

<https://doi.org/10.62837/2025.2.232>

VƏFA ZAHİD QIZI İSGƏNDƏROVA
Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
E-mail: Vafa1.aslan@gmail.com

DÖVLƏT QURUMLARININ RƏQƏMSAL PLATFORMALARINDA DATA JURNALİSTİKA İSTİFADƏSİ: ŞƏFFAFLIQ VƏ İCTİMAİ ETİMAD PERSPEKTİVİ

Annotasiya

Bu tədqiqatda, Azərbaycanda dövlət qurumlarının data jurnalistikası vasitəsilə ictimaiyyətlə əlaqələr strategiyalarını necə inkişaf etdirdiyi araşdırılmışdır. Tədqiqat çərçivəsində, 2024-cü il ərzində 27 mərkəzi qurumun sosial media fəaliyyətləri təhlil edilmişdir. Nəticələr göstərmişdir ki, bəzi qurumlar data paylaşımı sahəsində fəal olmuş, lakin qarşılıqlı əlaqə yaratmaqda və ictimaiyyətlə daha şəffaf ünsiyyət qurmaqda geridə qalmışdır. Aparılmış araşdırma, daha interaktiv və strateji yanaşmaların tətbiqi ilə dövlət qurumlarının ictimaiyyətlə əlaqələr sahəsində əhəmiyyətli potensiala malik olduğunu ortaya qoymuşdur.

Açar sözlər: Data jurnalistikası, mərkəzi idarəetmə orqanları, sosial media, PR, ictimaiyyətlə əlaqələr

Şübhəsiz ki, ictimaiyyətlə əlaqələr tarixi inkişafı boyunca hakimiyyət və cəmiyyət arasında kommunikasiya kanallarının qurulması və tənzimlənməsi baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb etmişdir. Qutenberqin çap maşınının ixtirası (1440) informasiyanın geniş auditoriyalara çatdırılmasını asanlaşdırmış, XIX və XX əsrlərdə kapitalizmin və kütləvi informasiya vasitələrinin inkişafı ilə ictimaiyyətlə əlaqələr peşəkar fəaliyyət sahəsinə çevrilmişdir (1, s. 122; 13, s. 73).

Müasir dövrdə, PR yalnız tanıtım funksiyası ilə məhdudlaşmır, o, eyni zamanda təşkilatların, dövlət qurumlarının və cəmiyyətin qarşılıqlı ünsiyyətini təşkil edərək ictimai rəyin idarəetmə proseslərinə inteqrasiyasına dəstək olur (9, s. 137; 10, s. 220). Xüsusilə dövlət qurumları üçün ictimaiyyətlə əlaqələr vətəndaş ehtiyaclarının müəyyən edilməsi və qəbul edilən qərarların cəmiyyətə çatdırılması funksiyalarını yerinə yetirir (2, s. 29; 6, s. 137). Bu yanaşma idarəetmədə şəffaflıq və hesabatlılığı gücləndirməklə yanaşı, institusional legitimliyin qorunmasına və ictimai etimadın artırılmasına töhfə verir (5, s. 53; 15, s. 62). Beləliklə, ictimaiyyətlə əlaqələr müasir idarəetmənin ayrılmaz hissəsi kimi demokratik prinsiplərin təşviqində və sosial məsuliyyətin gücləndirilməsində strateji əhəmiyyətə malikdir (7, s. 8-9).

Informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) sürətli inkişafı dövlət idarəçiliyində şəffaflıq, hesabatlılıq və iştirakçılıq kimi demokratik dəyərlərin əhəmiyyətini artırmış və dövlət-vətəndaş münasibətlərini interaktiv bir modelə

çevirmişdir (11). Xüsusilə rəqəmsal platformalar və sosial media kanalları vasitəsilə ictimaiyyətlə əlaqələr daha operativ və effektiv hala gəlmiş, vətəndaşların dövlət idarəetmə prosesində iştirakı genişlənmişdir (4, s. 49; 8, s. 87). Sosial media platformaları ictimai müzakirələri təşviq edərək, vətəndaşların rəy bildirmə və dövlət siyasətlərinə təsir imkanlarını artırmışdır (14, s. 4; 12). Bundan əlavə, dövlət resurslarının istifadəsində şəffaflığın təmin edilməsi və ictimaiyyətin məlumatlandırılması üçün rəqəmsal texnologiyalar mühüm rol oynayır. Elektron hökumət sistemləri, açıq məlumat bazaları və interaktiv hesabat mexanizmləri vasitəsilə vətəndaşlar dövlət xidmətlərinin effektivliyini qiymətləndirə və idarəetmə proseslərinə daha aktiv şəkildə qoşula bilirlər (16, s. 102).

