

Aggregatori o nuovi editori? Google News e le diete mediali comparate nel conflitto russo-ucraino

Camilla Folena, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Aggregators or new editors? Google News and comparative media diets during the Russian-Ukrainian conflict. *The study explores the role of Google News as a news aggregator and its impact on shaping media diets during the Russia-Ukraine conflict. Considering platforms not only as technological agents but as socio-technical and political-cultural entities embedded in global, national, and local contexts, the study compares media diets aggregated by Google News in Georgia, Italy, Poland, Serbia, and Turkey. Through comparative analysis, the study investigates Google News's editorial agency and the potential accessibility inequalities among countries. The analysis reveals divergent patterns of source nationalization and concentration, highlighting Google's influence in shaping diverse media diets, with different shades of national-centric news and sources' variety from both a global and pluralistic perspective. The findings emphasize Google News's dual strategic role as a socio-technical, cultural, and political actor, simultaneously maintaining a 'minimum' Western hegemony in non-Western contexts, reflecting and potentially reinforcing national and geopolitical asymmetries of power within Western journalistic ecosystems.*

Keywords: Google News, digital journalism, media diets, Russia-Ukraine conflict, Italy, Georgia, Poland, Serbia, Turkey.

Introduzione

La transizione digitale e la crescente piattaformaizzazione hanno ridefinito radicalmente il panorama mediale contemporaneo. Come suggerisce Stuart Hall, la modernità implica un costante processo di accelerazione e trasformazione (1996). Un concetto che risuona nell'idea di media non solo come tecnologie, ma come pratiche interconnesse a contesti politico-culturali, economici e istituzionali. In un interregno di continua e caotica evoluzione (Chadwick 2017), lo studio dei media si è progressivamente spostato da approcci deterministici, che enfatizzavano il potere intrinseco delle piattaforme (Heise 2002), verso una comprensione ecologica e sistemica dei media come intrecci complessi di forze e mondi sociali (Nardi, O'Day 2000).

Il presente contributo si inserisce in questa prospettiva, adottando il modello quadrimensionale dei media (Colombo 2007), che analizza i media come equilibri temporanei tra dimensioni culturali, tecnologiche, economiche e istituzionali, mutevoli nel tempo. Questo approccio si dimostra cruciale per esplorare il

giornalismo contemporaneo, caratterizzato dalla digitalizzazione e dalla piattaformaizzazione progressiva che ridefiniscono ogni aspetto delle pratiche giornalistiche (van Dijck *et al.*, 2018; Splendore 2023). Tali trasformazioni spingono ad ampliare il focus analitico, includendo la politica economica del giornalismo (Hardy 2019), la molteplicità degli attori coinvolti e le dinamiche di potere che attraversano l'ecosistema giornalistico (Anderson 2016).

Questo studio si concentra su Google News come attore algoritmico nella costruzione delle diete mediali in cinque contesti euroasiatici – Georgia, Italia, Polonia, Serbia e Turchia – durante il conflitto tra Russia e Ucraina. In un contesto di guerra, in cui i contenuti giornalistici possono essere utilizzati ideologicamente (Splendore 2023), emerge la necessità di indagare le interazioni tra prodotti informativi, istituzioni, politiche culturali e affordances tecnologiche, evidenziando le asimmetrie di potere che possono derivarne (Couldry, Mejias 2019).

L'obiettivo della ricerca è duplice. Da un lato, analizzare le principali fonti informative aggregate da Google News riguardo al conflitto russo-ucraino e il modo in cui queste vengono distribuite a livello sovranazionale, nazionale e locale; dall'altro, esplorare l'esistenza di disuguaglianze nell'accesso alle informazioni tra i diversi contesti nazionali e il ruolo di Google News nel modellare tali dinamiche. Le principali domande di ricerca sono quindi:

- Quali fonti informative prevalgono in Google News sul conflitto russo-ucraino?
- Esistono disuguaglianze nell'accesso alle informazioni tra i diversi contesti nazionali? E quale ruolo gioca Google News nel determinare queste disuguaglianze?

L'articolo è strutturato in quattro sezioni. La prima ricostruisce il rapporto tra piattaformaizzazione del giornalismo, aggregatori di notizie e dinamiche geopolitiche del conflitto russo-ucraino. La seconda presenta il disegno metodologico, illustrando la procedura di raccolta e analisi dei dati. La terza sezione espone i risultati: un focus sui dati emersi in Georgia e una comparazione tra gli stati. Infine, la quarta sezione discute le implicazioni politico-culturali ed economiche di un attore globale come Google News sull'ecosistema giornalistico.

Informazione giornalistica, piattaforme e conflitto

Nel panorama mediale attuale, la platform society sembra mostrarsi come cartina tornasole delle intersezioni dei contesti politici, economici e culturali che danno senso ai media. Van Dijck e colleghi (2018) fanno difatti riferimento a piattaforme che infiltrano e convergono con istituzioni e pratiche che strutturano le organizzazioni democratiche, finanche quelle non democratiche. I processi di piattaformaizzazione coinvolgono dunque anche il campo del giornalismo, trasformando radicalmente produzione e distribuzione delle notizie e riconfigurando le pratiche giornalistiche, tanto nelle forme di consumo quanto nella costruzione delle diete mediali e nelle forme di monetizzazione (Boccia Artieri, Marinelli 2018). Nelle dinamiche informative, motori di ricerca e – conseguentemente – aggregatori di notizie quali Google News, Yahoo, Apple News, Yandex.News o Toutiao, alterano i meccanismi preesistenti. Partendo dal presupposto che il giornalismo non possa scindersi dal contesto sociale e dalle forze di influenza che lo incontrano e attraversano, gli attori centrali, quali i legacy media e il giornalismo digitale accreditato (Splendore 2023), mantengono tuttora alcune riserve del potere di selezione legato alla costruzione dell’agenda, circa gli avvenimenti considerati salienti da sottoporre alla pubblica attenzione. Se la salienza tenda poi a seguire principalmente criteri di mercato, posizionamenti editoriali, indicazioni dei pubblici, valori notizia o ideali di autonomia, è questione ben più ampia¹.

