



BAKI DÖVLƏT UNIVERSİTETİNİN MEDIA PROBLEMLƏRİ JURNALI

BAKU STATE UNIVERSITY
PROBLEMS OF MEDIA

1 (2)
2026

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ ELM VƏ TƏHSİL NAZİRLİYİ

BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ



**BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİNİN
MƏDİA PROBLEMLƏRİ JURNALI**

**JOURNAL OF PROBLEMS OF MEDIA
OF BAKU STATE UNIVERSITY**

№1 (2), 2026

Bakı - 2026

TELEJURNALİSTİKADA DATA ƏSASLI YANAŞMALAR VƏ VİZUAL TƏQDİMAT PROBLEMLƏRİ

Arzu İSAYEVA

Bakı Dövlət Universiteti

[ORCID:0000-0002-6032-3659](https://orcid.org/0000-0002-6032-3659)

e-mail: arzu.isayeva.1984@gmail.com

Xülasə

Bu məqalədə telejurnalistikada data əsaslı yanaşmaların tətbiqi və onların vizual təqdimat prosesində yaratdığı metodoloji və kommunikativ problemlər təhlil olunur. Tədqiqat müasir media praktikasında statistik məlumatların istifadəsi, qrafik vizuallaşdırma üsulları və müqayisəli analitik təqdimat modellərini nəzəri baxımdan sistemləşdirir. Məqalədə kontent analizi, qrafik müqayisəli təhlil və vizual kommunikasiya prinsiplərinə əsaslanan şərhedici yanaşma tətbiq edilmişdir.

Araşdırma göstərir ki, statistik informasiyanın televiziya mühitində vizuallaşdırılması informativliyi artırmaqla yanaşı, yanlış miqyaslandırma, informasiya yüklənməsi və vizual manipulyasiya kimi problemlər yarada bilər. Nəticədə telejurnalistikada data təqdimatının həm analitik dəqiqlik, həm də etik vizual standartlar əsasında qurulmasının zəruriliyi əsaslandırılır.

Açar sözlər: telejurnalistika, data jurnalistikası, vizual kommunikasiya, statistik vizuallaşdırma, müqayisəli təhlil

DATA-DRIVEN APPROACHES IN TELEJOURNALISM AND PROBLEMS OF VISUAL PRESENTATION

Arzu İSAYEVA

Baku State University

[ORCID:0000-0002-6032-3659](https://orcid.org/0000-0002-6032-3659)

e-mail: arzu.isayeva.1984@gmail.com

Abstract

This article analyzes the application of data-driven approaches in television journalism and the methodological and communicative problems arising in the process of visual presentation. The study systematizes, from a theoretical perspective, the use of statistical information, graphic visualization methods, and comparative analytical

presentation models in contemporary media practice. Content analysis, graphical comparative analysis, and an interpretative approach based on principles of visual communication are employed in the research.

The findings indicate that while the visualization of statistical information in the television environment enhances informativeness, it may also generate problems such as incorrect scaling, information overload, and visual manipulation. As a result, the study substantiates the necessity of constructing data presentation in telejournalism on the basis of both analytical accuracy and ethical visual standards.

Keywords: telejournalism, data journalism, visual communication, statistical visualization, comparative analysis

ДАТА-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ПОДХОДЫ В ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКЕ И ПРОБЛЕМЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Арзу ИСАЕВА

Бакинский Государственный Университет

ORCID:0000-0002-6032-3659

e-mail: arzu.isayeva.1984@gmail.com

Аннотация

В данной статье анализируется применение дата-ориентированных подходов в тележурналистике и методологические и коммуникативные проблемы, возникающие в процессе визуальной презентации. Исследование теоретически систематизирует использование статистических данных, методов графической визуализации и моделей сравнительной аналитической подачи в современной медиапрактике. В работе применены контент-анализ, графический сравнительный анализ и интерпретативный подход, основанный на принципах визуальной коммуникации.

Результаты показывают, что визуализация статистической информации в телевизионной среде, повышая информативность, одновременно может вызывать такие проблемы, как некорректное масштабирование, информационная перегруженность и визуальная манипуляция. В итоге обосновывается необходимость построения представления данных в тележурналистике на основе как аналитической точности, так и этических стандартов визуализации.

Ключевые слова: тележурналистика, дата-журналистика, визуальная коммуникация, статистическая визуализация, сравнительный анализ

Giriş

Rəqəmsal texnologiyaların sürətli inkişafı və informasiya mühitinin global miqyasda transformasiyası müasir jurnalistikanın bütün sahələrinə, xüsusilə də telejurnalistikaya ciddi təsir göstərməkdədir. Ənənəvi televiziya xəbərləri uzun müddət hadisələrin mətn və görüntü əsasında narrativ təqdimatına əsaslandırılırsa, XXI əsrdə məlumatın həcmının artması, açıq verilənlər bazalarının genişlənməsi və analitik alətlərin əlçatanlığı jurnalistikanın data əsaslı yeni mərhələyə keçidini şərtləndirib. Bu dəyişiklik telejurnalistikanı təkcə informasiya ötürücüsü deyil, həm də mürəkkəb məlumatların təhlili və izahını həyata keçirən analitik kommunikasiya platformasına çevirib.

Data əsaslı yanaşmaların telejurnalistikaya inteqrasiyası xəbərin hazırlanması, strukturlaşdırılması və təqdim olunması prinsiplərində keyfiyyətə yeni modellər yaradıb. Statistik göstəricilər, dinamik qrafiklər, xəritə əsaslı vizuallaşdırmalar və müqayisəli analitik təqdimatlar artıq televiziya reportajlarının ayrılmaz komponentinə çevrilib. Bu yanaşma auditoriyaya mürəkkəb sosial-iqtisadi prosesləri daha sistemli və faktoloji əsaslarla anlamağa imkan versə də, eyni zamanda vizual kommunikasiya baxımından yeni problemlər doğurur. Belə ki, məlumatın vizuallaşdırılması yalnız texniki məsələ deyil, həm də semantik və etik interpretasiya prosesidir.

