

بازخوانی تحول قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها (مرور نظام‌مند پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی شبکه‌های اجتماعی)

پروانه ترابی نژاد

دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه مدیریت، واحد نجف آباد،
دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

عباس زمانی

استادیار گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی،
نجف آباد، ایران (نویسنده مسئول)
abbas.zamani61@iau.ac.ir

چکیده

تحول شتابان رسانه‌های دیجیتال و گسترش شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر پلتفرم‌ها، الگوهای سنتی قدرت رسانه‌ای را به‌طور بنیادین دگرگون کرده و شکل تازه‌ای از قدرت را پدید آورده است که بر داده، الگوریتم و سازمان‌دهی توجه کاربران استوار است. هدف پژوهش حاضر، بازخوانی نظام‌مند ادبیات علمی مرتبط با تحول قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها و تبیین پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی شبکه‌های اجتماعی است. این پژوهش با رویکرد کیفی-تحلیلی و در قالب مرور نظام‌مند انجام شده و مطالعات مرتبط پس از جست‌وجوی ساخت‌یافته، غربالگری و ارزیابی بر اساس معیارهای مشخص، مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. یافته‌ها نشان داد که قدرت رسانه‌ای در زیست‌بوم پلتفرمی، ماهیتی شبکه‌ای، الگوریتم‌محور و داده‌بنیاد یافته و دیگر صرفاً به کنترل محتوا محدود نیست، بلکه از طریق مدیریت زیرساخت‌های ارتباطی و هدایت جریان اطلاعات اعمال می‌شود. نتایج حاکی از آن است که شبکه‌های اجتماعی پیامدهای دوگانه‌ای در حوزه فرهنگی ایجاد کرده‌اند؛ از یک سو امکان افزایش مشارکت و تنوع گفت‌وگویی را فراهم ساخته و از سوی دیگر به سطحی‌شدن گفت‌وگو و قطبی‌شدگی اجتماعی دامن زده‌اند. در بُعد اقتصادی، غلبه منطق اقتصاد داده و تمرکز قدرت در دست پلتفرم‌های بزرگ، ساختار بازار رسانه را دگرگون کرده است. همچنین در سطح حکمرانی، ناکارآمدی چارچوب‌های سنتی تنظیم‌گری و چالش‌های مربوط به شفافیت و پاسخ‌گویی پلتفرم‌ها برجسته شده است. در مجموع، پژوهش حاضر با ارائه جمع‌بندی نظام‌مند از ادبیات موجود، بر ضرورت توسعه رویکردهای تلفیقی در مدیریت رسانه و طراحی الگوهای نوین حکمرانی رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها تأکید می‌کند.

کلمات کلیدی: قدرت رسانه‌ای، پلتفرم‌ها، شبکه‌های اجتماعی، مدیریت رسانه، حکمرانی رسانه

تحول شتابان رسانه‌های دیجیتال و گسترش شبکه‌های اجتماعی، منجر به شکل‌گیری زیست‌بومی نوین شده است که در آن، قدرت رسانه‌ای دیگر در انحصار نهادهای رسمی و رسانه‌های سنتی نیست، بلکه در بستر پلتفرم‌ها و از طریق سازوکارهای الگوریتمی، داده‌محور و تعاملی بازتوزیع می‌شود. در این چارچوب، تولید، توزیع و مصرف محتوا در تعامل پیچیده‌ای میان کاربران، پلتفرم‌ها و منافع اقتصادی و سیاسی شکل می‌گیرد و نوعی قدرت رسانه‌ای نوظهور پدید می‌آید که ماهیتی شبکه‌ای، نامتقارن و فراملی دارد (ون‌دایک و همکاران^۱، ۲۰۱۸).

مطالعات معاصر نشان می‌دهد که این تحول صرفاً به تغییر ابزارهای ارتباطی محدود نمی‌شود، بلکه پیامدهای عمیقی در حوزه‌های فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی به همراه دارد. از منظر فرهنگی، شبکه‌های اجتماعی با بازتعریف فرایندهای معناسازی، هویت‌یابی و مشارکت عمومی، منطق «اقتصاد توجه» را به هنجار مسلط در فضای رسانه‌ای تبدیل کرده‌اند؛ به گونه‌ای که دیده‌شدن، تعامل و بازنشر محتوا به شاخص‌های اصلی ارزش فرهنگی بدل شده است (کادری و مخیاس^۲، ۲۰۱۹). این وضعیت، ساختار قدرت نمادین را دگرگون ساخته و الگوهای جدیدی از تأثیرگذاری اجتماعی را شکل داده است.

در بُعد اقتصادی، پلتفرم‌های اجتماعی با تکیه بر استخراج و تحلیل کلان‌داده‌ها، شیوه‌های نوینی از خلق و انباشت ارزش را رقم زده‌اند که مرز میان تولیدکننده، مصرف‌کننده و داده‌پرداز را تضعیف می‌کند. این الگوی اقتصادی، که بر نظارت، پیش‌بینی و هدایت رفتار کاربران استوار است، نوعی منطق سرمایه‌داری پلتفرمی را تثبیت کرده که پیامدهای گسترده‌ای برای بازار رسانه، تبلیغات و رقابت اقتصادی دارد (زوباف^۳، ۲۰۱۹).

هم‌زمان، در سطح حکمرانی، شبکه‌های اجتماعی چالش‌های اساسی برای تنظیم‌گری، حاکمیت داده، مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها و نقش دولت‌ها در مدیریت فضاهای دیجیتال ایجاد کرده‌اند. تصمیمات پنهان الگوریتمی، سیاست‌های تعدیل محتوا و نفوذ پلتفرم‌ها در افکار عمومی، پرسش‌های جدیدی را درباره شفافیت، پاسخ‌گویی و عدالت رسانه‌ای مطرح

1 van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M.

2 Couldry, N., & Mejias, U. A

3 Zuboff, S

ساخته است (گیلسپی^۱، ۲۰۱۸). این تحولات، ضرورت بازاندیشی در مفاهیم سنتی حکمرانی رسانه را بیش از پیش برجسته می‌سازد.

