'avait pas été signée par des robots mais bien par des personnes réelles, et elles seraient une réaction aux propos tenus par Martin Schultze du Parti social-démocrate (SPD), lequel dans un *tweet* aurait écrit que les manifestations en ligne sur l'article 13 étaient contrôlées par des robots.

En déposant leurs vidéos en ligne, les internautes ayant manifesté dans la rue « prennent part » dans le cadre d'« une activité en commun » (Zask, 2011, p. 17) ; ils contribuent à une interaction en utilisant des ressources numériques praxisées. Comment les manifestants contribuent-ils en ligne ?

3. « Apporter une part » : défendre la liberté d'expression

3.1. La défense des droits et libertés sur l'internet dans les vidéos

Entre le 23 et le 26 mars 2019, les manifestants contribuent en déposant sur la plate-forme *YouTube*²⁰. Les contenus de ces vidéos

ternational/230319/berlin-les-associations-mobilisent-contre-la-directive-sur-les-droits-d-auteur, consulté le 26 mars 2019).

20 Dans l'ensemble, les 65 vidéos – qui sont de durées très variables (entre 21 secondes et 1 heure 12 minutes et 21 secondes) – obtiennent peu de vues, avec une moyenne de 448.5 vues et un maximum de 10 688.

présentent les manifestations de rues de différentes villes allemandes (Dresde, Cologne, Berlin, Dortmund, Nüremberg, Hamburg, Munich, etc.) et, pour les plus longues, des discours d'orateurs sur « l'article 13 ». Même si elles sont notamment à l'initiative du Parti pirate allemand, organisation politique auquel appartient l'eurodéputée Julia Reda, les manifestations sont présentées comme réunissant les gauches allemandes. Les discours témoignent d'une opposition aux lobbyistes qui ont œuvré pour cette directive, mais ils ne sont pas anti-européens. Ils ne se montrent pas non plus favorables à *YouTube* dans la mesure où on perçoit dans les contributions une résistance à Google. Mais « *YouTube* » paraît cristalliser les enjeux du combat en faveur de la liberté d'expression, combat qui s'intègre dans une vision plus globale de la défense des droits et libertés sur l'internet incluant aussi la protection des données²¹.

Les vidéos témoignent d'une démocratisation – à la fois comme processus et comme résultat obtenu en amont de la mobilisation – par la revendication de la compréhension d'un texte juridique technique. Par exemple, de très jeunes filles « Larissa et Natacha » commencent leur vidéo²² en expliquant qu'elles vont se mobiliser : « on va manifester contre l'article 13 », comme si ce dernier était supposé connu de tous, tout comme l'ensemble de la Directive²³. L'analyse lexicométrique permet de situer la place du droit dans cette contestation et la mobilisation qu'elle doit susciter.

3.2. *Les discours des manifestants sur la Directive*

Cette analyse réalisée grâce à l'Interface de R pour l'Analyse Multidimensionnelle de Textes et de Questionnaires (IRAMUTEQ) permet de dégager ici cinq classes, c'est-à-dire des regroupements de segments de textes qui contiennent des formes, à partir des 34 721 occurrences et 5 010 formes. Le dendrogramme, c'est-à-dire le diagramme s'y rapportant, présente les statistiques lexicales suivantes (Figure 7).

21 Le règlement général sur la protection des données, RGPD, appliqué depuis le 25 mai 2018 a été porté par un eurodéputé Vert allemand, Yan Albrecht.

22 Le lien vers la vidéo n'est pas donné ici pour des raisons liées à la protection de la jeunesse.

23 Notons aussi la popularité du slogan « Wir sind keine Bots » qui a fait l'objet d'un rap de l'artiste Will Boy, youtubeur qui a 890 000 abonnés : <https://www.youtube.com/watch?v=ukf9PBz1q6Q> (consulté le 1^{er} juin 2020).

