



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

YENİ MEDIA EKOSİSTEMİNDƏ PROBLEMDƏN HƏLLƏ KEÇİD: JURNALİSTİKADA YENİ YANAŞMA

Səbinə İzzətli

Bakı Dövlət Universiteti

ORCID:0000-0003-0091-4905

e-mail: sabina.izzatli@gmail.com

Xülasə

Son illərdə jurnalistika sahəsində nəzərəçarpan bir paradigma dəyişimi baş verir: ənənəvi olaraq böhranlar, konfliktlər və uğursuzluqlara fokuslanan problem yönümlü xəbər istehsalından daha konstruktiv, həll istiqamətli yanaşmaya doğru keçid müşahidə olunur. Həll yönümlü jurnalistika klassik yanaşmadan fərqli olaraq, cəmiyyətin qarşılaşdığı sosial, siyasi, ekoloji və iqtisadi çətinliklərə verilən praktik cavabları, yeni üsul və təşəbbüsləri diqqət mərkəzinə gətirir. Bu dönüşüm yalnız redaksiya proseslərində deyil, həm də auditoriyanın dəyişən gözləntiləri və psixoloji ehtiyaclarında özünü göstərir.

Bu məqalədə həll yönümlü jurnalistikanın yüksəlişi ilə rəqəmsal texnologiyaların mediaya təsiri kimi iki mühüm tendensiyanın qarşılıqlı əlaqəsi araşdırılır. Yeni texnologiyaların həll jurnalistikasının əsas prinsipləri, sübutlara söykənmə, şəffaflıq və real tətbiq nümunələrinin təqdimatı baxımından açdığı imkanlar təhlil olunur və müasir jurnalistikanın həm texnoloji, həm də sosial cəhətdən yenilənmiş bir modeli təqdim edilir.

Rəqəmsal medianın xəbər istehlakına təsirini qiymətləndirmək üçün 250 nəfərin iştirakı ilə onlayn sorğu aparılmışdır. Sorğunun nəticələrini nəzəri yanaşmalarla birləşdirən bu araşdırma, rəqəmsal dövrdə jurnalistikanın gələcəyi barədə gedən elmi müzakirələrə yeni töhfə verir. Məqalədə vurğulanır ki, həll yönümlü jurnalistika ilə müasir texnologiyaların sintezi medianın ictimai etimadını gücləndirmək, vətəndaş iştirakını artırmaq və daha dayanıqlı demokratik strukturlar yaratmaq üçün xüsusi imkanlar yaradır. Nəticə etibarilə, məqalə müasir informasiya mühitində jurnalistikanın aktuallığını və təsir gücünü qoruması üçün onun həm həll yönümlü, həm də texnoloji cəhətdən çevik olmasının vacibliyini ön plana çıxarır.

Açar sözlər: yeni media, süni intellekt, rəqəmsal məzmun, interaktiv platformalar, həll jurnalistikası

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

Sabina Izzatli

Baku State University

ORCID:0000-0003-0091-4905

e-mail: sabina.izzatli@gmail.com

Abstract

In recent years, a notable paradigm shift has taken place in the field of journalism: the transition from traditional, problem-focused news production-centred on crises, conflicts, and failures-towards more constructive, solutions-oriented reporting. Unlike classical approaches, solutions journalism highlights practical responses, innovative methods, and emerging initiatives that address social, political, environmental, and economic challenges.

This article examines the intersection of two critical trends: the rise of solutions journalism and the impact of digital technologies on the media landscape. It analyses how technological tools enhance the core principles of solutions journalism evidence-based storytelling, transparency, and the demonstration of real-world applications and proposes a technologically and socially updated model of contemporary journalism.

To assess the influence of digital media on news consumption, an online survey involving 250 participants was conducted. This suggests that public interest in solutions-oriented journalism is growing in parallel with the expansion of digital media. By integrating survey results with theoretical perspectives, this study contributes new insights to ongoing academic discussions about the future of journalism in the digital age. The article argues that the synthesis of solutions journalism and modern technologies offers significant opportunities to strengthen media credibility, enhance civic engagement, and support more resilient democratic structures. Ultimately, it emphasizes that for journalism to maintain its relevance and impact in today's information environment, it must be both solutions-focused and technologically adaptive.