با وجود رشد چشمگیر پژوهش‌ها در حوزه شبکه‌های اجتماعی و قدرت پلتفرمی، ادبیات موجود همچنان با پراکندگی مفهومی و ناهمگونی روشی مواجه است. تمرکز جزیره‌ای بر ابعاد فرهنگی، اقتصادی یا سیاسی، مانع شکل‌گیری درکی جامع و یکپارچه از تحول قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها شده است. از این‌رو، فقدان یک مرور نظام‌مند که بتواند یافته‌های پژوهشی را به‌صورت روشمند گردآوری، مقایسه و تحلیل کند، به‌عنوان یک خلأ دانشی جدی قابل طرح است (اسنایدر^۲، ۲۰۱۹).

بر این اساس، پژوهش حاضر با رویکرد مرور نظام‌مند، به دنبال بازخوانی تحول قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها از طریق تحلیل پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی شبکه‌های اجتماعی است. این مطالعه می‌کوشد با یکپارچه‌سازی نتایج پژوهش‌های پیشین، تصویری منسجم از سازوکارهای قدرت پلتفرمی ارائه دهد و مسیرهای پژوهشی آینده در حوزه مدیریت رسانه و سیاست‌گذاری ارتباطی را روشن سازد.

۲- چارچوب مفهومی و مبانی نظری پژوهش

تحلیل تحول قدرت رسانه‌ای در عصر شبکه‌های اجتماعی مستلزم بهره‌گیری از چارچوبی مفهومی است که بتواند هم‌زمان ابعاد فناورانه، اجتماعی، اقتصادی و حکمرانی رسانه‌های پلتفرمی را تبیین کند. در زیست‌بوم دیجیتال معاصر، رسانه‌ها دیگر صرفاً ابزار انتقال پیام نیستند، بلکه به ساختارهایی قدرت‌ساز تبدیل شده‌اند که از طریق کنترل جریان اطلاعات، تنظیم میدان دید کاربران و هدایت کنش‌های ارتباطی، نقش فعالی در شکل‌دهی به واقعیت اجتماعی ایفا می‌کنند. از این‌رو، واکاوی مفهومی قدرت رسانه‌ای و پیامدهای آن، پیش‌نیاز هرگونه تحلیل نظام‌مند در حوزه مدیریت رسانه محسوب می‌شود.

۲-۱. مفهوم قدرت رسانه‌ای در فضای دیجیتال

قدرت رسانه‌ای در فضای دیجیتال را می‌توان به‌عنوان توانایی تأثیرگذاری پایدار بر فرایندهای معناسازی، اولویت‌بندی اطلاعات و جهت‌دهی به افکار و رفتارهای اجتماعی تعریف کرد. برخلاف الگوهای سنتی که قدرت رسانه‌ای عمدتاً در اختیار نهادهای رسمی و سازمان‌های رسانه‌ای متمرکز بود، در محیط دیجیتال این قدرت به‌صورت شبکه‌ای و

1 Gillespie, T

2 Snyder, H

چندسطحی توزیع شده است. کاربران، الگوریتم‌ها، پلتفرم‌ها و نهادهای سیاسی-اقتصادی، همگی در تولید و بازتولید قدرت رسانه‌ای نقش دارند (ون دایک و همکاران^۱، ۲۰۱۸). ویژگی متمایز قدرت رسانه‌ای دیجیتال، پیوند عمیق آن با داده و الگوریتم است. الگوریتم‌ها با تعیین آنچه دیده می‌شود، آنچه پنهان می‌ماند و آنچه برجسته می‌گردد، به بازیگران نامرئی قدرت تبدیل شده‌اند. این وضعیت، نوعی «قدرت نرم الگوریتمی» ایجاد می‌کند که بدون اجبار مستقیم، از طریق اقناع، عادت‌سازی و هدایت تربیتی توجه عمل می‌کند (گیلسپی، ۲۰۱۸). در چنین چارچوبی، قدرت رسانه‌ای نه تنها در محتوا، بلکه در معماری فنی و منطق طراحی پلتفرم‌ها نهفته است.

۲-۲. پلتفرم‌ها و بازتعریف نقش رسانه‌ها

پلتفرم‌ها نقش رسانه‌ها را از نهادهای تولیدکننده محتوا به زیرساخت‌های سازمان‌دهنده ارتباطات دگرگون کرده‌اند. در این الگو، پلتفرم‌ها خود را بی‌طرف و صرفاً تسهیل‌گر معرفی می‌کنند، اما در عمل از طریق قواعد فنی، سیاست‌های محتوایی و سازوکارهای اقتصادی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به جریان ارتباطات دارند. این بازتعریف نقش، مرز میان رسانه، بازار و فناوری را محو کرده و رسانه را به بخشی از یک اکوسیستم پلتفرمی گسترده‌تر تبدیل کرده است (ون دایک و همکاران، ۲۰۱۸).

در این فضا، رسانه دیگر فقط پیام‌رسان نیست، بلکه محیطی است که کنش اجتماعی در آن رخ می‌دهد. پلتفرم‌ها با فراهم کردن امکان تعامل، بازخورد و مشارکت، کاربران را به بازیگران فعال تبدیل می‌کنند؛ اما این مشارکت در چارچوب منطق‌های ازپیش‌تعریف‌شده پلتفرم سامان می‌یابد. بدین ترتیب، آزادی ظاهری کاربران در بستری رخ می‌دهد که به شدت ساخت‌یافته و هدایت‌شده است و همین امر، پرسش‌های بنیادینی درباره ماهیت قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها مطرح می‌کند (کادری و مخیاس، ۲۰۱۹).

۲-۳. پیامدهای فرهنگی شبکه‌های اجتماعی

از منظر فرهنگی، شبکه‌های اجتماعی الگوهای تولید معنا، هویت‌یابی و تعامل اجتماعی را دگرگون کرده‌اند. فرهنگ دیجیتال بیش از آنکه مبتنی بر عمق و تأمل باشد، بر سرعت، دیده شدن و واکنش‌پذیری استوار شده است. منطق «اقتصاد توجه» موجب شده است که ارزش فرهنگی محتوا نه بر اساس کیفیت، بلکه بر پایه میزان تعامل، بازنشر و قابلیت ویروسی شدن سنجیده شود (کادری و مخیاس، ۲۰۱۹).