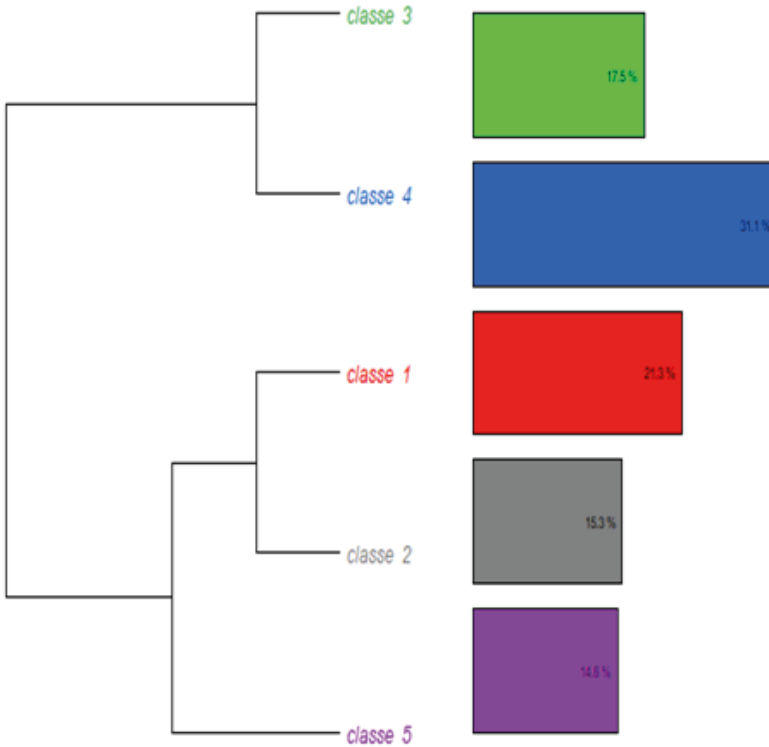


Figure 7. Capture du dendrogramme par IRAMUTEQ

Légende : **Classe 3** (en vert) : aspects organisationnels de la mobilisation ; **Classe 4** (en bleu) : finalités de la mobilisation ; **Classe 1** (en rouge) : enjeux du droit d’auteur ; **Classe 2** (en gris) : impacts de la Directive sur les générations futures ; **Classe 5** (en violet) : contestation de la politique conduite en Allemagne

Avec de nombreuses formes relatives à la temporalité, la classe 3 (17,5 %), porte sur des aspects organisationnels de la mobilisation (« tag » pour « jour », « wochen » pour « semaines », « demos » diminutif de « demonstration » pour « manif » et « informationen » pour « les informations »). La classe 4, avec le pourcentage le plus important de formes (31,1 %) concerne les finalités de la mobilisation. Avec « sehen » (voir), « schauen » (montrer), « plakat » (affiche), « leute » (les gens), il s’agit en effet de montrer que les contestataires – qui « ne sont pas des robots » – sont visibles dans la rue. La classe 1, avec 21,3 % des formes, se rapportent au droit d’auteur ; elle contient des

occurrences comme « gema »²⁴, c'est-à-dire relatives aux sociétés de gestion de droits, et aussi « leistungsschutzrecht » qui renvoie au droit d'auteur²⁵. Avec 15,3 %, la classe 2 concerne l'avenir que le Parlement européen réserve aux générations futures par ses décisions politiques concernant l'internet (« europaparlament », « politik », « internet » et par exemple « zukunft » signifiant « l'avenir ». Enfin, la classe 5 avec 14,8 % des formes, renvoie à la contestation idéologique de la politique menée en Allemagne (« Klasse », « politische », « petition », « demonstration » pour « manifestation », etc.).

Les vidéos renvoyant à ces problématiques politiques nationales sont notamment dirigées contre Axel Voss, eurodéputé de l'Union chrétienne démocrate (CDU) et rapporteur de la Directive qui a succédé à Julia Reda. Deux conceptions de la Directive sont confrontées tout comme deux rapporteurs allemands et membres de partis opposés dans leur pays. Ce sont cependant sur les enjeux de « l'article 13 » concernant l'avenir de l'internet que se concentrent les discours. Les calculs précédant les statistiques lexicales, effectués *via* IRAMUTEQ, permettent de voir que « internet » et « artikel » sont les formes actives les plus fréquentes, avec respectivement 81 et 75 occurrences.

