

Nhận diện cơ chế của sự lệ thuộc vào cấu trúc nền tảng kỹ thuật số của truyền hình

Identifying mechanisms of structural dependency on digital platform infrastructures in television

TS. NGUYỄN DƯƠNG CHÂN

Đài Truyền hình Việt Nam; Email: channguyen6688@gmail.com

Ngày nhận bài: 05/03/2026

Ngày phản biện: 07/03/2026

Ngày duyệt đăng: 20/3/2026

Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí, truyền thông

Tóm tắt: Sự trỗi dậy của các nền tảng kỹ thuật số trong thập kỷ qua đã tạo ra một cấu trúc quyền lực mới, định hình lại hệ sinh thái truyền thông toàn cầu. Đối với truyền hình, các nền tảng kỹ thuật số không chỉ là kênh phân phối mà đã trở thành hạ tầng dữ liệu - thuật toán có khả năng chi phối mức độ hiển thị, hành vi người xem và dòng doanh thu quảng cáo. Bài viết phân tích hiện tượng lệ thuộc cấu trúc (structural dependency) của truyền hình Việt Nam vào các nền tảng kỹ thuật số, dựa trên khung lý thuyết của Srnicek, Napoli, van Dijck và Poell. Qua đó, bài viết nhận diện các cơ chế quyền lực của nền tảng kỹ thuật số, đồng thời đánh giá tác động lên nội dung, tổ chức và chức năng xã hội của truyền hình trong hệ sinh thái số.

Từ khóa: Lệ thuộc cấu trúc; nền tảng kỹ thuật số; quyền lực thuật toán; quyền lực dữ liệu; truyền hình Việt Nam

Abstract: The rise of digital platforms over the past decade has created a new power structure that reshapes the global media ecosystem. For television, digital platforms are no longer merely distribution channels but have become data-algorithm infrastructures capable of controlling visibility, audience behavior, and advertising revenue flows. This article analyzes the phenomenon of structural dependency of Vietnamese television on digital platforms, drawing on theoretical frameworks by Srnicek, Napoli, van Dijck, and Poell. It identifies the mechanisms of platform power and evaluates their impacts on content, organization, and the social functions of television within the digital ecosystem.

Keywords: Structural dependency; digital platforms; algorithmic power; data power; Vietnam television.

1. Đặt vấn đề

Sự lệ thuộc vào cấu trúc nền tảng kỹ thuật số của truyền hình

Trong giai đoạn 2019 - 2025, truyền hình Việt Nam chứng kiến sự chuyển dịch mạnh mẽ từ mô hình phát sóng tuyến tính sang phân phối đa nền tảng nhằm đáp ứng sự thay đổi trong hành vi tiêu thụ thông tin của công chúng. Việc mở rộng sang các nền tảng kỹ thuật số như YouTube, Facebook hay TikTok ban đầu được xem là chiến lược gia tăng phạm vi tiếp cận; tuy nhiên, nhanh chóng bộc lộ một dạng phụ thuộc vượt ra ngoài vấn đề kỹ thuật hay kênh phân phối.

Theo Srnicek (2017), sự lệ thuộc cấu trúc xảy ra khi các tổ chức truyền thông không sở hữu các nguồn lực cốt lõi của nền kinh tế nền tảng bao gồm dữ liệu hành vi người dùng, thuật toán phân phối và hạ tầng kỹ thuật khiến họ buộc phải tuân thủ các tiêu chí do nền tảng áp đặt để duy trì khả năng tiếp cận công chúng. Trong bối cảnh này, các

nền tảng hoạt động như những “người gác cổng thuật toán” (Gillespie, 2018), đồng thời đặt các cơ quan truyền thông vào vị thế “người thuê hạ tầng” phụ thuộc vào một hệ thống phân phối tư nhân toàn cầu (Napoli, 2019).