Keywords: new media, artificial intelligence, digital content, interactive platforms, solutions journalism

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

Сабина Иzzатлы

Бакинский Государственный Университет

ORCID:0000-0003-0091-4905

e-mail: sabina.izzatli@gmail.com

Аннотация

В последние годы в сфере журналистики наблюдается заметная смена парадигмы: переход от традиционного проблемно-ориентированного новостного производства, сосредоточенного на кризисах, конфликтах и неудачах, к более конструктивной, ориентированной на решения журналистике. В отличие от классического подхода, журналистика решений фокусируется на практических ответах. Этот сдвиг проявляется не только в редакционных процессах, но и в изменяющихся ожиданиях аудитории, которая все чаще ищет сбалансированный, мотивирующий и вселяющий надежду контент.

В данной статье исследуется взаимосвязь двух ключевых тенденций: роста журналистики решений и влияния цифровых технологий на медиа. Анализируется, каким образом технологические инструменты усиливают ключевые принципы журналистики решений: доказательность, прозрачность и представление реальных примеров практических решений и предлагается обновленная технологическая и социальная модель современной журналистики.

Для оценки влияния цифровых медиа на потребление новостей был проведен онлайн-опрос с участием 250 респондентов. Сопоставляя результаты опроса с теоретическими подходами, исследование вносит вклад в научные дискуссии о будущем журналистики в цифровую эпоху. В статье подчеркивается, что синтез журналистики решений и современных технологий открывает важные возможности для укрепления доверия к медиа, повышения гражданской активности и развития более устойчивых демократических структур. В конечном итоге делается вывод о том, что для сохранения актуальности и эффективности в современной информационной среде журналистике необходимо сочетать ориентацию на решения с технологической гибкостью.

Ключевые слова: новые медиа, искусственный интеллект, цифровой контент, интерактивные платформы, журналистика решений

Giriş

Jurnalistika uzun illərdir əsasən problem yönümlü xəbər istehsalına söykənib; bu model cəmiyyətdəki böhranları, konfliktləri, uğursuzluqları və digər neqativ hadisələri ön plana çıxaran yanaşma ilə xarakterizə olunur. “Qan varsa,

xəbər var” kimi formullaşdırılan bu prinsip uzun müddət aparıcı media gündəmini müəyyənləşdirmişdir (McIntyre, 2015). Bununla belə, son dövrdə həm auditoriya davranışlarında, həm də ictimai gözləntilərdə baş verən dəyişikliklər daha konstruktiv və faktlara əsaslanan bir yanaşma olan həll yönümlü jurnalistikaya marağı artırmışdır (Harper, 2013). Həll yönümlü jurnalistika yalnız problemləri təsvir etmir, eyni zamanda fərdlərin, icmaların və qurumların bu çətinliklərə necə cavab verdiyini göstərərək auditoriyayı ümidverici və vətəndaş fəallığına təşviq edən hekayələrlə təmin edir (Gifford, 2017).

Yeni və inkişaf edən texnologiyalar jurnalistikanın bu istiqamətə keçidində əsas katalizatorlardan biri kimi çıxış edir. Süni intellekt, rəqəmsal platformalar, dərin öyrənmə alqoritmləri, semantik metadata və sosial media analitikası kimi texnoloji yeniliklər həll yönümlü hekayələrin qurulmasını xeyli asanlaşdırır. Ahmad və başqalarının (2022) araşdırması göstərir ki, böyük verilənlərin analizi və dərin öyrənmə metodları mediada gözdən qaçan mövzuları üzə çıxarmağa və onlara dair daha məqsədyönlü reportajlar hazırlamağa imkan yaradır. Heravi və McGinnis (2015) isə semantik metadata və API-ların ənənəvi jurnalistika prinsipləri ilə inteqrasiyasını nəzərdə tutan bir model təklif edir. Lough və McIntyre (2021) ilə Bakaievych-in (2024) apardığı tədqiqatlar multimedia vasitələrinin və sosial media analitikasının auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqəni və pozitiv emosional reaksiyanı gücləndirdiyini ortaya qoyur.