Müasir media mühitində informasiyanın “vizual dominantlığı” fenomeni müşahidə olunur. Televiziya auditoriyası məlumatı getdikcə daha çox qrafik formalar vasitəsilə qəbul edir və bu, vizual təqdimatın düzgün qurulmasını jurnalistikanın əsas peşəkar çağırışlarından birinə çevirir. Lakin statistik məlumatların sadələşdirilmiş və ya qeyri-dəqiq vizuallaşdırılması informasiyanın məzmununu təhrif edər, auditoriyada yanlış təsəvvür yarada və nəticə etibarilə ictimai rəyin formalaşmasına təsir göstərə bilər. Xüsusilə miqyas seçimi, rəng kodlaşdırması, müqayisə parametrlərinin düzgün müəyyən edilməməsi və ya kontekstin çatışmazlığı vizual manipulyasiya risklərini artırır. Bu baxımdan data jurnalistikasının telejurnalistikada tətbiqi yalnız informativlik deyil, həm də məsuliyyət və metodoloji dəqiqlik tələb edən prosesdir. Televiziya formatının məhdud zaman çərçivəsi daxilində çoxsaylı statistik göstəricilərin təqdim edilməsi auditoriyanın qavrayış imkanları ilə uyğunlaşmaya bilər. Koqnitiv yükün artması nəticəsində məlumatın analitik mahiyyəti itir, vizual elementlər isə izah vasitəsindən daha çox dekorativ komponentə çevrilə bilər. Bu isə telejurnalistikanın əsas funksiyası olan obyektiv və anlaşılıq informasiya təqdimatı prinsipinə ziddiyyət yaradır (Tufte, 2001).

Beləliklə, müasir telejurnalistika iki paralel prosesin təsiri altındadır: bir tərəfdən, data əsaslı yanaşmalar informasiya istehsalını daha elmi və faktoloji əsaslı edir, digər tərəfdən isə vizual təqdimatın artan rolu kommunikativ risklər və interpretasiya problemləri yaradır. Bu kontekstdə əsas suallar meydana çıxır: Data əsaslı jurnalistika televiziya xəbərçiliyinin analitik potensialını hansı dərəcədə artırır? Statistik məlumatların vizuallaşdırılması informasiyanın obyektivliyinə necə təsir göstərir? Vizual təqdimatın strukturlaşdırılmasında hansı metodoloji prinsiplər qorunmalıdır ki, məlumat həm anlaşıqlı, həm də manipulyasiyadan uzaq olsun? Təqdim olunan məqalə məhz bu suallar çərçivəsində telejurnalistikada data əsaslı yanaşmaların nəzəri əsaslarını və vizual təqdimat problemlərini sistemli şəkildə təhlil etməyi məqsəd qoyur. Araşdırmada müasir media praktikasında istifadə olunan statistik vizuallaşdırma modelləri, qrafik müqayisəli təqdimat üsulları və vizual kommunikasiya prinsipləri analitik baxımdan qiymətləndirilir. Məqalənin əsas məqsədi telejurnalistikada məlumatın analitik dəyəri ilə onun vizual təqdimat forması arasında tarazlığın təmin olunmasının elmi əsaslarını müəyyənləşdirmək və bu sahədə metodoloji yanaşmaların zəruriliyini göstərməkdir.

Nəzəri çərçivə və mövcud tədqiqatlara analitik baxış

Müasir jurnalistika tədqiqatlarında data əsaslı yanaşmaların formalaşması ənənəvi xəbər istehsalı modellərinin transformasiyası ilə sıx əlaqələndirilir. Bu istiqamətin nəzəri əsasları Filip Meyerin “precision journalism” (dəqiq jurnalistika) konsepsiyası ilə əlaqəli şəkildə inkişaf edib. Meyer jurnalistikanın yalnız hadisələri təsvir edən deyil, sosial reallığı empirik metodlarla analiz edən fəaliyyət sahəsi kimi dərk olunmasını təklif edirdi. Onun yanaşmasında statistik metodların tətbiqi jurnalistikanın obyektivlik iddiasını gücləndirən vasitə kimi qiymətləndirilir (Meyer,2002). Bu baxış sonrakı tədqiqatlarda jurnalistin rolunun dəyişməsi, müşahidəçidən analitik interpretator mərhələsinə keçməsi kimi şərh olunur. Statistik təhlilin xəbər məzmununa daxil edilməsi faktların sadə təqdimatı ilə kifayətlənmir, məlumatın strukturlaşdırılması, müqayisəli kontekstin qurulması və nəticələrin izahı kimi mərhələləri də əhatə edir. Beləliklə, data jurnalistikası yalnız texnoloji yenilik deyil, epistemoloji dəyişiklik kimi dəyərləndirilir.

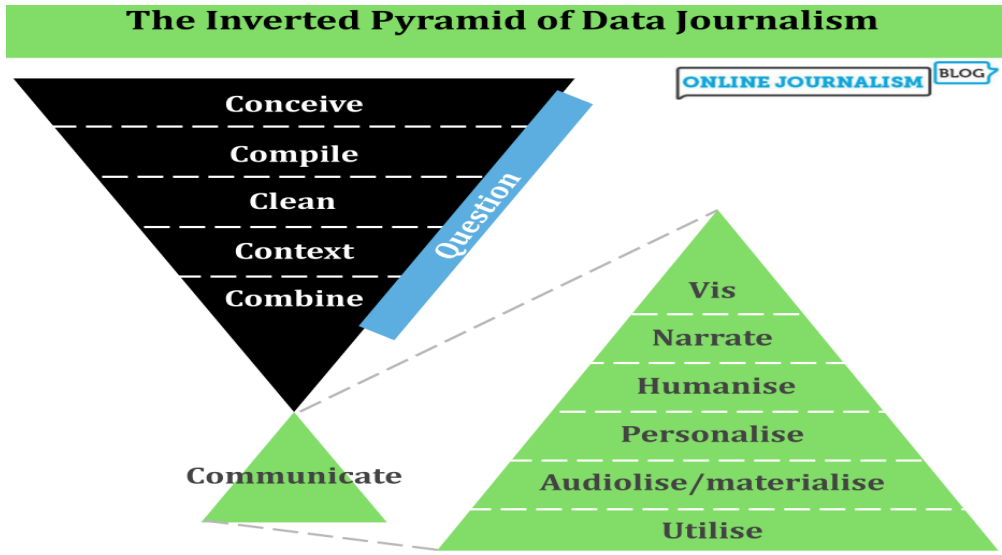
Bu nəzəri yanaşmanın praktik nəticəsi olaraq, media analitikasında statistik metodların istifadəsi xüsusilə böyük həcmli məlumat axınlarının idarə olunması kontekstində aktuallaşır. Müasir informasiya mühiti çoxsaylı mənbələrdən daxil olan verilənlərin sintezi ilə xarakterizə olunur və bu proses jurnalistikanı kvantitativ analiz alətləri ilə işləməyə vadar edir. Tədqiqatçılar qeyd edir ki, böyük verilənlərin (big data) xəbər istehsalına inteqrasiyası redaksiya

fəaliyyətinin strukturunu dəyişir: məlumatların toplanması, filtrasiya olunması, modelləşdirilməsi və vizuallaşdırılması bir-birini tamamlayan mərhələlərə çevrilir. Bu integrasiya nəticəsində xəbərin hazırlanması prosesi daha çox elmi tədqiqatın metodoloji ardıcılığını xatırladır. Lakin bu transformasiya jurnalistikanın interpretativ təbiəti ilə statistik obyektivlik arasında yeni balans axtarışını da gündəmə gətirir (Coddington, 2015).