Pour résumer ce point sur les statistiques lexicales relatives aux contenus verbaux des vidéos et l'analyse en contexte des formes, la place du droit, dans la classe 1 la plus conséquente après la classe 4, peut-être située – suivant l'analyse factorielle des correspondances – comme impliquant des enjeux relatifs aux risques de censure (« zensur ») et pour la démocratie (« demokratie »). Se dégage aussi l'idée présidant aux finalités de la mobilisation (classe 4) selon laquelle cette mobilisation est bien orchestrée par des êtres humains, des « gens »²⁶, et non des robots. Cette idée construit la production du commun, consécutivement à la communalisation tout en justifiant la légitimité de la cause défendue, celle relative à la protection de la liberté d'expression que la

24 GEMA est en Allemagne une société de gestions de droits pour les musiciens (<https://www.gema.de>, consulté le 15 novembre 2020).

25 La forme « leistungsschutzrecht » porte sur le droit voisin et renvoie ici à un autre article précédemment très controversé de la directive européenne sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique, l'article 11 (devenu 15 dans le texte final) qui concerne un droit voisin créé pour les éditeurs de presse ainsi que les agences et en particulier quand une plate-forme diffuse et agrège un article de presse *via* du contenu et un hyperlien.

26 Parmi les formes actives les plus fréquentes se trouve également « leute », avec 115 occurrences.

directive européenne sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique viendrait bafouer notamment à travers l'« article 13 ». Comment, à partir de cette production du commun, les manifestants construisent-ils un collectif ?

4. « Recevoir une part » : faire circuler des discours politiques et tisser des signes

4.1. *La circulation des discours politiques sur YouTube*

Les internautes « reçoivent une part », retirent un bénéfice de leur mise en ligne des vidéos, eu égard à la circulation de leurs discours. Les rites des manifestants sont repris de vidéos en vidéos. Les contenus audiovisuels montrent en effet les mêmes types d'affiches et de drapeaux, à l'instar du drapeau orange du Parti pirate allemand²⁷, et s'y expriment de manière récurrente les mêmes slogans (« Save the internet » et « Wir sind keine Bots » mais aussi « Geht Wählen » signifiant « aller voter » et « Wir wollen keine artikel 13 » qui veut dire « nous ne voulons pas d'article 13 »).

La circulation des discours répond à une relative convergence quant au message politique qu'il s'agit de privilégier. Les contenus audiovisuels ne renvoient en effet qu'à quatre univers de référence différents définis suivant les modes de lecture²⁸ – dont nous présentons ici une explication simplifiée – que la sémio-pragmatique (Odin, 2011) permet de situer. Le premier mode de lecture dégagé est un mode du « témoignage » selon lequel le discours est narratif et l'énonciateur est interrogeable en termes de « je ». Il concerne ici 16 vidéos. Selon un second mode, « spectacularisant », le discours est aussi narratif mais l'énonciateur y est interrogeable en termes « d'identité et de faire » (Odin, 2011, p. 51) (16 vidéos). Ce mode se caractérise par la création d'un espace spectaculaire, comme par exemple celui du meeting politique. Le troisième, documentarisant, permet non seulement de situer une production d'informations et une interrogation possible de l'énon-

27 Il faut noter que les scores du Parti pirate allemand sont supérieurs à ceux que ce parti fait par exemple en France ou en Belgique. Par exemple, en 2011, il emporte 8,6 % des voix au Parlement régional à Berlin et 7,4 % à l'assemblée générale de Sarre.