Bu çərçivədə data jurnalistikası ictimai rəyin formalaşmasında və dövlət idarəçiliyində şəffaflığın təmin edilməsində mühüm vasitəyə çevrilmişdir. Açıq məlumat platformalarının tətbiqi dövlət siyasətlərinin nəticələrinin, ictimai xidmətlərin keyfiyyətinin və dövlət resurslarının idarə olunmasının ictimaiyyətə aydın və sistemli şəkildə çatdırılmasına imkan yaratmışdır (17, s. 60). Data əsaslı hesabatlar və vizual analitikalar vasitəsilə ictimaiyyət informasiyanı daha əlçatan və anlaşılan formada əldə edə bilir, bu isə vətəndaşların dövlət proseslərində daha aktiv iştirakını təşviq edir. Bu baxımdan, rəqəmsal texnologiyalar və data jurnalistikası vasitəsilə dövlət-cəmiyyət münasibətlərində şəffaflıq, hesabatlılıq və etimad səviyyəsi artmış, ictimai idarəetmənin legitimliyi daha da güclənmişdir (3, s. 41). Nəticə etibarilə, müasir idarəetmə modelində ictimaiyyətlə əlaqələr, rəqəmsal kommunikasiya texnologiyaları və data jurnalistikası bir-biri ilə əlaqəli və qarşılıqlı təsir edən əsas komponentlər olaraq, demokratik idarəetmə prinsiplərinin gücləndirilməsinə xidmət edir.

Bu tədqiqat 2024-cü ilin yanvarından dekabrına qədər Azərbaycanda 27 mərkəzi idarəetmə orqanının Facebook, Instagram və X platformalarındakı data jurnalistikası ilə bağlı paylaşımalarını təhlil etməyi hədəfləmişdir. Məlumatlar sistemli şəkildə toplanıb, müxtəlif məzmun növləri (statistika, infoqrafikalar, interaktiv materiallar və s.) və yalnız linkli paylaşımalar üzrə təsnif edilmişdir. Həmçinin, paylaşımara gələn şərhlər və onların cavablandırılma səviyyəsi ilə bağlı araşdırmalar aparılmışdır.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən mərkəzi idarəetmə orqanlarının Facebook paylaşımalarının data jurnalistikası kontekstində təhlili.

Azərbaycan Respublikasının dövlət qurumlarının Facebook üzərindən data jurnalistikası fəaliyyəti müxtəlif səviyyələrdə təzahür etmişdir. Ən çox paylaşım edən qurumlar sırasında Maliyyə Nazirliyi (90), Dövlət Statistika Komitəsi (63), Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi (53) və Energetika Nazirliyi (44) yer almışdır. Bununla yanaşı, bəzi qurumlar, xüsusilə Səhiyyə Nazirliyi, heç bir data paylaşımı etməmiş və bu, onların sosial mediada passiv fəaliyyətini göstərmişdir. Paylaşım formatlarına baxdıqda, Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi və Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi

Nazirliyi açıqlamalı məzmunlarla məlumatları daha kontekstli təqdim etmiş, Ekologiya Nazirliyi isə qarışıq formatlardan istifadə etmişdir. Maliyyə Nazirliyi həm də 17 link paylaşımı ilə seçilmişdir.

Auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqə baxımından Elm və Təhsil Nazirliyi (43) və Daxili İşlər Nazirliyi (12) ən çox şərh alan qurumlar olsa da, bu şərhlərə cavab verilmədiyi müşahidə olunmuşdur. Ümumilikdə, dövlət qurumlarının şərhlərə cavab vermə səviyyəsi aşağı olmuş, yalnız Maliyyə Nazirliyi bir şərhə reaksiya göstərmişdir. Eyni zamanda, Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi (19), Rəqəmsal İnkişaf və Nəqliyyat Nazirliyi (11) və Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi (9) ən çox filtrlənən (silinən və ya gizlədilən) şərhlərə malik olmuşdur ki, bu da onların sosial media moderasiyasında daha sərt siyasət tətbiq etdiyini göstərmişdir.

