

Google oriente la campagne électorale française

RÉSEAU VOLTAIRE | 2 MARS 2017

ITALIANO PORTUGUÊS ESPAÑOL فارسی عربي DEUTSCH



Google News Lab et le European Journalism Center (EJC) coordonnent, depuis le 28 février 2017, des sociétés françaises et

étrangères pour la durée de la campagne électorale présidentielle française.

Les deux organisations s'appuient sur l'expérience de ProPublica, qui a orienté les médias contre Donald Trump lors de la campagne électorale états-unienne.

Elles réunissent non seulement des médias, mais aussi des écoles qui leur fournissent des « experts ».

Les entreprises ayant conclu un accord avec Google News Lab et le European Journalism Center (EJC), pour la durée de la campagne présidentielle française, sont :

AFP, Bellingcat, Bloomberg, *Buzz Feed News*, le Centre de formation des journalistes, Centre France, Channel 4, l'École de journalisme de Sciences Po, l'École publique de journalisme de Tours, Euractiv, Euronews, Explicite, Facebook, Factoscope, France24-Les Observateurs, FranceTélévisions, Global Voices, International Business Times, L'Express, La Provence, La Voix du Nord, L'Avenir, LCI, Le Journal du dimanche, Le Monde, Le Télégramme, Les Décodeurs, Les Échos, Libération, London School of Economics, Mashable-France 24, Meedan, Nice-Matin, Ouest-France, Rue 89, StoryFul,

Street Press, Sud-Ouest.

À titre d'exemple : durant la période de transition, Buzz Feed News avait publié un canular affirmant que les services secrets russes détenaient un dossier compromettant contre le candidat Donald Trump. Moscou aurait donc été en capacité de faire chanter le président des États-Unis. Les partenaires de ProPublica avaient largement repris cette imputation « vérifiée », malgré les protestations du président élu. Elle s'est avérée depuis purement diffamatoire.



Source : « Google oriente la campagne électorale française », *Réseau Voltaire*, 2 mars 2017, www.voltairenet.org/article195486.html