1 van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M

این تحول پیامدهایی چون سطحی‌شدن گفتمان عمومی، قطبی‌شدن افکار، تقویت هیجان‌گرایی و تضعیف مرجعیت‌های سنتی فرهنگی را به همراه داشته است. در عین حال، شبکه‌های اجتماعی ظرفیت‌هایی برای بازنمایی صداها و حاشیه‌ای، شکل‌گیری هویت‌های نوین و افزایش مشارکت فرهنگی نیز فراهم کرده‌اند. بنابراین، پیامدهای فرهنگی قدرت پلتفرمی ماهیتی دوگانه دارند و نیازمند تحلیلی فراتر از رویکردهای ارزشی ساده‌انگارانه هستند.

۴-۲. پیامدهای اقتصادی و منطق پلتفرمی

در بُعد اقتصادی، شبکه‌های اجتماعی بر پایه منطق پلتفرمی عمل می‌کنند؛ منطقی که ارزش را از طریق استخراج، تحلیل و بهره‌برداری از داده‌های کاربران خلق می‌کند. در این نظام، کاربران هم‌زمان مصرف‌کننده، تولیدکننده محتوا و منبع داده محسوب می‌شوند. چنین وضعیتی منجر به شکل‌گیری نوعی اقتصاد مبتنی بر نظارت و پیش‌بینی رفتار شده است که مرزهای سنتی میان کار، فراغت و مصرف را تضعیف می‌کند (زوباف، ۲۰۱۹). این منطق اقتصادی، ساختار بازار رسانه را نیز متحول کرده است. تمرکز سرمایه و قدرت در دست تعداد محدودی از پلتفرم‌های بزرگ، رقابت رسانه‌ای را نامتوازن ساخته و رسانه‌های کوچک‌تر را به وابستگی فزاینده سوق داده است. از منظر مدیریت رسانه، درک این منطق اقتصادی برای تحلیل پایداری رسانه‌ها، مدل‌های کسب‌وکار و آینده صنعت ارتباطات امری ضروری است.

۵-۲. پیامدهای حکمرانی و تنظیم‌گری رسانه‌ای

در سطح حکمرانی، قدرت پلتفرمی چالش‌های بی‌سابقه‌ای برای دولت‌ها و نهادهای تنظیم‌گر ایجاد کرده است. پلتفرم‌ها با ماهیت فراملی خود، از چارچوب‌های سنتی حاکمیت عبور کرده و امکان اعمال سیاست‌گذاری مؤثر را با دشواری مواجه ساخته‌اند. تصمیمات الگوریتمی، سیاست‌های تعدیل محتوا و مدیریت داده‌ها اغلب بدون شفافیت کافی اتخاذ می‌شوند و پاسخ‌گویی محدودی دارند (گیلسپی، ۲۰۱۸). این وضعیت ضرورت بازاندیشی در مفاهیم حکمرانی رسانه، تنظیم‌گری دیجیتال و مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها را برجسته می‌سازد. حکمرانی رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها مستلزم رویکردی چندسطحی است که بتواند تعادل میان آزادی بیان، منافع عمومی، امنیت

اطلاعات و عدالت رسانه‌ای را برقرار کند. از این منظر، تحلیل پیامدهای حکمرانی شبکه‌های اجتماعی یکی از محورهای کلیدی در فهم تحول قدرت رسانه‌ای به‌شمار می‌آید. برآیند مباحث فوق نشان می‌دهد که قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها پدیده‌ای چندبعدی است که در تلاقی فناوری، فرهنگ، اقتصاد و حکمرانی شکل می‌گیرد. این درهم‌تنیدگی مفهومی، امکان ترسیم یک نقشه مفهومی اولیه را فراهم می‌سازد که در آن، پلتفرم‌ها به‌عنوان هسته مرکزی قدرت رسانه‌ای و پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی به‌عنوان ابعاد برآمده از آن قابل تصویرسازی هستند. این نقشه می‌تواند مبنای تحلیل یافته‌های مرور نظام‌مند در بخش‌های بعدی مقاله قرار گیرد.



شکل (۱): مدل مفهومی تحول قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها و پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی شبکه‌های اجتماعی

۳- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، بنیادی و از نظر ماهیت، کیفی-تحلیلی است که با رویکرد مرور نظام‌مند انجام شده است. استفاده از مرور نظام‌مند به‌عنوان یک روش ساخت‌یافته، امکان شناسایی، گزینش، ارزیابی و تحلیل نظام‌مند پژوهش‌های پیشین را فراهم می‌سازد و به یکپارچه‌سازی دانش پراکنده در حوزه تحول قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها کمک می‌کند. این رویکرد با توجه به تنوع مفهومی و روشی مطالعات مرتبط با شبکه‌های

اجتماعی، انتخابی مناسب برای دستیابی به تصویری جامع و تحلیلی از ادبیات پژوهش به شمار می‌رود.

۳-۱. نوع و رویکرد پژوهش

این مطالعه در زمره پژوهش‌های مروری نظام‌مند تحلیلی قرار می‌گیرد. تمرکز اصلی پژوهش بر استخراج مفاهیم، الگوها و روندهای مسلط در مطالعات پیشین است و تلاش می‌شود از طریق تحلیل محتوای کیفی، ابعاد فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی قدرت رسانه‌ای شناسایی و تفسیر شوند.

۳-۲. چارچوب و مراحل اجرای مرور نظام‌مند

فرایند مرور نظام‌مند پژوهش حاضر در چند مرحله متوالی و شفاف انجام شده است که در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول (۱): مراحل اجرای مرور نظام‌مند پژوهش

مرحله	شرح مرحله
اول	تعریف مسئله پژوهش و تدوین سؤالات مرور نظام‌مند
دوم	طراحی راهبرد جست‌وجوی مطالعات
سوم	تعیین معیارهای ورود و خروج مطالعات
چهارم	جست‌وجوی نظام‌مند و شناسایی اولیه مطالعات
پنجم	غربالگری عناوین، چکیده‌ها و متون کامل
ششم	استخراج داده‌ها و تحلیل محتوای کیفی
هفتم	تفسیر یافته‌ها و شناسایی الگوهای مفهومی

۳-۳. راهبرد جست‌وجوی مطالعات

به‌منظور شناسایی پژوهش‌های مرتبط، جست‌وجوی نظام‌مند در پایگاه‌های علمی معتبر انجام شد. راهبرد جست‌وجو بر اساس ترکیب مفاهیم کلیدی مرتبط با قدرت رسانه‌ای، پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی طراحی گردید. جدول (۲) پایگاه‌ها و محورهای جست‌وجو را نشان می‌دهد.