Vizual kommunikasiya sahəsində aparılan nəzəri araşdırmalar data əsaslı jurnalistikanın təsir mexanizmini izah etmək baxımından mühüm metodoloji baza yaradır. Eduard Tuftenin informasiya vizuallaşdırılması ilə bağlı yanaşması vizual elementlərin yalnız estetik deyil, analitik funksiyaya malik olduğunu vurğulayır. Tuftə vizual təqdimatın əsas məqsədinin məlumatın mahiyyətini mümkün qədər təhrif etmədən göstərmək olduğunu qeyd edir və “data-ink ratio” (informasiya daşıyan qrafik elementlərin payı) prinsipi ilə vizual sadəliyin informativliklə birbaşa əlaqəsini əsaslandırır (Tuftə,2001). Bu yanaşma televiziya qrafikasının dizaynında minimalizm və semantik aydınlıq kimi meyarların vacibliyini ön plana çıxarır.

Kognitiv yüklənmə nəzəriyyəsi isə vizual təqdimatın auditoriya tərəfindən necə qavranıldığını izah edən psixoloji çərçivə təqdim edir. Bu nəzəriyyəyə görə, insanın informasiya emalı imkanları məhduddur və vizual elementlərin həddindən artıq çoxluğu anlama prosesini çətinləşdirir. Telejurnalistikada statistik qrafiklərin, animasiyaların və paralel məlumat bloklarının eyni vaxtda təqdim olunması auditoriyanın diqqətini bölərək analitik məzmunun effektiv qəbuluna mane ola bilər. Bu baxımdan vizual narrativin qurulması yalnız texniki məsələ deyil, həm də idrak proseslərinə uyğunlaşdırılmış kommunikasiya strategiyası kimi nəzərdən keçirilir.

Telejurnalistikanın texnoloji transformasiyası bu nəzəri yanaşmaların praktik tətbiqini daha da aktualaşdırır. Rəqəmsal yayım sistemləri real vaxt rejimində məlumatların təqdimatına imkan yaradır və televiziya ekranını dinamik analitik platformaya çevirir (Məhərrəmli,2012). Real-vaxt data axını seçki nəticələri, iqtisadi göstəricilər və ya fəvqəladə hadisələr kimi mövzularda operativ vizuallaşdırmanı mümkün edir. İnfraqrafika və interaktiv vizual elementlər tamaşaçı ilə informasiya arasında vasitəçi rolunu gücləndirir, lakin bu elementlərin strukturlaşdırılması jurnalistikanın izah funksiyasını qorumaq şərti ilə həyata keçirilməlidir. Eyni zamanda avtomatlaşdırılmış xəbər istehsalı sistemləri məlumatların alqoritmik emalı və təqdimatını təmin edir ki, bu da redaksiya prosesində insan faktorunun funksional sərhədlərinin yenidən müəyyənləşdirilməsinə səbəb olur.



Şəkil 1. Data jurnalistikasında tərsinə piramida modeli

Təqdim olunan model data əsaslı jurnalistikanın mərhələli istehsal və kommunikasiya strukturunu nümayiş etdirir. Piramidanın yuxarı hissəsində məlumatın formalaşdırılması ilə bağlı analitik proseslər - ideyanın qurulması (conceive), məlumatların toplanması (compile), təmizlənməsi (clean), kontekstləşdirilməsi (context) və inteqrasiyası (combine) - yer alır. Bu mərhələlər jurnalist fəaliyyətinin tədqiqat yönümlü xarakterini göstərir və informasiyanın etibarlı analitik baza üzərində qurulmasını təmin edir. Modelin aşağı hissəsində isə kommunikativ transformasiya mərhələsi təqdim olunur. Burada məlumatın vizuallaşdırılması (visualise), narrativ formaya salınması (narrate), humanistləşdirilməsi (humanise), auditoriyaya uyğunlaşdırılması (personalise) və müxtəlif media formatlarında istifadə olunması (utilise) informasiya məhsulunun auditoriyaya çatdırılmasını təmin edən əsas kommunikasiya mexanizmləri kimi çıxış edir. Beləliklə, model data jurnalistikasının yalnız məlumat toplama prosesi deyil, analitik təhlildən vizual kommunikasiya və ictimai interpretasiyaya qədər uzanan kompleks metodoloji sistem olduğunu göstərir. Bu yanaşma telejurnalistikada vizuallaşdırmanın informasiyanın izahı və qavranılması üçün həlledici mərhələ olduğunu təsdiqləyir.

Mövcud elmi ədəbiyyat data jurnalistikasının metodoloji imkanlarını geniş şəkildə araşdırsa da, televiziya mühitində vizual interpretasiyanın spesifik problemlərinə yetərincə kompleks yanaşma təqdim etmir. Əksər tədqiqatlar

rəqəmsal platformalara və interaktiv media mühitinə fokuslanır, halbuki televiziya formatının zaman məhdudluğu, sinxron qəbul modeli və kütləvi auditoriya xüsusiyyətləri vizuallaşdırmanın fərqli kommunikativ nəticələrini şərtləndirir. Bu səbəbdən telejurnalistikada data əsaslı təqdimatın həm texnoloji, həm də semiotik və idraki aspektlərini birləşdirən sistemli yanaşmaya ehtiyac yaranır (Lewis,2015). Məqalənin növbəti bölmələri məhz bu boşluğu doldurmağa və televiziya kontekstində data vizuallaşdırmasının analitik və kommunikativ xüsusiyyətlərini kompleks şəkildə izah etməyə yönəlir.