Bu araşdırmalar üç əsas məqamı vurğulayır:

1. Ənənəvi mediadan həll yönümlü jurnalistikaya keçidi təmin edən əsas amillərdən biri inkişaf etməkdə olan texnologiyalardır.

2. Data-əsaslı metodlar mövzu boşluqlarını aşkar etməyə və çoxsəviyyəli hekayəçilik yaratmağa kömək edir.

3. Texnoloji savadlılıq ilə humanitar jurnalist bacarıqlarının birləşməsi keyfiyyətli həll yönümlü məzmun istehsalının əsas şərtidir.

Tədqiqatların ümumi nəticəsi ondan ibarətdir ki, bu texnoloji inteqrasiya jurnalistikanın konstruktiv, auditoriya yönümlü modellərə keçidini gücləndirir.

Digər tərəfdən, neqativ xəbərlərin psixoloji təsirləri, xüsusilə, artan narahatlıq və ictimai fəallığın azalması ilə bağlı narahatlıqlar da bu tendensiyanı sürətləndirir (Posetti, 2018). Buna görə həm media praktikləri, həm də tədqiqatçılar daha balanslı, dayanıqlı və innovativ nümunələri təqdim edən jurnalistikanın vacibliyini vurğulayırlar (Patterson, 2013).

Bununla paralel olaraq süni intellekt, interaktiv rəqəmsal platformalar və data vizuallaşdırma vasitələri kimi texnologiyaların geniş yayılması xəbər istehsalı və yayımı prosesini köklü şəkildə dəyişmişdir. Bu texnologiyalar jurnalistlərə məlumat toplamaq, təhlil etmək və təqdim etmək üçün yeni imkanlar

yaradır və həll yönümlü jurnalistikanın məqsədləri ilə daha uyğun məzmun istehsalını mümkün edir (Napoli, 2019). Bu məqalə problem yönümlü jurnalistikadan həll yönümlü məzmun istehsalına keçid prosesində yeni texnologiyaların rolunu araşdırır.

Problem yönümlü və həll yönümlü jurnalistika

Ənənəvi problem yönümlü jurnalistika qarşıdurma, qalmaqal və böhranları ön plana çıxarmağa meyillidir. Bu, həm media istehsalında, həm də xəbər istehlakında müşahidə olunan “neqativlik qərəzi” ilə izah olunur (Soroka, 2012). Belə xəbər istehsalı məsuliyyət və ictimai nəzarət baxımından zəruri olsa da, onun həddindən artıq üstünlük təşkil etməsi cəmiyyət arasında etimadsızlıq və passivlik yaratma riski daşıyır (Bennett & Iyengar, 2008). Həll yönümlü jurnalistika isə sosial problemlərə verilən cavabların effektivliyinə və təsirinə əsaslanan ciddi faktlara söykənən reportaj kimi tərif olunur (Solutions Journalism Network, 2018).

Araşdırmalar göstərir ki, həll yönümlü xəbər istehsalı ictimai məlumatlılığı artırır, insanları fəaliyyətə təşviq edir və media institutlarına olan etimadı gücləndirir (Levine, 2014). Bu format emosional, motivasiyaedici hekayələrdən fərqli olaraq, ciddi sübutlara və analitik yanaşmaya əsaslanır (Stevenson, 2016).

Jurnalistikada yeni texnologiyalar

Rəqəmsallıq jurnalistikanın strukturunu, redaksiya iş axınını və məzmun istehsalının bütün mərhələlərini köklü şəkildə dəyişmişdir. Bu dəyişikliklər yalnız texniki yeniliklərlə məhdudlaşmır, həm də jurnalistikanın epistemoloji əsaslarına, faktların toplanması, emalı, təqdimatı və auditoriya ilə ünsiyyət modellərinə təsir edir. Müasir redaksiyalar artıq informasiya istehsal edən ənənəvi media qurumları olmaqdan çıxaraq geniş texnoloji ekosistemlərə çevrilmişlər.

