

YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA NİŞ MEDYA VE GAZETECİLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ: SİSTEMATİK BİR LİTERATÜR TARAMASI

The Transformation of Niche Media and Journalism in the Age of Artificial Intelligence: A Systematic Literature Review

Erkan Solmaz¹

ÖZET

Bu çalışma, yapay zekâ teknolojilerinin niş medya ve gazetecilik pratikleri üzerindeki etkilerini inceleyen güncel uluslararası akademik literatürü sistematik bir biçimde ele almaktadır. Araştırmanın temel amacı, alandaki kuramsal yönelimleri, metodolojik eğilimleri ve ampirik bulguları bütünlük bir çerçevede sunmaktır. Bu doğrultuda Web of Science, Scopus ve Google Scholar veri tabanlarında kapsamlı bir tarama yürütülmüştür. PRISMA protokolü çerçevesinde belirlenen ve 2020-2026 yılları arasındaki güncel literatürden seçilen çalışmalar, tematik sentez yöntemiyle analiz edilmiştir. Bulgular, yapay zekânın niş medya ekosisteminde dört ana eksenle dönüştürücü bir rol oynadığını göstermektedir: (i) hiperyerel ve topluluk temelli gazetecilikte otomatik içerik üretimi, (ii) ideolojik ve alternatif medyada algoritmik yaygınlaştırma ve kişiselleştirilmiş yankı odaları, (iii) konu odaklı dikey yayıncılıkta büyük dil modellerinin araçsallaştırılma pratikleri ve (iv) platforma bağımlı girişimci gazetecilikte yapay zekâ destekli izleyici analitiği. Araştırmada; algoritmik gazetecilik, insan-makine iş birliği, veri etiği, şeffaflık, algoritmik önyargı, haber çeşitliliği ve yapay zekâ okuryazarlığı temalarının merkezî tartışma hatlarını oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu tarama, yapay zekânın niş medyada hem demokratik potansiyeli artıran hem de mevcut eşitsizlikleri derinleştiren dikotomik yapısını açıkça ortaya koymaktadır. Araştırma aynı zamanda insan-makine iş birliği modellerine, algoritmik hesap verebilirliğe ve izleyici çalışmalarına duyulan kritik ihtiyacı vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yapay zekâ, niş medya, algoritmik gazetecilik, otomatik haber üretimi, büyük dil modelleri

ABSTRACT

This study systematically examines the current international academic literature investigating the impact of artificial intelligence technologies on niche media and journalistic practices. The main objective is to present theoretical orientations, methodological trends, and empirical findings in an integrated framework. To this end, we conducted a comprehensive search in the Web of Science, Scopus, and Google Scholar databases. We analysed studies selected from the literature between 2020 and 2026, as defined by the PRISMA protocol, using thematic synthesis. The findings demonstrate that artificial intelligence plays a transformative role in the niche media ecosystem along four main axes: (i) automated content generation in hyperlocal and community-based journalism, (ii) algorithmic dissemination and personalised echo chambers in ideological and alternative media, (iii) instrumentalisation practices of large language models in topic-focused vertical publishing, and (iv) AI-assisted audience analytics in platform-dependent entrepreneurial journalism. The research examines algorithmic journalism, human-machine collaboration, data ethics, transparency, algorithmic bias, news diversity, and AI literacy as central themes. This analysis clearly reveals the dichotomous nature of AI in niche media, where it both enhances democratic potential and deepens existing inequalities. The research also highlights the critical need for human-machine collaboration models, algorithmic accountability, and audience studies.

Keywords: Artificial intelligence, niche media, algorithmic journalism, automated news production, large language models

1. ORCID: 0000-0003-1218-9296

1. Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Bandırma M.Y.O., esolmaz@bandirma.edu.tr

Solmaz, E. (2026) Yapay Zekâ Çağında Niş Medya Ve Gazeteciliğin Dönüşümü: SistematiK Bir Literatür Taraması. *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*. C. 13, S.3, S. 313-328

Makale Geliş Tarihi: 9 Temmuz 2026 Kabul Tarihi: 28 Ağustos 2026



This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license.

Bu makale Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

EXTENDED ABSTRACT/GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

The integration of artificial intelligence technologies into journalistic practices constitutes one of the most consequential transformations in the contemporary news ecosystem. While much scholarly attention has focused on AI's impact on large-scale, mainstream news organisations, the intersection of AI and niche media defined as journalistic ventures intentionally serving delimited audiences based on geography, ideology, subject interest, or identity remains comparatively underexplored. This systematic literature review addresses this gap by synthesising international peer-reviewed research published between 2020 and 2026 that examines how AI technologies are reshaping niche media production, distribution, and consumption.

The study followed PRISMA 2020 guidelines and searched the Web of Science Core Collection, Scopus, and Google Scholar databases. Search terms were structured to capture the intersection of AI-related concepts (e.g., "artificial intelligence," "automated journalism," "algorithmic journalism," "computational journalism," "large language models," "generative AI," "natural language generation," "machine learning journalism," "news personalization," "recommender systems") with niche media concepts (e.g., "niche media," "niche journalism," "hyperlocal news," "alternative media," "community journalism," "partisan media," "newsletter journalism," "podcast journalism", "Substack"). After removing duplicates and applying inclusion and exclusion criteria, the final synthesis included studies. Thematic synthesis was employed to analyse the selected studies.

The theoretical frameworks underpinning the literature cluster around five interconnected perspectives. First, algorithmic journalism theory frames AI as both a tool and an actor within newsrooms, raising questions about how editorial agency shifts between humans and machines. Second, platform political economy examines how AI-driven platform infrastructures recommendation algorithms, automated moderation, and data analytics shape the viability and visibility of niche journalism ventures. Third, data ethics and algorithmic accountability frameworks interrogate the biases embedded in AI systems and their implications for niche media serving marginalised communities. Fourth, personalisation and information diversity theories investigate how AI-powered recommendation systems reshape niche audience formation, touching upon the critical dilemma between reinforcing existing identities and expanding information repertoires. Fifth, AI literacy and professional adaptation frameworks focus on the competencies journalists and audiences need to evaluate and navigate algorithmic systems critically.

The empirical findings coalesce around four transformative axes. In hyperlocal and community-based journalism, AI Technologies particularly natural language generation and automated reporting tools are being deployed to address resource constraints by automating routine coverage such as real estate transactions, sports results, and municipal meeting reports. Research demonstrates that these tools can increase the volume and timeliness of hyperlocal information while raising concerns about the erosion of local contextual knowledge and the deepening of resource inequalities. In ideological and alternative media, algorithmic amplification on social media platforms has been shown to disproportionately benefit partisan niche outlets, creating AI-curated echo chambers that deepen affective polarisation. Studies show that recommender systems optimised for engagement metrics inadvertently privilege emotionally charged niche content over balanced reporting, while AI attributions themselves function as cues that influence source trust. In subject-specific vertical publishing, large language models are increasingly serving as research assistants, content summarizers, and drafting tools for specialised newsletters and podcasts. However, this raises ongoing debates regarding transparency and the blurring boundaries between human and machine authorship. In platform-dependent entrepreneurial journalism, AI-powered audience analytics and personalisation tools allow niche creators to segment audiences with unprecedented granularity, though this capability simultaneously raises concerns about editorial independence, creative autonomy, and the structural pressures of data-driven optimisation, with authoritarian contexts revealing dual roles of censorship and resistance.

Three thematic tensions dominate the scholarly discourse. The first is the tension between automation and editorial autonomy, which examines how AI tools simultaneously liberate niche journalists from routine tasks and subject their editorial judgment to algorithmic prescription without adequate institutional safeguards. The second is the tension between personalisation and information diversity, which investigates how AI-driven content recommendation systems, designed to serve niche audience preferences, can inadvertently create fragmented information ecosystems and reinforce confirmation biases. The third is the tension between accessibility and inequality, which foregrounds how AI Technologies while potentially lowering barriers to entry for niche media entrepreneurs may also reproduce and amplify existing structural inequalities along linguistic, geographic, and socioeconomic lines, notably disadvantaging low-resource languages and indigenous or diasporic media.

The review identifies significant research gaps, notably the scarcity of studies examining AI-niche media dynamics in Global South contexts, the lack of longitudinal research on how AI-shaped niche news consumption affects political attitudes over time, and the urgent need for empirical investigations into the implications of large language models for niche journalism's epistemic authority. The proposed future research agenda emphasises human-machine collaboration models, algorithmic accountability mechanisms, Global South perspectives, longitudinal audience studies, and ethical frameworks tailored to the unique characteristics of niche media in the AI era.

GİRİŞ

Yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik pratiklerine entegrasyonu, çağdaş haber ekosisteminin geçirdiği en köklü dönüşümlerden birini oluşturmaktadır. Doğal dil işleme modelleri haber metinleri üretmekte, makine öğrenmesi sistemleri içerik kişiselleştirmesini mümkün kılmaktadır. Algoritmalar izleyici tercihlerini şekillendirmekte, büyük dil modelleri ise gazetecilik iş akışlarına eklenmektedir. Bu süreçler, haberin üretim, dağıtım ve tüketim biçimlerini büyük ölçüde dönüştürmektedir (Simon, 2022). Bu dönüşüm, yalnızca büyük ölçekli ana akım haber kuruluşlarını değil, aynı zamanda belirli coğrafi bölgelere, ideolojilere, konulara ya da kimlik gruplarına odaklanan niş medya girişimlerini de derinden etkilemektedir. Öyle ki, akademik literatürde yapay zekâ ve gazetecilik kesişimine dair artan ilgiye rağmen, bu ilginin odağı büyük ölçüde ana akım haber kuruluşlarıyla sınırlı kalmıştır. Dolayısıyla yapay zekânın niş medya ekosistemi üzerindeki etkilerinin sistematik biçimde incelenmesi, araştırmaya muhtaç bir alan olarak öne çıkmaktadır.