Từ cách tiếp cận trên, có thể lập luận rằng truyền hình Việt Nam không chỉ đưa nội dung lên nền tảng mà đã bị “nhúng” vào cấu trúc vận hành của chúng. Sự lệ thuộc này tác động trực tiếp tới chiến lược nội dung, tổ chức sản xuất và chức năng xã hội của truyền hình như một thiết chế truyền thông công, đồng thời đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc nhận diện các cơ chế quyền lực nền tảng nhằm xây dựng chiến lược thích ứng trong bối cảnh chuyển đổi số.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp phân tích tài liệu kết hợp với cách tiếp cận nghiên cứu nền tảng (platform studies) nhằm nhận diện cơ chế lệ thuộc cấu trúc của truyền hình đối với các nền tảng kỹ thuật số. Nguồn dữ liệu nghiên cứu bao gồm các công trình lý thuyết về kinh tế nền tảng, quyền

lực thuật toán và nền tảng hóa truyền thông của Srnicek (2017), Gillespie (2018), Napoli (2019), van Dijck, Poell và De Waal (2018), cùng các nghiên cứu liên quan đến hạ tầng dữ liệu, chuẩn mực nền tảng và truyền thông số.

Bên cạnh đó, bài viết kết hợp quan sát thực tiễn hoạt động phân phối nội dung số của một số đài truyền hình Việt Nam trên YouTube, Facebook và TikTok nhằm đối chiếu với các khung lý thuyết đã được đề cập. Trên cơ sở đó, bài viết phân tích bốn cơ chế quyền lực chính của nền tảng kỹ thuật số gồm: quyền lực dữ liệu, quyền lực thuật toán, quyền lực hạ tầng và quyền lực chuẩn mực; đồng thời đánh giá tác động của các cơ chế này đối với hoạt động truyền hình trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Cơ chế quyền lực tạo ra sự lệ thuộc vào cấu trúc của nền tảng kỹ thuật số ở truyền hình

3.1. Quyền lực về dữ liệu: Bất đối xứng thông tin và sự phụ thuộc vào phân tích nền tảng

Dữ liệu người dùng là nền tảng của cấu trúc quyền lực trong hệ sinh thái nền tảng, bởi nó quyết định khả năng dự đoán hành vi, tối ưu hóa thuật toán và kiểm soát phân phối nội dung. Srnicek (2017) xem dữ liệu là “tài nguyên chiến lược không thể thay thế”, khiến các tổ chức không sở hữu dữ liệu hành vi rơi vào trạng thái phụ thuộc dài hạn. Trong khi đó, các đài truyền hình Việt Nam chủ yếu chỉ tiếp cận dữ liệu tổng hợp như rating hay reach, thì các nền tảng kỹ thuật số lại nắm giữ dữ liệu vi mô theo thời gian thực, bao gồm hành vi xem, tương tác và các tín hiệu ngữ cảnh. Helmond (2015) gọi đây là “trích xuất dữ liệu đa tầng”, nơi mọi hành vi người dùng trở thành đầu vào cho thuật toán. Sự chênh lệch này tạo ra bất đối xứng dữ liệu mang tính hệ thống, buộc truyền hình phải phụ thuộc vào công cụ phân tích của nền tảng.

Hệ quả của bất đối xứng này thể hiện ở ba cấp độ. Thứ nhất, các quyết định biên tập ngày càng dựa vào dữ liệu nền tảng thay vì logic nghề nghiệp, từ độ dài, nhịp độ đến thời điểm đăng tải. Thứ hai, dữ liệu khán giả không thuộc quyền sở hữu của đài truyền hình, phản ánh đặc trưng của “hạ tầng tư nhân hóa” (Plantin et al., 2018), qua đó hạn chế khả năng xây dựng chiến lược dữ liệu độc lập. Thứ ba, quyền lực dữ liệu dần thay thế một phần quyền lực biên tập, khi nền tảng định nghĩa các tiêu chí nội dung “hiển thị tốt” và buộc các tổ chức truyền thông phải “tối ưu hóa bất buộc” theo tín hiệu thuật toán (Nieborg & Poell, 2018).

Trong khung phân tích của Zuboff (2019), đây là hiện tượng “tách rời giữa sản xuất nội dung và quyền lực dữ liệu”: truyền hình tạo ra giá trị thông tin, nhưng quyền lực điều phối và giá trị kinh tế lại thuộc về nền tảng. Thực tiễn tại Việt Nam cho thấy, dù nội dung truyền hình có thể đạt hàng triệu lượt

xem trên YouTube, Facebook hay TikTok, dữ liệu người xem vẫn nằm trong hệ thống đóng của nền tảng. Điều này tạo ra nghịch lý: truyền hình sản xuất nội dung nhưng không sở hữu dữ liệu về khán giả của chính mình.