Süni intellekt texnologiyaları bu yenilənmənin ən mühüm komponentlərindən biridir. Sİ sistemləri böyük verilənlərin avtomatik emalını təmin etməklə jurnalistlərə daha geniş mənbə şəbəkəsini qısa zamanda təhlil etmək imkanı yaradır. Məlumatların təsnif edilməsi, trendlərin müəyyənləşdirilməsi, dezinformasiya nümunələrinin aşkarlanması və hətta ilkin xəbər mətnlərinin hazırlanması kimi funksiyalar Sİ-nin redaksiyalarda rolu barədə təsəvvürləri genişləndirir (Diakopoulos, 2019). Bu prosesin nəticəsində jurnalistlər daha çox analitik və yaradıcı tapşırıqlara fokuslanmağa bilər.

Data vizuallaşdırma alətləri isə jurnalistikanın informasiyanı təqdim etmə mexanizmini modernləşdirir. Segel və Heer (2010) göstərir ki, vizual hekayələr mürəkkəb məlumat bazalarını həm daha anlaşılana, həm də emosional cə-

hətdən daha təsirli formada auditoriyaya çatdırıla bilər. İnteraktiv qrafiklər, məlumat xəritələri, xronologiyalar və dinamik vizual panellər təkcə məlumatı sadələşdirmir, həm də oxucunu araşdırma prosesinin bir hissəsinə çevirir. Beləliklə, vizuallaşdırma təkcə estetikanı deyil, həm də məzmunun dəyərini artırır.

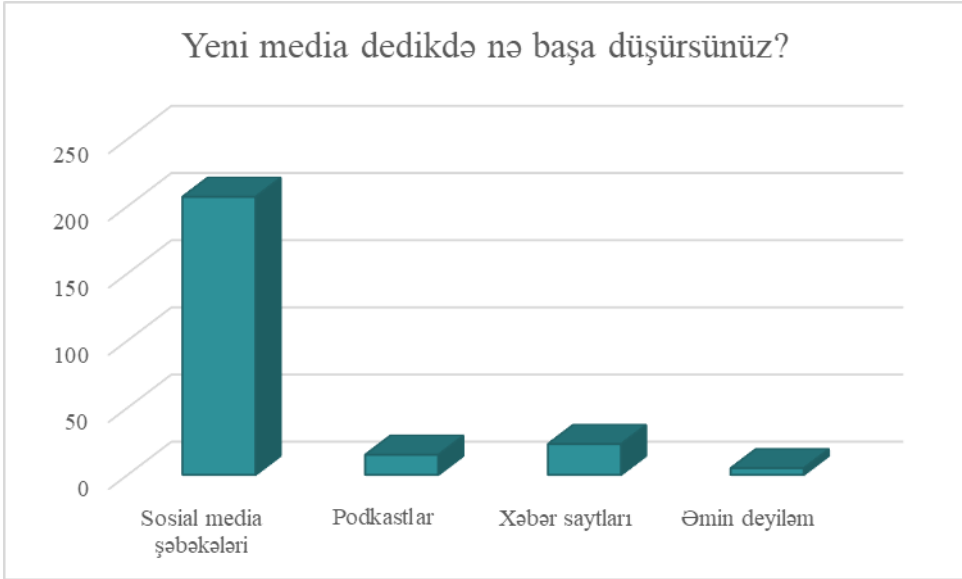
İnteraktiv platformaların inkişafı media istehlakının xarakterini fundamental şəkildə yenidən müəyyənləşdirmişdir. Hermida (2014) vurğulayır ki, rəqəmsal mühit auditoriyaya yalnız xəbəri qəbul edən passiv istifadəçi kimi deyil, əməkdaşlıq edən tərəfdaş kimi yanaşmağı mümkün edir. Oxucular şəxsi maraqlarına uyğun məlumat süzgeçləri qurur, məzmunla aktiv ünsiyyətə girir, ictimai dialoqda iştirak edir və mənbələrə dair geribildirim verir. Bu, həm demokratik məlumat mübadiləsinə genişləndirir, həm də jurnalistlərin məsuliyyət və şəffaflıq öhdəliklərini artırır.