28 Précisons que suivant la méthode sémio-pragmatique de Roger Odin un même contenu audiovisuel peut être lu suivant plusieurs modes.

ciateur toujours en termes « d'identité et de faire » mais également de vérité (24 vidéos). Enfin, le mode moralisant s'il conduit au même type de questionnement de l'énonciateur que le précédent, il amène à l'interroger aussi sur ses valeurs et à rechercher la production de valeurs (11 vidéos).

Certaines productions pouvant être lues suivant le mode du témoignage manifeste la volonté de leurs auteurs de raconter leurs motivations et leurs expériences personnelles de la manifestation. C'est par exemple le cas des vidéos des très jeunes filles « Larissa et Natascha » et de celles de « Jacky et Maddy²⁹ » qui renvoient à l'univers du vécu de la mobilisation. « Larissa et Natascha », des jumelles, se filment en gros plan depuis leur chambre, à l'instar d'influenceuses, et exposent leurs motivations personnelles pour aller à une manifestation. De leur côté, « Jacky et Maddy » racontent d'abord – depuis leur voiture et entourés d'amis – leur voyage jusqu'à Francfort, lieu de rassemblement. Dans d'autres vidéos, la spectacularisation s'ancre surtout dans une monstration d'emblèmes politiques³⁰ dans un univers de la mise en scène du politique. Il s'agit notamment de s'envelopper de drapeaux, à l'instar de celui du Parti pirate allemand. Cet univers de la mise en scène du politique s'observe également dans les lieux depuis lesquels les orateurs prennent la parole, l'intérieur de camionnettes surplombant la foule, recréant ainsi l'espace de la représentation de l'estrade propre au meeting.

Le mode documentarisant domine dans les vidéos les plus longues, celles qui – consécutivement aux images des cortèges – font un point focal sur des orateurs³¹ témoignant d'un univers de l'information politique et juridique. Ce sont dans ces vidéos contenant des discours politiques et juridiques que se mélangent les problématiques non seulement européennes mais aussi nationales évoquant Axel Voss et Julia Reda, voire locales. Par exemple, à Dresde les prises de parole conduisent à exposer les implications de la loi de Saxe sur les impôts. Enfin, le mode moralisant renvoie à un univers de l'activisme politique au sein duquel sont défendues des valeurs relatives aux droits et libertés sur l'inter-

29 https://www.youtube.com/watch?v=tMive_L6orU&list=WL&index=16&t=121s, consulté le 1^{er} juin 2020.

30 Pour exemple de la lecture spectacularisante, <https://www.youtube.com/watch?v=giMJG2Nmh9k&list=WL&index=21&t=156s>, consulté le 1^{er} juin 2020.

31 Pour exemple de la lecture documentarisante, <https://www.youtube.com/watch?v=g3qNG37SplI&list=WL&index=4>, consulté le 1^{er} juin 2020.

net. Il est manifeste dans certains contenus de militants comme ceux d'« Ascursol³² » ou d'« Alex Cio³³ ». Ainsi, Ascursol, au travers d'exposés sur des aspects techniques concernant le rôle que joueraient les algorithmes dans le système de filtrage, dénonce ce qu'il nomme « la censure ». Alex Cio, qui se présente par ailleurs sur son blog comme un réalisateur de films et un activiste en ligne³⁴, expose face caméra la nécessité de se mobiliser dans un propos qui vise à sensibiliser sur les conséquences de la Directive pour « l'avenir » des générations futures. Si la circulation de ces différents types de discours répond à une convergence quant au message politique qu'il s'agit de privilégier et sur lequel focaliser la mobilisation, elle est aussi liée à un « braconnage ».

4.2. *Du « braconnage » au tissage des signes comme fondement de la construction du collectif*

Le bénéfice retiré par les internautes ayant mis en ligne les vidéos sur *YouTube* provient également d'un « braconnage » (de Certeau, 1980) impliquant de choisir et de jouer avec certains signes visibles sur cette plate-forme (Devars, 2015), aboutissant ainsi à donner un effet de masse.