Ümumilikdə, dövlət qurumlarının Facebook üzərindən data jurnalistikası fəaliyyətində fəallıq səviyyəsinin fərqli olduğu müşahidə edilmişdir. Statistika Komitəsi, Maliyyə və Kənd Təsərrüfatı Nazirlikləri məlumat paylaşımında daha ardıcıl və strukturlaşdırılmış yanaşmalar nümayiş etdirmişdir. Bununla belə, qurumların auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqəsinin zəif olması, şərhlərə cavab verilməməsi və ictimai müzakirələrin məhdudlaşdırılması şəffaf kommunikasiya sahəsində müəyyən çatışmazlıqların olduğunu ortaya qoymuşdur.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən mərkəzi idarəetmə orqanlarının Instagram paylaşımalarının data jurnalistikası kontekstində təhlili.

Azərbaycan Respublikasının dövlət qurumlarının Instagram üzərindən data jurnalistikası fəaliyyəti və auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqəsi analiz edildikdə, ən aktiv qurumun 72 paylaşım ilə AR Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi olduğu müşahidə edilmişdir. Onu 49 paylaşım ilə AR Energetika Nazirliyi və 45 paylaşım ilə AR Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi izləmişdir. Əksər qurumlar məlumatlarını açıqlamalı formatda təqdim etsə də, AR Səhiyyə Nazirliyi heç bir paylaşım etməyərək ən passiv qurum kimi qiymətləndirilmişdir.

Şərhlər və auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqəyə baxıldıqda, AR Elm və Təhsil Nazirliyi 364 şərh ilə ən yüksək maraq görən qurum olmuş, lakin bu şərhlərə heç bir cavab verilməmişdir. AR Daxili İşlər Nazirliyi az sayda paylaşımına baxmayaraq, 108 şərh almış və yalnız 1-nə cavab vermişdir. AR Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi isə 82 şərh almış, onlardan yalnız 2-nə cavab vermiş və 13 şərh filtrləmişdir. Ümumiyyətlə, qurumların əksəriyyəti izləyicilərin rəy və suallarına cavab verməkdə yetərsiz qalmışdır.

Filtrləmə və sosial media moderasiyası bəzi qurumlar tərəfindən daha çox tətbiq edilmişdir. AR Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi 13, AR Dövlət Gömrük Komitəsi isə 7 şərh filtrləmişdir. Bununla belə, az şərh alan və ya ümumiyyətlə şərh almayan qurumlar bu prosesə ehtiyac duymamışdır.

Ümumilikdə, bəzi dövlət qurumları data əsaslı paylaşımalar etməklə fəal görünməsinə baxmayaraq, auditoriya ilə effektiv ünsiyyət qurmaqda çətinlik

çəkmişdir. Əksər qurumlar şərhlərə cavab vermədiyi üçün ictimaiyyətlə münasibətlərin gücləndirilməsinə ehtiyac duyulduğu açıq şəkildə görünmüşdür.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən mərkəzi idarəetmə orqanlarının X (Twitter) paylaşımalarının data jurnalistikası kontekstində təhlili.

Azərbaycan Respublikasının dövlət qurumlarının X (Twitter) üzərindən data jurnalistikası fəaliyyəti əsasən məlumat paylaşımına yönəlmiş, lakin auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqə zəif olmuşdur. Ən aktiv qurumlar arasında AR Maliyyə Nazirliyi (87 paylaşım), AR Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi (67 paylaşım), AR Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi (59 paylaşım) və AR Energetika Nazirliyi (56 paylaşım) yer almışdır. Bununla yanaşı, AR Müdafiə Nazirliyi və AR Gənclər və İdman Nazirliyi kimi bəzi qurumlar ümumiyyətlə paylaşım etməmişdir.

Paylaşım formatlarına baxıldıqda, əksər qurumlar məlumatları açıqlamalı formada təqdim etmişdir. Yalnız link paylaşımı əsasən AR Maliyyə Nazirliyi tərəfindən istifadə edilmiş, açıqlamasız məlumat paylaşımı isə yalnız AR Fövqəladə Hallar Nazirliyi tərəfindən aparılmışdır. Bununla belə, cədvəldəki bütün qurumlar üzrə şərh, filtr və cavablandırma göstəricilərinin 0 olması sosial medianın iki istiqamətli ünsiyyət vasitəsi kimi deyil, sadəcə informasiya yayım kanalı kimi istifadə edildiyini göstərmişdir.

Bundan əlavə, 9 dövlət qurumu, o cümlədən Xarici İşlər Nazirliyi, Ədliyyə Nazirliyi və Mədəniyyət Nazirliyi X platformasında heç bir data jurnalistikası paylaşımı etməmişdir. Ümumilikdə, dövlət qurumlarının X üzərindəki fəaliyyəti informasiya paylaşımı ilə məhdudlaşmış, vətəndaşlarla qarşılıqlı əlaqə və ictimai müzakirələrə qatılmaq baxımından zəif qalmışdır.