Bütün bu texnoloji yeniliklərin redaksiya proseslərinə sistemli şəkildə inteqrasiyası həll yönümlü jurnalistikanın əsas dəyərlərinə sübutlara əsaslanma, şəffaflıq, çoxsəslilik, auditoriya ilə interaktiv əlaqə və faktlara dayanan konstruktiv hekayələrin qurulmasına güclü dəstək verir (Lischka, 2020). Süni intellekt faktların doğruluğunun daha effektiv yoxlanmasına; vizuallaşdırma həllərinin təsir mexanizmlərinin daha aydın izahına; interaktivlik isə ictimai iştirakçılığın genişlənməsinə xidmət edir. Beləliklə, texnologiya yalnız xəbər istehsalının vasitəsi deyil, həll yönümlü jurnalistikanın metodoloji bazasının mühüm tərkib hissəsinə çevrilir.

Metodologiya

Həll yönümlü jurnalistikanın inkişafında yeni texnologiyaların rolunu və rəqəmsal media platformalarında auditoriya davranışını araşdırmaq məqsədilə 250 nəfərin iştirakı ilə onlayn sorğu keçirilmişdir. Sorğuda rəqəmsal platformalardan istifadə edənləri, bu platformalara etimad səviyyəsi və həll yönümlü məzmunla bağlı üstünlüklər araşdırılmışdır.

17 yaş və yuxarı 250 respondent arasında aparılan sorğu Azərbaycanda yeni media platformalarından istifadə edənlərinə dair mühüm nəticələr ortaya qoymuşdur. Respondentlərin 82.8%-i (207 nəfər) “yeni media” anlayışını əsasən sosial media ilə eyniləşdirmişdir (bax: Qrafik 1). Bu, Facebook, Instagram, X (Twitter) və TikTok kimi platformaların yeni medianın əsas elementi kimi qavranıldığını göstərir. Bununla belə, bu yanaşma anlayışın məhdud interpretasiyasını əks etdirir, çünki yeni media bloqlar, podkastlar, rəqəmsal jurnalistika, video platformalar və interaktiv veb formatları da özündə birləşdirir.



Qrafik 1. Respondentlərin 82.8%-i (207 nəfər) “yeni media” anlayışını əsasən sosial media ilə eyniləşdirmişdir

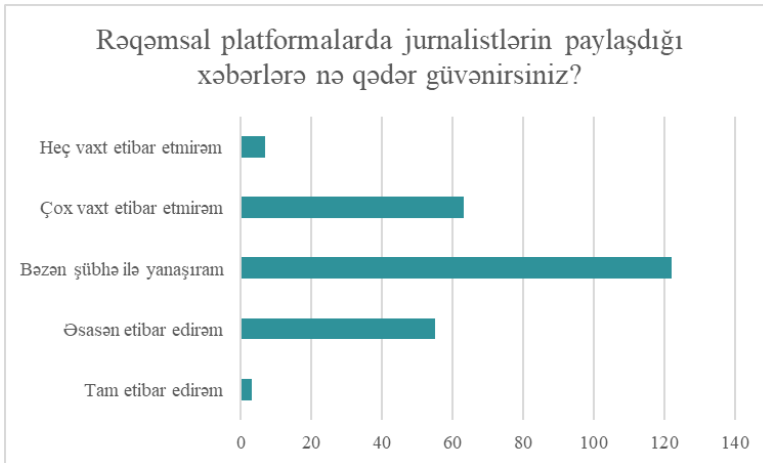
Gələcəkdə xəbər istehsalına ən böyük təsir göstərəcək texnologiyalar barədə suala respondentlərin 84%-i süni intellekti və avtomatlaşdırmanı qeyd etmişdir. Bu, Azərbaycanda auditoriyanın Sİ-in məzmun yaradılması, məlumat analizi və xəbər tövsiyə sistemlərində artan rolunun fərqiində olduğunu göstərir. İkinci ən çox seçilən texnologiya virtual və artırılmış reallıq olmuşdur ki, bu da immersiv jurnalistikaya artan marağı nümayiş etdirir. Bu nəticələr Azərbaycan auditoriyasının qlobal rəqəmsal trendlərlə ayaqlaşdığını və yeni texnologiyaların xəbər istehlakı və təqdimatına yeni forma verəcəyini düşündüyünü göstərir.