D'un côté, certains signes propres à la plate-forme comme le pouce du *Like*³⁵ ne font pas l'objet d'une appropriation par les internautes. Ces derniers, d'un autre côté, semblent comme manipuler l'apparition ante-chronologique des vidéos sur *YouTube* et la présentation spécifique en vignettes assorties d'un titre et enchâssées dans un espace constitué de différents types de visuels à l'instar des « petites formes » (Candel, Jeanne-Perrier & Souchier, 2012). Les titres des vidéos, concernant les manifestations autour de l'article 13 « #SaveYourInternet », vont en effet reprendre de manière récurrente le nom « Demos³⁶ » avec la

32 <https://www.youtube.com/watch?v=Ba4rRZocQtw&t=2s>, consulté le 1^{er} juin 2020.

33 <https://www.youtube.com/watch?v=kQjQ1LusWUE&t=255s> consulté le 1^{er} juin 2020.

34 <https://alex-cio.de/>, consulté le 2 novembre 2020.

35 Les internautes qui ont déposé ou vu les vidéos (selon une moyenne de 448,5 vues mentionnée ci-avant) ne se sont pas emparé des signes propres à la plate-forme *YouTube* – ce dont témoigne l'absence de *Likes* – et les espaces permettant de commenter n'ont pas non plus été investis.

36 On notera la double signification de « demos » qui peut alternativement renvoyer au terme grec « peuple » et à l'idée de « démonstration » soit la manifestation.

ville du lieu de la mobilisation comme extension (Francfort, Dortmund, Cologne, etc.). Cette dénomination est une réplique à la proposition de la campagne sur le web, à laquelle est ajouté un signe propre au mot-dièse. Ce dernier est repris dans d'autres formulations à l'instar de « #artikel13 », comme invitant à la mise en circulation.

Ainsi, la présentation des vidéos n'a pas pour finalité unique de les classer et de les rendre accessibles aux internautes à l'instar d'une démarche de traitement documentaire ; il s'agit aussi de nourrir un effet lié à la propagation en ligne, à la multiplication des *posts* du plus récent au plus ancien. Cet effet pourrait être provoqué par l'algorithme de *YouTube* dont on sait qu'il contient des biais concernant l'ordre d'apparition des vidéos³⁷. Cependant, pour les internautes cette présentation reprend des rites – adoptés sur les réseaux socio-numériques (Snickars & Vonderau, 2009) – qui vont impliquer de véhiculer, faire circuler, les contenus et ainsi tisser les signes de manière à s'inscrire dans un collectif.

Conclusions

La constitution du collectif par les acteurs opposés à « l'article 13 » de la Directive dite « copyright » implique pour eux qu'ils « prennent part » ; les internautes sont incités à déposer leurs vidéos en ligne. Ensuite, ceux-ci « apportent une part » en participant à une manifestation puis en mettant en ligne leur prise d'images. Finalement, les internautes « reçoivent une part » au regard de la constitution d'un collectif autour d'un problème public, celui lié à la défense de la liberté d'expression. Ce bénéfice se retire de la circulation des discours et du tissage des signes dans la dimension sémiotique de la plate-forme. Pour les internautes, cette plate-forme se présente aussi comme un réseau socio-numérique qu'ils s'approprient à des fins de mobilisation eu égard techniquement à sa dimension interactive et collaborative (Frau-Meigs, 2017).

Le dépôt de productions audiovisuelles sur *YouTube* par les internautes allemands mobilisés autour de l'« article 13 » de la directive dite « copyright » ne relève donc pas d'un simple « clicactivisme » (Pleyers, 2013) ou ce qui pourrait être considéré ici comme un *postactivisme*

37 L'algorithme de recommandation de *YouTube* a fait l'objet du projet de recherches mettant en évidence les biais, « Algo Transparency » notamment conduit par Guillaume Chaslot : <https://algotransparency.org/>, consulté le 22 mai 2020.

