



Une journaliste de Forbes affirme que Google a censuré un article sur la manipulation des résultats de son moteur de recherche

Par [Andre Damon](#)

Mondialisation.ca, 11 septembre 2017
[wsws.org](#) 8 septembre 2017

Région : [États-Unis](#)

Thème: [Désinformation médiatique](#),
[Science et médecine](#)

Google a forcé le magazine Forbes à retirer un article sur la manipulation par le géant de la technologie des résultats de son moteur de recherche pour promouvoir Google Plus, son réseau social, selon une ex-journaliste du magazine.

Kashmir Hill, une journaliste spécialisée dans les technologies qui a longtemps travaillé pour Forbes et qui contribue maintenant à Gizmodo, a fait éclater la vérité avec la révélation jeudi dernier dans un article intitulé: «Oui, Google utilise son pouvoir de faire disparaître les idées qu'il n'aime pas, je le sais parce que ça m'est arrivé».

En 2011, Hill a participé à une rencontre entre des commerciaux de Google et des employés de Forbes, dans laquelle des représentants du géant de la recherche ont cherché à encourager Forbes à intégrer son site Web avec Google Plus, le concurrent malheureux de Facebook proposé par Google.

Les vendeurs lui ont dit que l'ajout d'un bouton «partager» pour Google Plus augmenterait les résultats de leur domaine dans les résultats de recherche. Hill a écrit: «Cela m'a semblé pouvoir faire un bon article de presse. La domination de Google parmi les moteurs de recherche et de nouvelles lui confère un énorme pouvoir sur les éditeurs. En liant les résultats de recherche à l'utilisation de Plus, Google utilisait son poids pour forcer les gens à promouvoir son réseau social».

«J'ai demandé aux gens de Google si j'avais bien compris: si un éditeur ne met pas un bouton +1 sur la page des articles, ses résultats de recherche en souffriront-ils? La réponse était oui.»

Hill a ensuite demandé au bureau de presse de Google, se présentant ouvertement comme journaliste, de confirmer ce qu'elle avait entendu lors de la réunion de vente. « Ils n'ont pas nié ce que leurs commerciaux m'ont dit: si vous ne disposez pas du bouton +1, vos articles seront plus difficiles à trouver avec Google», a-t-elle écrit.

Google a répondu à la publication cet article en exigeant que Hill le retire, en disant que la réunion de vente était couverte par un accord de non-divulgence. Pourtant, Hill a déclaré que : « je n'ai jamais signé un tel accord, on ne m'avait pas dit que la réunion était confidentielle et je me suis présentée comme journaliste. »

Les responsables de Google ont exigé que l'article soit retiré, ce qui implique que Google

pourrait rabaisser Forbes dans les résultats de recherche si le magazine ne faisait pas ce que Google voulait. «L'implication était que cela pourrait avoir des conséquences pour Forbes, une possibilité troublante compte tenu de la quantité de trafic générée par les recherches sur Google et Google News», a déclaré Hill.

Hill a finalement accepté sous la pression de Forbes de retirer l'article. De manière encore plus surprenante, toutes les versions de l'article mises en cache ont été presque immédiatement supprimées des serveurs de Google, un phénomène que d'autres journalistes spécialisés ont commenté à l'époque, certains suggérant que Google a délibérément supprimé les versions mises en cache.

Initialement, l'équipe de relations publiques de Google a déclaré à Hill qu'«il n'y avait aucun moyen de savoir si Google était responsable de la suppression [des versions en] cache», et a déclaré que l'article a été supprimé parce qu'il n'était «pas écrit de façon responsable».

Le vice-président en charge de la communication mondiale de Google, Rob Shilkin, lui a ensuite donné une autre version en lui disant explicitement que «nous n'avons rien à voir avec la suppression de l'article en cache».

Bien que la question de savoir si la réunion a été réellement couverte par un accord de non-divulgence est controversée sur le plan juridique, le fait que Google ait exigé que l'article soit retiré en entier (au lieu d'être modifié), et que Forbes s'y soit conformé, indique l'étendue du pouvoir monopolistique exercé par le géant des moteurs de recherche non seulement sur ses clients et ses concurrents, mais aussi sur la presse.

Le récit de Hill n'est qu'un des nombreux cas du même genre où Google utilise son poids et son influence pour étouffer le débat public.

La révélation de Hill a suivi de moins de deux semaines des articles de presse indiquant que Google a poussé la New America Foundation à se séparer de son équipe Open Markets (Marchés ouverts) après qu'elle a publié une déclaration soutenant une action antitrust de l'UE contre le géant de la technologie.

Fait encore plus important, Google continue de déployer un effort constant pour bloquer l'accès aux opinions politiques qui sont considérées comme contraires aux intérêts de ses actionnaires milliardaires et de leurs alliés politiques.

À partir du mois dernier, le WSWS a abondamment documenté le fait que les modifications apportées aux algorithmes de recherche de Google, censées promouvoir un contenu «qui fait autorité», ont causé une chute abrupte du trafic en provenance du moteur de recherche vers les sites de gauche et anti-guerre, de plus des deux tiers dans le cas du World Socialist Web Site.

La tentative de Google de censurer le WSWS et d'autres sites de gauche a provoqué une large réaction internationale. Jusqu'à présent, la pétition du WSWS exigeant de Google qu'il mette fin à sa censure sur Internet a reçu plus de 3400 soumissions de plus de 80 pays.

Andre Damon

Articles Par : [Andre Damon](http://wsws.org)

Avis de non-responsabilité : Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que le ou les auteurs. Le Centre de recherche sur la mondialisation se dégage de toute responsabilité concernant le contenu de cet article et ne sera pas tenu responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexacts.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site Mondialisation.ca sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de Mondialisation.ca en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez: media@globalresearch.ca

Mondialisation.ca contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: media@globalresearch.ca