Azərbaycan Respublikasının mərkəzi idarəetmə orqanları sosial media platformalarında müxtəlif data jurnalistikası nümunələri ilə dövlət fəaliyyətinin şəffaflığını artırmışdır. Dövlət qurumları, vətəndaşlara məlumatı daha əlçatan etmək məqsədilə müxtəlif sahələrdə statistik məlumatlar və analizlər paylaşmışdır. Məsələn, Dövlət Miqrasiya Xidməti vətəndaşlıq prosedurları və iş icazələri, Dövlət Statistika Komitəsi demografik və iqtisadi məlumatlar, Maliyyə Nazirliyi isə dövlət büdcəsi və iqtisadi proqnozlar barədə məlumat vermişdir. Həmçinin, Gənclər və İdman Nazirliyi beynəlxalq tədbirlərdə gənclərin iştirakı, Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi kənd təsərrüfatının inkişafı ilə bağlı məlumatları, Müdafiə Nazirliyi isə milli təhlükəsizliklə əlaqədar məlumatları ictimaiyyətlə bölüşmüşdür. Digər nazirliklər, o cümlədən Elm və Təhsil, Ekologiya, və Əmək və Sosial Müdafiə Nazirlikləri də müxtəlif sahələrdəki irəliləyişləri, layihələri və statistikaları açıqlamışdır. Dövlət qurumları, sosial media üzərindən məlumatların şəffaflığını təmin edərək, vətəndaşların məlumatlılığını artırmış və açıq məlumatlar vasitəsilə ictimaiyyətlə əlaqələrini gücləndirməyə çalışmışdır.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən mərkəzi idarəetmə orqanları, sosial media platformalarında məlumatların daha effektiv şəkildə çatdırılmasına böyük diqqət

yetirmişdir. Dövlət qurumları, məlumatları daha asan anlaşılan və cazibədar etmək üçün müxtəlif vizualizasiya texnikalarından istifadə etmişdir. Məsələn, Dövlət Statistika Komitəsi iqtisadi və demoqrafik göstəriciləri mavi rənglə təqdim etmiş, ekoloji məlumatları isə yaşıl rənglə vurğulamışdır. Bu vizualizasiya yanaşması, məlumatların müəyyən sahələrə aid olduğunu asanlıqla fərqləndirməyə imkan vermişdir. Həmçinin, təhsil və səhiyyə sahələrində uyğun simvollar istifadə edilmiş, kənd təsərrüfatı ilə bağlı isə məhsul ikonları təqdim edilmişdir.

Məlumatların daha effektiv təqdim olunması üçün müxtəlif qrafik növlərindən geniş istifadə olunmuşdur. Sütun qrafikləri zaman seriyaları üzrə məlumatları müqayisə etmək üçün, pasta qrafikləri isə kateqoriyalar üzrə nisbətləri göstərmək üçün istifadə edilmişdir. Xətt qrafikləri isə uzunmüddətli trendləri nümayiş etdirmək məqsədilə hazırlanmışdır. Bu qrafiklər və infoqrafiklər, məlumatların aydın və asan başa düşülən şəkildə təqdim edilməsini təmin etmişdir. Həmçinin, sosial media üçün optimallaşdırılmış vizuallar mobil cihazlara uyğun formatlarda hazırlanmış və sürətli yükləmə müddətləri təmin edilmişdir.

Bundan əlavə, məlumatların daha diqqətçəkici olması üçün interaktiv infoqrafiklər və hərəkətli vizuallar geniş şəkildə istifadə edilmişdir. Bu yanaşma, istifadəçilərin məlumatlarla daha yaxından əlaqə qurmasına və onları daha dərinlən araşdırmasına imkan yaratmışdır. Sosial media paylaşımalarında məlumatların etibarlılığı isə mənbə və loqotiplərlə təmin edilmiş, kritik məlumatlar isə xüsusi şəkildə vurğulanmışdır. Bu strategiyalar, dövlət orqanlarının məlumatlarını daha şəffaf və istifadəyə yararlı hala gətirmişdir.