D’altro canto, la stampa tradizionale e le sue declinazioni digitali, come anche le testate giornalistiche esclusivamente online, cedono il potere di selezione che concerne la ‘costruzione’ delle diete mediali ai fini di indirizzare maggior traffico, aumentare la diffusione delle proprie notizie, e la visibilità ed engagement dei propri siti web (Boccia Artieri, Marinelli 2018). La redistribuzione di questo livello di potere di selezione lascia a saldo negativo le testate giornalistiche – che

¹ La letteratura evidenzia come la salienza e la selezione delle notizie siano determinate da una combinazione di metriche diversificate, rendendo complessa l’identificazione di criteri univoci. Nel dibattito italiano, Marini (2011) esplora il ruolo di movimenti sociali, istituzioni e partiti nella costruzione dell’agenda pubblica, mentre Giomi (2023) analizza il rapporto tra selezione delle fonti, pluralismo e dimensioni industriali e produttive dei media. A livello internazionale, studi come quelli di Tandoc (2014) e Wang (2018) si concentrano sull’impatto dei web analytics, e l’integrazione di feedback dai pubblici, e dei valori notizia tradizionali nel mantenere un equilibrio tra ideali editoriali e richieste di mercato.

costruivano diete mediali equilibrate, coerenti alle proprie linee editoriali, politiche economiche e segmenti di pubblici di riferimento – e a saldo positivo, infrastrutture e principi di piattaforma (Carr 2008). Aprendo alla possibilità di interagire con singole notizie o articoli, l'implicazione conseguente ha a che fare con la disarticolazione delle relazioni tra pubblico e contenuti delle notizie. Si disaggregano pubblici e testate giornalistiche – che ampliano significativamente, al contempo, il potere di diffusione dei propri contenuti (Nielsen, Ganter 2018) – aggregando i contenuti in un unico ambiente (Carr 2008), guidato da logiche e *affordances* che seguono interessi *corporate*, non del tutto espliciti (Couldry, Mejias 2019). Un'asimmetria di potere che costruisce una posizione privilegiata per le piattaforme – che definiscono i perimetri di convergenza di pubblici, pubblicità, contenuti editoriali e i diversi attori mediali che li producono (Ducci *et al.* 2020; Gillespie 2018).

Alla luce di ciò, il rapporto tra giornalismo digitale e Google si configura come uno scambio complesso e asimmetrico: da un lato, Google beneficia dei contenuti prodotti dagli editori; dall'altro, offre visibilità e traffico rafforzando però la dipendenza degli stessi editori dai suoi strumenti proprietari, quali Google Analytics o Google Trends (Serafini 2024). Una relazionalità che evidenzia una crescente concentrazione del potere distributivo nelle mani di pochi attori globali, che influenzano modelli di business e pratiche giornalistiche (Siapera 2013), non limitandosi a distribuire contenuti, bensì a definire le pratiche di visibilità; rafforzando di conseguenza lo squilibrio relazionale con gli editori, che giungono ad operare scelte editoriali sulla base di una convergenza di interessi, in realtà dettata dalle piattaforme stesse (Smyrniotis, Rebillard 2019).

I motori di ricerca e aggregator di notizie possono dunque assolvere in maniera crescente una funzione editoriale, poiché configurano le dinamiche degli scambi informativi (Gillespie 2018) preconstituendo le modalità di produzione e condivisione delle notizie (Boccia Artieri, Marinelli 2018), ancor più durante periodi di crisi o di cambiamenti negli equilibri geopolitici globali (Poell *et al.* 2023). In quest'ottica, risulta recentemente di rilievo la notizia – del 29 ottobre 2024 – circa la richiesta di pagamento sanzionatorio da parte della Federazione Russa ai

danni di Alphabet Google, per una cifra a 34 zeri pari a 2,5 decilioni di dollari². La sanzione al colosso detentore del motore di ricerca è relativa al *ban* di diverse fonti russe su Youtube, avvenuto a partire dal 2020, incrementatosi, e diversificatosi nelle forme di contrasto alla disinformazione, con l'apertura del conflitto russo-ucraino nel 2022 (Google Public Policy 2022). La richiesta di risarcimento, essendo riconosciuta nella sua validità esclusivamente all'interno del territorio russo, e non risultando realisticamente assolvibile su un piano economico (Sky Tg24 2024; The Reporter 2024), sembrerebbe collocarsi maggiormente su un piano simbolico di sfida alla gestione e distribuzione del capitale culturale in capo a Google. Uno scenario attuale, che porta alla luce come nuove tattiche fisiche di information warfare (Ventre 2016) si fondino con strategie cognitivo-ideologiche preesistenti, con implicazioni investigabili da prospettive narrative quant'anche socio-tecniche. Ad esempio, in chiave contenutistica, la piattaforma di informazione durante la guerra in Ucraina ha portato alla luce l'iper-proliferazione di versioni divergenti del conflitto (Henkhaus 2022). A partire dall'utilizzo di termini misinformativi come 'special military operation' o 'denazification', individuabili in fonti giornalistiche aggregate in Turchia come in Serbia (Folena 2023), fino a fenomeni di disinformazione più tangibile come nel caso del massacro di Bucha (Stănescu, 2022).

D'altro canto, da prospettiva socio-tecnica, risultano rilevanti strategie di dominio informativo (Ventre 2016) quali l'oscuramento in Russia di fonti come la BBC o di piattaforme come Instagram (The Moscow Time 2022); e viceversa, le azioni di regolamentazione sinergica tra le piattaforme occidentali, l'Unione Europea e gli Stati Uniti per la sospensione di siti giornalistici russi quali Russian Today o Sputnik.

Nel corso dell'ultimo ventennio il dibattito teorico circa il ruolo di Google ha visto peraltro l'interfacciarsi di ipotesi molto differenti. Dagli albori degli Anni 2000, sono emersi contributi teorico-empirici che hanno tentato di problematizzare i potenziali bias dell'aggregatore di notizie, da fenomeni come la 'Googlearchy' (Hindman et al., 2003) alla comparazione con altri aggregatori. La letteratura ha indagato la potenziale esistenza di *bias* politici conservatori di Google News, non

² La sanzione della Federazione Russa ai danni di Alphabet Google supera di 23 volte l'intero PIL globale.

confermati; scoprendo invece una potenziale maggior polarizzazione dei suoi risultati (Ulken 2005). In altra misura, è stata indagata l'influenza dei *media outlets* occidentali nella costruzione delle diete mediali aggregate, evidenziando una generica influenza delle fonti di informazione occidentale in Google News e Yahoo! News. D'altro canto, è stata rilevata per Google News una costruzione delle diete mediali più varia, con fonti provenienti da tutto il mondo – sebbene altamente concentrata e instabile – rispetto a Yahoo! News, rilevato come dipendente dalle testate giornalistiche occidentali, con risvolti inerenti alla maggior rappresentazione dei paesi sviluppati (Watanabe 2013). Ancora, Le e colleghi (2019) hanno portato alla luce come il livello di personalizzazione politica dei risultati di ricerca di Google News, sembrerebbe legato al 'seguire' le tendenze di partigianeria politica delle preesistenti cronologie di navigazione.

La ricerca, i dati e la metodologia

Nell'ipotesi che non vi siano criteri univoci e universali delle modalità operative di aggregazione delle informazioni e di costruzione delle diete mediali su Google News, lo studio indaga le dimensioni locali, nazionali, e sovranazionali delle affordances³ dell'aggregatore. In Google News, le affordances si declinano nell'aggregazione di fonti e contenuti giornalistici mediata da geolocalizzazione, impostazioni linguistiche, personalizzazione, tematizzazione e visibilità, basata sul ranking algoritmico⁴ delle notizie, determinato da criteri quali rilevanza, *recency*, affidabilità della fonte ed *engagement* (Diakopoulos 2019; Napoli 2019).