Data əsaslı telejurnalistika praktikası və vizual alətlərin tətbiqi

Telejurnalistikada data əsaslı yanaşmaların praktik tətbiqi redaksiya fəaliyyətinin təşkilində yeni texnoloji və metodoloji alətlərin istifadəsini zəruri edir. Müasir televiziya xəbərləri artıq yalnız mətn və videomateriala əsaslanmır, məlumat bazaları, statistik platformalar və vizuallaşdırma proqramları xəbər istehsalının ayrılmaz hissəsinə çevrilir. Bu prosesdə jurnalist, dizayner və analitik arasında əməkdaşlıq modeli formalaşır ki, bu da xəbərin hazırlanmasını çoxşaxəli istehsal mərhələsinə çevirir. Statistik məlumatların emalı üçün geniş istifadə olunan alətlər sırasında “Microsoft Excel”, “Google Sheets” və daha mürəkkəb analiz imkanları təqdim edən “R” və “Python” mühitləri xüsusi yer tutur. Bu proqramlar vasitəsilə məlumatların təmizlənməsi, qruplaşdırılması və müqayisəli göstəricilərin hesablanması həyata keçirilir. Məsələn, iqtisadi göstəricilərlə bağlı televiziya süjetində inflyasiya dinamikasının izahı yalnız faiz rəqəmlərinin təqdimatı ilə deyil, zaman sırası analizinin qurulması ilə daha anlaşılqılı şəkildə nümayiş etdirilir. Bu cür yanaşma xəbəri statistik arqumentə əsaslanan izah formatına yaxınlaşdırır. Vizual təqdimat mərhələsində isə “Tableau”, “Datawrapper”, “Flourish” və “Power BI” kimi proqramlar geniş tətbiq olunur. Bu alətlər televiziya ekranı üçün uyğunlaşdırılmış qrafiklər, interaktiv xəritələr və müqayisəli diaqramlar hazırlamağa imkan verir. Məsələn, seçki nəticələrinin təqdimatında regionlar üzrə səs bölgüsünü göstərən xəritə vizuallaşdırması auditoriyanın məlumatı məkan kontekstində qavramasına kömək edir (Gray, Bounegru, Chambers, 2012). Ənənəvi cədvəl formasında təqdim olunan məlumat isə eyni analitik effekti yaratmır. Bu fərq vizual formanın informasiyanın mənimsənilməsində strukturlaşdırıcı rol oynadığını göstərir.

Telejurnalistikada istifadə olunan vizual modellər arasında zaman xətti qrafikləri, sütun diaqramları, istilik xəritələri (heat maps) və müqayisəli indikator panelləri xüsusi funksional əhəmiyyət daşıyır. Zaman xətti qrafiki hadisələrin inkişaf trayektoriyasını göstərir və prosesin dinamikasını vizual şəkildə izah edir. Müqayisəli sütun diaqramları isə müxtəlif göstəricilər arasındakı fərqləri sürətli qavrama imkanı yaradır. Lakin bu qrafiklərin qurulmasında

miqyasın düzgün seçilməsi, oxların proporsional yerləşdirilməsi və rəng kodlarının semantik uyğunluğu əsas şərt kimi çıxış edir. Əks halda vizual forma informasiyanı aydınlaşdırmaq əvəzinə, onu təhrif edə bilər (İsayeva,2025).

Avtomatlaşdırılmış xəbər istehsalı sistemləri də data əsaslı telejurnalistikanın yeni istiqamətlərindən biridir. Alqoritmik platformalar statistik məlumatları avtomatik şəkildə mətn və qrafik formaya çevirərək ilkin xəbər kontenti yaradır. Bu texnologiya xüsusilə idman statistikas, maliyyə göstəriciləri və meteoroloji məlumatların təqdimatında istifadə olunur. Lakin avtomatlaşdırma analitik interpretasiyanı əvəz etmir, jurnalistin rolu məlumatın mənasını izah etmək və vizual təqdimatın kontekstini qurmaqdan ibarət qalır.

Praktiki tətbiqlərin təhlili göstərir ki, telejurnalistikada istifadə olunan vizual alətlərin effektivliyi onların texniki imkanlarından deyil, metodoloji əsaslandırılmasından asılıdır. Vizual element yalnız məlumatı göstərməməli, onu izah etməli və tamaşaçının idrak prosesinə uyğun qurulmalıdır. Bu baxımdan qrafik dizayn, statistik analiz və jurnalist narrativi vahid kommunikativ sistem kimi fəaliyyət göstərir. Data əsaslı yanaşmaların telejurnalistikada uğurlu tətbiqi məhz bu komponentlərin balanslı inteqrasiyası ilə mümkün olur.

Beləliklə, konkret alət və texnologiyaların istifadəsi telejurnalistikanın analitik potensialını genişləndirir, lakin onların məqsədyönlü və elmi əsaslara söykənən tətbiqi zəruri şərt kimi qalır. Bu sahədə əsas məsələ texnologiyanın mövcudluğu deyil, onun informasiya etibarlılığı və vizual aydınlıq prinsiplərinə uyğun şəkildə istifadəsinin təmin olunmasıdır.

Təqdimat forması	İnformasiyanın qavranma sürəti	Analitik anlaşılqlılıq	Manipulyasiya riski	İstifadə sahəsi
Mətn əsaslı təqdimat	Orta	Orta	Aşağı	Xəbər mətnləri
Statistik cədvəl	Aşağı	Yüksək	Aşağı	Hesabat materialları
Sütun diaqramı	Yüksək	Yüksək	Orta	Müqayisəli xəbərlər
Zaman xətti qrafiki	Çox yüksək	Çox yüksək	Aşağı	Dinamik proseslərin izahı
Xəritə vizuallaşdırması	Yüksək	Yüksək	Orta	Regional analiz
İnfoqrafika	Çox yüksək	Orta	Yüksək	Kütləvi auditoriya

Cədvəl 1. Telejurnalistikada məlumat təqdimat formalarının kommunikativ effektivliyi

Cədvəldə göstərilən müqayisə vizual təqdimat formatlarının informasiya qavrayışına fərqli təsir göstərdiyini nümayiş etdirir. Analitik dinamikanı əks etdirən qrafik modellər auditoriya tərəfindən daha sürətli mənimsənilədiyi halda, yalnız mətn və ya cədvəl formasında təqdim olunan məlumat daha çox izahlı diqqət tələb edir. Bu nəticə telejurnalistikada vizual strukturun informasiyanın interpretasiyasında həlledici rol oynadığını təsdiqləyir.

Data əsaslı transformasiya və vizual təqdimatın çağırışları

Telejurnalistikada data əsaslı yanaşmaların genişlənməsi xəbər istehsalının mahiyyətini struktur baxımından dəyişir. Ənənəvi modeldə xəbər hadisənin təsviri və şərhü üzərində qurulurdusa, müasir mərhələdə xəbər getdikcə analitik model funksiyası daşıyır. Yəni jurnalist yalnız faktları təqdim etmir, həmin faktların qarşılıqlı əlaqəsini, dinamikasını və səbəb-nəticə münasibətlərini məlumat bazaları və statistik göstəricilər əsasında izah edir. Bu yanaşma xəbəri mətn mərkəzli kommunikasiya forması olmaqdan çıxararaq analitik informasiya sistemi kimi formalaşdırır. Beləliklə, telejurnalistika məlumatın sadə ötürülməsi deyil, onun strukturlaşdırılması və interpretasiyası prosesinə çevrilir. Faktların vizuallaşdırılmış interpretasiyası bu transformasiyanın əsas elementlərindən biridir. Statistik göstəricilərin qrafik və ya xəritə formasında təqdimatı məlumatın məntiqi əlaqələrini daha aydın göstərməyə imkan yaradır. Lakin bu təqdimat yalnız texniki vizualizasiya deyil, seçilmiş məlumatın necə şərh olunacağını müəyyən edən redaksiya qərarlarının nəticəsidir. Bu baxımdan data əsaslı telejurnalistika “data-driven storytelling” adlandırılan yeni narrativ model formalaşdırır. Hekayə artıq əvvəlcədən qurulmuş süjet xətti üzərində deyil, məlumatın analizi nəticəsində ortaya çıxan məntiqi ardıcılıq əsasında inkişaf edir (Çelik,Akdamar,2018). Başqa sözlə, məlumat hekayəni izah edən vasitə deyil, hekayənin özünün formalaşma mənbəyinə çevrilir.