réduisant l'activité militante au dépôt – au postage – d'une vidéo, mais d'une forme de participation. Avant ce dépôt, ces internautes ont filmé leur présence dans la rue au sein des manifestations, s'opposant ainsi à cette idée qu'il s'agirait de robots signataires des pétitions contre la réforme du droit d'auteur. La lecture sémio-pragmatique de ces vidéos révèlent ainsi leurs préoccupations d'informer sur le texte de droit³⁸ et non de témoigner de leurs propres présences à un événement ou d'une quête narcissique de reconnaissance en ligne. Ce dépôt de productions audiovisuelles s'intègre dans un dispositif supposant ici un ensemble de ressources numériques praxisées. En effet, ces différentes ressources informatisées sont mises à la disposition des internautes, par des acteurs militants, suivant une finalité transformative passant par la propagation de la puissance politique d'agir à des fins démocratiques.

Cependant, ce dépôt de productions audiovisuelles induit une utilisation de *YouTube* dont les usages ne sont pas essentiellement dédiés à la mobilisation politique et l'appropriation de ce type d'outils a des implications. En effet, *YouTube* n'est pas seulement un moyen utilisé par des internautes pour se mobiliser mais aussi un objet dont l'usage porté par le web 2.0 engage toute une conception d'une plate-forme. Les discours y sont déterminés par des formats dont la normalisation est socialement acceptée, voire reprise en contrepartie de promesses d'exposition attendues par les internautes, comme le pouce du *Like* (Candel & Gomez-Meijia, 2013) qui ne peut pas se substituer à un argument politique et ne contribue pas à la dimension dialogique du débat public. *YouTube* n'est pas non plus qu'un outil pour communiquer. C'est aussi un objet dont l'usage porté par l'internet engage toute une conception de la communication. Comme l'ont montré Philippe Bouquillion et Jacob T. Matthews, la mise à disposition de contenus

38 Au-delà de l'information sur un texte de droit, cette forme de la participation a pour objet la défense d'un droit constitutionnel dit abstrait à l'instar de celui de la liberté d'expression. Eu égard à cet objet, elle ne peut pas être rapportée à ce qu'Henry Jenkins nomme une « culture participative » (Jenkins, 2013, p. 311). Pour l'auteur de *La Culture de la convergence*, *YouTube* serait un moyen permettant la visibilité de communautés, contribuant à une « culture participative » et le youtubeur est à considérer comme un membre d'une communauté. Toutefois, pour Henry Jenkins, les droits constitutionnels de participation – tels que ceux liés à la liberté d'expression – ne sont que des droits abstraits. L'auteur reprend finalement ainsi l'objet même de sa critique, c'est-à-dire qu'il véhicule une conception générale de « la participation ». Notre étude témoigne, à travers une mobilisation, d'une forme de la participation – qui ne relève ni de « la participation », ni de la « culture participative » – indissociable de la défense d'un droit dit abstrait.

sur une plate-forme détenue par Google/Alphabet est d'abord régie par une logique socio-économique (Bouquillion & Matthews, 2010). Dans le cadre d'une critique du web 2.0, pour les auteurs de l'ouvrage *Le Web collaboratif*, *YouTube* est d'abord une industrie de contenus. En effet, – au-delà de la nouveauté du format – le formatage induit par une plate-forme possédée par une industrie du web 2.0 répond à des préoccupations économico-industrielles spécifiques. C'est ce dont témoigne ici la mise en abîme, *YouTube* faisant intervenir ses propres acteurs pour parler de la plate-forme tout en servant – dans le cas de la mobilisation autour de l'article 13 « #SaveYourInternet » – de catalyseur de la contestation contre une régulation du numérique qui le vise comme industrie (Bullich & Guignard, 2014) et le contraint juridiquement à assumer des responsabilités de producteurs de contenus.