Respondentlərə rəqəmsal platformalarda daha keyfiyyətli xəbər məzmununun istehsalını dəstəkləmək üçün auditoriyanın nə etməli olduğu barədə sual verildikdə, iştirakçıların 63%-i ən vacib addımın keyfiyyətli məzmunu dəstəkləmək və paylaşmaq olduğunu bildirib. Bu nəticə göstərir ki, auditoriyanın əhəmiyyətli bir hissəsi özünü yalnız xəbər istehlakçısı kimi deyil, həm də rəqəmsal media ekosistemində aktiv iştirakçı kimi görür. Azərbaycanda müasir formatlardan (interaktiv sosial media paylaşımı, podkastlar və.s.) istifadə edən jurnalistlərin işini isə 53.2% respondent orta keyfiyyətdə qiymətləndirib (bax: Qrafik 2).



Qrafik 2. Respondentlərin 53.2%-i (133 nəfər) müasir formatlardan istifadə edən jurnalistlərin işini orta olaraq qiymətləndirir.

Sorğuda iştirak edənlərin cavabları göstərir ki, yeni media məcralarında jurnalistlərin paylaşdığı xəbərlərə münasibətdə auditoriyada ciddi tərəddüd mövcuddur. Respondentlərin təxminən yarısı (48.6%) bu cür xəbərləri bəzən şübhə ilə qarşıladığını bildirib. Hər dörd nəfərdən biri (25.1%) isə sosial şəbəkələr və onlayn platformalardakı xəbərlərə tez-tez etibar etmədiyini vurğulayıb. Yalnız 21.8% iştirakçı təqdim edilən məlumatlara ümumi olaraq güvəndiyini deyib. Bu göstəricilər yeni medianın təqdim etdiyi xəbərlərin etibarlılığı ilə bağlı narahatlıqların geniş yayıldığını və rəqəmsal mühitdə yanlış informasiya, fakt yoxlanması və mənbələrin düzgünlüyü kimi problemlərin auditoriya üçün aktual olduğunu nümayiş etdirir (bax: Qrafik 3).



Qrafik 3. Respondentlərin rəqəmsal platformalarda jurnalistlərin paylaşdığı kontentə etimad səviyyəsi.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, yeni texnologiyalar jurnalistlərə ümidverici həllər tapmaq və araşdırmaq imkanlarını xeyli genişləndirir. Süni intellekt alətləri böyük həcmli məlumatları analiz edərək uğurlu təşəbbüsləri və ya innovativ proqramları müəyyənləşdirə bilir. Data vizuallaşdırma jurnalistlərə bu tapıntıları daha aydın şəkildə təqdim etməyə, mürəkkəb məlumatları müxtəlif auditoriyalar üçün anlaşılan etməyə imkan verir. İnteraktiv platformalar oxucuları məlumatla daha dərinədən tanış olmağa, rəy bildirməyə və ictimai müzakirələrdə iştirak etməyə cəlb edir (Coddington, 2015). Bu imkanlar auditoriyanın daha məlumatlı və aktiv vətəndaş olmasına töhfə verir. Həmçinin texnologiyalar redaksiyalarda iş proseslərini optimallaşdırır və jurnalistlərin rutin məlumat toplamağa deyil, daha çox araşdırma yönümlü, həll əsaslı reportajlara diqqət ayırmasına şərait yaradır (Napoli, 2019).