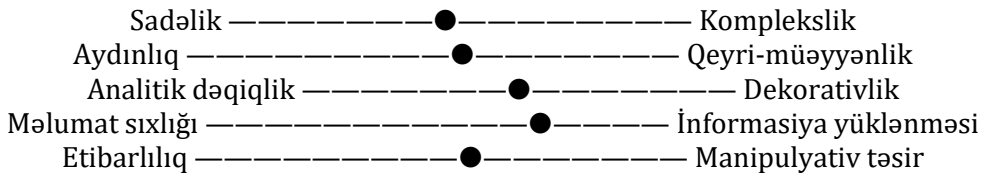
Müasir yayım texnologiyaları bu prosesi real vaxt rejimində həyata keçirməyə imkan yaradır və real-time analitik jurnalistika anlayışını aktuallaşdırır. Canlı yayım zamanı yenilənən statistik məlumatların paralel şəkildə vizuallaşdırılması auditoriyanın hadisələrin inkişafını dinamik olaraq izləməsinə şərait yaradır. Bu model informasiya operativliyini artırırsa da, eyni zamanda təqdimatın dəqiqliyi və izahın adekvatlığı baxımından əlavə məsuliyyət yaradır. Sürət amili analitik yoxlama prosesini zəiflədə bilər ki, bu da məlumatın interpretasiyasında risklərin artmasına səbəb olur.

Təqdimat forması	Qavrama effektivliyi (%)
Yalnız mətn	35
Mətn + statistika	50
Diagram	68
Qrafik	74
İnfoqrafika	82

Cədvəl 2. Müxtəlif informasiya təqdimat formalarının auditoriya qavrayışına təsiri

Diagram göstərir ki, vizual elementlərlə təqdim olunan məlumat auditoriya tərəfindən daha sürətli mənimsənilir və müqayisəli analiz üçün daha effektiv kommunikasiya yaradır.

Vizual təqdimatın analitik keyfiyyət şkalası:



Telejurnalistikada data əsaslı yanaşmanın funksional mexanizmini aşağıdakı konseptual ardıcılıqla ifadə etmək mümkündür:

Data → Analiz → Vizual Struktur → Narrativ → Auditoriya Qavrayışı

Bu model göstərir ki, məlumatın toplanması yalnız başlanğıc mərhələdir: əsas kommunikativ təsir analizin vizual struktura çevrilməsi və həmin strukturun izahlı narrativ vasitəsilə auditoriyaya çatdırılması nəticəsində yaranır (Gray, Bounegru, Chambers, 2012). Bu zəncirin hər hansı mərhələsində yaranan uyğunsuzluq isə informasiyanın qavranılmasına birbaşa təsir edir. Məhz bu məqam vizual təqdimat problemlərini telejurnalistikanın əsas metodoloji məsələlərindən birinə çevirir. İnformasiya yüklənməsi fenomeni statistik məlumatların çoxsaylı qrafik və animasiya vasitəsilə eyni vaxtda təqdim olunması nəticəsində yaranır. Vizual elementlərin həddindən artıq çoxluğu diqqətin parçalanmasına səbəb olur və analitik məzmunun mənimsənilməsini çətinləşdirir (Лапин, 2014). Belə hallarda vizual forma izah funksiyasını yerinə yetirmir, əksinə, məlumatın dərk olunmasına maneə yaradır.

Digər mühüm risk manipulyativ vizuallaşdırma ilə bağlıdır. Qrafik miqyasların dəyişdirilməsi, başlanğıc nöqtəsinin seçilməsi və ya proporsiyaların qeyri-dəqiq qurulması statistik göstəricilərin real mənasını fərqli şəkildə təqdim edə bilər. Bu cür hallarda vizual struktur obyektiv məlumatı göstərmək

əvəzinə, onun interpretasiyasını istiqamətləndirən alətə çevrilir. Beləliklə, vizuallaşdırma yalnız texniki deyil, həm də etik məsuliyyət məsələsi kimi aktuallaşır. Vizual təqdimatda estetikləşdirmə ilə informativlik arasında yaranan dilemma da diqqətəlayiqdir. Televiziya mühiti vizual cəlbediciliyə üstünlük verdiyi üçün qrafik dizayn bəzən məlumatın izahından daha çox diqqət cəlb etməyə yönəlir. Nəticədə informasiya analitik məzmununu itirərək “şou effekti” yaradan vizual elementlərə çevrilə bilər (Лопин,2014). Bu isə jurnalistikanın maarifləndirici funksiyası ilə kommersiya yönümlü vizual estetika arasında ziddiyyət yaradır.

Bütün bunlarla yanaşı, auditoriyanın data savadlılığının yetərli səviyyədə olmaması vizual məlumatın düzgün qavranılmasına əlavə çətinlik yaradır. Statistik göstəricilərin və qrafik modellərin interpretasiyası müəyyən analitik bacarıqlar tələb edir. Bu bacarıqların olmaması vizual məlumatın yanlış anlaşılması və ya səthi qəbul olunması ilə nəticələnə bilər. Beləliklə, telejurnalistikada data əsaslı yanaşmaların transformativ rolu yalnız texnologiyanın tətbiqi ilə məhdudlaşmır; bu proses xəbər istehsalının məntiqini, vizual kommunikasiya prinsiplərini və auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqə modelini köklü şəkildə dəyişdirir. Bu dəyişikliklərin effektivliyi isə analitik dəqiqlik, vizual məsuliyyət və kommunikativ aydınlıq arasında balansın qorunmasından asılıdır.