Do đó, bất đối xứng dữ liệu không chỉ là chênh lệch kỹ thuật mà là một dạng quyền lực cấu trúc gắn với thiết kế hạ tầng nền tảng. Khi dữ liệu bị tư hữu hóa và kiểm soát trong các hệ thống đóng, nền tảng trở thành trung gian quyết định khả năng hiển thị và tiếp cận công chúng (Zuboff, 2019). Trong bối cảnh này, truyền hình bị đặt vào trạng thái phụ thuộc dài hạn, không phải do hạn chế nội tại, mà do các điều kiện vận hành do nền tảng áp đặt.

3.2. Quyền lực về thuật toán: Cơ chế phân phối quyết định hình thức và nhịp độ nội dung

Trong hệ sinh thái truyền thông nền tảng, thuật toán trở thành thiết chế phân phối trung tâm, quyết định khả năng hiển thị và tiếp cận công chúng của nội dung. Gillespie (2014) mô tả đây là “kiến trúc hiển thị”, trong đó thuật toán không chỉ sắp xếp nội dung mà còn tái định nghĩa chuẩn mực tiếp cận công chúng. Khi vận hành như một cơ chế biên tập tự động, thuật toán buộc các tổ chức truyền hình phải điều chỉnh cấu trúc và hình thức nội dung theo tiêu chí phân phối của nền tảng, thay vì chuẩn mực nghề nghiệp truyền thống.

Tại Việt Nam, áp lực này thể hiện qua quá trình “thuật toán hóa” (algorithmization) sản xuất nội dung. Các nền tảng ưu tiên định dạng dọc (9:16) và video ngắn có tỷ lệ xem hết cao đã thúc đẩy các đài như VTV, HTV, THVL triển khai song song phiên bản dọc - ngang và rút gọn phóng sự dài thành clip 15 - 60 giây. Các mô hình “news capsules” như Fast News của VTC Now cho thấy độ dài nội dung ngày càng được tối ưu theo logic thuật toán. Đồng thời, yêu cầu tối ưu retention khiến các đơn vị sản xuất sử dụng micro-headline ở 1 - 3 giây đầu, tăng nhịp độ, giảm lời dẫn và ưu tiên hình ảnh trực quan. Việc thử nghiệm tiêu đề, thumbnail trong thời gian ngắn (A/B testing) cũng cho thấy quy trình biên tập ngày càng dựa vào dữ liệu hiệu suất hơn là cảm quan nghề nghiệp (Nieborg & Poell, 2018).

Bên cạnh đó, thuật toán còn vận hành như một cơ chế “kiểm duyệt mềm” (Bucher, 2018), khi có thể giảm hiển thị mà không cần loại bỏ nội dung. Trong thực tiễn, các phóng sự điều tra dài hoặc nội dung có tương tác thấp thường bị hạn chế đề xuất, trong khi các nội dung ngắn, giàu tính thị giác được ưu tiên. Napoli (2020) gọi đây là “biên tập vô hình”, khi quyền lựa chọn nội dung chuyển từ đài truyền hình sang hệ thống phân phối tự động.

Trong bối cảnh khán giả - đặc biệt là nhóm trẻ - tiếp cận tin tức chủ yếu qua luồng đề xuất của YouTube, Facebook và TikTok, khả năng tiếp cận công chúng của truyền

hình ngày càng phụ thuộc vào tiêu chí hiển thị do nền tảng thiết lập. Điều này cho thấy thuật toán không chỉ là công cụ kỹ thuật mà đã trở thành một dạng quyền lực cấu trúc, chi phối trực tiếp quá trình sản xuất, phân phối và định dạng nội dung truyền hình trong môi trường số.

3.3. Quyền lực về hạ tầng: Sự thống trị kinh tế, kỹ thuật của nền tảng

Quyền lực hạ tầng của các nền tảng số không chỉ nằm ở vai trò trung gian phân phối, mà ở cấu trúc kinh tế - kỹ thuật mà chúng thiết lập cho toàn bộ hệ sinh thái truyền thông. Smicek (2017) cho rằng quyền lực này bắt nguồn từ việc kiểm soát đồng thời dữ liệu, hạ tầng và thị trường, tạo nên mô hình tập trung theo chiều dọc mà các tổ chức truyền thông buộc phải tham gia để duy trì khả năng tiếp cận công chúng. Trong bối cảnh Việt Nam, quyền lực hạ tầng thể hiện qua ba cơ chế chính: hiệu ứng mạng lưới, chi phối kinh tế và chuẩn hóa kỹ thuật.