Références

- Bonaccorsi, J. & Nonjon, M. (2012). « La participation en kit » : l'horizon funèbre de l'idéal participatif. *Quaderni. Communication, technologies, pouvoir*, 79, 29-44. doi : <https://doi.org/10.4000/quaderni.618>
- Bouquillion, P. & Matthews, J. (2010). *Le Web collaboratif*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Bullich, V. & Guignard, T. (2014). Les plateformes de contenus numériques : une nouvelle intermédiation ? Dans L. Jeanpierre & O. Roueff (dir.), *La Culture et ses intermédiaires. Dans les arts, le numérique et les industries créatives* (pp. 201-210). Paris : Archives contemporaines.
- Candel, E. & Gomez-Mejia, G. (2013). Signes passeurs et signes du web : le bouton *Like* ou les ressorts d'un clic. Dans C. Barats (dir.), *Manuel d'analyse du Web* (pp. 141-146). Paris : Armand Colin.
- Candel, E., Jeanne-Perrier, V. & Souchier, E. (2012). Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures. Dans J. Davallon (dir.), *L'Économie des écritures sur le web* (pp. 165-201). Coll. Ingénierie représentationnelle et constructions de sens. Cachan : Hermès/Lavoisier.
- Chevret, C. (2009). Les fonctions des consultations publiques du Forum des droits sur l'internet. *Les Enjeux de l'information et de la communication*. Dossier 2009, 10(2), *Nouvelles formes de débats publics sur les sciences et les techniques : approches en SIC*. Disponible à : URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2009/dossier/02-les-fonctions-des-consultations-publiques-du-forum-des-droits-sur-linternet>
- Chevret-Castellani, C. (2020). Le Parti pirate sur *YouTube* : contradiction du politique et du communicationnel. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 20. doi : <https://doi.org/10.4000/rfsic.9932>
- de Certeau, M. (1980, 1990). *L'Invention du quotidien*. Tome 1, *Arts de faire*, et tome 2, *Habiter, cuisiner*. Paris : Gallimard.
- Devars, T. (2015). Les vidéos politiques au prisme de la trivialité. *Communication & langages*, 185(3), 89-106. doi : <https://doi.org/10.4074/S0336150015013071>

- Dewey, J. (2010). *Le Public et ses problèmes*. Trad. de l'anglais par J. Zask. Coll. Folio-essais. Paris : Gallimard.
- Douyère, D. & Ricaud, P. (2019). YouTube, un espace d'expression politique ? *Politiques de communication*, 13(2), 15-30.
- Frau-Meigs, D. (2017). Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! *Nectart*, 5(2), 126-136. doi : <https://doi.org/10.3917/nect.005.0126>
- Jeanneret, Y. (2005). Dispositif. *La « société de l'information », glossaire critique*. Commission française pour l'Unesco, La documentation française, 50-51.
- Jenkins, H. (2013). *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*. Paris : Armand Colin.
- Labelle, S. & Le Corf, J.-B. (2012). Modalités de diffusion et processus documentaires, conditions du « détachement » des informations publiques. Analyse des discours législatifs et des portails *open data* territoriaux. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 13(2), 59-71. Disponible à : URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2012/dossier/05-modalites-de-diffusion-et-processus-documentaires-conditions-du-detachement-des-informations-publiques-analyse-des-discours-legislatifs-et-des-portails-open-data-territoriaux>
- Odin, R. (2011). *Les Espaces de communication*. Coll. La communication en plus. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Pleyers, G. (2013). Présentation. *Réseaux*, 181, 9-21. doi : <https://doi.org/10.3917/res.181.0009>
- Proulx, S. (2017). L'injonction à participer au monde numérique. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, 20, 15-27. doi : <https://doi.org/10.4000/communiquer.2308>
- Ratinaud, P. & Marchand, P. (2012). L'identité nationale : l'alibi du débat. *Le Discours et la langue*, 3(1), 175-190.
- Roberts, S.-T. (2019). *Behind the Screen. Content Moderation in the Shadows of Social Media*. New Heaven/London: Yale University Press.
- Snickars, P. & Vonderau, P. (2009). *The YouTube Reader* (pp. 9-21). Stockholm: National Library of Sweden.
- Zask, J. (2011). *Participer. Essai sur les formes démocratiques de la participation*. Paris : Le Bord de l'eau.