Regional kontekst və inkişaf zərurəti: Azərbaycan təcrübəsinin müqayisəli təhlili

Telejurnalistikada data əsaslı yanaşmaların tətbiqi qlobal media mühitində sürətlə genişləndiyi halda, bu istiqamətin Azərbaycanda istifadəsi hələlik məhdud və epizodik xarakter daşıyır. Yerli televiziya xəbərlərində statistik məlumatlardan istifadə müəyyən hallarda müşahidə olunsa da, bu məlumatların sistemli analitik emalı, strukturlaşdırılmış vizuallaşdırılması və izahlı təqdimatı geniş yayılmayıb. Əksər hallarda rəqəmlər yalnız illüstrativ xarakter daşıyır, vizual elementlər isə məlumatın dərin təhlilini deyil, onun ümumi təsvirini təqdim etməklə kifayətlənir (İsayeva,2025). Bu isə data jurnalistikasının əsas məqsədi olan faktların analitik şərh və müqayisəli izahı funksiyasının tam reallaşmasına imkan vermir. Azərbaycanda telejurnalistikanın mövcud praktikasında vizual təqdimat daha çox dekorativ qrafika, studiya animasiyası və ya statik diaqramlarla məhdudlaşır. Bu elementlər informasiyanın vizual cəlbediciliyini artırırsa da, məlumatın strukturlaşdırılmış analitik təqdimatına xidmət etmir. Statistik göstəricilərin kontekstsiz verilməsi, zaman dinamikasının göstərilməməsi və müqayisəli vizual modellərin nadir hallarda tətbiqi auditoriyanın məlumatı dərinlikli şəkildə qavramasını çətinləşdirir. Bu vəziyyət texnoloji imkanların yoxluğu ilə deyil, daha çox metodoloji yanaşmanın və ixtisaslaşmış kadr

hazırlığının yetərincə formalaşmaması ilə əlaqələndirilə bilər (Nesirova,2024). Bunun əksinə olaraq, bir sıra dünya ölkələrinin media təcrübəsi data əsaslı telejurnalistikanın xəbər istehsalında strateji istiqamətə çevrildiyini göstərir. Məsələn, Böyük Britaniyada fəaliyyət göstərən ictimai yayım qurumları mürəkkəb sosial-iqtisadi mövzuları izah etmək üçün strukturlaşdırılmış məlumat bazalarına və vizual analiz modellərinə əsaslanan təqdimat formatlarından istifadə edir. ABŞ televiziya kanallarında seçki, iqtisadiyyat və ictimai siyasət mövzuları üzrə interaktiv qrafiklər, real vaxt yenilənən statistik panellər və müqayisəli vizual analizlər artıq standart jurnalist praktikasına daxil olub. Almaniya və Skandinaviya ölkələrinin media qurumları isə data vizuallaşdırmasını yalnız təqdimat vasitəsi kimi deyil, ictimai maarifləndirmə aləti kimi qiymətləndirir və bu istiqamətdə xüsusi redaksiya bölmələri formalaşdırır.

Beynəlxalq təcrübədə diqqət çəkən əsas məqam data əsaslı jurnalistikanın texnoloji yenilik kimi deyil, redaksiya mədəniyyətinin tərkib hissəsi kimi qəbul olunmasıdır. Bu ölkələrdə jurnalistlər statistik savadlılıq, məlumat analizi və vizual kommunikasiya bacarıqları üzrə sistemli şəkildə hazırlanır, universitet proqramlarında data jurnalistikası ayrıca istiqamət kimi tədris olunur. Nəticədə xəbər təqdimatı faktların sadə ötürülməsi ilə məhdudlaşmır, mürəkkəb proseslərin izahını təmin edən analitik narrativ formalaşır. Azərbaycan media mühitində isə bu sahənin inkişafı üçün həm texniki, həm də metodoloji potensial mövcuddur (Huseynova,2024). Rəqəmsallaşma infrastrukturunu, açıq məlumat resurslarının artması və vizual texnologiyalara çıxış imkanları telejurnalistikada data əsaslı yanaşmaların tətbiqini mümkün edir. Lakin bu imkanların sistemli praktikaya çevrilməsi üçün redaksiya strategiyalarında analitik jurnalistika modelinə keçid, vizuallaşdırma standartlarının hazırlanması və müvafiq peşəkar hazırlığın gücləndirilməsi zəruri görünür. Beləliklə, qlobal media təcrübəsi data əsaslı telejurnalistikanın müasir informasiya cəmiyyətində mühüm kommunikasiya vasitəsinə çevrildiyini nümayiş etdirir. Azərbaycanın media mühiti isə bu transformasiya prosesinin ilkin mərhələsindədir və mövcud boşluq gələcək inkişaf üçün həm çağırış, həm də perspektiv kimi dəyərləndirilə bilər (Huseynova, 2024). Bu istiqamətin genişləndirilməsi yalnız texnoloji yenilənmə deyil, həm də jurnalistikanın analitik funksiyasının gücləndirilməsi baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır.

Nəticə

Aparılan təhlil göstərir ki, telejurnalistikada data əsaslı yanaşmaların tətbiqi müasir media mühitinin inkişaf məntiqindən doğan qaçılmaz transformasiyadır. Rəqəmsallaşma, açıq məlumat resurslarının genişlənməsi və analitik

texnologiyaların sürətli inkişafı televiziya jurnalistikasını ənənəvi xəbər təqdimatı modelindən uzaqlaşdıraraq faktların sistemli təhlilinə əsaslanan yeni kommunikasiya mərhələsinə gətirib çıxarır. Bu proses telejurnalistikanın yalnız informasiya ötürücüsü deyil, ictimai reallığın analitik izahını həyata keçirən platforma kimi fəaliyyətini gücləndirir.

Məqalədə aparılan nəzəri və praktik təhlillər vizual təqdimatın bu transformasiyada həlledici rol oynadığını göstərir. Statistik məlumatların vizuallaşdırılması informasiyanın qavranılmasını asanlaşdırmaqla yanaşı, metodoloji əsaslandırma olmadan tətbiq edildikdə yanlış interpretasiya, informasiya yüklənməsi və manipulyasiya riskləri yarada bilər. Bu baxımdan telejurnalistikada vizual təqdimat təsadüfi dizayn qərarlarına deyil, informasiya vizuallaşdırılması, idrak psixologiyası və kommunikasiya nəzəriyyələrinə söykənən elmi metodologiya əsasında qurulmalıdır. Vizual strukturun məqsədi məlumatı sadəcə nümayiş etdirmək deyil, onun məntiqini aydın və etibarlı şəkildə izah etmək olmalıdır.

Araşdırma həmçinin göstərir ki, data əsaslı jurnalistikanın effektiv tətbiqi üçün institusional yanaşma zəruridir. Media qurumlarında məlumatların emalı və təqdimatı ilə bağlı vahid standartların, xüsusilə data vizuallaşdırmasının etik prinsiplərini müəyyən edən kodekslərin hazırlanması mühüm əhəmiyyət daşıyır. Bu cür normativ çərçivə vizual manipulyasiya ehtimallarını azaldaraq informasiyanın obyektivliyini və ictimai etimadı qorumağa xidmət edə bilər.