Niş medya kavramı, mahalle ölçeğindeki hiperyerel haber sitelerinden partizan YouTube kanallarına, iklim değişikliği bültenlerinden çeşitli haber gruplarına, bağımsız podcast yayıncılarından kişisel markasını inşa eden girişimcilere uzanan geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu girişimler, kaynak kısıtlılığı, gönüllü emeğe bağımlılık ve platform algoritmalarına tabi olma gibi yapısal kırılganlıklarla karakterize edilmektedir (Harte vd., 2020; Usher, 2021). Bu anlamda genel mülteci haberlerinin ötesine geçilerek, yeterince araştırılmamış grupların mobil teknolojilerle kurduğu ilişkinin ele alınması, haber kuruluşları açısından gözden kaçan topluluklara yönelik niş haber alanlarının geliştirilmesinin önemini ortaya koymaktadır (Alencar, 2020).

Yapay zekâ teknolojileri, tam da bu kırılganlıkların hem çözümü hem de derinleştiricisi olarak niş medya ekosisteminde ikili bir rol üstlenmektedir. Bir yandan, otomatik içerik üretimi araçları hiperyerel gazetecilere rutin haberleri düşük maliyetle üretme imkânı sunmakta (Diakopoulos, 2019), büyük dil modelleri konu odaklı dikey yayıncılara araştırma ve özetleme desteği sağlamakta (Schäfer & Painter, 2021). Diğer yandan, algoritmik yaygınlaştırma mekanizmaları partizan niş içeriği orantısız biçimde güçlendirerek kutuplaşmayı derinleştirmekte (Heft vd., 2020; Tucker vd., 2020), kişiselleştirme algoritmaları enformasyon baloncuklarını pekiştirmekte (Tucker vd., 2020), yapay zekâ araçlarına erişimdeki eşitsizlikler, kaynak açısından zengin ve yoksun niş aktörler arasındaki uçurumu büyütmektedir (Harte vd., 2020).

Son yıllar, yapay zekâ ve niş medya kesişiminde akademik ilginin belirgin biçimde yoğunlaştığı bir dönem olarak dikkat çekmektedir. Bu yoğunlaşmanın arkasında birbiriyle ilişkili dört makro gelişme yatmaktadır.

Birincisi, GPT-3, GPT-4, Claude, Gemini gibi büyük dil modellerinin (LLM) kamusal erişime açılması ve gazetecilik iş akışlarına hızla eklenmesi, yapay zekânın haber üretimindeki rolüne dair acil kuramsal ve ampirik sorular doğurmuştur (Dodds vd. 2026; Gutierrez Lopez vd., 2022). İkincisi, COVID-19 pandemisi sırasında yerel ve topluluk temelli enformasyonun hayati önemi belirginleşmiş, kaynak kısıtlılığı çeken hiperyerel girişimlerin yapay zekâ araçlarına yönelimi hızlanmıştır (Harte vd., 2020). Üçüncüsü, platform algoritmalarının siyasal kutuplaşma üzerindeki etkilerine dair artan kamusal farkındalık, öneri sistemlerinin niş partizan içerikle ilişkisini mercek altına almıştır (Tucker vd., 2020). Dördüncüsü, üretken yapay zekânın demokratik kamusal alan için taşıdığı potansiyel ve riskler, iletişim çalışmalarının merkezî tartışma gündemlerinden biri haline gelmiştir (Couldry & Mejias, 2020).

Bu gelişmeler ışığında, mevcut literatürde yapay zekâ ve niş medya kesişimini bütüncül biçimde ele alan sistemantik bir sentezin sınırlı kalması önemli bir boşluğa işaret etmektedir. Bu çalışma, söz konusu boşluğu doldurmayı amaçlayarak 2020–2026 yıllarını kapsayan sistemantik bir tarama ile literatüre katkı sunmayı hedeflemekte, çalışmayı yönlendiren araştırma soruları ise izleyen Yöntem bölümünde sunulmaktadır.

1. Yöntem

1.1. Araştırma Deseni

Bu çalışma, sistemantik literatür taraması deseniyle yürütülmüştür. Sistemantik tarama, belirli bir araştırma sorusuna yanıt vermek üzere ilgili tüm ampirik kanıtları önceden tanımlanmış ölçütler çerçevesinde belirlemeyi, değerlendirmeyi ve sentezlemeyi amaçlayan bir yöntemdir (Petticrew & Roberts, 2006). Araştırma süreci, PRISMA 2020 yönergeleri çerçevesinde tasarlanmış ve raporlanmıştır (Page vd., 2021). Bu bağlamda araştırma şu temel sorulara odaklanmaktadır:

AS1: 2020–2026 döneminde yapay zekâ teknolojileri ile niş medya ve gazetecilik kesişimindeki akademik araştırmalar hangi kuramsal çerçevelere dayanmaktadır?

AS2: Yapay zekâ teknolojileri, niş medya ekosisteminin farklı türlerinde (hiperyerel, partizan/alternatif, konu odaklı, platforma bağımlı) hangi dönüştürücü etkileri üretmektedir?

AS3: Yapay zekâ ve niş medya ilişkisi bağlamında hangi tematik gerilimler ve etik sorunsallar tartışılmaktadır?

AS4: Gelecek araştırmalar için hangi yönelimler, boşluklar ve öncelikler öne çıkmaktadır?

Bu çalışma, yukarıdaki sorulara sistemantik ve eleştirel yanıtlar üreterek, yapay zekâ çağında niş medya araştırmalarının mevcut durumuna ilişkin bütüncül bir harita sunmayı ve gelecek araştırmalar için sağlam bir kavramsal zemin oluşturmayı hedeflemektedir.

1.2. Tarama Stratejisi 2020-2026 yıllarını kapsayan literatür taraması, üç ana veri tabanında (Web of Science, Scopus ve Google Scholar) gerçekleştirilmiştir. Bu veri tabanlarının seçiminde, sosyal bilimler alanındaki kapsayıcılıkları, yüksek etki faktörlü dergileri indekslemeleri ve uluslararası literatüre erişim imkânı sunmaları belirleyici olmuştur. Ayrıca, Reuters Institute for the Study of Journalism, LSE Polis JournalismAI Project ve Data & Society gibi saygın araştırma kuruluşlarının raporları da gri literatür taraması kapsamında değerlendirilmiştir.

Arama terimleri, araştırma sorularıyla uyumlu biçimde iki ana blokta yapılandırılmıştır:

Blok 1 – Yapay Zekâ ve Algoritmik Gazetecilik: “artificial intelligence journalism”, “automated journalism”, “algorithmic journalism”, “computational journalism”, “natural language generation news”, “large language models journalism”, “generative AI journalism”, “news personalization”, “news recommender systems”, “machine learning journalism”, “AI-driven journalism”, “robot journalism”

Blok 2 – Niş Medya: “niche media”, “niche journalism”, “hyperlocal news”, “alternative media”, “community journalism”, “partisan media”, “newsletter journalism”, “podcast journalism”, “Substack”, “specialist journalism”, “local journalism”, “diasporic media”, “ethnic media”, “indigenous media”

1.3. Dâhil Etme ve Dışlama Ölçütleri

Çalışmaların seçiminde aşağıdaki ölçütler uygulanmıştır:

Dâhil etme ölçütleri: (a) 2020–2026 yılları arasında yayımlanmış olmak, (b) hakemli dergi makalesi, akademik kitap, kitap bölümü ya da güvenilir kurumsal rapor niteliği taşımak, (c) İngilizce veya Türkçe dillerinde yayımlanmış ve tam metnine erişilebilir olmak, (d) araştırma odağının doğrudan yapay zekâ ve niş medya/gazetecilik kesişimi ya da bu kesişime kuramsal ve ampirik katkı sunacak nitelikte olması.

Dışlama ölçütleri: (a) konferans özetleri, editöryal yazılar, kitap tanıtımları, (b) yalnızca yapay zekâ teknolojisinin teknik boyutlarına odaklanan ve gazetecilikle bağ kurmayan çalışmalar, (c) yapay zekâ veya niş medya kavramlarını tamamen farklı bağlamlarda kullanan yayınlar, (d) tam metnine erişilemeyen çalışmalar.

1.4. Veri Çıkarma ve Sentez Seçilen çalışmalardan veri çıkarmak için standartlaştırılmış bir form kullanılmıştır. Bu formda her çalışma için şu bilgiler kaydedilmiştir: yazar(lar), yayın yılı, dergi/yayınevi, araştırma tasarımı, kuramsal çerçeve, odaklanılan yapay zekâ teknolojisi, odaklanılan niş medya türü, temel bulgular, ülke/bölge bağlamı. Veri sentezi için tematik sentez yöntemi benimsenmiştir (Thomas & Harden, 2008).

1.5. Yapay zeka kullanım beyanı

Çalışmada, literatür taraması ve metin düzenleme aşamalarında yapay zekâ araçlarından faydalanılmıştır.