La ricerca si focalizza sull'aggregazione di notizie da parte di Google News durante lo scoppio del conflitto russo-ucraino, e a sei mesi dal suo avvio, attraverso la comparazione delle diete mediali costruite in cinque paesi del continente europeo: Georgia, Italia, Polonia, Serbia e Turchia. Lo studio indaga in che modo siano costruite le diete mediali aggregate durante il conflitto; se vi siano potenziali

³ Le affordances possono essere genericamente definite come proprietà socio-tecniche delle piattaforme digitali che configurano i perimetri di azione ed interazione degli utenti e traducono le relazioni online in categorie predeterminate (Van Dijck *et al.*, 2018). Frutto di negoziazioni tra logiche economiche, culturali e normative, sono mutevoli, non neutrali e incorporate in reti di potere che influenzano visibilità, accessibilità e partecipazione (cfr. Boccia Artieri, Marinelli 2019; Gillespie 2010; Helmond 2015).

⁴ Gli studi che approfondiscono il ranking algoritmico e alcuni criteri che lo compongono – tra cui la rilevanza e l'affidabilità delle fonti – evidenziano inoltre le potenziali problematicità del ruolo editoriale di aggregatori come Google News: dai bias algoritmici e l'indicizzazione di contenuti clickbait, alla più generica mancanza di trasparenza dei processi decisionali che sottendono tali processualità.

forme di agency editoriale da parte di Google News, e se siano rilevabili diseguaglianze nell'accessibilità dai diversi stati. Operativamente due domande di ricerca:

RQ1 Quali fonti informative prevalgono in Google News sul conflitto russo-ucraino?

RQ2 Esistono diseguaglianze nell'accesso alle informazioni tra i diversi contesti nazionali? E quale ruolo gioca Google News nel determinare queste disuguaglianze?

Considerando Google una finestra empirica sullo studio della cultura (Sanz, Stancik 2013), e in linea con un approccio ecologico, si è tentato di bilanciare tre variabili di primo piano: l'azione umana, le sue manifestazioni locali all'interno dell'ecosistema (Nardi, O'Day 2000) e la riduzione al minimo dei fattori endogeni legati alle *affordances* della piattaforma, che la ricerca empirica può tenere sotto controllo (Ørmen 2016). Per la definizione delle *search strings* è stato consultato Google Trends nei giorni precedenti alla guerra (*ibidem*), anche nell'obiettivo di rimanere ecologicamente all'interno della piattaforma infrastruttura. Le keywords inserite manualmente sono: 'Ukraine', 'Russia', 'Ukraine Russia War', 'Russia Ukraine War', 'World War' and 'War' nella lingua nazionale, ove disponibile (Xing 2014). Le limitazioni si riferiscono, difatti, alla struttura multilingue dello studio. Durante la fase di raccolta, la lingua georgiana si è rivelata assente nelle opzioni di impostazione di Google News, mentre risultava disponibile su Google Translate. L'autrice ha dovuto selezionare una lingua tra l'inglese e il russo, optando per il russo, avendo una solida base culturale in Georgia e nell'interesse di indagare le potenziali interferenze rilevabili attraverso un'impostazione linguistica non occidentale e dai tratti 'imperialistici' (Tsulaia 2024). Ulteriori considerazioni su questo tema sono riportate nella sezione dei risultati. Per la geolocalizzazione nel paese è stata utilizzata una strategia di *mimicking* attraverso VPN (Fernando *et al.*, 2014), utilizzando un browser in disuso e cancellando la cronologia ad ogni rilevazione (Le *et al.*, 2019; Rogers 2013), onde ridurre la potenziale personalizzazione dei risultati. Sono stati raccolti i primi cinque link indicizzati da Google News per ciascuna *keywords* e ciascun paese (Pan *et al.* 2007), per un totale

di 4.555 notizie distribuite come mostra la Tabella 1. Il processo è stato ripetuto per ciascuno dei paesi dallo scoppio del conflitto (23-02-2022) per due settimane (11-03-2022). In linea con uno short burst model (Brügger 2011), che prevede la raccolta di ampi corpora in tempi relativamente ristretti. Un modello adatto ad eventi sconvolgenti o sensazionali che possono influenzare i parametri di Google (Hannak *et al.* 2013). La medesima rilevazione è stata ripetuta per un secondo *time-frame* a sei mesi dallo scoppio della guerra, dal 31-08-2022 al 14-09-2022, per registrare potenziali trasformazioni tra una fase di *media-hype* e una fase di *normal coverage* all'interno dell'agenda sul conflitto.

2022	Link totali	Georgia	Italia	Polonia	Turchia	Serbia
T1= 23-02 / 11-03	2395	480	480	480	480	475
T2= 31-08 / 11-09	2160	420	420	450	420	450

Tabella 1 - Dataset link notizie per rilevazione e paese

Per coniugare l'esplorazione globale delle fonti, senza trascurare le peculiarità culturali dei Paesi selezionati (George, Kwansah-Aidoo 2017), il processo di *framing* delle fonti (de Vreese 2005) è stato implementato attraverso la mappatura dei *media outlets* (Tankard 2001) da un punto di vista di dominio informativo generale (Ventre 2016), della concentrazione delle fonti nelle diete mediali dei diversi paesi e della provenienza geografica per mappare l'influenza giornalistica (Chadwick, Collister 2014).

Il caso georgiano

La raccolta dati in Georgia ha avuto luogo con geolocalizzazione nel Paese e con impostazioni linguistiche ristrette dall'assenza del georgiano tra le possibilità offerte dall'aggregatore. Motivo per cui, rispetto alle affordances di Alphabet Google, si rileva anzitutto una disegualianza infrastrutturale di disponibilità, oltre che tra i Paesi selezionati, anche tra le impostazioni linguistiche genericamente presenti all'interno della piattaforma infrastruttura, ad esempio su Google Translate, rispetto al novero offerto da Google News. Tra la prima e la seconda

rilevazione si conferma una dieta mediale aggregata inevitabilmente esternalizzata dalle affordances linguistiche: non risultano presenti fonti giornalistiche georgiane. La testata maggiormente aggregata nella prima rilevazione è infatti Lenta.ru (18,3%), con base a Mosca, di proprietà di Rambler Media Group, filiale di Sberbank tra le maggiori banche statali russe, e attualmente considerata filo-governativa a seguito di un cambio di direzione⁵.