Digər vacib məsələ jurnalist kadrlarının peşə hazırlığı ilə bağlıdır. Müasir telejurnalist yalnız mətn yazmaq və reportaj hazırlamaq bacarığı ilə kifayətlənməz; statistik təhlil, məlumatın interpretasiyası və vizual kommunikasiya sahələrində də səriştəyə malik olmalıdır. Buna görə jurnalistika təhsilində və peşəkar inkişaf proqramlarında statistik savadlılığın və vizual analiz bacarıqlarının artırılması data əsaslı media modelinə keçidin əsas şərtlərindən biri kimi çıxış edir. Beləliklə, telejurnalistikada data əsaslı yanaşmaların inkişafı texnoloji yenilənmədən daha geniş mənə daşıyır və jurnalistikanın funksional mahiyyətinin dəyişməsi ilə xarakterizə olunur. Bu istiqamətdə məqsəd texnologiyanı tətbiq etmək deyil, məlumatın elmi əsaslarla təhlili və məsuliyyətli vizual təqdimatı vasitəsilə ictimai kommunikasiya keyfiyyətini yüksəltməkdir.

Bu tədqiqat telejurnalistikada data jurnalistikasının tətbiqini yalnız texnoloji proses kimi deyil, kommunikativ və semiotik problem kimi sistemləşdirərək, məlumatın analizi, vizual strukturu və auditoriya qavrayışı arasındakı qarşılıqlı əlaqəni vahid nəzəri çərçivədə izah edir.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

1. Tufte, E. R. *The Visual Display of Quantitative Information*. Cheshire, CT: Graphics Press, 2001.
2. Meyer, P. *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods*. 4th ed. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2002.
3. Coddington, M. Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 2015, 331–348. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976400>
4. Məhərrəmli, Q. *Jurnalistikanın əsasları*. Bakı: Qanun, 2012.
5. Lewis, S. C., & Westlund, O. Big data and journalism: Epistemology, expertise, economics, and ethics. *Digital Journalism*, 3(3), 2015, 447–466. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976418>
6. Gray, J., Bounegru, L., & Chambers, L. *The Data Journalism Handbook*. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2012.
7. İsayeva, A. Televizyonda veri gazeteciliği: Yeni bilgi sunum yöntem ve uygulamaları. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 26, 2025, 1–11. <https://doi.org/10.58724/assam.1634084>
8. Çelik, S., & Akdamar, E. Büyük veri ve veri görselleştirme. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 65, 2018, 253–264.
9. Sweller, J. Cognitive load during problem solving: Effects on learning. *Cognitive Science*, 12(2), 1988, 257–285.
10. Лапин, Н. И. Визуальная коммуникация в средствах массовой информации: теоретические и практические аспекты. Москва: Аспект Пресс, 2014.
11. Nesirova, A. Beynəlxalq və yerli idman kanalları: Əsas elementlər, gəlir mənbələri və sosial təsir. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 11(1), 2024, 47–56. <https://doi.org/10.46868/atdd.2024.848>
12. Hüseynova, K. Televiziya tənqidi televiziyanın nəzəriyyəsi və təcrübəsini birləşdirən jurnalistika sahəsidir. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 11(1), 2024, 108–116. <https://doi.org/10.46868/atdd.2024.854>
13. Hüseynova, K. Medya eleştirisi ve medya okuryazarlığının ortak yönleri, medya okuryazarlığı eğitiminde medya eleştirisinin önemi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 7(2), 2024, 411–425. <https://doi.org/10.33712/mana.1316637>

MÜNDƏRİCAT

MÜASİR MEDİANIN ÇAĞIRIŞLARI

Qulu MƏHƏRRƏMLİ

BİRİNCİ TÜRKOLÖJİ QURULTAY – 100: ORTAQ ƏDƏBİ DİL MEDİA
DİSKURSU KİMİ DÜNƏNDƏN BU GÜNƏ3

Səbinə İZZƏTLİ

YENİ MEDİA EKOSİSTEMİNDƏ PROBLEMDƏN HƏLLƏ KEÇİD:
JURNALİSTİKADA YENİ YANAŞMA.....19

QLOBALLAŞAN DÜNYADA İNFORMASIYA

Vüqar ƏLİYEV

DÜNYA MEDİASINDA QƏRƏZLİ İNFORMASIYA SİYASƏTİ:
SƏBƏBLƏR VƏ TƏSİRLƏR30

Aynur NƏSİROVA

VİZUAL SAXTAKARLIQ VƏ XƏBƏRİN MÖTƏBƏRLİYİ PROBLEMİ.....37

Əli HACIYEV

SOSİAL MEDİA ALTERNATİV XƏBƏR MƏNBƏYİ KİMİ48

KÜTLƏVİ KOMMUNİKASIYA LANDŞAFTI: YENİ TENDENSİYALAR

Nargiza YUSUPOVA

MƏTNİN KREOLİZASIYASI “Z” NƏSLİ ÜÇÜN YENİ VİZUAL
KOMMUNİKASIYA FORMASI59

Arzu İSAYEVA

TELEJURNALİSTİKADA DATA ƏSASLI YANAŞMALAR VƏ VİZUAL
TƏQDİMAT PROBLEMLƏRİ74

Onur COŞKUN

SİNEMADA METAMODERN SÖYLEMLƏRİN HERMENÖTİK OKUMASI:
MODERNİZİM VE POSTMODERNİZİMİN DÖNÜŞÜMÜ (“*Don kişot'u öldüren adam*” filmi əsasında)88

MÜASİR MEDİANIN PRİORİTET MÖVZULARI

Anar HƏSƏNOV

AZƏRBAYCAN MÖVZUSUNUN RUSİYA KİV- də İŞIQLANDIRILMASININ
TƏKAMÜLÜ (2000–2024)102

MİLLİ MƏTBUAT TARİXİNƏ DAİR ARAŞDIRMALAR

Asif RÜSTƏMLİ

SOVET REJİMİNİN İLK İLLƏRİNDƏ GİZLİ İSTİQLAL FƏDAİLƏRİNİN
FƏALİYYƏTİ.....121

Aygün ƏZİMOVA

ÖMƏR FAİQ NEMANZADƏ: MAARİFÇİLİKDƏN İSTİQLALA GEDƏN YOL.....144

MEDİA SAVADLILIĞI VƏ JURNALİSTİKA TƏHSİLİ

Nozima MURATOVA, Нигина ТУРГУНОВА

ÖZBƏKİSTAN İNFORMASIYA MƏKANINDA TƏNQİDİ
KOMPETENSIYANIN İNKİŞAFINDA MEDİA TƏHSİLİNİN ROLU.....158

MÜƏLLİFLƏR ÜÇÜN MƏLUMAT VƏ YADDAŞ 184

СОДЕРЖАНИЕ

ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Гулу МАГЕРРАМЛИ

ПЕРВЫЙ ТУРКОЛОГИЧЕСКИЙ СЪЕЗД – 100: ОБЩИЙ
ЛИТЕРАТУРНЫЙ ЯЗЫК КАК МЕДИА-ДИСКУРС ОТ ВЧЕРАШНЕГО
ДНЯ ДО НАСТОЯЩЕГО.....3

Сабина ИЗЗАТЛЫ

СМЕНА ПАРАДИГМЫ ОТ ПРОБЛЕМ К РЕШЕНИЯМ В НОВОЙ
МЕДИАЭКОСИСТЕМЕ: НОВЫЙ ПОДХОД В ЖУРНАЛИСТИКЕ.....19

ИНФОРМАЦИЯ В ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ

Вугар АЛИЕВ

ПРЕДВЗЯТАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В МИРОВЫХ СМИ:
ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ.....30