2. Yapay Zekâ ve Niş Medya Kesişimi

Yapay zekânın haber odalarına entegrasyonu, yalnızca mevcut gazetecilik pratiklerini otomatikleştiren bir teknolojik dönüşüm değil, aynı zamanda gazeteciliğin üretim süreçlerinin ve mesleki rollerinin yeniden tanımlanmasını gerektiren yeni bir habercilik anlayışının ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır (Beckett, Sanguinetti, & Palomo, 2023) İncelenen alanyazın, yapay zekâ ve niş medya kesişimini ağırlıklı olarak beş kuramsal perspektiften ele almaktadır. Öte yandan pek çok çalışma, birden fazla kuramsal çerçeveyi eklektik biçimde kullanmaktadır.

2.1. Algoritmik Gazetecilik ve İnsan-Makine İş Birliği

Yapay zekânın gazetecilik alanına girişini kavramsallaştırmada en yaygın kullanılan çerçeve, algoritmik gazetecilik kuramıdır. Diakopoulos (2019) algoritmik gazeteciliği haber üretim sürecinin herhangi bir aşamasında (haber toplama, üretim, dağıtım) algoritmik sistemlerin, veri işleme ve hesaplamalı yöntemlerin kullanılması olarak tanımlamaktadır. Bu çerçevede yapay zekâ, yalnızca bir araç değil, aynı zamanda haber üretim sürecine fail olarak katılan ve editöryal kararları etkileyen bir aktördür. Niş medya bağlamında algoritmik gazetecilik kuramı, özellikle sınırlı insan kaynağıyla çalışan hiperyerel girişimlerin otomatik içerik üretimi araçlarını nasıl benimsediğini ve bu benimsemenin editöryal özerklik ile verimlilik arasındaki dengeyi nasıl dönüştürdüğünü açıklamada işlevseldir.

İnsan-makine iş birliği perspektifi, yapay zekâ ve gazeteciler arasındaki ilişkinin sıfır toplamı bir ikame olmadığını, aksine karmaşık ve bağlama duyarlı bir iş birliği biçimi olduğunu vurgulamaktadır. Gutierrez Lopez vd. (2022), haber kuruluşlarında yapay zekâ araçlarının entegrasyonuna dair stratejileri inceleyerek, başarılı uygulamaların yapay zekâyı gazetecinin yerine geçen değil, gazetecinin kapasitesini artıran bir asistan olarak konumlandığını göstermektedir. Niş medyada bu iş birliği, özellikle büyük dil modellerinin konu odaklı haber bültenlerinde araştırma asistanı, içerik özetleyici ve taslak üretici olarak kullanılmasında somutlaşmaktadır.

Dodds vd.'nin (2025) kavramsal denemesi, bu iş birliği çerçevesini daha köklü bir düzeyde sorgulayarak, yapay zekânın gazetecilik alanına girişinin önceki dijital dönüşümlerden farklı olarak mesleğin kimliğini ve izleyiciyle kurduğu ilişkiyi yeniden düşünmeyi gerektirdiğini öne sürmektedir. Yazarlara göre bu "dönüş", (1) benimseme ve abartı, (2) güç ve bağımlılık, (3) izleyici ve demokratik

çıkarımlar, (4) eğitim ve güçlenme olmak üzere dört eksenle okunmalıdır. Bu çerçeve, niş medya bağlamında yukarıda tartışılan insan-makine iş birliği örneklerinin daha geniş bir kuramsal zemine oturtulmasına katkı sunmaktadır.

2.2. Platform Ekonomi Politikği ve Algoritmik Görünürlük

İkinci hâkim kuramsal çerçeve, yapay zekâ destekli platform altyapılarının niş medya üzerindeki ekonomi politik etkilerine odaklanmaktadır. Nieborg ve Poell (2018) platformlaşma kavramıyla kültürel üretimin giderek platform altyapılarına bağımlı hale geldiğini ve içerik üreticilerinin platform mantığına tabi kıldığını ileri sürmektedir. Yapay zekâ, bu platform mantığının merkezî bileşenidir. Öneri algoritmaları, otomatik içerik moderasyonu, reklam hedefleme ve etkileşim optimizasyonu, platformlardaki görünürlük rejimini belirlemektedir. Niş medya girişimcileri için bu durum, editoryal kararların giderek algoritmik öngörülere tabi hale geldiği bir bağımlılık ilişkisi üretmektedir.

Usher (2021), platform ekonomi politikğini haber coğrafyası bağlamında tartışarak, yapay zekâ destekli kişiselleştirme ve hedefleme araçlarının haber eşitsizliğini nasıl derinleştirebileceğini göstermektedir. Nielsen ve Ganter (2022), platformların altyapısal iktidarının, niş aktörler için özellikle bağlayıcı olduğunu, çünkü bu aktörlerin ana akım kuruluşların sahip olduğu marka bilinirliği ve doğrudan trafikten yoksun olduğunu vurgulamaktadır.

2.3. Veri Etiği, Algoritmik Hesap Verebilirlik ve Şeffaflık

Üçüncü kuramsal çerçeve, yapay zekânın niş medyada kullanımına dair etik sorunsallara odaklanmaktadır. Algoritmik önyargı, veri adaleti ve şeffaflık kavramları, özellikle marjinalleştirilmiş topluluklara hizmet eden niş medya bağlamında özel bir önem kazanmaktadır. Dodds vd. (2026), yapay zekânın toplum ve gazetecilik üzerindeki etkisini kontrol etme ve şekillendirme yeteneğimizin, yapay zekâ abartısını tanıma ve çözümleme yeteneğiyle başladığını belirtmektedir.

Algoritmik hesap verebilirlik perspektifi, yapay zekâ sistemlerinin kararlarının denetlenebilir, açıklanabilir ve itiraz edilebilir olması gerektiğini vurgulamaktadır. Ancak niş medya bağlamında, küçük ölçekli girişimlerin kapsamlı etik denetim mekanizmaları kurmak için gerekli kaynaklara sahip olmaması, hesap verebilirlik ile uygulanabilirlik arasında bir gerilim yaratmaktadır. Helberger ve Diakopoulos (2022), haber öneri sistemlerinin demokratik tasarımına dair çalışmalarında, yapay zekâ sistemlerinin yalnızca tıklama ve etkileşim metriklerini değil, aynı zamanda demokratik değerleri de optimize edecek biçimde tasarlanması gerektiğini savunmaktadır.

2.4. Kişiselleştirme, Yankı Odaları ve Enformasyon Çeşitliliği

Dördüncü kuramsal çerçeve, yapay zekâ destekli kişiselleştirme teknolojilerinin niş izleyici oluşumu ve enformasyon çeşitliliği üzerindeki etkilerini incelemektedir. Öneri algoritmaları, kullanıcıların geçmiş davranışlarına dayanarak içerik önermekte ve bu süreçte niş ilgi alanlarına hitap eden içerikleri güçlendirebilmektedir. Bu durum, niş medya için bir yandan hedef kitleye ulaşmayı kolaylaştırırken, diğer yandan kullanıcıları yalnızca kendi görüşlerini pekiştiren içeriklere maruz bırakarak enformasyon baloncuklarını derinleştirebilmektedir (Tucker vd., 2020). Bu noktada Rahmawati (2024), gazetecilerin haber üretim süreçlerine yapay zekâyı dahil ederken izleyiciyi sadece veriye dayalı bir 'hedef kitle' olarak görmenin ötesine geçmesi gerektiğini savunur; zira makine-insan etkileşiminin derinliği, algoritmaların sunduğu kişiselleştirilmiş içeriklerin toplumsal katılımı güçlendirip güçlendirmeyeceğini belirleyen temel unsurdur.

Sosyal medya algoritmalarının siyasal kutuplaşma üzerindeki etkilerine dair kapsamlı literatür taramalarında, algoritmik olarak güçlendirilmiş partizan niş içeriğin duygusal kutuplaşmayı artırdığına dair güçlü kanıtlar ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, kişiselleştirme ve yankı odaları arasındaki nedensellik ilişkisinin sanıldığından daha karmaşık olduğu ve kullanıcıların aktif tercihlerinin de en az algoritmalar kadar belirleyici olduğu vurgulanmaktadır. Niş medya bağlamında bu tartışma, yapay zekânın izleyici özerkliğini mi artırdığı yoksa onu algoritmik olarak sınırlandırdığı sorusu etrafında dönmektedir (Tucker vd., 2020).

Bu gerilim, "niş" kavramının kendisiyle ilgili kuramsal bir tartışmayı da gündeme getirmektedir. Literatürde niş medyanın işlevi, izleyicilerin mevcut kimliklerini pekiştirmek ile onları farklı perspektiflerle buluşturarak enformasyon repertuarını genişletmek arasındaki ikilem üzerinden ele alınmaktadır. Yapay zekâ destekli kişiselleştirme sistemleri, varsayılan olarak kimliklerin pekiştirilmesini optimize etmektedir. Farklı perspektiflerle enformasyon repertuarının genişletilmesi ise bilinçli bir tercihi gerektirmektedir. Helberger ve Diakopoulos (2022), haber öneri sistemlerinin demokratik tasarımına dair çalışmalarında, algoritmaların yalnızca kullanıcı tercihlerini yansıtmakla kalmayıp aynı zamanda demokratik değerleri de teşvik edecek biçimde tasarlanabileceğini savunmaktadır.

