

Audition du 22 novembre 2021

GOOGLE

Sébastien Missoffe, Directeur Général

Vincent Simonet, Directeur de l'Ingénierie (YT)

Thibault Guiroy, Responsable des relations institutionnelles

Les efforts de YouTube autour de la responsabilité

500 heures de vidéo sont mises en ligne chaque minute, 1 milliard d'heures sont visionnées chaque jour par 2 milliards d'utilisateurs : les enjeux de régulation sont titanesques. YouTube s'attache à démonétiser les vidéos dont les fondements sont douteux : 1,3 milliards de pages ont été démonétisées ces dernières années. Enlever le plus rapidement possible ces vidéos est un défi, auquel Google s'est attelé avec succès : 90% des vidéos sont enlevées en moins de 24 heures.

Les quatre R de la responsabilité pour YouTube:

Retirer : des *community guidelines* publiques déterminent quel type de contenu est autorisé ou non, combinaison d'une approche technique et humaine.

Au 2ème trimestre 2021, 6,978,000 contenus ont été retirés de la plateforme.

Les règles évoluent très vite, des employés de Google sont en charge d'observer le nouveau type de contenus qui apparaissent (ex : vaccin et Covid)

Relayer et recommander : relayer des contenus de référence, à travers des encarts.

Il existe des panneaux qui redirigent vers une page avec informations de référence. Des suggestions de contenu de référence sont proposées sur tous les sujets, dans tous les domaines.

Réduire : lutter contre l'exposition et l'amplification d'un contenu problématique. Aujourd'hui moins de 1% du temps d'écoute sur la plateforme porte sur des contenus de ce type, grâce aux innovations prises depuis 3 ans, aux mesures de décélération algorithmique. YouTube travaille à la mise en avant d'informations de référence, en particulier dans des domaines où il y a un vide de contenu.

Récompenser les créateurs qui répondent aux standards les plus hauts.

Le rôle de YT dans le processus de radicalisation

YouTube affirme n'avoir aucun intérêt économique à mettre en avant ce type de vidéos, qui, loin d'être un avantage pour la plateforme, nuisent à sa réputation.

Cependant on ne peut pas retirer ce type de contenus, à moins que la loi n'y oblige. La politique de YouTube est donc de limiter la mise en avant de ce type de contenu, pour que seules les personnes qui les recherchent spécifiquement puissent les consulter.

Un changement de paradigme a été mis en œuvre il y a quelques années, pour favoriser un critère de fiabilité sur un critère d'actualité. La réduction du critère de fraîcheur a été greffée au fonctionnement algorithmique.

Seriez-vous prêts à sanctuariser certains sujets fermement établis scientifiquement, comme le changement climatique ? À rencontrer régulièrement l'académie des Sciences et de Médecine, pour déterminer avec eux un corpus de propositions qui font consensus et qui méritent d'être mis en avant de manière algorithmique ?

Pour des raisons de liberté d'expression, Google ne juge pas opportun de supprimer ce genre de contenus. Ce serait de plus inefficace, car ce type de vidéos trouverait refuge ailleurs. Google se préoccupe de ne pas verser dans la censure, et de laisser subsister un pluralisme.

Qu'en est-il de l'ouverture aux chercheurs des données Google ?

Google publie au cas par cas les données sur les ingérences étrangères, assorties chaque trimestre d'un rapport général sur son action en matière de régulation. Dans le cadre du DSA, des données sur les contenus illicites seront également ouvertes à la recherche.

Le financement publicitaire de la désinformation

C'est bien par Google que passent les producteurs de désinformation pour se financer par la publicité programmatique.

Avez-vous connaissance des entreprises comme Storyzy qui produisent des listes de sites de désinformation, nuisant à la vie démocratique ? Pourquoi ne pas s'appuyer sur ces listes pour exclure ces sites de la monétisation ?

YouTube lutte de son mieux contre ces acteurs et leur monétisation, au moyen d'un service internalisé. Malheureusement leur renouvellement perpétuel oblige à un jeu de course-poursuite sans fin.

Quelle est la position de YouTube vis-à-vis de la mise en place du DSA ?

YouTube y est plutôt favorable, dans la mesure où il évite le morcellement de la législation. En effet les disparités juridiques nationales présentent de grandes difficultés pour l'entreprise, notamment en France, avec la pré-transposition de la loi séparatisme.