Айнур НАСИРОВА

ВИЗУАЛЬНАЯ ФАЛЬСИФИКАЦИЯ И ПРОБЛЕМА ДОСТОВЕРНОСТЬ
НОВОСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ.....37

Али ГАДЖИЕВ

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ИСТОЧНИК
НОВОСТЕЙ48

СФЕРА МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Наргиза ЮСУПОВА

КРЕОЛИЗАЦИЯ ТЕКСТА КАК НОВЫЙ ВИД ВИЗУАЛЬНОЙ
КОММУНИКАЦИИ ПОКОЛЕНИЯ “Z”59

Арзу ИСАЕВА

ДАТА-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ПОДХОДЫ В ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКЕ
И ПРОБЛЕМЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ74

Онур КОШКУН

ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКОЕ ПРОЧТЕНИЕ МЕТАМОДЕРНИСТСКИХ
ДИСКУРСОВ В КИНО: ТРАНСФОРМАЦИЯ МОДЕРНИЗМА
И ПОСТМОДЕРНИЗМА (ФИЛЬМ «ЧЕЛОВЕК, УБИВШИЙ
ДОН КИХОТА»).....88

**ПРИОРИТЕТНЫЕ ТЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ**

Анар ГАСАНОВ

ЭВОЛЮЦИЯ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ АЗЕРБАЙДЖАНА В РОССИЙСКИХ
СМИ (2000–2024)102

ИССЛЕДОВАНИЕ ИСТОРИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ

Асиф РУСТЕМЛИ

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТАЙНЫХ БОРЦОВ ЗА НЕЗАВИСИМОСТЬ В ПЕРВЫЕ
ГОДЫ СОВЕТСКОГО РЕЖИМА121

Айгюн АЗИМОВА

ОМЕР ФАИГ НЕМАНЗАДЕ: ПУТЬ ОТ ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВА
К НЕЗАВИСИМОСТИ144

МЕДИАГРАММАТИКА И ЖУРНАЛИСТИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Нозима МУРАТОВА, Нигина ТУРГУНОВА

РОЛЬ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РАЗВИТИИ КРИТИЧЕСКОЙ
КОМПЕТЕНТНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ
УЗБЕКИСТАНА158

ИНФОРМАЦИЯ И ПАМЯТЬ ДЛЯ АВТОРОВ 184

CONTENTS

CHALLENGES OF MODERN MEDIA

Gulu MAHARRAMLI

FIRST TURCOLOGY CONGRESS – 100: COMMON LITERARY
LANGUAGE AS MEDIA DISCOURSE FROM YESTERDAY
TO THE PRESENT.....3

Sabina IZZATLI

PARADIGM SHIFT FROM PROBLEMS TO SOLUTIONS IN THE
NEW MEDIA ECOSYSTEM: A NEW APPROACH TO JOURNALISM.....19

INFORMATION IN A GLOBALIZING WORLD

Vugar Aliyev

BIASED INFORMATION POLICY IN THE WORLD MEDIA:
CAUSES AND EFFECTS.....30

Aynur NASIROVA

VISUAL FORGERY AND THE PROBLEM OF CREDIBILITY OF NEWS.....37

Ali HAJIYEV

SOCIAL MEDIA AS AN ALTERNATIVE NEWS SOURCE.....48

MASS COMMUNICATION LANDSCAPE: NEW TRENDS

Nargiza YUSUPOVA

TEXT CREOLIZATION IS A NEW FORM OF VISUAL
COMMUNICATION FOR GENERATION “Z”59

Arzu Isayeva

DATA-DRIVEN APPROACHES IN TELEJOURNALISM AND
PROBLEMS OF VISUAL PRESENTATION.....74

Onur COSKUN

A HERMENEUTIC READING OF METAMODERNISM DISCOURSES
IN CINEMA: THE TRANSFORMATION OF MODERNISM AND
POSTMODERNISM (THE FILM "THE MAN WHO KILLED
DON QUIXOTE").....88

PRIORITY TOPICS OF MODERN MEDIA

Anar GASANOV

EVOLUTION OF AZERBAIJAN'S COVERAGE IN RUSSIAN MEDIA
2000–2024)102

RESEARCH ON THE HISTORY OF THE NATIONAL PRESS

Asif RUSTAMLI

ACTIVITIES OF SECRET INDEPENDENCE FIGHTERS IN THE EARLY
YEARS OF THE SOVIET REGIME121

Aygun AZIMOVA

OMER FAIGH NEMANZADE: THE PATH FROM ENLIGHTENMENT
TO INDEPENDENCE144

MEDIA LITERACY AND JOURNALISM EDUCATION

Nozima MURATOVA , Nigina TURGUNOVA

THE ROLE OF MEDIA EDUCATION IN UZBEKISTAN IN DEVELOPING
CRITICAL COMPETENCE IN THE INFORMATION SPACE.....158

INFORMATION AND MEMORY FOR AUTHORS..... 184

**MEDIA PROBLEMLƏRİ elmi-nəzəri
və analitik jurnal**

Rüblük nəşr: 2026 / №1 (2)

Təsisçi:

Bakı Dövlət Universiteti

Redaksiyanın ünvanı:

Azərbaycan Respublikası, Bakı şəhəri,
Yasamal rayonu Zahid Xəlilov küç.,33
Tel.: (+994) 50-213-25-77

Azərbaycan Respublikasının "Media
haqqında" qanununa müvafiq şəkildə
təsis edilmişdir

**PROBLEMS OF MEDIA scientific-the-
oretical and analytical journal**

Quarterly: 2026 / №1 (2)

Publisher:

Baku State University

Editorial title:

Republic of Azerbaijan, Baku, Yasamal
district, Zahid Khalilov str.33
Phone: (+994) 50-213-25-77

Established in accordance with the
Law of the Republic of Azerbaijan "On
Mass Media"

Çapa imzalanıb: 27.04.2026
Format 70x100 ¹/₁₆. Həcmi: 12,5 ç.v.
Tiraj: 300 nüsxə

BDU Nəşr Evi
AZ 1148, Bakı ş., ak. Z.Xəlilov küçəsi, 33.
e-mail:bduneshrevi@bsu.edu.az
www.bsu.edu.az



bsu.edu.az



(+994 12) 430 32 45



info@bsu.edu.az

Ünvan: Bakı şəhəri, AZ 1148,
ak.Zahid Xəlilov küç., 33