Nəticə

Problemlərə fokuslanmış xəbər istehsalından həll yönümlü jurnalistikaya keçid təkcə redaksiya strategiyasının dəyişməsi deyil, həm də jurnalistikanın ictimai funksiyasına yenidən baxılması anlamına gəlir. Müasir informasiya mühiti tez-tez neqativ xəbər bolluğu, dezinformasiya və sensasionalizmlə xarakterizə olunduğu üçün auditoriya daha konstruktiv, balanslı və həqiqətə söykənən məzmun tələb edir. Bu dəyişən ictimai gözləntinin fonunda həll yönümlü jurnalistika həm etik bir öhdəlik, həm də praktik zərurət kimi ortaya çıxır: jurnalistlər yalnız mövcud problemləri qeyd etməklə kifayətlənməməli, həm də həmin problemlərin aradan qaldırılmasına dair sübutlara əsaslanan nümunələr təqdim etməlidirlər.

Məqələdə təqdim olunan sorğu nəticələri də bu transformasiyanın qaçılmazlığını təsdiqləyir. Respondentlərin daha ciddi fakt-yoxlama mexanizmlərinə, jurnalistlərin peşəkar inkişafına və keyfiyyətli məzmun istehsalına olan ehtiyacı xüsusi vurğulamaları ictimaiyyətin mediadan gözləntilərinin yüksəldiyini göstərir. Auditoriya yalnız məlumatlanmaq deyil, həm də düzgün istiqamətləndirilmək, etibarlı və faydalı informasiya əldə etmək istəyir. Bu isə jurnalistlərdən hər zamankından daha çox məsuliyyət tələb edir. Belə bir şəraitdə həll yönümlü jurnalistika ictimai etimadı bərpa və möhkəmləndirmə vasitəsinə çevrilir.

Yeni texnologiyalar bu dəyişimin həyata keçirilməsində həlledici rol oynayır. Süni intellekt, avtomatlaşdırılmış analiz sistemləri, data vizuallaşdırma alətləri və interaktiv media platformaları jurnalistlərə həm faktların dəqiqləşdirilməsi, həm də hekayələrin daha cəlbedici və anlaşılan formada təqdim edilməsi üçün geniş imkanlar yaradır. Bu alətlər tədqiqat prosesini sürətləndirir, məlumatların doğruluğunu artırır və auditoriya ilə əlaqəni gücləndirir. Rəqəmsal platformaların artan funksionallığı isə jurnalistikanın təkcə məlumatlandırıcı deyil, həm də cəmiyyətin inkişafına yönəlik dəyişim gücünü genişləndirir.

Nəticədə, jurnalistika ictimai problemlərin yalnız təsviri ilə kifayətlənməyib, onların həlli istiqamətində real nümunələr təqdim edən mötəbər sosial institut kimi çıxış edir.

Bu məqalə göstərir ki, həll yönümlü jurnalistikanın potensialını tam reallaşdırmaq üçün texnologiyanın gündəlik redaksiya praktikalarına sistemli şəkildə inteqrasiyası vacibdir. Media təşkilatları yalnız texnoloji vasitələrin alınmasına deyil, həm də jurnalistlərin bu alətlərdən effektiv şəkildə istifadə etməsi üçün davamlı təlim proqramlarına investisiya etməlidirlər. İnnovativ yanaşmaların dəstəkləndiyi hibrid məzmun istehsalı modeli həm media qurumlarının rəqabət qabiliyyətini artırır, həm də ictimai etimadı gücləndirir.