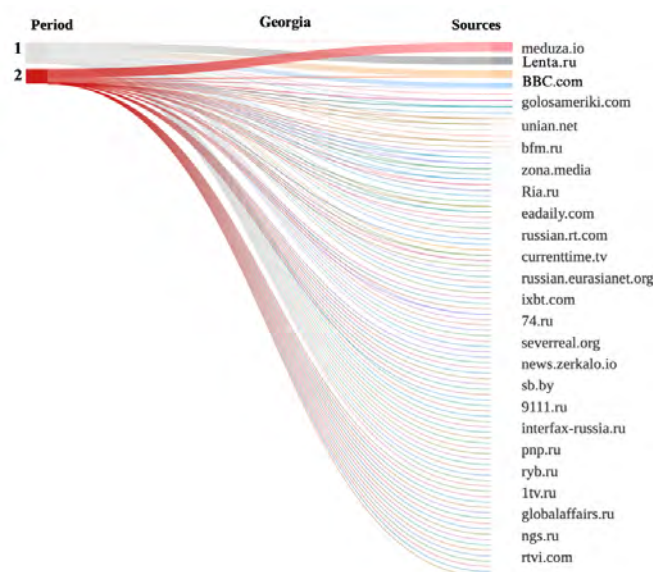


Figura 1 - Distribuzione delle fonti aggregate in Georgia per concentrazione

Nella seconda rilevazione, la testata più ricorrente è Meduza.io con una crescita dal 4,6% durante lo scoppio del conflitto, al 22,6% a sei mesi dall'apertura della guerra. Meduza.io è una delle fonti indipendenti più rilevanti in lingua russa, testata giornalistica fondata da Galina Timchenko, successivamente al cambio di direzione di Lenta.ru nel 2014. Con base in Lettonia, Meduza.io per la Federazione Russa fa parte di quegli 'agenti di influenza straniera' regolati dalla Legge Federale n. 121-FZ del 20 luglio 2012⁶. A questo proposito, tra le osservazioni più

⁵ Informazioni dettagliate sul cambio di direzione di Lenta.ru e sul caso di Galina Timchenko e gli 'agenti di influenza straniera' sono reperibili qui: https://meduza.io/en/feature/2016/05/18/12-newsrooms-in-5-years?utm_; <https://www.themoscowtimes.com/2024/08/30/russia-labels-meduza-ceo-timchenko-foreign-agent-a86210>

⁶ La Legge Federale richiede ad ong, media ed altre entità coinvolte in attività politiche, di registrarsi come agenti stranieri se parzialmente finanziati o aventi sedi operative all'estero. Il testo ufficiale della Legge della Federazione Russa è divenuto parte di un contenzioso geopolitico a cui l'Unione Europea ha risposto con la Risoluzione 2019/2982(RSP). Legge russa e Risoluzione Ue sono reperibili qui: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_132900/; https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2019-0108_IT.html.

interessanti nell'arco delle rilevazioni analizzate, Google News con geolocalizzazione in Georgia riduce a zero la presenza di Lenta.ru e accresce di oltre il 15% quella di Meduza.io. Perciò, in relazione all'impostazione linguistica, considerando Meduza.io una testata russa, si potrebbe rilevare una tendenza stabile, in leggera crescita, di notizie aggregate provenienti da fonti russe, tra il 57,3% e il 61,4%. Applicando, d'altro canto, un criterio di provenienza geografica ristretto alla sede ufficiale della testata, in linea con la Legge Federale russa che considera Meduza.io un'agente straniero, i processi di aggregazione delle fonti mostrano una drastica riduzione delle testate giornalistiche russe, passando dal 52,7% della prima rilevazione al 38,6% della seconda. Comparando i due *time-frame*, emerge inoltre una riduzione dell'influenza di testate giornalistiche europee, la cui presenza risulta dimezzarsi sia per la BBC.com, che passa dal 16,3% all'8,3%, che per la tedesca DW.com. D'altro canto si constata un aumento della presenza di Voice of America⁷, passata da una rilevanza circoscritta ad una maggior presenza, pari al 6,7%. Rispetto alle *affordances* di geolocalizzazione e impostazioni linguistiche è interessante sottolineare la presenza di fonti occidentali in lingua russa quali BBC.com, Voice of America e Radio Free Europe (RFE Group), nelle sue diverse declinazioni, nonostante il *ban* imposto dalla Federazione Russa a queste testate dallo scoppio della guerra. Da un lato, Google News sembrerebbe dunque favorire una “colonizzazione linguistica” – in russo – in linea con le proprie *affordances*; dall'altro, l'aggregatore sembra favorire il criterio di geolocalizzazione in Georgia nella costruzione di una dieta mediale avente fonti giornalistiche non accessibili in Russia al momento delle rilevazioni. Evidenze che sembrano offrire spazi di argomentazione circa l'agency editoriale dell'aggregatore e la sua presunta neutralità socio-tecnica e culturale.

Approfondendo gli attori giornalistici “agenti stranieri”, e le fonti occidentali aggregate in lingua russa, i link ai siti web rivelano inoltre tattiche di controinformazione, con banner e spiegazioni su “come ricevere notizie oggettive sulla Crimea”; “donare ai media indipendenti nel caso di persone russe connesse tramite VPN”; tattiche quali “siti specchio distribuiti in più località per rendere più difficile alle autorità bloccare l'accesso ai siti web”; e descrizioni esplicative per “aggirare

⁷ www.golosameriki.com, ultima consultazione, 11/12/2024.

il blocco delle autorità russe” attraverso specifiche app degli attori giornalistici, con VPN già integrata. Infine, si rileva che il potere regolamentare dell’Unione Europea circa il *ban* a fonti russe, quali Russian Today e Sputnik risulta efficace, con la penetrazione di due sole notizie sotto domini fittizi.

Italia, Polonia, Serbia e Turchia: tra nazionalizzazione e concentrazione

Al di là delle peculiarità del caso georgiano, l’Italia si contraddistingue per una dieta mediale aggregata al 100% nazionalizzata. Nessuna fonte giornalistica estera risulta inserita nella dieta mediale italiana da Google News durante lo scoppio del conflitto. Nel comparare i due *time-frames*, le fonti nazionali mutano in maniera quasi impercettibile con un 2,5% di testate afferenti alla stampa religiosa nella seconda rilevazione, tra cui l’Avvenire, Vaticannews.va, Agensir e l’Osservatore Romano. A mutare, inoltre, è la concentrazione di notizie provenienti da Rainews.it, che si conferma in entrambi i periodi la fonte maggiormente selezionata da Google News, con un’aggregazione pressoché raddoppiata nel corso del tempo, dal 13,1% al 28,4%. Un’ulteriore tendenza che emerge è relativa alla presenza del fattoquotidiano.it e de ilgiorno.it, che passano dall’essere tra le testate giornalistiche maggiormente aggregate, alla totale scomparsa dal corpus nella fase di *normal coverage*. D’altro canto, tra i legacy media italiani, larepubblica.it passa da un ruolo marginale (1,9%) durante lo scoppio della guerra, a divenire la seconda fonte più aggregata con un peso del 13,6%. Sempre con riferimento ai legacy media, risultano invece selezionati in maniera stabile dall’aggregatore ilcorriere.it e skytg24.com⁸ con percentuali tra l’8 e il 12%. Si riduce, poi, la rilevanza delle fonti primarie di notizie prodotte dalle agenzie di stampa: più rilevanti nel T1 soprattutto con un 6,5% delle fonti da andkronos.com. L’assenza di fonti estere nella dieta mediale aggregata italiana sembrerebbe tuttora confermare l’adesione del sistema mediale al modello mediterraneo (Mancini, Hallin 2004), dipendente dai legacy media nazionali, e orientato a una prospettiva informativa prevalentemente interna. D’altro canto, la centralizzazione dell’informazione in attori come la Rai potrebbe riflettere un maggior controllo statale e una riduzione della pluralità, osservabile