جدول (۲): پایگاه‌های اطلاعاتی و محورهای جست‌وجو

پایگاه‌های اطلاعاتی	محورهای مفهومی جست‌وجو
پایگاه‌های علمی داخلی	قدرت رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، حکمرانی رسانه
پایگاه‌های علمی بین‌المللی	پلتفرم‌ها، اقتصاد پلتفرمی، تنظیم‌گری رسانه
منابع تکمیلی	مطالعات مروری، پژوهش‌های تحلیلی و نظری

۳-۴. معیارهای ورود و خروج مطالعات

برای افزایش انسجام و اعتبار پژوهش، معیارهای مشخصی برای ورود و خروج مطالعات در نظر گرفته شد که در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول (۳): معیارهای ورود و خروج مطالعات

معیارهای ورود	معیارهای خروج
تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌ها	عدم ارتباط موضوعی با پژوهش
پرداختن به ابعاد قدرت رسانه‌ای	یادداشت‌ها و گزارش‌های غیرعلمی
برخورداری از چارچوب تحلیلی مشخص	پژوهش‌های فاقد شفافیت روشی
هم‌خوانی با اهداف پژوهش	مطالعات تکراری

۳-۵. فرایند غربالگری و انتخاب مطالعات

پس از اجرای جست‌وجوی اولیه، مطالعات شناسایی شده در چند مرحله غربال شدند. ابتدا عناوین و چکیده‌ها بررسی گردید و در مرحله بعد، متون کامل مقالات واجد شرایط مورد ارزیابی قرار گرفت. این فرایند به صورت گام به گام انجام شد تا تنها مطالعات مرتبط و با کیفیت علمی مناسب وارد مرحله تحلیل نهایی شوند.

۳-۶. استخراج و تحلیل داده‌ها

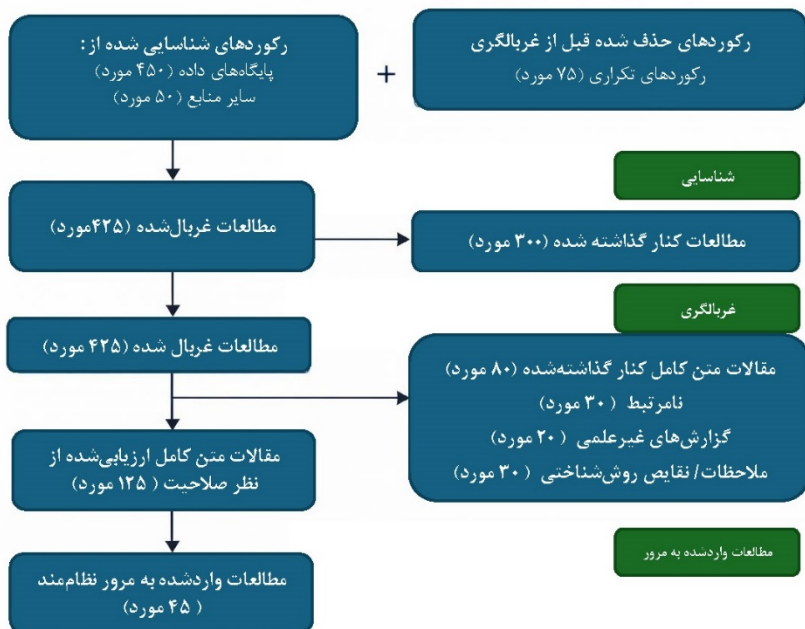
برای استخراج داده‌ها از مطالعات منتخب، از فرم استاندارد استخراج داده استفاده شد که مؤلفه‌های اصلی آن در جدول (۴) ارائه شده است. داده‌های استخراج شده با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی بررسی و در قالب مقوله‌های مفهومی مرتبط با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی قدرت رسانه‌ای دسته‌بندی شدند.

جدول (۴). مؤلفه‌های استخراج داده‌ها از مطالعات منتخب

مؤلفه	شرح
هدف پژوهش	تمرکز اصلی و مسئله مطالعه
چارچوب نظری	مفاهیم و دیدگاه‌های تحلیلی
روش پژوهش	نوع روش و ابزار تحلیل
حوزه تمرکز	فرهنگی، اقتصادی یا حکمرانی
یافته‌های کلیدی	نتایج و دلالت‌های اصلی

ساختار روش شناختی پژوهش حاضر با تکیه بر اصول مرور نظام‌مند، امکان بررسی منسجم و تحلیلی ادبیات مرتبط با تحول قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها را فراهم می‌کند. استفاده از مراحل شفاف، معیارهای مشخص و جدول‌های تحلیلی، اعتبار و بازتولیدپذیری نتایج

پژوهش را تقویت کرده و زمینه لازم برای تحلیل یافته‌ها در بخش بعدی مقاله را مهیا می‌سازد.



شکل (۲): جریان پریسما برای مرور نظام‌مند

۴. یافته‌های مرور نظام‌مند

در این بخش، یافته‌های حاصل از مرور نظام‌مند مطالعات منتخب ارائه و تحلیل می‌شود. هدف این بخش، شناسایی الگوهای مسلط، روندهای مفهومی و محورهای اصلی پژوهش‌های مرتبط با تحول قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی است. تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که ادبیات موجود را می‌توان در چند خوشه مفهومی اصلی طبقه‌بندی کرد که هر یک، بُعدی از قدرت رسانه‌ای پلتفرمی را بازنمایی می‌کنند.