2.5. Yapay Zekâ Okuryazarlığı ve Profesyonel Uyum

Beşinci ve giderek ağırlık kazanan kuramsal çerçeve, gazetecilerin ve izleyicilerin yapay zekâ okuryazarlığına odaklanmaktadır. Yapay zekâ okuryazarlığı, bireylerin yapay zekâ sistemlerini eleştirel biçimde değerlendirme, bu sistemlerle etkili biçimde etkileşim kurma ve yapay zekâyı amaçlı biçimde kullanma yetkinliği olarak tanımlanmaktadır. Niş medya bağlamında bu okuryazarlık, iki düzeyde önem kazanmaktadır: gazetecilerin yapay zekâ araçlarını editoryal yargıyla bütünleştirme becerisi ve niş izleyicilerin algoritmik olarak kişiselleştirilmiş haber akışlarını eleştirel biçimde değerlendirme kapasitesi.

Beckett (2021), LSE Polis JournalismAI Projesi raporunda, haber kuruluşlarında yapay zekâ okuryazarlığının artırılmasının, teknolojinin sorumlu biçimde benimsenmesi için kritik bir ön koşul olduğunu vurgulamaktadır. Niş medya girişimleri için bu okuryazarlık, sınırlı kaynaklarla maksimum fayda sağlayacak yapay zekâ araçlarını seçme ve bu araçların sınırlılıklarını anlama kapasitesini içermektedir.

Bu beş çerçeve, birbirinden bağımsız yaklaşımlar olmaktan ziyade, yapay zekâ ve niş medya ilişkisinin farklı boyutlarını açıklamaya yardımcı olan tamamlayıcı perspektifler sunmaktadır. Algoritmik gazetecilik kuramı yapay zekânın haber üretim sürecindeki rolüne odaklanırken, platform ekonomi politiği bu rolün hangi altyapısal ve ticari dinamikler içinde şekillendiğini tartışmaktadır. Bu iki çerçevenin birlikte değerlendirilmesi, niş girişimlerin editoryal süreçlerinin platform yapılarıyla nasıl etkileşime girdiğini anlamayı kolaylaştırmaktadır. Benzer şekilde, veri etiği ve kişiselleştirme kuramları birbirini destekleyen alanlar olarak öne çıkmaktadır. Etik perspektif yapay zekâ sistemlerinin veri işleme aşamalarındaki potansiyel sorunları ele alırken, kişiselleştirme kuramı bu sistemlerin izleyici pratikleri üzerindeki olası yansımalarını incelemektedir. Yapay zekâ okuryazarlığı çerçevesi ise bahsedilen bu teorik süreçlerin niş medya aktörleri tarafından nasıl değerlendirilip yönetilebileceğine dair uygulamalı bir tartışma alanı sağlamaktadır. İzleyen bulgular bölümü, literatürdeki çalışmaların bu beş kuramsal çerçeve etrafında nasıl şekillendiğini ampirik veriler üzerinden ele almaktadır.

3. Yapay Zekânın Niş Medya Ekosistemindeki Dönüştürücü Rolü

Literatürün sistemantik sentezi, yapay zekânın niş medya ekosisteminde dört ana eksenle dönüştürücü bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Aşağıda her bir eksenin tanımlayıcı özellikleri, temel ampirik bulguları ve öne çıkan çalışmaları tartışılmaktadır.

Niş medya, ana akım medyanın benimsediği egemen ideolojik kalıpları ve kimlik kurgularını sorgulayarak olayları daha politik ve eleştirel bir sosyo-politik çerçevede yeniden üretebilmektedir. Bu tür yayınlar, marjinalleştirilmiş toplulukların sesini duyurarak ve egemen söylemlere karşı alternatif sembolik kaynaklar sunarak medyadaki kamusal tartışmaların demokratik ve çok sesli yapısına aktif bir katkı sağlamaktadır (Budarick & King, 2008).

Dört eksenle kullanılan niş medya türleri arasındaki sınırlar bazı noktalarda kesişse de, literatürde ayırt edici kabul edilen ölçütler bulunmaktadır. Hiperyerel medya, öncelikle coğrafi ölçekle tanımlanırken, partizan/alternatif medya, ideolojik konumlanma ve ana akım haber kurumlarına karşı eleştirel bir söylemle ayrılmaktadır (Holt vd., 2020). Konu odaklı dikey yayıncılık, coğrafyadan veya ideolojiden

ziyade tematik uzmanlaşmayla (iklim, bilim, finans vb.) tanımlanırken, platforma bağımlı girişimci gazetecilik, üretim ve dağıtım mantığının belirli bir platform altyapısına (YouTube, Patreon) bağımlılığıyla ayırt edilmektedir. Bu dört tür birbirini dışlamamaktadır. Örneğin partizan bir haber bülteni aynı zamanda platforma bağımlı olabilir. Ancak sınıflandırma, her çalışmada baskın olan tanımlayıcı boyuta göre yapılmıştır.

3.1. Hiperyerel Gazetecilikte Otomatik İçerik Üretimi

Hiperyerel gazetecilik, yapay zekânın niş medyadaki en somut uygulama alanlarından birini oluşturmaktadır. Sınırlı insan kaynağı ve bütçeyle faaliyet gösteren hiperyerel girişimler, doğal dil üretimi (NLG) teknolojilerini kullanarak rutin haberleri (spor sonuçları, hava durumu raporları vb.) otomatik olarak üretebilmektedir. Diakopoulos (2019), bu teknolojinin gazetecileri tekrarlayan görevlerden kurtararak araştırmacı habercilik ve topluluk etkileşimi gibi daha yüksek değerli işlere odaklanmalarına olanak tanıdığını belirtmektedir. Ancak 2020 sonrası literatür, bu iyimser tabloyu eleştirel bir çerçevede değerlendirmektedir.

Yerel habercilik, dijital dönüşümle birlikte yeni teknolojilere ve değişen medya pratiklerine uyum sağlamak zorunda olan, aynı zamanda yerel toplulukların bilgi ihtiyaçlarına odaklanan bir medya alanıdır. Bu bağlamda yapay zekâ gibi yeni teknolojiler, yerel ve niş medya kuruluşlarının sınırlı kaynaklarla içerik üretme ve gazetecilik pratiklerini dönüştürme süreçlerinde destekleyici bir rol üstlenebilir (Gulyas & Baines, 2020).

Harte vd.'nin (2020) Birleşik Krallık hiperyerel ekosistemine dair araştırması, pandemi sırasında bu girişimlerin hayati kamusal bilgi sağladığını, ancak çoğunun yapay zekâ araçlarına erişim için gerekli teknik altyapı ve eğitimden yoksun olduğunu göstermektedir. Bu durum, yapay zekânın hiperyerel gazetecilikteki potansiyel faydalarının eşitsiz biçimde dağıldığına işaret etmektedir. Daha büyük ve kaynak açısından görece zengin hiperyerel girişimler otomatik içerik üretiminden faydalanırken, en küçük ve en kırılgan olanlar bu olanaktan mahrum kalmakta, bu da haber alanlarındaki eşitsizliği derinleştirebilmektedir.

Suherman vd.'nin (2026) Endonezya'daki altı hiperyerel haber odağını konu alan araştırması, bu dengenin sahada nasıl kurulduğuna dair somut kanıt sunmaktadır. Çalışma, kaynak kısıtlı hiperyerel girişimlerin üretken yapay zekâyı gelir modellerini çeşitlendirmek için kullandığını, ancak bunun şeffaflık ve okur güveni bakımından yeni etik gerilimler doğurduğunu göstererek yukarıda tartışılan eşitsiz dağılım ve bağlamsal bilgi kaybı risklerini güncel bir vaka üzerinden doğrulamaktadır.

3.2. Partizan ve Alternatif Medyada Algoritmik Yaygınlaştırma

Yapay zekânın niş medyadaki ikinci dönüştürücü eksen, partizan ve ideolojik niş içeriğin algoritmik olarak güçlendirilmesiyle ilgilidir. Sosyal medya platformlarının öneri algoritmaları, kullanıcı etkileşimini (beğeni, paylaşım, yorum, izlenme süresi) maksimize edecek biçimde tasarlanmıştır. Bu optimizasyon mantığı, çoğu zaman duygusal olarak yüklü, tartışmalı ve kutuplaştırıcı içeriği ödüllendirmekte, bu da partizan niş medya yayınlarının ana akım haberlere kıyasla algoritmik olarak daha fazla görünürlük kazanmasına zemin hazırlamaktadır.

Heft vd. (2020), altı Batı demokrasisindeki sağ dijital haber altyapılarını analiz ederek, bu ekosistemlerin algoritmik yaygınlaştırma mekanizmalarından sistematik biçimde faydalandığını göstermektedir. Yazarlar, Breitbart'ın ötesine uzanan ve birbiriyle bağlantılı, kaynak paylaşan bir sağ medya ekosisteminin, platform algoritmalarının duygusal içeriğe verdiği öncelik sayesinde organik erişimini artırdığını tespit etmektedir. Tucker vd. (2020), bu algoritmik dinamiklerin siyasal kutuplaşma üzerindeki etkilerine dair birikmiş kanıtları değerlendirerek, öneri sistemlerinin partizan niş içeriği orantısız biçimde güçlendirdiğine ve bunun özellikle siyasi ilgisi yüksek kullanıcılarda duygusal kutuplaşmayı derinleştirdiğine dair veriler sunmaktadır.

Ancak literatürde bu ilişkinin tek yönlü ve deterministik olmadığına dair önemli uyarılar da bulunmaktadır. Kullanıcıların aktif içerik tercihleri, algoritmik öneriler kadar belirleyici olabilmektedir.