⁸ Con variazioni tra i due time-frames di circa il 2% al massimo.

peraltro nella progressiva marginalizzazione di fonti regionali e indipendenti dai fondi statali, quali *il Giorno* e *il Fatto Quotidiano*.

Anche la dieta mediale aggregata in Polonia conferma una nazionalizzazione quasi completa, che aumenta leggermente nella seconda rilevazione (dal 98,4 al 99,3%). Il legacy media che generalmente colonizza l'informazione aggregata polacca, crescendo tra le due rilevazioni, è *rp.pl* (Rzeczpospolita), testata con radici solide nei media tradizionali, operativa anche sul digitale (dal 16,9 al 24,0%). Nel secondo periodo, inoltre, si registra un aumento della presenza di TVN24 che giunge dal 6,0% al 18,4% delle fonti totali. Da prospettiva internazionale, durante lo scoppio della guerra l'unica fonte estera aggregata era la tedesca *DW.com*. A guerra inoltrata, risultano aggregate soltanto due notizie da *DW.com* e una notizia da *Vaticannews.va*. Tra le altre tendenze di rilievo, c'è inoltre il ridimensionamento dell'aggregazione di notizie da attori giornalistici digitali del campo economico-finanziario, come *businessinsider.polska* e *money.pl* che passano dal costituire il 17% della dieta mediale al 4,2% nella seconda rilevazione. I diagrammi alluvionali in Figura 2 mostrano il cambiamento di distribuzione e concentrazione delle diete mediali in Polonia ed Italia.

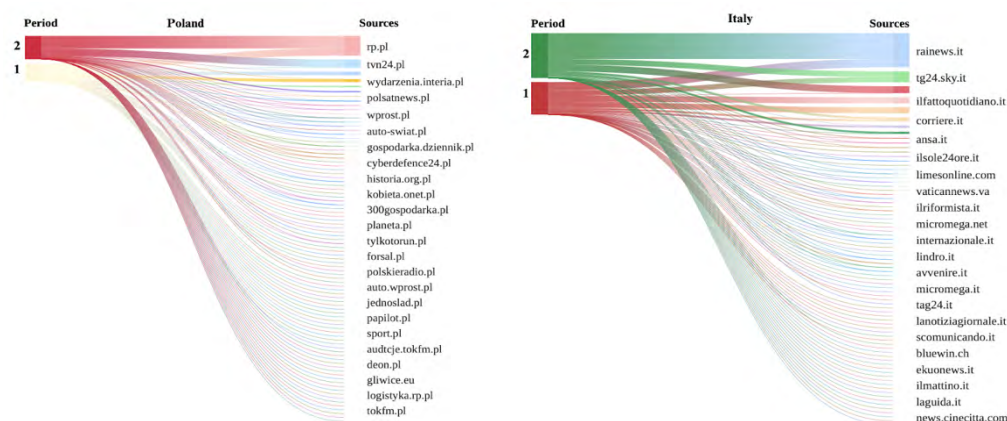


Figura 2 - Distribuzione delle fonti aggregate in Polonia ed Italia, ordinate per concentrazione

In Serbia i principali attori giornalistici aggregati nel primo periodo sono la *BBC.com*, *politika.rs* (11,8%), *danas.rs* (10,1%), *rts.rs* (7,6%), e *novosti.rs* (6,5%). In corrispondenza del *media-hype* dello scoppio del conflitto, Google News sembrerebbe costruire una dieta mediale in cui fornisce ampio spazio a fonti occidentali, principalmente attraverso la *BBC.com* che costituisce la fonte

maggiormente aggregata con un peso del 36,0%. Un trend che non risulta confermato nella seconda rilevazione, ove si rileva una sensibile decrescita della presenza della BBC, che scivola al terzo posto tra le fonti più aggregate in Serbia (11.6%). Ad aumentare in maniera manifesta è d'altro canto la concentrazione della dieta mediale serba sulla testata nazionale novosti.rs, che cresce di oltre trenta punti percentuali, divenendo la fonte più aggregata con un peso del 40,2%. L'inversione di 'ruolo' tra la BBC.com e novosti.rs è visibile nel grafico alluvionale in Figura 2, che mostra le differenti aggregazioni in Serbia e Turchia, ordinate per concentrazione dei due time-frames. Seppur in minor misura, anche l'attore nazionale politika.rs mostra un aumento rilevante della sua presenza, attestandosi come seconda fonte più aggregata da Google News (19,1%). Inoltre, in linea con la riduzione di fonti della BBC.com, anche Voice of America e DW.com mostrano una flessione, seppure con valori ridotti. La dieta mediale aggregata in Serbia, risulta nazionalizzarsi tra le due rilevazioni passando da meno della metà di fonti giornalistiche serbe nel primo periodo ad oltre l'85% nella fase di *normal coverage*. Una notazione che si interseca con la riduzione di copertura 'occidentale' del conflitto, di fonti internazionali con base nei Balcani tra cui balkans.aljazeera.net, e il grande ridimensionamento dal 10,1% al 1,1%, di fonti nazionali generalmente considerate equilibrate e indipendenti come danas.com (Media Monitor 2023).