۴-۱. ویژگی‌های کلی مطالعات منتخب

بررسی مطالعات وارد شده به مرور نظام‌مند نشان می‌دهد که پژوهش‌های انجام شده در این حوزه از نظر زمانی، روشی و موضوعی تنوع قابل توجهی دارند. بخش قابل توجهی از مطالعات که این امر بیانگر نوظهور و پویا بودن حوزه قدرت رسانه‌ای

در بستر شبکه‌های اجتماعی است. از منظر روش‌شناختی، غلبه با پژوهش‌های کیفی و تحلیلی است، هرچند برخی مطالعات از رویکردهای کمی یا ترکیبی نیز بهره برده‌اند. از نظر موضوعی، تمرکز مطالعات عمدتاً بر پیامدهای فرهنگی و اجتماعی شبکه‌های اجتماعی بوده و ابعاد اقتصادی و حکمرانی با فاصله‌ای کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

۲-۴. الگوهای مسلط قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها

یافته‌ها نشان می‌دهد که مفهوم قدرت رسانه‌ای در مطالعات مورد بررسی، عمدتاً در قالب «قدرت پلتفرمی» صورت‌بندی شده است. این نوع قدرت نه بر پایه کنترل مستقیم محتوا، بلکه بر اساس مدیریت زیر ساخت‌های ارتباطی، الگوریتم‌ها و جریان داده‌ها اعمال می‌شود. پژوهش‌ها تأکید دارند که الگوریتم‌ها از طریق اولویت‌دهی به محتوا، زمان‌بندی نمایش و تنظیم میزان دیده‌شدن، نقش محوری در شکل‌دهی به افکار عمومی و رفتار کاربران ایفا می‌کنند. در این چارچوب، قدرت رسانه‌ای ماهیتی نامرئی، تدریجی و در عین حال اثرگذار دارد.

۳-۴. پیامدهای فرهنگی قدرت رسانه‌ای پلتفرمی

بخش مهمی از مطالعات به پیامدهای فرهنگی شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی موجب تحول در شیوه‌های معنا سازی، هویت‌یابی و تعاملات اجتماعی شده‌اند. منطق سرعت، کوتاه‌سازی محتوا و اقتصاد توجه، گفتمان عمومی را به سمت سطحی شدن، هیجان‌محوری و قطبی‌شدگی سوق داده است. در عین حال، برخی مطالعات بر ظرفیت‌های مثبت شبکه‌های اجتماعی، از جمله امکان بازنمایی صداهای حاشیه‌ای و افزایش مشارکت فرهنگی، تأکید کرده‌اند. این دوگانگی نشان می‌دهد که پیامدهای فرهنگی قدرت رسانه‌ای پلتفرمی، پیچیده و چندلایه است.

۴-۴. پیامدهای اقتصادی و منطق پلتفرمی

یافته‌های مرور نظام‌مند نشان می‌دهد که منطق اقتصادی حاکم بر پلتفرم‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری قدرت رسانه‌ای دارد. اغلب مطالعات بر این نکته توافق دارند که استخراج و تحلیل داده‌های کاربران، هسته اصلی مدل‌های کسب‌وکار پلتفرمی را تشکیل می‌دهد. کاربران در این نظام اقتصادی، هم‌زمان مصرف‌کننده محتوا، تولیدکننده داده و عامل خلق ارزش محسوب می‌شوند. این وضعیت به تمرکز قدرت اقتصادی در دست تعداد محدودی از پلتفرم‌های بزرگ انجامیده و ساختار رقابت در بازار رسانه را به‌طور بنیادین تغییر داده است.

۴-۵. پیامدهای حکمرانی و تنظیم‌گری رسانه‌ای

تحلیل مطالعات نشان می‌دهد که یکی از چالش‌برانگیزترین پیامدهای قدرت پلتفرمی، حوزه حکمرانی رسانه است. پژوهش‌ها به‌طور گسترده بر ناکارآمدی چارچوب‌های سنتی تنظیم‌گری در مواجهه با پلتفرم‌های فراملی تأکید دارند. تصمیمات الگوریتمی، سیاست‌های تعدیل محتوا و مدیریت داده‌ها اغلب خارج از نظارت مستقیم نهادهای حاکمیتی اتخاذ می‌شود و این امر، مسائل جدی در زمینه شفافیت، پاسخ‌گویی و عدالت رسانه‌ای ایجاد کرده است. یافته‌ها ضرورت طراحی الگوهای نوین حکمرانی رسانه‌ای را برجسته می‌سازند که بتوانند تعادلی میان آزادی بیان، منافع عمومی و مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها برقرار کنند.

برآیند یافته‌های مرور نظام‌مند نشان می‌دهد که قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها پدیده‌ای چندبعدی و درهم‌تنیده است که در تقاطع فرهنگ، اقتصاد و حکمرانی شکل می‌گیرد. تمرکز بیش‌ازحد پژوهش‌ها بر ابعاد فرهنگی در مقایسه با ابعاد اقتصادی و حکمرانی، یکی از خلأهای مهم ادبیات موجود محسوب می‌شود. این عدم توازن، ضرورت انجام پژوهش‌های جامع‌تر و میان‌رشته‌ای در حوزه مدیریت رسانه را آشکار می‌سازد.

۵. بحث و تفسیر یافته‌ها

هدف این بخش، تفسیر یکپارچه یافته‌های حاصل از مرور نظام‌مند و پیوند آن‌ها با چارچوب مفهومی پژوهش است. برخلاف بخش یافته‌ها که بر گزارش منظم نتایج تمرکز داشت، در این بخش تلاش می‌شود الگوهای شناسایی‌شده تبیین شوند، روابط میان ابعاد مختلف قدرت رسانه‌ای روشن گردد و دلالت‌های نظری و مدیریتی نتایج برجسته شود.

۵-۱. بازتفسیر قدرت رسانه‌ای در منطق پلتفرمی

یافته‌های مرور نظام‌مند نشان می‌دهد که قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها ماهیتی فراتر از کنترل محتوای رسانه‌ای یافته و به سطح کنترل زیرساخت‌های ارتباطی، جریان داده و معماری توجه ارتقا یافته است. این تحول بیانگر جابه‌جایی کانون قدرت از نهادهای رسانه‌ای سنتی به پلتفرم‌هایی است که از طریق الگوریتم‌ها و قواعد فنی، میدان دید کاربران و مسیرهای تعامل اجتماعی را سامان می‌دهند. از این منظر، قدرت رسانه‌ای بیش از آنکه آشکار و دستوری باشد، تدریجی، نامرئی و مبتنی بر عادت‌سازی است.