Ayrıca platform algoritmalarının etkisi, farklı siyasi bağlamlarda ve farklı platform türlerinde değişkenlik gösterebilmektedir. Niş medya bağlamında yapay zekâ, görünürlük kazandırma ve görünmez kılma arasındaki hassas dengeyi belirleyen bir eşik bekçisi gibi işlev görmektedir.

Zoizner vd.'nin (2025) dokuz ülkeyi kapsayan conjoint deneyi, bu eşik bekçiliği dinamiğine izleyici tarafı üzerinden yeni bir katman eklemektedir. Araştırma, yapay zekâ tarafından üretildiği belirtilen haberlerin, kullanıcılar tarafından görüş ayrılığı taşıyan partizan kaynaklardan gelen haberlerle benzer düzeyde güvenilir bulunmadığını, buna karşılık kendi siyasi görüşleriyle örtüşen kaynaklara duyulan tercihin baskın kaldığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, algoritmik yaygınlaştırmanın üretim tarafındaki etkilerine odaklanan yukarıdaki çalışmaları tamamlayarak, yapay zekâ atfının kendisinin de niş partizan medya ekosisteminde bir güven ve tercih değişkeni olarak işlediğini göstermektedir.

3.3. Büyük Dil Modellerinin Kolaylaştırıcı Rolü

Üçüncü eksen, büyük dil modellerinin (LLM) iklim gazeteciliği, bilim haberciliği, finans gazeteciliği gibi konu odaklı niş yayıncılık alanlarındaki dönüştürücü etkisine odaklanmaktadır. Büyük Dil Modelleri (LLM'ler), gazetecilik süreçlerinde bilgi toplama, içerik üretimi ve dağıtımı gibi farklı aşamalarda gazetecilerin iş akışlarını kolaylaştıran ve verimliliği artıran bir araç olarak öne çıkmaktadır. Özellikle metin özetleme, çeviri, içerik analizi, başlık üretimi ve bilgi derleme gibi görevlerde LLM'ler gazetecilerin çalışmalarını destekleyerek haber üretim sürecini daha hızlı ve esnek hâle getirebilmektedir (Cools & Diakopoulos, 2024).

Schäfer ve Painter (2021), iklim gazeteciliğinin değişen medya ekosistemindeki konumunu tartışırken, büyük dil modellerinin iklim bilimi gibi karmaşık ve veri yoğun alanlarda gazetecilere araştırma desteği sağlayabileceğini öngörmektedir. Foladori Inverizzi ve Levin (2023) Brezilya'daki niş bilim gazeteciliği girişimlerinin COVID-19 sırasında kültürel olarak uyarlanmış güvenilir bilgi sağladığını belgelerken, bu girişimlerin teknik kapasite sınırlılıklarının yapay zekâ araçlarıyla aşılabileceğine işaret etmektedir.

Büyük dil modellerinin konu odaklı niş yayıncılıktaki en tartışmalı kullanımı, içerik üretiminin kendisidir. Bazı niş bülten yazarları, LLM'leri taslak üretmek veya rutin piyasa raporlarını otomatikleştirmek için kullanırken, bu pratiğin gazetecilik ile otomatik içerik üretimi arasındaki sınırı bulanıklaştırdığı yönünde eleştiriler yükselmektedir. Özellikle şeffaflık konusu kritik önemdedir. İzleyiciler, tükettikleri niş içeriğin ne kadarının insan, ne kadarının makine tarafından üretildiğini bilme hakkına sahip midir? Literatür, bu soruya verilen yanıtların henüz bir konsensüse ulaşmadığını, ancak açık etiketleme ve şeffaflık lehine güçlü bir eğilim olduğunu göstermektedir (Diakopoulos, 2019; Simon, 2022).

Bu eksenle taranan çalışmalar arasındaki temel örüntü, büyük dil modellerinin niş yayıncılıkta çoğunlukla araştırma ve üretim sürecini destekleyen bir "asistan" konumunda ele alınması, buna karşılık şeffaflık ve etiketleme pratiklerinin henüz standartlaşmamış olmasıdır. Diakopoulos (2019) ile Schäfer ve Painter (2021) arasındaki örtük çelişki de bu noktada belirginleşmektedir. Diakopoulos büyük dil modellerinin gazetecilik otoritesini aşındırma riskine dikkat çekerken, Schäfer ve Painter aynı araçları iklim gazeteciliği gibi kaynak kısıtlı alanlarda sürdürülebilirliği artıran bir imkân olarak konumlandırmaktadır. Bu ikilik, LLM kullanımının niş gazetecilikteki etkisinin, aracın kendisinden çok kullanıldığı kurumsal ve editöryal bağlama göre değiştiğine işaret etmektedir.

3.4. Gazetecilikte Yapay Zekâ Destekli İzleyici Analitiği

Yapay zekânın niş medya alanındaki dördüncü dönüştürücü boyutu Patreon ve YouTube gibi platformlarda faaliyet gösteren girişimci gazetecilerin yapay zekâ destekli izleyici analitiği ve kişiselleştirme araçlarını kullanımına odaklanmaktadır. Bu araçlar, niş içerik üreticilerine izleyici davranışlarını tahmin etme, abone kaybı riskini öngörme, içerik performansını optimize etme ve kişiselleştirilmiş öneriler sunma olanağı tanımaktadır.

Editöryal baskı niş gazeteciliğin özgün değerini oluşturan editöryal bağımsızlık ve yaratıcı özerkliği aşındırabilmektedir. Podcast tarafında ise Lindgren (2023), yapay zekâ destekli dağıtım ve öneri

sistemlerinin, podcast'lerin niş topluluklar inşa etme kapasitesini hem artırdığını hem de sınırlandırdığını tartışmaktadır.

Bu çalışmalar bir arada okunduğunda, platforma bağımlı girişimci gazetecilikte yapay zekânın rolünün tek bir doğrultuda ilerlemediği görülmektedir. Lindgren (2023) aynı araçların topluluk inşasını güçlendirebileceğini de göstermektedir. Bu çeşitlilik, platform bağımlılığının niş gazetecilik üzerindeki etkisinin siyasi rejim, platform türü ve girişimin kaynak düzeyine göre farklılaştığını göstermektedir.

4. Tematik Gerilimler ve Etik Sorunlar

Literatürün tematik sentezi, yapay zekâ ve niş medya kesişiminde üç ana gerilim hattının belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

4.1. Otomasyon ve Editoryal Özerklik Arasındaki Gerilim

Yapay zekânın niş medyada kullanımına dair en temel gerilim, otomasyonun sağladığı verimlilik artışı ile editoryal özerkliğin korunması arasında yatmaktadır. Yapay zekâ araçları, niş gazetecilere rutin görevleri devrederek araştırmacı habercilik, topluluk etkileşimi ve özgün içerik üretimi gibi daha yüksek katma değerli işlere odaklanma imkânı sunmaktadır. Ancak bu devir, aynı zamanda editoryal yargının algoritmik sistemlere kısmen teslim edilmesi anlamına gelmektedir. Öneri algoritmaları hangi haberlerin görünür olacağını belirlediği, doğal dil üretimi araçları hangi ifadelerin kullanılacağını şekillendirdiği ve izleyici analitiği araçları işlenecek konuları etkilediği bir düzlemde, editoryal karar alma süreci insan ve makine arasında dağılmaktadır (Gutierrez Lopez vd., 2022).

Bu gerilim, özellikle kaynak kısıtlılığı çeken niş girişimler için daha keskindir. Ana akım haber kuruluşları, yapay zekâ araçlarının kullanımına dair etik kurallar geliştirmek, editörler atamak ve şeffaflık mekanizmaları kurmak için gerekli kaynaklara sahipken, niş girişimler çoğu zaman bu araçları herhangi bir kurumsal denetim olmaksızın kullanmakta, bu da etik riskleri artırmaktadır. Literatür, sorumlu yapay zekâ kullanımı için etik temelli bir çerçeve geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Asadi & Sultana, 2026).

4.2. Kişiselleştirme ve Enformasyon Çeşitliliği Arasındaki Gerilim

İkinci ana gerilim hattı, yapay zekâ destekli kişiselleştirmenin niş izleyici deneyimini hem zenginleştirilmesi hem de sınırlandırmasıyla ilgilidir. Öneri algoritmaları, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun niş içerikleri keşfetmesini kolaylaştırarak, ana akım medyada bulamadıkları derinlik ve perspektife erişmelerini sağlayabilmektedir (Tucker vd., 2020). Benzer şekilde Rahmawati (2024), gazetecilik ve yapay zekâ iş birliğinin, haber üretimi süreçlerinde insan kontrolü ile makine özerkliği arasında denge kurması gerektiğini vurgulayarak. Bu etkileşimin sadece teknik bir verimlilik değil, aynı zamanda demokratik bir sorumluluk alanı olduğunu ifade etmektedir. Bu işlev, özellikle marjinalleştirilmiş topluluklara hizmet eden niş medya için demokratik bir kazanım niteliği taşımaktadır. Ancak Tucker vd.'nin (2020) işaret ettiği üzere, bu algoritmalar kullanıcıları giderek daralan bir içerik balonuna hapsederek, farklı bakış açılarına maruz kalma olasılığını azaltabilmekte ve toplumsal kutuplaşmayı derinleştirebilmektedir.