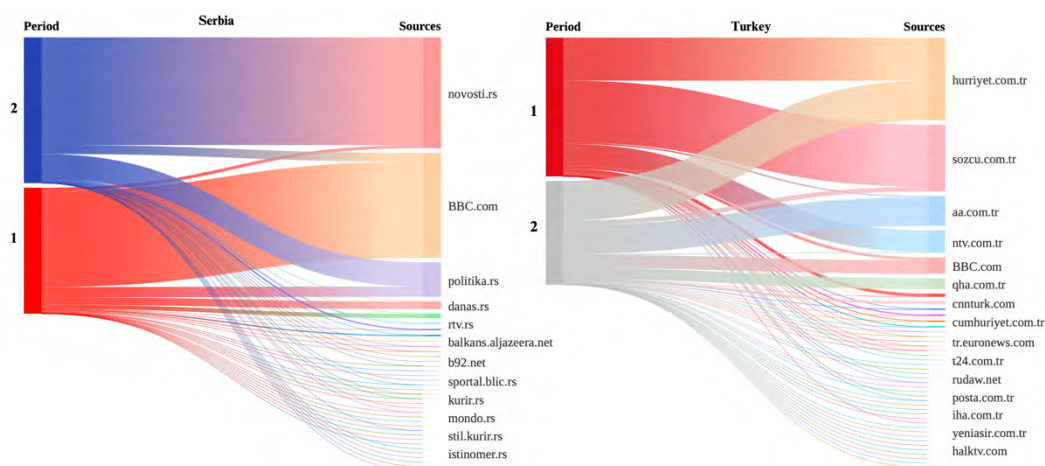


Figure 3 - Distribuzione delle fonti aggregate in Serbia e Turchia per concentrazione

Con riguardo alla Turchia, la dieta mediale aggregata si conferma altamente nazionalizzata ma, contrariamente alle tendenze degli altri paesi, la diversità dei media tende a crescere con aumento soprattutto di fonti occidentali, tra cui un flusso di notizie dalla BBC.com che raggiunge nella seconda rilevazione l'11,7%. Osservando i legacy media del paese, Hurriyet.com.tr si conferma tra gli attori più rilevanti, con valori assoluti di aggregazione simili in entrambi i periodi. Al contrario, Sozcu.com.tr, dopo un picco di aggregazione nel primo periodo, subisce una variazione in negativo del 20% tra le due rilevazioni. Una tendenza inversa si rileva, d'altro canto, per la maggiore agenzia di stampa nazionale del paese, aa.com.tr, che vede aumentare la concentrazione del suo traffico passando da una posizione periferica (T1 = 3,8%) a una posizione centrale (T2 = 18,1%). Da prospettiva generale, è interessante rilevare come rispetto agli altri Paesi, la Turchia non subisca un aumento della concentrazione della propria dieta mediale, quanto piuttosto, una sua leggera diversificazione delle fonti. La Figura 3 mostra la 'nazionalizzazione' delle diete medialie attraverso la provenienza della fonte giornalistica per paesi e per periodi comparati. Si notano i citati ridimensionamenti di fonti russe in Georgia e britanniche in Georgia e Serbia; la lieve crescita di attori giornalistici internazionali in Turchia, e l'ingresso di fonti del Vaticano.



Figura 4 - *Editorial location* delle fonti aggregate nei cinque paesi, comparate per time frames

Considerazioni conclusive

In linea generale, tra le principali tendenze condivise, Italia, Polonia e Turchia mostrano una dieta mediale aggregata nazionalizzata in oltre il 90% delle fonti. Il

caso polacco risulta interessante dalla prospettiva teorica di mediterraneanizzazione dell'ecosistema giornalistico, sebbene con le caratteristiche di sistema mediale soggetto ad ibridazioni liberali, in cui trovano spazio un alto livello di politicizzazione quant'anche una progressiva commercializzazione dei media, avviatasi con la fase post-comunista (Dobek-Ostrowska, Głowacki 2015). La Serbia vede mutare invece la sua dieta mediale, da un più ampio dominio informativo (Ventre 2016) occidentale ad una nazionalizzazione significativa degli attori giornalistici, con una riduzione di fonti accreditate come indipendenti o influenzate in minor misura dalle posizioni politico-governative (Media Monitor 2023); si rileva inoltre un aumento della presenza di emittenti televisive pubbliche di province autonome del Paese. In Serbia, contrariamente ad Italia e Polonia, la transizione ad una dieta marcatamente nazionalizzata si verifica successivamente. Notazione che potrebbe indicare la potenziale agency di Google News nella costruzione di una dieta mediale più diversificata, plurale, ed occidentale, in corrispondenza dell'apertura del conflitto che ha visto il paese consolidare una postura geopolitica ambivalente tra Russia ed Unione Europea. La nazionalizzazione della dieta italiana potrebbe invece mostrarsi interessante dal punto di vista del capitale culturale del sistema mediale. La centralità crescente di attori come la Rai e *La Repubblica* sembrano confermare l'aderenza al modello mediterraneo di Hallin e Mancini (2004), sebbene con evoluzioni che suggeriscono una potenziale trasformazione delle dinamiche inerenti al parallelismo politico. Piuttosto che riflettere un adeguamento diretto a specifici partiti o forze politiche, in un periodo di transizione caotica come un contesto di conflitto, le evidenze mostrano un riallineamento delle fonti aggregate verso interessi di potere più consolidati, come quelli statali ed istituzionali. Un risultato che potrebbe mostrarsi in linea con un contesto di apparente depoliticizzazione dell'opinione pubblica (Sorice, Zunino 2024), quanto con la necessità da parte dei media pubblici di assumere un ruolo di guida delle narrazioni di guerra, in un contesto sensibile come l'Italia (Ispi 2024). Un panorama a cui si aggiunge la scomparsa di due attori non direttamente sostenuti da finanziamenti pubblici, e l'entrata nel corpus – sebbene periferica – della stampa vaticana. Elementi che, se riletti congiuntamente, potrebbero costituire una prospettiva innovativa da esplorare circa una potenziale

evoluzione contemporanea dell'ecosistema giornalistico italiano, con l'informazione tesa a concentrarsi su attori percepiti come più neutrali e autorevoli – in virtù del ruolo di emittenti pubbliche – specialmente durante fasi di crisi.

In Turchia, la nazionalizzazione delle fonti aggregate si conferma stabile, con la presenza crescente dell'agenzia di stampa pubblica, che sembrerebbe riflettere un controllo narrativo di tipo statale. Parallelamente, l'aumento della presenza di fonti occidentali nella seconda rilevazione suggerisce un'apertura strategica verso l'informazione internazionale, che potrebbe essere legata alla necessità di gestire la percezione esterna del ruolo della Turchia nel conflitto. In questo senso, le affordances dell'aggregatore sembrano seguire l'ecosistema mediatico turco, dominato dalle testate partisan, operando un parziale riequilibrio nella progressiva apertura a fonti esterne, in un contesto di rilevanza strategica internazionale del paese (Akser, Baybars 2023). Uno scenario che, ancora, potrebbe indicare una potenziale agency delle piattaforme nel mantenere un livello minimo di pluralità informativa internazionale, in un ecosistema giornalistico fortemente controllato come quello turco. In Georgia, le affordances linguistiche di Google News si sostanziano in un'accessibilità diseguale all'aggregatore che ha condotto all'esternalizzazione complessiva delle fonti giornalistiche. D'altro canto, da una prospettiva di agency editoriale, si rileva un rimodellamento delle modalità operative di 'risposta' di Google News ai criteri legati all'impostazione della lingua e alla geolocalizzazione, tra la fase di *media-hype* e *normal coverage* del conflitto. La combinazione di media outlets occidentali e di fonti in lingua russa filo-governative, prima, e indipendenti poi, fornisce spunti di riflessione circa una tendenza egemonica all'aggregazione di media outlets polarizzati, provenienti dalla Russia e dall'“Occidente”, con un'accresciuta selezione di fonti statunitensi rispetto a quelle europee. Le evidenze socio-tecniche e politico-culturali del caso georgiano sembrano dunque supportare l'assunto che le infrastrutture mediatiche e tecnologiche tendano a riflettere dinamiche asimmetriche di potere culturale e politico (Mancini, Hallin 2004), privilegiando due forze di influenza culturali divergenti ma persistenti nella storia del paese. Forze di influenza che sembrerebbero riflettere la dicotomica contrapposizione geopolitico-culturale tra Russia e “Occidente”, sostanziosi nella completa eliminazione del campo