۵-۲. درهم‌تنیدگی پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی

تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی قدرت رسانه‌ای پلتفرمی را نمی‌توان به صورت مجزا فهم کرد. منطق اقتصادی پلتفرم‌ها که بر استخراج داده

و اقتصاد توجه استوار است، مستقیماً بر تولید معنا، شکل‌گیری گفتمان عمومی و الگوهای فرهنگی اثر می‌گذارد. به‌طور هم‌زمان، این منطق اقتصادی، چالش‌های جدیدی برای حکمرانی رسانه‌ای ایجاد می‌کند که در قالب ضعف تنظیم‌گری، عدم شفافیت الگوریتمی و محدودیت پاسخ‌گویی پلتفرم‌ها بروز می‌یابد. این درهم‌تنیدگی نشان می‌دهد که قدرت رسانه‌ای پلتفرمی پدیده‌ای چندسطحی و ساختاری است.

۳-۵. عدم توازن در تمرکز پژوهش‌های موجود

یکی از نتایج مهم مرور نظام‌مند، آشکار شدن عدم توازن در تمرکز پژوهش‌های پیشین است. بخش قابل‌توجهی از مطالعات بر پیامدهای فرهنگی و اجتماعی شبکه‌های اجتماعی متمرکز بوده‌اند، در حالی که ابعاد اقتصادی و به‌ویژه حکمرانی رسانه‌ای کمتر به‌صورت عمیق و نظام‌مند بررسی شده‌اند. این عدم توازن می‌تواند منجر به برداشت‌های ناقص از ماهیت قدرت پلتفرمی شود و ضرورت توسعه رویکردهای جامع‌تر در مدیریت رسانه را برجسته می‌سازد.

۴-۵. دلالت‌های نظری برای مدیریت رسانه

از منظر نظری، یافته‌ها نشان می‌دهد که مدیریت رسانه در عصر پلتفرم‌ها نیازمند بازنگری در مفاهیم کلاسیکی چون مالکیت رسانه، استقلال تحریریه و تنظیم‌گری است. پلتفرم‌ها به‌عنوان بازیگران مرکزی زیست‌بوم رسانه‌ای، مرزهای سنتی میان رسانه، بازار و فناوری را تضعیف کرده‌اند. بنابراین، چارچوب‌های نظری مدیریت رسانه باید به‌گونه‌ای توسعه یابند که نقش الگوریتم‌ها، داده و معماری پلتفرمی را در تحلیل قدرت رسانه‌ای لحاظ کنند.

۵-۵. دلالت‌های سیاستی و مدیریتی

یافته‌های این پژوهش برای سیاست‌گذاری و حکمرانی رسانه‌ای نیز دلالت‌های مهمی دارد. ضرورت طراحی سازوکارهای تنظیم‌گری نوین، افزایش شفافیت الگوریتمی و تقویت مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها از جمله نتایجی است که به‌طور مکرر در مطالعات مورد بررسی مورد تأکید قرار گرفته است. از این منظر، مدیریت رسانه در سطح کلان نیازمند رویکردی چندبازگیره است که تعامل میان دولت‌ها، پلتفرم‌ها، رسانه‌ها و کاربران را به‌صورت متوازن سامان دهد.

در مجموع، بحث حاضر نشان می‌دهد که قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها پدیده‌ای پیچیده، چندبعدی و پویا است که تنها از طریق تحلیل‌های تک‌بعدی قابل فهم نیست. مرور نظام‌مند ادبیات پژوهش امکان شناسایی الگوهای مشترک و خلأهای دانشی را فراهم ساخته

و نشان داده است که آینده پژوهش‌های مدیریت رسانه در گرو توجه هم‌زمان به فرهنگ، اقتصاد و حکمرانی پلتفرمی است.

۶. خلأهای پژوهشی و مسیرهای آینده

مرور نظام‌مند ادبیات پژوهش نشان داد که با وجود رشد قابل توجه مطالعات مرتبط با شبکه‌های اجتماعی و قدرت رسانه‌ای، همچنان خلأهای مهمی در سطح نظری، روشی و کاربردی وجود دارد که توجه به آن‌ها برای پیشبرد دانش مدیریت رسانه ضروری است. شناسایی این خلأها نه تنها به تبیین محدودیت‌های ادبیات موجود کمک می‌کند، بلکه مسیرهای پژوهشی آینده را نیز روشن می‌سازد.

۱-۶. خلأهای نظری

یکی از مهم‌ترین خلأهای شناسایی شده، فقدان چارچوب‌های نظری یکپارچه برای تبیین قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌هاست. بسیاری از مطالعات به صورت تک‌بعدی و با تمرکز بر یکی از ابعاد فرهنگی، اقتصادی یا سیاسی به تحلیل شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند و کمتر تلاش شده است تا این ابعاد در قالب یک مدل مفهومی منسجم تلفیق شوند. این پراکندگی نظری موجب شده است که مفهوم قدرت رسانه‌ای پلتفرمی فاقد تعریف واحد و قابل اجماع باقی بماند. از این رو، توسعه چارچوب‌های نظری تلفیقی که بتوانند منطق پلتفرمی، الگوریتم‌ها، داده‌محوری و کنش کاربران را به صورت هم‌زمان در نظر گیرند، یکی از اولویت‌های پژوهشی آینده محسوب می‌شود.

۲-۶. خلأهای روشی

از منظر روش شناختی، غلبه رویکردهای کیفی تو صیفی و تحلیل‌های موردی محدود، یکی دیگر از خلأهای ادبیات موجود است. اگرچه این مطالعات در فهم عمیق پدیده‌ها نقش مهمی ایفا کرده‌اند، اما فقدان پژوهش‌های ترکیبی و مقایسه‌ای مانع از تعمیم‌پذیری نتایج شده است. همچنین، استفاده محدود از داده‌های طولی و تحلیل‌های بین‌سطحی باعث شده است که پویایی تحول قدرت رسانه‌ای در گذر زمان کمتر مورد توجه قرار گیرد. پژوهش‌های آینده می‌توانند با بهره‌گیری از رویکردهای ترکیبی و طراحی‌های روشی نوآورانه، به غنای تحلیلی این حوزه بیفزایند.