Bu gerilim, "niş" kavramının kendisiyle ilgili kuramsal bir tartışmayı da gündeme getirmektedir. Literatürde niş medyanın işlevi, izleyicilerin mevcut kimliklerini pekiştirmek ile onları farklı perspektiflerle buluşturarak enformasyon repertuarını genişletmek arasındaki ikilem üzerinden ele alınmaktadır. Yapay zekâ destekli kişiselleştirme sistemleri, varsayılan olarak kimliklerin pekiştirilmesini optimize etmektedir. Farklı perspektiflerle enformasyon repertuarının genişletilmesi ise bilinçli bir tercihi gerektirmektedir. Helberger ve Diakopoulos (2022), haber öneri sistemlerinin demokratik tasarımına dair çalışmalarında, algoritmaların yalnızca kullanıcı tercihlerini yansıtmakla kalmayıp aynı zamanda demokratik değerleri de teşvik edecek biçimde tasarlanabileceğini savunmaktadır.

4.3. Erişilebilirlik ve Eşitsizlik Arasındaki Gerilim

Üçüncü gerilim hattı, yapay zekâ araçlarının niş medyada demokratikleştirici potansiyeli ile mevcut eşitsizlikleri derinleştirme riski arasındadır. Yapay zekâ araçları, teorik olarak, küçük ölçekli niş girişimlerin büyük haber kuruluşlarıyla rekabet etmesini kolaylaştırabilir. Otomatik içerik üretimi maliyetleri düşürebilir, öneri algoritmaları görünürlük sağlayabilir, dil modelleri çok dilli yayıncılığı mümkün kılabilir. Ancak pratikte, bu araçlara erişim ve bunları etkili biçimde kullanma kapasitesi eşitsiz biçimde dağılmıştır. Teknik altyapıya, dijital becerilere ve eğitim kaynaklarına erişimi olan niş girişimler yapay zekâdan faydalanırken, en kırılgan ve marjinalleştirilmiş topluluklara hizmet edenler geride kalma riskiyle karşı karşıyadır (Usher, 2021).

Bu eşitsizlik, dilsel boyutta da kendini göstermektedir. Büyük dil modelleri ağırlıklı olarak İngilizce ve diğer yüksek kaynaklı dillerde eğitildiği için, düşük kaynaklı dillerde yayın yapan niş medya girişimleri bu teknolojiye yeterince faydalanamamaktadır (Gondwe, 2023). Bu durum, dilsel çeşitliliğin ve kültürel temsilin daralması riskini beraberinde getirmektedir.

Bu dilsel eşitsizlik, etnik ve yerli halk medyası gibi niş alanlarda özellikle belirgin bir hâl almaktadır. Budarick'in (2017) Avustralya'daki Afrika kökenli göçmen medyasına dair araştırması, bu tür girişimlerin zaten sınırlı kurumsal görünürlükle mücadele ettiğini göstermektedir. Düşük kaynaklı dillerde eğitilmiş yapay zekâ araçlarının yokluğu, bu görünürlük sorununu teknolojik düzeyde yeniden üretme riski taşımaktadır.

5. Tartışma

Bu çalışma, yapay zekâ teknolojileri ile niş medya ve gazetecilik kesişimindeki uluslararası akademik araştırmaları sistemantik bir biçimde tarayarak alanın mevcut durumunu, temel tartışma hatlarını ve geleceğe yönelik ihtiyaçlarını bütüncül bir çerçevede değerlendirmeyi amaçlamıştır. Yöntem bölümünde tanımlanan dört araştırma sorusu (AS1–AS4) çerçevesinde elde edilen bulgular, yapay zekânın niş medya ekosistemindeki rolünün çok boyutlu, gerilimli ve bağlama duyarlı bir nitelik taşıdığını ortaya koymaktadır.

AS1 bağlamında, incelenen alanyazının kuramsal olarak eklektik ve disiplinler arası bir karakter taşıdığı görülmektedir. Algoritmik gazetecilik ve insan-makine iş birliği, platform ekonomi politigi ve algoritmik görünürlük, veri etiği ve algoritmik hesap verebilirlik, kişiselleştirme ve yankı odaları ile yapay zekâ okuryazarlığı perspektifleri, olgunun farklı boyutlarını aydınlatmak için bir arada kullanılmaktadır. Bu çerçeveler birbirinden bağımsız olmaktan ziyade tamamlayıcı niteliktedir. Nitekim birçok çalışma bu perspektifleri eklektik biçimde bir araya getirmektedir. Platform ekonomi politigi ile algoritmik gazetecilik kuramlarının birlikte kullanımı, niş girişimlerin editoryal süreçlerinin platform altyapılarıyla nasıl iç içe geçtiğini anlamayı kolaylaştırmaktadır. Benzer şekilde, veri etiği ile kişiselleştirme kuramları, yapay zekâ sistemlerinin hem üretim hem de tüketim aşamalarındaki etik sorunları birlikte ele almayı mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte, bu kuramsal çoğulluk aynı zamanda alanın henüz bütünleşik bir analitik çerçeveden yoksun olduğuna işaret etmektedir. Mevcut çalışmalar çoğunlukla belirli bir teknolojiyi veya belirli bir niş türünü ele almakta, yapay zekâ ve niş medya arasındaki çok yönlü ilişkiyi bütüncül biçimde kavrayan orta düzeyli kuramların geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle insan-makine iş birliği perspektifi ile platform ekonomi politigini sentezleyen çalışmalar (Gutierrez Lopez vd., 2022) verimli bir yönelim sunmaktadır. Bu sentez, yapay zekâ araçlarının yalnızca teknik kapasiteleriyle değil, aynı zamanda içine gömülü oldukları ekonomik, politik ve kurumsal bağlamlarla birlikte analiz edilmesi gerektiğini göstermektedir. Bununla birlikte, özellikle bölgesel bağlamları merkeze alan kuramsal yaklaşımların sınırlı kaldığı ve mevcut çerçevelerin büyük ölçüde Batı merkezli medya sistemi deneyimlerinden türetildiği dikkat çekmektedir. Bu durum, kuramsal genellenebilirlik açısından önemli bir boşluğa işaret etmektedir.

AS2'ye yanıt olarak, sentezlenen bulgular yapay zekânın niş medya ekosisteminde dört ana eksenle dönüştürücü rol oynadığını göstermektedir: hiperyerel gazetecilikte otomatik içerik üretimi, partizan ve alternatif medyada algoritmik yaygınlaştırma, konu odaklı dikey yayıncılıkta büyük dil modellerinin kolaylaştırıcı işlevi ve platforma bağımlı girişimci gazetecilikte yapay zekâ destekli izleyici analitiği.

Bu dört eksen birbirinden keskin sınırlarla ayrılmamakta, aksine birçok niş medya girişimi bu eksenlerin kesişiminde konumlanmaktadır. Partizan bir haber bülteni aynı zamanda platforma bağımlı olabilir veya hiperyerel bir girişim büyük dil modellerini araştırma amacıyla kullanabilir. Bununla birlikte, her bir eksen de öne çıkan ortak bulgu, yapay zekânın etkisinin tek yönlü veya deterministik olmadığı, aksine bağlama, kaynak düzeyine ve kurumsal yapıya göre farklılaştığıdır. Otomatik içerik üretimi hiperyerel gazetecilikte verimliliği artırırken, aynı zamanda yerel bağlamsal bilginin kaybı ve kaynak eşitsizliğinin derinleşmesi risklerini de beraberinde getirmektedir (Harte vd., 2020; Suherman vd., 2026). Benzer biçimde, algoritmik yaygınlaştırma partizan niş medyaya görünürlük kazandırırken, bu görünürlük çoğu zaman kutuplaştırıcı içerik lehine işlemekte ve demokratik kamusal alanı zayıflatmaktadır (Heft vd., 2020; Tucker vd., 2020). Zoizner vd. (2025) ise yapay zekâ atfının kendisinin de niş partizan medya ekosisteminde bir güven ve tercih değişkeni olarak işlediğini göstererek, bu dinamiğe izleyici tarafı üzerinden yeni bir katman eklemektedir. Büyük dil modelleri bağlamında ise Diakopoulos (2019) ile Schäfer ve Painter (2021) arasındaki örtük gerilim dikkat çekicidir. Diakopoulos, büyük dil modellerinin gazetecilik otoritesini aşındırma riskine dikkat çekerken, Schäfer ve Painter aynı araçları iklim gazeteciliği gibi kaynak kısıtlı alanlarda sürdürülebilirliği artıran bir imkân olarak konumlandırmaktadır. Bu ikilik, büyük dil modellerinin niş gazetecilikteki etkisinin, aracın kendisinden çok kullanıldığı kurumsal ve editoryal bağlama göre değiştiğine işaret etmektedir. Benzer biçimde, platforma bağımlı girişimci gazetecilikte yapay zekânın rolü tek bir doğrultuda ilerlememektedir. Lindgren (2023) aynı araçların topluluk inşasını güçlendirebileceğini göstermektedir. Bu nedenle, yapay zekânın niş medyadaki dönüştürücü rolünü değerlendirirken, teknolojik potansiyel ile toplumsal sonuçlar arasındaki diyalektik ilişkiyi merkeze almak gerekmektedir.