giornalistico georgiano, in quanto prospettiva da considerare potenzialmente subalterna (Spivak 1988).

In conclusione, Google News sembrerebbe confermare una costruzione delle diete moderatamente varia ma tendente ad alti livelli di concentrazione, mostrandosi un ambiente processuale sociotecnico avente anche il ruolo strategico di attore politico-culturale. Google News agirebbe con forme di agency editoriale che sembrano tendere al mantenimento di un livello minimo di egemonia informativa occidentale (Watanabe 2013), bilanciando la pluralità delle fonti tra globale e nazionale nei contesti non occidentali – in Georgia, Serbia e Turchia – e facendosi specchio delle asimmetrie di potere dei sistemi mediali nazionali afferenti all’Occidente, come in Italia e Polonia. Alla luce di ciò, occorrerebbe approfondire il funzionamento di Google News rispetto ad aggregatori non occidentali, oltre a problematizzare il ruolo dell’aggregatore per comprendere se si faccia solo specchio del campo digitalizzato del giornalismo (Splendore 2023) e delle asimmetrie di potere tra attori giornalistici di diversi paesi, oppure se possa tendere a rinforzare le dinamiche asimmetriche preesistenti su scala nazionale e sovranazionale. In questo senso, risulta fondamentale continuare ad esplorare il rapporto tra affordances delle piattaforme, scelte algoritmiche e posizionamenti geopolitici e culturali che le guidano. Col fine di ampliare la comprensione del ruolo strategico di questi nuovi attori politico-culturali del campo giornalistico globale e i margini di contro-utilizzo di questi ecosistemi informativi processuali, al fine di svelarne i criteri egemonici e la potenziale agency liminale talvolta inespressa (Couldry, Mejtas 2019; Syvertsen 2017).

Riferimenti bibliografici

- Anderson, CW. (2016). News Ecosystems. In Witschge, T., Anderson, CW., Domingo, D., Hermida, A. (eds.). *The Sage Handbook of Digital Journalism*, Thousand Oaks, CA: Sage, 410-423.
- Bentivegna, S., Boccia Artieri, G. (2019). *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*. Roma-Bari: Laterza.
- (2021). *Voci della democrazia. Il futuro del dibattito pubblico*. Bologna: Il Mulino.
- Bhambra, GK. (2023). *Rethinking Modernity. Postcolonialism and the Sociological Imagination*. 2d Edition, Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.

- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: FrancoAngeli.
- Boccia Artieri, G., Marinelli, A. (2018). Piattaforme, algoritmi, formati. Come sta evolvendo l'informazione online. *Problemi dell'Informazione*, 3, p. 349-368.
- Boccia Artieri, G., Colombo, F., Gili, G. (2023). *Comunicare. Persone, relazioni, media*. Bari-Roma: Laterza.
- Bourdieu, P.
(2005). The Political Field, the Social Science Field and the Journalistic Field. In Benson, R., Neveu, E., *Bourdieu and the Journalistic Field*. Malden (MA): Polity, p. 29-47.
- Brügger N. (2011). Web Archiving-Between Past, Present, and Future. In Burnett, R. Consalvo, M., Ess, C. (eds.). *The Handbook of Internet Studies*, Oxford: Wiley-Blackwell, p. 24-42.
- Carr N.G. (2008). *The Big Switch: Rewiring the World, from Edison to Google*. New York: W.W. Norton.
- Chadwick, A. ([2013] 2017). *The Hybrid Media System. Politics and Power*. Second Edition, Oxford: Oxford University Press.
- Chadwick, A., Collister, S. (2014). Boundary-drawing power and the renewal of professional news organizations: the case of the Guardian and the Edward Snowden NSA leak. *International Journal of Communication*, 8, 22.
- Couldry, N. (2003). *Media rituals: A critical approach*. London: Routledge.
- Couldry N., Mejias, U.A., (2019). *The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford, California: Stanford University Press.
- de Vreese, C., H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal & Document Design* 13(1), 51-62.
- Dobek-Ostrowska, B., Głowacki, M. (eds.). (2015). *25 years after communism: four models of media and politics in Central and Eastern Europe*. Studies in Communication and Politics, 4, 4, Bristol, UK: Peter Lang.
- Ducci G., Boccia Artieri G., Corsi M., Giglietto F., Manattini F. (2021). Informazione e salute negli ambienti digitali, tra agenda setting e online gatekeeping. Una ricerca su Google News Italia e utenti di Facebook. *Problemi dell'Informazione*, 2, p. 159-186.
- Eisenstadt, SN. (1999). Multiple modernities in an age of globalization. *Canadian Journal of Sociology* (24) ,p. 283-95.
- Fernando, Anisha T. J., Tina Du J., and Ashman H. (2014). Personalisation of Web Search: Exploring Search Query Parameters and User Information Privacy Implications - the Case of Google. *Proceeding of the 1st International Workshop on Privacy-preserving IR*, Gold Coast, Australia, p. 31-36,
- Folena, C. (2023). De-Westernise the Digital Information Warfare on Google News: An East-Eurasian Perspective of the Russian-Ukrainian conflict. *ESSACHESS Journal for Communication Studies*, 16(2 (32)), p. 13-34.