۳-۶. خلأهای بومی و زمینه‌ای

یافته‌ها نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از ادبیات موجود مبتنی بر تجربه‌های کشورهای توسعه‌یافته و پلتفرم‌های جهانی است و توجه کمتری به زمینه‌های بومی، فرهنگی و نهادی

جوامع مختلف شده است. این امر به‌ویژه در حوزه حکمرانی رسانه‌ای اهمیت دارد، زیرا الگوهای تنظیم‌گری، سیاست‌گذاری و تعامل دولت‌ها با پلتفرم‌ها به‌شدت وابسته به زمینه‌های حقوقی و فرهنگی هر کشور است. بنابراین، انجام پژوهش‌های بومی و تطبیقی می‌تواند به توسعه دانش زمینه‌مند در مدیریت رسانه کمک کند.

۴-۶. مسیرهای پیشنهادی برای پژوهش‌های آینده

بر اساس خلأهای شناسایی شده، پژوهش‌های آینده می‌توانند بر چند محور اساسی متمرکز شوند: نخست، طراحی مدل‌های مفهومی جامع برای تحلیل قدرت رسانه‌ای پلتفرمی؛ دوم، بررسی تجربی ارتباط میان منطق اقتصادی پلتفرم‌ها و پیامدهای فرهنگی و حکمرانی؛ و سوم، تحلیل نقش سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری رسانه‌ای در مهار یا تشدید عدم توازن‌های قدرت در فضای دیجیتال. توجه به این محورها می‌تواند به شکل‌گیری رویکردی نظام‌مندتر و کاربردی‌تر در مطالعات مدیریت رسانه منجر شود.

در مجموع، خلأهای نظری، روشی و بومی شناسایی شده نشان می‌دهد که حوزه مطالعات قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها همچنان در مرحله تکوین قرار دارد. پرداختن هدفمند به این خلأها می‌تواند مسیر توسعه پژوهش‌های آینده را هموار ساخته و به ارتقای جایگاه مدیریت رسانه در تحلیل تحولات ارتباطی معاصر کمک کند.

۷. نتیجه‌گیری نهایی

پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد مرور نظام‌مند، به بازخوانی تحول قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها پرداخت و کوشید با تجمیع و تحلیل نظام‌مند ادبیات پژوهش، ابعاد فرهنگی، اقتصادی و حکمرانی این تحول را تبیین نماید. جدول (۷) جمع‌بندی نهایی یافته‌های پژوهش و دلالت‌های کلیدی آن را نشان می‌دهد.

برآیند نتایج مرور نظام‌مند نشان می‌دهد که قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها دچار دگرگونی ساختاری شده و از الگوی متمرکز و نهادی به الگوی شبکه‌ای، الگوریتمی و داده‌محور انتقال یافته است. در این الگو، کنترل رسانه‌ای نه از طریق اعمال مستقیم قدرت، بلکه از راه سازمان‌دهی جریان اطلاعات، اولویت‌دهی به محتوا و هدایت توجه کاربران اعمال می‌شود. این تحول، منطق سنتی مدیریت رسانه را با چالش‌های بنیادین مواجه ساخته و نیازمند بازاندیشی نظری و عملی است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که پلتفرم‌های اجتماعی با ایفای نقش زیرساخت‌های ارتباطی، به بازیگران اصلی قدرت رسانه‌ای تبدیل شده‌اند. این جایگاه جدید، مرز میان رسانه، فناوری و

بازار را کمرنگ کرده و مدیریت رسانه را به حوزه‌ای میان‌رشته‌ای بدل ساخته است. در چنین شرایطی، نادیده گرفتن منطق پلتفرمی در تحلیل رسانه، منجر به درک ناقص از سازوکارهای قدرت خواهد شد.

جدول (۵): جمع‌بندی نهایی نتایج و دلالت‌های پژوهش

بُعد تحلیلی	جمع‌بندی یافته‌های مرور نظام‌مند	دلالت‌های نظری و مدیریتی
ماهیت قدرت رسانه‌ای	قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها ماهیتی شبکه‌ای، الگوریتم‌محور و داده‌بنیاد یافته است	ضرورت بازتعریف مفهومی قدرت رسانه‌ای در نظریه‌های مدیریت رسانه
نقش پلتفرم‌ها	پلتفرم‌ها به هسته مرکزی زیست‌بوم رسانه‌ای تبدیل شده‌اند	توجه به نقش زیرساختی و تنظیم‌گرانه پلتفرم‌ها
پیامدهای فرهنگی	هم‌زمانی افزایش مشارکت و تشدید قطبی‌شدگی و سطحی‌شدن گفتمان	نیاز به مدیریت فرهنگی و سواد رسانه‌ای
پیامدهای اقتصادی	غلبه اقتصاد داده، تمرکز قدرت و تغییر مدل‌های ارزش‌آفرینی	بازاندیشی در مدل‌های کسب‌وکار رسانه‌ای
پیامدهای حکمرانی	ناکارآمدی تنظیم‌گری سنتی و ضعف پاسخ‌گویی پلتفرم‌ها	طراحی الگوهای نوین حکمرانی رسانه‌ای
دست‌آورد کلی پژوهش	ارائه تصویری یکپارچه از تحول قدرت رسانه‌ای پلتفرمی	مبنای توسعه پژوهش و سیاست‌گذاری آینده

از منظر فرهنگی، مرور نظام‌مند پژوهش‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی ظرفیت‌هایی برای تنوع‌گفتمانی، افزایش مشارکت و بازنمایی صداها کمتر شنیده شده ایجاد کرده‌اند؛ اما هم‌زمان، منطق اقتصاد توجه به سطحی‌شدن محتوا، هیجان‌محوری و قطبی‌شدگی اجتماعی دامن زده است. این وضعیت بیانگر ماهیت دوگانه پیامدهای فرهنگی قدرت رسانه‌ای پلتفرمی است که مدیریت آن نیازمند سیاست‌گذاری آگاهانه و تقویت سواد رسانه‌ای است.