Thứ nhất, hiệu ứng mạng lưới khiến các nền tảng trở thành không gian phân phối gần như bắt buộc. Khi quy mô người dùng tăng, chi phí rời bỏ cũng gia tăng đáng kể (Katz & Shapiro, 1994). Với tỷ lệ sử dụng mạng xã hội vượt 70% dân số (DataReportal, 2025), các nền tảng như YouTube, Facebook và TikTok đã trở thành kênh tiếp cận công chúng chủ đạo, đặc biệt đối với nhóm khán giả trẻ. Nhiều đài truyền hình lớn ghi nhận phần lớn lượt xem đến từ nền tảng số, khiến việc rời bỏ hệ sinh thái này gần như không khả thi về mặt chiến lược.

Thứ hai, từ góc độ kinh tế quảng cáo, sự dịch chuyển ngân sách sang môi trường số làm gia tăng phụ thuộc tài chính của truyền hình vào nền tảng. Tại Việt Nam, nhóm Google, Meta và TikTok chiếm phần lớn thị phần quảng cáo số, kéo theo sự suy giảm nguồn thu truyền thống của truyền hình. Để duy trì doanh thu, các đài buộc phải tham gia cơ chế chia sẻ với nền tảng trong điều kiện bất cân xứng, khi phần lớn giá trị dữ liệu và quyền kiểm soát phân phối không thuộc về họ. Đồng thời, sự thay đổi thuật toán hoặc chính sách có thể dẫn đến biến động đột ngột về lượt xem và doanh thu, phản ánh tính “bất ổn thể chế hóa” của môi trường nền tảng (Napoli, 2016).

Thứ ba, quyền lực hạ tầng còn được củng cố thông qua việc áp đặt các tiêu chuẩn kỹ thuật và logic phân phối. Các yêu cầu về định dạng, độ dài, metadata và các chỉ số hiệu suất như retention hay completion rate trở thành điều kiện tiên quyết để nội dung được hiển thị. Helmond (2015) gọi đây là quá trình “chuẩn hóa qua hạ tầng”, trong đó tiêu chuẩn kỹ thuật trực tiếp định hình quy trình sản xuất. Thực tiễn cho thấy các đài truyền hình Việt Nam phải điều chỉnh nội dung theo các chuẩn này, từ việc sản xuất phiên bản dọc đến rút ngắn thời lượng và thay đổi nhịp dựng, nhằm tối ưu

hóa khả năng phân phối trên nền tảng.

Như vậy, quyền lực hạ tầng không đơn thuần là ưu thế công nghệ, mà là cấu trúc quyền lực kinh tế - kỹ thuật định hình toàn bộ hoạt động của truyền hình. Hiệu ứng mạng lưới khóa chặt khả năng phân phối, sự chi phối quảng cáo làm suy giảm tự chủ tài chính, và các tiêu chuẩn kỹ thuật tái cấu trúc quy trình sản xuất. Những cơ chế này cho thấy truyền hình không chỉ sử dụng nền tảng như một kênh phân phối, mà ngày càng phụ thuộc vào logic vận hành do nền tảng thiết lập - một biểu hiện điển hình của lệ thuộc cấu trúc.

3.4. Quyền lực về chuẩn mực: Định hình giá trị nghề nghiệp trong bối cảnh nền tảng hóa

Quyền lực chuẩn mực (normative power) của các nền tảng kỹ thuật số là khả năng định hình các tiêu chí nội dung, quy tắc ứng xử và giá trị truyền thông mà các tổ chức báo chí - truyền hình phải tuân thủ để đảm bảo khả năng phân phối. Theo Van Dijck, Poell và De Waal (2018), đây là thành tố cốt lõi của “logic nền tảng”, trong đó nền tảng không chỉ đóng vai trò hạ tầng kỹ thuật mà còn là thiết chế kiến tạo chuẩn mực vận hành của toàn bộ hệ sinh thái truyền thông. Dưới tác động này, các cơ quan truyền hình buộc phải tái chuẩn mực hóa hoạt động theo các tiêu chí hiển thị và phân phối do nền tảng thiết lập.