- George, A. M., Kwansah-Aidoo, K. (eds.) (2017). *Culture and crisis communication: Transboundary cases from nonwestern perspectives*. New York: Wiley.
- Giesen, B. (2009). The three projects of modernity. *International Political Anthropology*, 2 (2), p. 239-50.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet. Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. New Haven-London: Yale University Press.
- Giomi, E. (2023). *Il pluralismo informativo tra teorie dei media e (limiti della) tutela normativa. Proposte per una evidence-based regulation*, Report 2023 Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, <https://www.odg.it/il-pluralismo-informativo-tra-teorie-dei-media-e-limiti-della-tutela-normativa-proposte-per-una-evidence-based-regulation/50583?>, consultato il 1° dicembre 2024.
- Google. (2022). *New Ways We're Supporting Ukraine*, in «Google Public Policy», <https://blog.google/outreach-initiatives/public-policy/new-ways-were-supporting-ukraine/> del 1 dicembre 2022, consultato il 20 ottobre 2024.
- Habermas, J. (1962). *The structural transformation of the Public Sphere*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Hall, S. (1996). Introduction. In Hall, S., Held, D., Hubert, D. & Thompson, K. (eds.). *Modernity: introduction to modern societies*. Malden, Mass.: Blackwell, p. 3-18.
- Hall, S., Du Gay, P. (1996). *Questions of Cultural identity*. London, UK: SAGE.
- Hannak A., Sapiezynski P., Kakhki A.M., Krishnamurthy B., Lazer D., Mislove A. & Wilson C. (2013). Measuring Personalization of Web Search. In Schwabe D., Almeida V., Glaser H., Baeza-Yates R., & Moon S. (eds.). *Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web (WWW '13)*, Rio de Janeiro, p. 527–538.
- Hardy, J. (2019). Political economy of news. *The international encyclopedia of journalism studies*, 1-8.
- Heise, U.K. (2002). Unnatural ecologies: The metaphor of the environment in media theory. In *Configurations*, 10(1), p. 149-168.
- Henkhaus, L. (2022). “The role of the internet in Ukraine’s information war”, in «Texas A&M Today», <https://liberalarts.tamu.edu/blog/2022/03/14/the-role-of-the-internet-in-ukraines-information-war/> del 14 marzo 2022, consultato il 20 ottobre 2024.
- Hindman, M., Tsioutsoulis, K., & Johnson, J. A. (2003). Googlearchy: How a few heavily-linked sites dominate politics on the web. In *Annual meeting of the Midwest Political Science Association*, Vol. 4, 1-33.
- Le, H., Maragh, R., Ekdale, B., High, A., Havens, T., & Shafiq, Z. (2019). Measuring political personalization of Google news search. *The World Wide Web Conference*, 2957-2963.

- Mancini, P., Hallin, D. C. ([2004] 2015). *Modelli di giornalismo: mass media e politica nelle democrazie occidentali*. Roma-Bari: Laterza.
- Marini, R. (2015). *Mass media e discussione pubblica: le teorie dell'agenda setting*. Roma: Gius. Laterza & Figli Spa.
- Mellado, C. (Eds.) (2021). *Beyond Journalistic Norms: Role Performance and News in Comparative Perspective*. London: Routledge.
- McCombs, ME., Shaw, DL. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 2 (Summer, 1972).
- McLuhan, M. ([1964] 1974). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore-Garzanti.
- Nardi, B.A., O'Day, V. (2000). *Information ecologies: Using technology with heart*. Cambridge: Mit Press.
- Nielsen, RK., Ganter, SA.
 (2018). Dealing with Digital Intermediaries: A Case Study of the Relations between Publishers and Platforms. *News Media and Society*, 20(4), p. 1600-17.
 (2022). *The power of platforms: Shaping media and society*. London, UK: Oxford University Press.
 (2022). *The Power of Platforms: Shaping Media and Society*. New York: Oxford University Press.
- Ørmen J. (2016). Googling the news. In *Digital Journalism*, 4(1), 107-124.
- Pan B., Hembrooke H., Joachims T., Lorigo L., Gay G., and Granka L. (2007). In Google We Trust: Users' Decisions on Rank, Position, and Relevance. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (3), 801-823.
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. Cambridge: MIT Press
- Sanz, E., Stancik, J. (2013). Your Search - 'Ontological Security' - Matched 111,000 Documents: An Empirical Substantiation of the Cultural Dimension of Online Search. In *New Media & Society* 16 (2), 252-270.
- Serafini, L. (2024). *Il giornalismo digitale. Una prospettiva sociologica*. Roma: Carocci.
- Siapera, E. (2013). Platform infomediation and journalism. *Culture Machine*, 14, 1-28.
- SkyTg24. (2024). "Google, multa da record in Russia: cifra superiore al Pil mondiale", in «SkyTg24», <https://tg24.sky.it/mondo/2024/10/31/google-multa-russia>, del 31 ottobre 2024, consultato il 31 ottobre 2024.
- Sorice, M., & Zunino, M. (2024). Populismi fra depoliticizzazione e ideologia. *Rivista di Politica*, (1).
- Splendore, S. (2023). *Sociologia del giornalismo*. Roma-Bari: Laterza.
- Syvertsen, T. (2017). *Media resistance: Protest, dislike, abstention*. Cham, Switzerland: Springer Nature, Palgrave Macmillan.
- Tandoc, EC. (2014). Journalism is Twerking? How Web Analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society*, 16(4), 559-575.

- Tankard, J.W. (2001). An empirical approach to the study of media framing. In Reese, S.D., Gandy, O.H. & Grants, A.E. (eds). *Framing public life: perspectives of media and our understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Thomassen, B. (2014). *Liminality and the modern: Living through the in-between*. London, UK: Routledge.
- Thompson, J. B. (1998). *Mezzi di comunicazione e modernità: Una teoria sociale dei media*. Bologna: Il Mulino.
- Thompson, I. (2024). “Russian court fines Google \$20,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000,000”, in «The Register», https://www.theregister.com/2024/10/29/russian_court_fines_google/ del 29 ottobre 2024, consultato il 31 ottobre 2024.
- Tsulaia, T. (2024). The Impact of the Social and Political Situation of the 19th Century Georgia on Language Functioning. *Language and Culture*, 9, 355-362.
- Ulken, A. (2005). *Question of Balance: Are Google News search results politically biased*. Reperibile presso: <https://www.ulken.com/thesis/googlenews-bias-study.pdf>
- van Dijck, J., Poell T., de Waal, M. (2018). *The Platform Society. Public values in a connective world*. New York: Cambridge University Press.
- Ventre, D. (2016). *Information Warfare*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (Eds.) (2020). *The Handbook of Journalism Studies*. 2^a edition, New York: Routledge.
- Wang, Q. (2018). Dimensional Field Theory: The Adoption of Audience Metrics in the Journalistic Field and Cross-Field Influences. *Digital Journalism*, 6(4), 472-491.
- Watanabe, K. (2013). The western perspective in Yahoo! News and Google News: Quantitative analysis of geographic coverage of online news. *International communication gazette*, 75(2), 141-156.
- Williams, R. (1974). *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana.
- Xing X., Meng W., Doozan D., Feamster N., Lee W., & Snoeren A. C. (2014). Exposing Inconsistent Web Search Results with Bobble. *Passive and Active Measurement SE*, 13, 8362, 131–140.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy*. Thousand Oaks, CA: Sage.