Ədəbiyyat siyahısı:

1. Bıçakçı, İ. (1998). *İletişim ve halkla ilişkiler: Eleştirel bir yaklaşım*. Ankara: Mediat Yayınları.
2. Boztepe, H. (2014). *Halkla ilişkiler ve ilişki yönetimi*. İstanbul: Derin Yayınları.
3. Cooley, T. (1999). Interactive communication – Public relations on the web. *Public Relations Quarterly*, 44(3), 41-42.
4. Dilaveroğlu, A. (2020). Yönetişim ilkeleri ve yerel yönetimler mevzuatına yansımalar. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37, 45-63.
5. Eken, M. (1994). Kamu yönetiminde gizlilik geleneği ve açıklık ihtiyacı. *Amme İdaresi Dergisi*, 27(2), 25-54.
6. Karaca, Y. & Özsalmanlı, A. Y. (2022). Kamu yönetiminde açık veri yönetimi ve şeffaflık: ABD ve İngiltere uygulamaları. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 121-140.
7. Kazancı, M. (1982). *Halkla ilişkiler: Kuramsal ve uygulamaya ilişkin sorunlar*. Ankara.

8. Maria, E. D., & Rizzo, L. S. (2005). E-democracy: The participation of citizens and new forms of the decision-making process. In E. Di Maria & S. Micelli (Eds.), *On line citizenship: Emerging technologies for European cities* (pp. 71-106). USA: Business Media.
9. Mert, Y. L. (2016). Kamu kurumlarının halkla ilişkiler bölümlerinde örgütlenme sorunları ve çözüm önerileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(4), 136-154.
10. Okay, A., & Okay, A. (2001). *Halkla ilişkiler: Kavram, strateji ve uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları.
11. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2005). *Evaluating public participation in policy making*. Retrieved July 25, 2020, from <http://www.eiportal-atsk.eu/attachments/article/29/OECD%202005%20evalu%20pp.pdf>
12. Roshan, M., Warren, M., & Carr, R. (2016). Understanding the use of social media by organisations for crisis communication. *Computers in Human Behavior*, 63, 350-361. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.016>
13. Sabuncuoğlu, Z. (2008). *İşletmelerde halkla ilişkiler*. İstanbul: Aktüel Yayınları.
14. Safko, L. (2010). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. New Jersey: John Wiley and Sons.
15. Ünal, K. (2010). Kamu kurum ve kuruluşlarında basın ve halkla ilişkiler müşavirliklerinin yeri, önemi ve görevleri. (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). İstanbul.
16. Wells, B., & Spinks, N. (1999). Communicating with the community. *Career Development International*, 4(2), 108-116.
17. Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Verčič, D., & Verhoeven, P. (2009). European communication monitor 2009. *Trends in communication management and public relations - Results of a survey in 34 countries*. Brussels: EACD, Euprera. Retrieved from <http://www.communicationmonitor.eu>

Vafa Zahid gizi Isgandarova
Doctor of Philosophy in Philology
E-mail: Vafa1.aslan@gmail.com

USE OF DATA JOURNALISM IN DIGITAL PLATFORMS OF GOVERNMENT ORGANIZATIONS: A PERSPECTIVE OF TRANSPARENCY AND PUBLIC TRUST

Abstract. This study examines how government agencies in Azerbaijan are developing their public relations strategies through data journalism. The study analyzed the social media activities of 27 central agencies in 2024. The results

showed that some agencies were active in data sharing, but lagged behind in building relationships and communicating more transparently with the public. The study revealed that government agencies have significant potential in public relations by adopting more interactive and strategic approaches.

Keywords: Data journalism, central government agencies, social media, PR, public relations

Вафа Захид кызы Искендерова
Доктор философии по филологии
Электронная почта: Vafa1.aslan@gmail.com

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖУРНАЛИСТИКИ ДАННЫХ НА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: ПЕРСПЕКТИВА ПРОЗРАЧНОСТИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ДОВЕРИЯ

Резюме. В данном исследовании рассматривается, как государственные учреждения в Азербайджане разрабатывают стратегии связей с общественностью посредством журналистики данных. В рамках исследования была проанализирована активность 27 центральных учреждений в социальных сетях за 2024 год. Результаты показали, что некоторые учреждения активно обмениваются данными, но отстают в построении отношений и более прозрачном общении с общественностью. Исследование показало, что государственные учреждения обладают значительным потенциалом в сфере связей с общественностью за счет применения более интерактивных и стратегических подходов.

Ключевые слова: журналистика данных, центральные государственные учреждения, социальные сети, PR, связи с общественностью.

Rəyçi: filologiya elmləri doktoru Vüqar Əliyev