Gələcək tədqiqatlar həll yönümlü jurnalistikanın uzunmüddətli təsirlərini, xüsusilə də, ictimai etimada, vətəndaş fəallığına, demokratik iştirak formalarına və media savadlılığına göstərdiyi təsirləri araşdırmaqla bu sahəyə daha geniş nəzəri və praktiki töhfə verə bilər. Belə araşdırmalar jurnalistikanın cəmiyyət üçün problem həlledici katalizator funksiyasını daha aydın şəkildə müəyyənələyəcək və onun rəqəmsal dövrdə sosial dəyişiklik yaratmaq potensialını təsdiqləyəcəkdir.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

1. Ahmad, I., Alqurashi, F., Abozinadah, E. A., & Mehmood, R. (2022). Deep journalism and DeepJournal V1.0: A data-driven deep learning approach to discover parameters for transportation. *Sustainability*, 14(9), 5711. <https://doi.org/10.3390/su14095711>
2. Bakaievyeh, Y. (2024). Solutions journalism: Features of material creation and promotion. *Integrated Communications*. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1719>
3. Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707–731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>
4. Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331–348. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976400>
5. Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
6. Gifford, D. (2017). The rise of solutions journalism. *Columbia Journalism Review*. <https://www.cjr.org>
7. Harper, C. (2013). Solutions journalism: Innovating the news to make it better. *Journalism Practice*, 7(3), 349–362.

8. Hermida, A. (2014). Tweets and truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. *Journalism Practice*, 8(5), 512–528.
9. Heravi, B. R., & McGinnis, J. (2015). Introducing social semantic journalism. *The Journal of Media Innovations*, 2(1), 131–140. <https://doi.org/10.5617/jmi.v2i1.868>
10. Levine, D. (2014). Reporting what works: The effect of solutions journalism on audience engagement. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(2), 240–256.
11. Lischka, J. (2020). Transparency and trust in solutions journalism: Digital tools and their impact. *Journalism Studies*, 21(7), 909–925.
12. Lough, K., & McIntyre, K. (2021). Transitioning to solutions journalism: One newsroom's shift to solutions-focused reporting.
13. McIntyre, K. (2015). *Journalism and moral responsibility: Toward an ethics of care*. Routledge.
14. Napoli, P. (2019). Media technologies and transformations in news production. *Journalism Studies*, 20(2), 215–232.
15. Patterson, T. (2013). *Informing the news: The need for knowledge-based journalism*. Vintage.
16. Posetti, J. (2018). Journalism, 'fake news' & disinformation: Handbook for journalism education and training. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>
17. Posetti, J. (2018). Time to step away from the 'bright, shiny things'? Towards a sustainable model of journalism innovation in an era of perpetual change.
18. Robinson, S. (2007). "Someone's gotta be in control here". <https://doi.org/10.1080/17512780701504856> Segel, E., & Heer, J. (2010). Narrative visualization: Telling stories with data. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 16(6), 1139–1148. <https://doi.org/10.1109/TVCG.2010.179>
19. Soroka, S. (2012). The gatekeeping function: The limits of newsworthiness. *Journal of Communication*, 62(2), 258–278. <https://doi.org/10.1017/S002238161100171X>
20. Stevenson, R. (2016). Journalism with a purpose: The rise of solutions journalism. *Media & Society*, 18(1), 40–57.
21. 21.Solutions Journalism Network. (2018). What is solutions journalism? <https://solutionsjournalism.org>
22. Uhry, R., & Caetano, K. (2021). Possibilities to reinvent digital journalism to face the challenges of the new technological times. *Communication and Linguistics Studies*. <https://doi.org/10.11648/j.cls.20210703.12>

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 İNFORMASİYA

Vüqar ƏLİYEV

DÜNYA MEDİASINDA QƏRƏZLİ İNFORMASİYA SİYASƏTİ:
SƏBƏBLƏR VƏ TƏSİRLƏR30

Aynur NƏSİROVA

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

Əli HACIYEV

SOSİAL MEDİA ALTERNATİV XƏBƏR MƏNBƏYİ KİMİ48

KÜTLƏVİ KOMMUNİKASİYA LANDŞAFTI: YENİ TENDENSİYALAR

Nargiza YUSUPOVA

MƏTNİN KREOLİZASİYASI “Z” NƏSLİ ÜÇÜN YENİ VİZUAL
KOMMUNİKASİYA 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 İNKİSAFINDA 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