AS3 bağlamında, literatürde üç tematik gerilimin belirleyici olduğu tespit edilmiştir: otomasyon ile editoryal özerklik, kişiselleştirme ile enformasyon çeşitliliği ve erişilebilirlik ile eşitsizlik. Bu üç gerilim, yapay zekânın niş medyadaki dikotomik doğasının farklı yansımaları olarak okunabilir. Otomasyon, rutin görevleri devrederek gazetecilere zaman kazandırırken, aynı zamanda editoryal yargının algoritmik sistemlere kısmen teslim edilmesine yol açabilmektedir. Bu gerilim, özellikle kaynak kısıtlılığı çeken niş girişimler için daha keskindir. Kişiselleştirme, niş izleyicilerin ilgi alanlarına uygun içeriklere erişimini kolaylaştırırken, enformasyon balonlarını ve yankı odalarını pekiştirebilmektedir. Bu durum "niş" kavramının kendisiyle ilgili kuramsal bir tartışmayı da gündeme getirmektedir. Yapay zekâ destekli kişiselleştirme sistemleri varsayılan olarak kimliklerin pekiştirilmesini optimize etmekte, farklı perspektiflerle enformasyon repertuarının genişletilmesi ise bilinçli bir tercihi gerektirmektedir (Helberger & Diakopoulos, 2022). Erişilebilirlik, küçük ölçekli girişimlerin büyük kuruluşlarla rekabet etme imkânını artırırken, teknik altyapıya ve dijital becerilere erişimdeki eşitsizlikler nedeniyle mevcut yapısal eşitsizlikleri derinleştirebilmektedir. Bu eşitsizlik, dilsel boyutta da kendini göstermektedir. Büyük dil modelleri ağırlıklı olarak İngilizce ve diğer yüksek kaynaklı dillerde eğitildiği için, düşük kaynaklı dillerde yayın yapan niş medya girişimleri bu teknolojiye yeterince faydalanamamaktadır (Gondwe, 2023). Budarick (2017) ise bu dilsel eşitsizliğin etnik ve yerli halk medyası gibi niş alanlarda kurumsal görünürlük sorununu teknolojik düzeyde yeniden üretme riski taşıdığını göstermektedir. Bu gerilimlerin ortak noktası, yapay zekânın niş medya ekosisteminde hem fırsat hem de tehdit üreten bir eşik bekçisi işlevi görmesidir.

AS4 doğrultusunda, literatürdeki başlıca araştırma boşlukları ve gelecek yönelimleri şu şekilde özetlenebilir:

Coğrafi Temsiliyet: Coğrafi temsiliyet sorunu belirgindir. Mevcut çalışmalar ağırlıklı olarak Kuzey Amerika ve Batı Avrupa bağlamlarına odaklanmakta, Afrika, Latin Amerika, Güney Asya, Orta Doğu ve Doğu Avrupa'daki yapay zekâ-niş medya dinamikleri büyük ölçüde araştırılmamıştır. Oysa bu bölgelerde sansür, altyapısal erişim sorunları, dilsel çeşitlilik ve farklı platform ekosistemleri, yapay zekânın niş medyadaki rolünü özgün biçimlerde şekillendirmektedir.

Büyük Dil Modelleri: Büyük dil modellerinin niş gazetecilik üzerindeki etkilerine dair ampirik araştırmalar henüz emekleme aşamasındadır. GPT-4 ve benzeri modellerin 2023 sonrasında

yaygınlaşmasıyla birlikte, bu modellerin niş haber bültenlerinde, podcast'lerde ve hiperyerel sitelerde nasıl kullanıldığına dair sistematik araştırmalar acilen gereklidir. Özellikle, büyük dil modellerinin niş gazeteciliğin epistemik otoritesi, kaynak güvenilirliği ve izleyici güveni üzerindeki etkileri araştırılmayı beklemektedir.

Boylamsal İzleyici Çalışmaları: Boylamsal izleyici araştırmalarının yokluğu dikkat çekmektedir. Yapay zekâ destekli kişiselleştirme ve öneri sistemlerinin, niş haber tüketicilerinin zaman içindeki siyasal tutumları, enformasyon diyeti çeşitliliği ve demokratik katılımı üzerindeki uzun vadeli etkilerini izleyen panel çalışmaları bulunmamaktadır.

Algoritmik Hesap Verebilirlik: Algoritmik hesap verebilirlik mekanizmalarının niş medya ölçeğinde nasıl uygulanabileceği konusunda uygulanabilir modeller geliştirilmelidir.

Yapay Zekâ Okuryazarlığı: Hem gazetecilere hem de izleyicilere yönelik yapay zekâ okuryazarlığı müdahalelerinin etkililiği test edilmelidir.

Dilsel Adalet: Düşük kaynaklı dillerde faaliyet gösteren niş medya girişimlerinin yapay zekâ araçlarına erişimini ve bu araçların dilsel önyargılarını konu alan araştırmalar, yapay zekânın kamusal alandaki kapsayıcılığını değerlendirmek için elzemdir.

Bu sistematik taramanın bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. İlk olarak, dil sınırlaması (İngilizce ve Türkçe) nedeniyle diğer dillerde yayımlanmış önemli çalışmalar dışlanmış olabilir. İkinci olarak, yapay zekâ alanındaki teknolojik gelişmelerin olağanüstü hızı, bu taramanın bulgularının kısa sürede güncelliğini yitirme riskini taşımaktadır. Özellikle 2024 sonrası üretken yapay zekâ alanındaki gelişmeler, bu makale yayına hazırlanırken dahi literatürü dönüştürmeye devam etmektedir. Üçüncü olarak, sistematik taramanın doğası gereği belirli anahtar sözcüklerle sınırlı kalınmış, farklı terminoloji kullanan ilgili çalışmalar gözden kaçmış olabilir. Ayrıca, tematik sentez yöntemi yorumlayıcı bir doğaya sahip olduğundan, farklı araştırmacılar aynı veri setinden farklı temalar çıkarabilir. Bu sınırlılıklar, bulguların genellenebilirliğini etkilemekle birlikte, çalışmanın amacı olan bütüncül bir alan haritası sunma hedefini zayıflatmamaktadır.

Bu taramanın bulguları ışığında, gelecek araştırmalar için şu gündem maddeleri önerilmektedir:

İnsan-Makine İş Birliği Modelleri: Niş gazetecilikte yapay zekâ ve insan gazeteciler arasındaki iş bölümünün nasıl yapılandırıldığını, bu iş birliğinin editöryal kalite, yaratıcılık ve hesap verebilirlik üzerindeki etkilerini inceleyen etnografik ve karşılaştırmalı araştırmalar tasarlanmalıdır.

Algoritmik Hesap Verebilirlik ve Şeffaflık: Niş medya girişimlerinin özgül kaynak kısıtlılıklarını dikkate alan etik çerçeveler geliştirilmelidir. Bu çerçeveler, şeffaflık, açıklanabilirlik ve denetlenebilirlik ilkelerini niş medyaya uyarlamalıdır.

Bölgesel Perspektifler: Afrika, Latin Amerika, Güney Asya, Orta Doğu ve Doğu Avrupa'daki yapay zekâ-niş medya dinamiklerini konu alan etnografik ve karşılaştırmalı araştırmalar gerçekleştirilmelidir. Bu araştırmalar, yapay zekânın niş medyadaki rolünün kültürel, dilsel ve politik bağlamlara göre nasıl farklılaştığını ortaya koymalıdır.

Boylamsal İzleyici Araştırmaları: Yapay zekâ destekli haber kişiselleştirmesinin, niş izleyicilerin enformasyon diyeti çeşitliliği, siyasal kutuplaşma düzeyleri ve demokratik katılımı üzerindeki uzun vadeli etkilerini izleyen çalışmalar tasarlanmalıdır.

Büyük Dil Modelleri ve Epistemik Otorite: Büyük dil modellerinin niş gazetecilikte kullanımının haberin doğruluk, güvenilirlik ve otorite iddialarını nasıl dönüştürdüğünü inceleyen araştırmalar yapılmalıdır. Özellikle izleyicilerin insan ve makine tarafından üretilen niş içerik arasındaki güven farklılıkları araştırılmalıdır.

Dilsel Adalet ve Kapsayıcılık: Küçük dillerde yayın yapan niş medya girişimlerinin yapay zekâ araçlarına erişimi ve bu araçların dilsel önyargıları araştırılmalıdır.

Sonuç

Bu alışma, 2020–2026 döneminde yapay zekâ ve niş medya kesişimindeki akademik araştırmaların ulaştığı noktayı bütüncül biçimde incelemiştir. Araştırma, yapay zekânın niş medya ekosisteminde oynadığı rolün basit bir teknolojik benimseme anlatısının çok ötesine geçtiğini, bu rolün otomasyon ve özerklik, kişiselleştirme ve çeşitlilik, erişilebilirlik ve eşitsizlik arasındaki derin gerilimlerle şekillendiğini göstermektedir.

Yapay zekânın niş medya üzerindeki etkisi çok yönlü bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Hiperyerel gazetecilikte haberlerin otomatikleştirilmesi yerel bağlamsal bilginin kaybı riskini doğurabilirken, partizan niş medyanın algoritmik olarak yaygınlaştırılması toplumsal kutuplaşmayı artırabilmektedir. Benzer biçimde, konu odaklı dikey yayıncıların yapay zekâdan araştırma desteği alması haberin epistemik otoritesiyle ilgili sorular doğururken, girişimci gazetecilerin izleyici analitiğine bağımlılığı editoryal bağımsızlığı zayıflatabilmektedir. Bu nedenle yapay zekânın niş medyadaki rolü tek yönlü bir fırsat veya tehdit olarak değerlendirilemez. Bu rolün niteliği, teknolojik kapasiteye, bağlamsal koşullara, kurumsal yapılarla ve g ilişkilerine bağlı olarak farklılaşmaktadır.