در بُعد اقتصادی، نتایج پژوهش بر غلبه مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر داده و تمرکز قدرت اقتصادی در دست تعداد محدودی از پلتفرم‌ها تأکید دارد. کاربران در این ساختار اقتصادی نقش دوگانه‌ای ایفا می‌کنند و این امر، عدم توازن‌های جدیدی در بازار رسانه ایجاد کرده است. از این رو، مدیریت رسانه ناگزیر از بازاندیشی در الگوهای اقتصادی و توجه به پایداری رسانه‌ای است.

در سطح حکمرانی، یافته‌ها نشان داد که چارچوب‌های سنتی تنظیم‌گری رسانه‌ای توان پاسخ‌گویی به پیچیدگی‌های قدرت پلتفرمی را ندارند. فقدان شفافیت الگوریتمی، ضعف پاسخ‌گویی و ماهیت فراملی پلتفرم‌ها، ضرورت طراحی الگوهای نوین حکمرانی رسانه‌ای را برجسته می‌سازد؛ الگوهایی که بتوانند تعادلی میان آزادی بیان، منافع عمومی و مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها برقرار کنند.

در مجموع، این پژوهش با ارائه یک جمع‌بندی نظام‌مند و تحلیلی، نشان می‌دهد که فهم قدرت رسانه‌ای در عصر پلتفرم‌ها مستلزم نگاهی تلفیقی به فرهنگ، اقتصاد و حکمرانی است. نتایج این مطالعه می‌تواند به‌عنوان مبنایی نظری برای پژوهش‌های آینده و به‌عنوان چارچوبی تحلیلی برای تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و سیاست‌گذاری رسانه‌ای مورد استفاده قرار گیرد و به ارتقای دانش مدیریت رسانه در مواجهه با تحولات دیجیتال معاصر کمک کند.

منابع

- Ang, I. (2013). *The Cultural Industries* (2nd ed.). Sage Publications.
- Barnett, C., & Muncie, J. (2015). *Media and Society: A Critical Perspective*. Sage Publications.
- Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1–13.
- Bourdieu, P. (1998). *On Television*. New Press.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2010). *The power of identity* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Castells, M. (2011). *Communication power*. Oxford University Press.
- Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Polity.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.
- Crary, J. (2013). *24/7: Late Capitalism and the Ends of Sleep*. Verso.
- Curran, J., & Seaton, J. (2010). *Power Without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain* (7th ed.). Routledge.
- Deuze, M. (2007). *Media Work*. Polity Press.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Pantheon Books.

- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction* (2nd ed.). Sage Publications.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media + Society*, 1(2), 1–11.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 14–29.
- Kraidy, M. (2016). *The Global Media Industries*. Routledge.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge.
- McChesney, R. W. (2013). *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. The New Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. MIT Press.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. Sage Publications.
- Napoli, P. M. (2011). *Audience Economics: Media Institutions and the Audience Marketplace*. Columbia University Press.
- Napoli, P. M. (2014). Automated media: An institutional theory perspective on algorithmic media production and consumption. *Communication Theory*, 24(3), 340–360.
- O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. O'Reilly Media.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Books.
- Plantin, J. C., Lagoze, C., Edwards, P. N., & Sandvig, C. (2018). Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media & Society*, 20(1), 293–310.
- Rahimi, B. (2020). *Social media, politics and society in the Middle East*. Palgrave Macmillan.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Addison-Wesley.
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. Penguin Press.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.

- Srnicek, N. (2017). Platform capitalism. Polity Press.
- Stiegler, B. (2010). Taking Care of Youth and the Generations. Stanford University Press.
- Van Dijck, J. (2012). Twitter's Filtered Visibility: Publics, Privacy, and the Role of Algorithms. *Media, Culture & Society*, 34(1), 6–21.
- van Dijck, J. (2013). The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). The platform society: Public values in a connective world. Oxford University Press.
- Van Zoonen, L. (2005). Gendering the Internet: A Critical Analysis of the Gendered Impacts of the Internet on Political Participation. *New Media & Society*, 7(2), 59–77.
- Webster, J. G. (2014). Theories of the Information Society (4th ed.). Routledge.
- Williams, R. (1974). Television: Technology and Cultural Form. Routledge.
- Yochai, B. (2006). The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. Yale University Press.
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.
- Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. PublicAffairs.

Reassessing the Transformation of Media Power in the Platform Era: A Systematic Review of the Cultural, Economic and Governance Implications of Social Networking Platforms

Parvaneh Torabi nejad

PhD student in Media Management, Department of Management, Na.C.,
Islamic Azad University, Najafabad, Iran

Abbas Zamani

Assistant Professor, Department of Management, Na.C., Islamic Azad
University, Najafabad, Iran (Corresponding)

abbas.zamani61@iau.ac.ir

Abstract

The accelerated transformation of digital media and the expansion of platform-based social networks have fundamentally reconfigured classical models of media power, generating an emergent form of power grounded in datafication, algorithmic curation, and the orchestration of user attention. This study aims to systematically revisit the scholarly literature on the transformation of media power in the platform era and to explicate the cultural, economic, and governance implications associated with social media platforms. Using a qualitative–analytical design in the form of a systematic review, relevant studies were identified through a structured search strategy and subsequently screened and appraised against predefined criteria before being subjected to thematic analysis. The findings indicate that media power within platform ecosystems has become increasingly networked, algorithmically mediated, and data-driven. It is no longer reducible to content control alone; rather, it is exercised through the governance of communicative infrastructures, the modulation of visibility, and the steering of information flows. In the cultural domain, social networks produce ambivalent outcomes: they can enable participation and discursive plurality while simultaneously fostering the flattening of public discourse and intensifying social polarization. Economically, the ascendancy of data capitalism and the concentration of infrastructural and market power in dominant platforms have reshaped the structure of media markets and value extraction. At the level of governance, the limitations of legacy regulatory frameworks have become salient, alongside persistent challenges concerning platform transparency, accountability, and oversight. Overall, by offering a systematic synthesis of the existing literature, this study highlights the need for integrative approaches to media

management and for the development of novel media governance models suited to platformized communication environments.

Keywords: Media Power, Platforms, Social Media, Media Management, Media Governance