Nền tảng định nghĩa lại tiêu chí “nội dung tốt”

Trong môi trường truyền thông số, các nền tảng như YouTube, TikTok và Facebook vận hành dựa trên các tiêu chí tối ưu hóa sự chú ý, mức độ tương tác và an toàn thương hiệu. Theo Gillespie (2018), những tiêu chí này hình thành các “chuẩn mực thuật toán” (algorithmic norms) - hệ quy tắc chi phối khả năng hiển thị và định hướng sản xuất nội dung. Các chuẩn mực này không trung tính, mà phản ánh logic kinh doanh và mục tiêu tối ưu hóa quảng cáo của nền tảng. Trong khi đó, truyền hình truyền thống dựa trên các giá trị nghề nghiệp như kiểm chứng, độ tin cậy và chiều sâu phân tích (Schudson, 2001), tạo ra áp lực “tái chuẩn mực hóa” buộc các cơ quan truyền hình điều chỉnh theo logic nền tảng (van Dijck, Poell & De Waal, 2018).

Thực tiễn tại Việt Nam cho thấy quá trình này diễn ra rõ nét. Các đài truyền hình đã điều chỉnh cấu trúc và định dạng nội dung theo “tín hiệu hiển thị” của thuật toán, tiêu biểu là xu hướng rút ngắn tin/phóng sự từ 2 - 3 phút xuống 30 - 60 giây và tối ưu các yếu tố như tiêu đề, nhịp dựng, tốc độ cắt cảnh nhằm cải thiện chỉ số retention. Những điều chỉnh này phản ánh sự chuyển dịch từ chuẩn mực “chiều sâu thông tin” sang “ngắn gọn, dễ tiêu thụ”, đồng thời cho thấy chuẩn mực hiển thị của nền tảng không chỉ chi phối phân phối mà còn tái định hình toàn bộ quy trình sản xuất nội dung (Nieborg & Poell, 2018).

Quyền lực chuẩn mực của nền tảng thể hiện ở hai

phương diện chính. *Thứ nhất*, về đạo đức nội dung, thông qua các chính sách cộng đồng, nền tảng vận hành như một cơ chế “quản trị mềm” (Bucher, 2018), trong đó nội dung có thể bị hạn chế hiển thị hoặc giảm khả năng kiếm tiền dù không vi phạm pháp luật. Tại Việt Nam, nhiều nội dung điều tra hoặc có yếu tố nhạy cảm thường bị gắn nhãn hạn chế quảng cáo, buộc các đài điều chỉnh chủ đề và cách thể hiện (Gillespie, 2018). *Thứ hai*, về phương diện thị trường, các tiêu chí nội dung gắn chặt với mục tiêu tối ưu hóa quảng cáo và dữ liệu (Langlois & Elmer, 2013), khiến các đài ưu tiên nội dung “an toàn”, ít tranh cãi và giàu tính giải trí. Hệ quả là mô hình sản xuất được tái cấu trúc theo hướng thương mại hóa và tối ưu thuật toán, qua đó làm suy giảm vai trò của các giá trị báo chí truyền thống như phản biện xã hội và giám sát quyền lực (Nieborg & Poell, 2018).

Hệ quả: Tái định hình vai trò của truyền hình

Quyền lực chuẩn mực của các nền tảng số đang tái cấu trúc sâu sắc vai trò của truyền hình trong hệ sinh thái truyền thông. Trước hết, truyền hình chuyển dịch từ một thiết chế báo chí phục vụ công chúng sang mô hình nhà sản xuất nội dung vận hành theo logic nền tảng, trong đó các tiêu chí như chú ý, tương tác, khả năng kiếm tiền và “thân thiện thuật toán” trở thành yếu tố định hướng. Quá trình “nền tảng hóa” (Nieborg & Poell, 2018) dẫn đến sự điều chỉnh các giá trị nghề nghiệp truyền thống theo logic dữ liệu và thương mại, thể hiện qua xu hướng ưu tiên nội dung ngắn, giàu tính thị giác và dễ lan truyền, dù có thể làm suy giảm chiều sâu phân tích.