Çalışmanın literatüre başlıca katkısı, ana akım haber kuruluşlarına odaklanan mevcut araştırma birikiminin ötesine geçerek niş medya bağlamındaki güncel bulguları sistematik bir biçimde bir araya getirmesi ve alanın kavramsal haritasını çıkarmasıdır. Ayrıca bu araştırma, temel sorulara üretilen yanıtlar aracılığıyla hem kuramsal yönelimlerin hem de ampirik bulguların nasıl yapılandığını göstermekte, böylece gelecekte yapılacak çalışmalar için sağlam bir kavramsal zemin ve yol haritası sunmaktadır.

Pratik açıdan bu çalışma, niş medya uygulayıcıları, platform tasarımcıları, medya politikası yapıcıları ve eğitim kurumları için önemli çıkarımlar içermektedir. Niş medya girişimlerinin yapay zekâ araçlarını benimserken şeffaflık, hesap verebilirlik ve editoryal özerkliği koruma ilkelerini gözetmeleri gerekmektedir. Platform sağlayıcılarının öneri algoritmalarını yalnızca etkileşim metriklerine göre değil, aynı zamanda demokratik değerleri ve enformasyon çeşitliliğini teşvik edecek biçimde tasarlamaları beklenmektedir. Ayrıca gerek gazetecilerin gerekse izleyicilerin yapay zekâ okuryazarlığını artırmaya yönelik eğitim programları, yapay zekânın niş medyadaki fırsatlarından adil biçimde yararlanılmasını destekleyebilir.

Niş medyanın demokratik potansiyelini hayata geçirmek için teknolojiyi yalnızca benimsemek yeterli değildir. Onu demokratik değerler doğrultusunda bilinçli bir şekilde tasarlamak ve düzenlemek gerekir. Bunun için algoritmik şeffaflık ve hesap verebilirlik sağlanmalı, dilsel ve coğrafi eşitsizlikler giderilmeli, gazetecilerin ve izleyicilerin yapay zekâ okuryazarlığı artırılmalıdır. Ayrıca yapay zekâ araçları geliştirilirken niş medyanın özgül ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır.

Yapay zekâ çağında niş medyanın dönüşümü yalnızca teknolojik bir mesele değildir. Bu dönüşüm, toplumsal eşitsizlikler, demokratik katılım ve kamusal alanın geleceğiyle doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle araştırmacılar yalnızca teknolojik gelişmeleri izlemekle yetinmemeli, bu gelişmelerin hangi koşullarda, kimler için ve ne tür sonuçlarla gerçekleştiğini eleştirel bir gözle sorgulamalıdır. Gelecek çalışmaların insan-makine iş birliği modellerine, algoritmik hesap verebilirliğe, bölgesel perspektiflere, boylamsal izleyici araştırmalarına ve dilsel adalete odaklanması, bu eleştirel bakışın güçlenmesine katkı sunacaktır. Böylece niş medyanın demokratik potansiyeli daha sağlam bir zeminde değerlendirilebilir.

KAYNAKLAR

- Alencar, A. (2020). Mobile communication and refugees: An analytical review of the academic literature. *Mobile Media & Communication*, *8*(3), 443–461. <https://doi.org/10.1111/soc4.12802>
- Asadi, S., & Sultana, T. (2026). Caught in the AI Current: J-School Educators' Disruption, Adaptation and Future Readiness in the Global South—Insights from Bangladesh. *Journalism & Mass Communication Educator*, 81(3), 247-268. <https://doi.org/10.1177/10776958251407392>
- Beckett, C. (2021). *The journalism AI report: New powers, new responsibilities*. LSE Polis JournalismAI Project. <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/polis/JournalismAI/The-report>
- Beckett, C., Sanguinetti, P., & Palomo, B. (2023). New frontiers of the intelligent journalism. In *Blurring boundaries of journalism in digital media: new actors, models and practices* (pp. 275-288). Cham: Springer International Publishing.
- Budarick, J., & King, D. (2008). Framing ideology in the niche media: The Koori Mail's construction of the Redfern riots: The Koori Mail's construction of the Redfern riots. *Journal of Sociology*, 44(4), 355-371. <https://doi.org/10.1177/1440783308097126>
- Budarick, J. (2017). Ethnic minority media and the public sphere: The case of African-Australian media producers. *Journal of Sociology*, 53(2), 303–317. <https://doi.org/10.1177/1440783316657430>
- Couldry, N. ve Mejias, U. A. (2020). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press. <https://doi.org/10.1093/sf/soz172>
- Cools, H., & Diakopoulos, N. (2024). Uses of generative AI in the newsroom: Mapping journalists' perceptions of perils and possibilities. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558>
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press. <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.4159/9780674239302/html>
- Dodds, T., Mine, N., Helberger, N., Guzman, A. L., & Diakopoulos, N. (2026). AI hype in journalism: Visibility, power, and the politics of media narratives. *Digital Journalism*, 14(2), 207-219. <https://doi.org/10.1080/21670811.2026.2630187>
- Dodds, T., Zamith, R. ve Lewis, S. C. (2025). The AI turn in journalism: Disruption, adaptation, and democratic futures. *Journalism*, 27(3), Makale 14648849251343518. <https://doi.org/10.1177/14648849251343518>
- Gondwe, G. (2023). ChatGPT and the Global South: How are journalists in sub-Saharan Africa engaging with generative AI? *Online Media and Global Communication*, 2(2), 228–249. <https://doi.org/10.1515/omgc-2023-0023>
- Gulyas, A. ve Baines, D. (Ed.). (2020). *The Routledge companion to local media and journalism*. Routledge.
- Gutierrez Lopez, M., Porlezza, C., Cooper, G., Makri, S., MacFarlane, A. ve Missaoui, S. (2022). A question of design: Strategies for embedding AI-driven tools into journalistic workflows. *Digital Journalism*, 11(3), 484–503. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2043759>
- Harte, D., Williams, A. ve Turner, J. (2020). Recalibrating hyperlocal news: The civic value of UK hyperlocal community journalism. *Journalism Practice*, 14(6), 648–665. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.965932>
- Heft, A., Mayerhöffer, E., Reinhardt, S. ve Knüpfer, C. (2020). Beyond Breitbart: Comparing right-wing digital news infrastructures in six Western democracies. *Policy & Internet*, 12(1), 20–45. <https://doi.org/10.1002/poi3.219>
- Helberger, N., & Diakopoulos, N. (2022). The European AI act and how it matters for research into AI in media and journalism. *Digital Journalism*, 11(9), 1751-1760. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2082505>
- Holt, K., Figenschou, T. U. ve Frischlich, L. (2020). Key dimensions of alternative news media. *Digital Journalism*, 8(7), 860–869. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1625715>
- Lindgren, M. (2023). Intimacy and emotions in podcast journalism: A study of award-winning Australian and British podcasts. *Journalism Practice*, 17(4), 704-719.

- Foladori Inverizzi, S., & Levin, L. G. (2023). La comunicaci3n cientıfıca de la pandemia de COVID-19 en el peri3dico brasile1o Folha de S. Paulo en tres periodos de an1lisis. <https://doi.org/10.22323/3.06020204>
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New media & society*, 20(11), 4275-4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Nielsen, R. K. ve Ganter, S. A. (2022). *The power of platforms: Shaping media and society*. Oxford University Press.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... ve Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Petticrew, M. ve Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Blackwell.
- Rahmawati, F. (2024). Collaboration of artificial intelligence and journalists in online media from the perspective of human-machine communication. *Kalijaga Journal of Communication*, 6(1), 103-118. <https://doi.org/10.14421/kjc.61.06.2024>
- Sch1fer, M. S. ve Painter, J. (2021). Climate journalism in a changing media ecosystem. *WIREs Climate Change*, 12(1), e675. <https://doi.org/10.1002/wcc.675>
- Simon, F. M. (2022). Uneasy bedfellows: AI in the news, platform companies, and the issue of journalistic autonomy. *Digital Journalism*, 10(8), 1354-1374. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2063150>
- Suherman, A., Maulana, H. F. ve Hasrullah, H. (2026). Sustaining hyperlocal journalism with generative AI: Business model innovation and ethical tensions in Indonesian digital newsrooms. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, Baskıda. <https://doi.org/10.1108/JICES-07-2025-0162>
- Thomas, J. ve Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8, 45. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barber1, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D. ve Nyhan, B. (2020). *Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature*. Hewlett Foundation. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3144139
- Usher, N. (2021). *News for the rich, white, and blue: How place and power distort American journalism*. Columbia University Press.
- Zoizner, A., Matthes, J., Corbu, N., de Vreese, C. H., Esser, F., Koc-Michalska, K., ... & Zilinsky, J. (2025). Can AI-attributed news challenge partisan news selection? Evidence from a conjoint experiment. *The International Journal of Press/Politics*, 19401612251342679. <https://doi.org/10.1177/19401612251342679>

YAZARLARIN KATKI DÜZEYLERİ: Birinci Yazar %100.
ETİK KOMİTE ONAYI: Çalışmada etik kurul iznine gerek yoktur.
FİNANSAL DESTEK: Çalışmada finansal destek alınmamıştır.
ÇIKAR ÇATIŞMASI: Çalışmada potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.