Bên cạnh đó, quyền lực chuẩn mực của nền tảng tái định hình không gian thảo luận công chúng theo hướng chịu chi phối bởi cơ chế lọc và thước đo thuật toán, thay vì lý tính truyền thông (Habermas, 1989). Các nội dung có giá trị xã hội cao nhưng kém hiệu quả về dữ liệu thường bị giảm khả năng hiển thị, tạo ra tình trạng “bất bình đẳng hiển thị” (Cotter, 2021). Thực tiễn tại Việt Nam cho thấy các nội dung điều tra hoặc phân tích chuyên sâu thường có mức tiếp cận thấp hơn so với video ngắn hoặc nội dung giải trí, phản ánh sự lệch pha giữa chuẩn mực báo chí và tiêu chí nền tảng.

Hệ quả là vai trò giám sát xã hội và định hướng dư luận của truyền hình bị thách thức, khi khả năng tiếp cận công chúng ngày càng phụ thuộc vào hệ thống đề xuất của nền tảng. Như vậy, quyền lực chuẩn mực không chỉ chi phối kỹ thuật sản xuất mà còn tái định nghĩa chức năng xã hội của truyền hình, đặt nó vào trạng thái căng thẳng giữa nhiệm vụ phục vụ công chúng và yêu cầu thích ứng với logic phân phối thuật toán.

4. Kết luận

Sự chuyển dịch của truyền hình Việt Nam sang môi

trường số không đơn thuần là thích ứng công nghệ hay mở rộng kênh phân phối, mà là quá trình tái cấu trúc toàn diện dưới tác động của quyền lực nền tảng. Thông qua bốn cơ chế cốt lõi dữ liệu, thuật toán, hạ tầng và chuẩn mực các nền tảng đã thiết lập một dạng quyền lực mang tính cấu trúc, định hình đồng thời khả năng tiếp cận công chúng, quy trình sản xuất nội dung và mô hình kinh tế của truyền hình. Các cơ chế này vận hành liên kết: dữ liệu nuôi dưỡng thuật toán, thuật toán quyết định hiển thị, hạ tầng khóa chặt phân phối, còn chuẩn mực nền tảng tái định nghĩa giá trị nội dung. Trong cấu trúc đó, truyền hình dần chuyển từ vị thế chủ động sang phụ thuộc vào một hệ thống trung gian toàn cầu, qua đó đặt ra thách thức căn bản đối với việc duy trì chức năng của nó như một thiết chế truyền thông công trong kỷ nguyên nền tảng hóa./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ABC. (2022). *Annual Report 2022*. Australian Broadcasting Corporation.
2. ABC. (2023). *Operations Report 2023*. Australian Broadcasting Corporation.
3. BBC. (2020). *Public Value Framework and Audience Performance Metrics*. British Broadcasting Corporation.
4. Cotter, K. (2021). *Media logic, platform logic, and the consequences for digital news distribution*. *New Media & Society*, 23(5), 1349 - 1367.
5. Cushion, S. (2022). *News Audiences and Public Service Media in a Platform Age*. *Journalism Studies*, 23(2), 145 - 163.
6. DR. (2021). *DR Annual Public Service Report 2021*. Danish Broadcasting Corporation.
7. Feng, Y., Chen, H., & Wu, S. (2023). *Algorithmic governance and media production: A systematic review*. *Digital Journalism*, 11(4), 512 - 530.
8. Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2021). *Redefining Public Service News in a Platform-Dominated Environment*. *Journalism*, 22(6), 1343- 1359.
9. Flew, T., & Wilding, D. (2023). *Media Economics in the Platform Era*. *Journal of Media Economics*, 36(1), 1 - 17.
10. IAB. (2024). *State of Data 2024*. Interactive Advertising Bureau.
11. Lobigs, F., & Owens, J. (2020). *Public service media in the age of platforms: Audiences, value and public impact*. *International Journal of Communication*, 14, 3450 - 3472.
12. Napoli, P. (2019). *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*. Columbia University Press.
13. Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). *The platformization of cultural production*. *New Media & Society*, 20(11), 4279 - 4296.
14. Plantin, J.-C., Lagoze, C., Edwards, P., & Sandvig, C. (2018). *Infrastructure studies meet platform studies*. *New Media & Society*, 20(1), 293 - 310.
15. Schudson, M. (2001). *The objectivity norm in American journalism*. *Journalism*, 2(2), 149 - 170.
16. Syvertsen, T., Enli, G., Mjøs, O. J., & Moe, H. (2014). *The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era*. University of Michigan Press.
17. Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.