

## Televizyonda Veri Gazeteciliği: Yeni Bilgi Sunum Yöntem ve Uygulamaları

### Data Journalism on Television: New Information Presentation Methods and Applications

Arzu İSAYEVA<sup>1</sup>

#### Özet

Makale, televizyon medyasındaki veri gazeteciliği uygulamalarının tarihsel gelişimi, önemli kavramlarını, verilerin toplanması, analiz edilmesi ve görselleştirilmesi sürecini ve günümüzdeki yeni bilgi sunum yöntemlerini incelemektedir. Geleneksel gazetecilikten veri gazeteciliğine geçiş, dijitalleşmenin hız kazanmasıyla daha görsel, etkileşimli ve veri odaklı bir habercilik anlayışının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Özellikle, televizyon kanallarında kullanılan interaktif grafikler, haritalar ve canlı veri akışları gibi görsel sunum yöntemlerinin izleyiciye daha anlaşılır ve etkili bilgi aktarımı sağladığı vurgulanmaktadır. Çalışmada, Azerbaycan'daki televizyon yayınlarında veri gazeteciliği uygulamalarına dair somut örnekler verilerek, yerel medya pratiğinde veri gazeteciliğinin gelişimi ve karşılaşılan zorluklar tartışılmaktadır. Çalışmada mevcut literatürde veri gazeteciliği ile ilgili bilgilere ulaşmak için tarama yöntemi kullanılmıştır. Tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilmiş AzTV, İTV, REAL TV, XƏZƏR TV, ARB 24 kanallarında yayınlanan programlar üzerine örnek vaka analizi yapılmıştır.

Bu bağlamda, makalede, veri gazeteciliğinin televizyon dünyasında ne denli önemli bir yer edindiği ve gelecekte bu alandaki gelişmelerin nasıl şekilleneceği incelenmektedir. Sonuç olarak, veri gazeteciliği, geleneksel haberciliğin ötesinde, medya tüketicisine daha hızlı ve daha etkili bilgi sunma imkanı tanımaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Veri Gazeteciliği, Televizyon, Azerbaycan

#### Abstract

The article examines the historical development of data journalism practices in television media, its key concepts, the process of data collection, analysis, and visualization, as well as new information presentation methods of information presentation in today's media. The transition from traditional journalism to data journalism has led to the emergence of a more visual, interactive, and data-driven approach to journalism with the acceleration of digitalization. Specifically, the article emphasizes how visual presentation methods such as interactive graphics, maps, and live data streams used on television channels provide viewers with more comprehensible and effective information delivery. The study discusses the development of data journalism in local media practice and the challenges encountered by providing concrete examples of data journalism practices in television broadcasts in Azerbaijan. A literature review method was used to obtain information related to data journalism in the existing literature. A case study analysis was conducted on programs broadcast on AzTV, İTV, REAL TV, XƏZƏR TV, and ARB 24 channels, which were selected through random sampling.

In this context, the article explores the significant role data journalism plays in the television world and how future developments in this field will shape. As a result, data journalism offers the opportunity to provide faster and more effective information to media consumers, beyond traditional journalism.

**Keywords:** Data Journalism, Television, Azerbaijan

1. Dr . Öğretim Üyesi. Bakü Devlet Üniversitesi,  
Azerbaycan

E-Mail: [arzu.ahmadova@mail.ru](mailto:arzu.ahmadova@mail.ru)

<https://orcid.org/0000-0002-6032-3659>

<https://doi.org/10.58724/assam.1634084>

#### Article Type

Research Article

#### Application Date

05.02.2025

#### Admission Date

28.02.2025

## 1. GİRİŞ

Gazetecilik, tarihsel süreç içerisinde sürekli bir dönüşüm geçirmiştir. Geleneksel gazetecilik, yazılı metinler ve görsel içeriklerle sınırlı iken, dijitalleşmenin hız kazanmasıyla medya dünyasında önemli dönüşümler ve bölünmeler yaşanmıştır. Dijitalleşme, gazeteciliği daha dinamik ve etkileşimli hale getirmiştir. Dijital çağın etkisiyle medyada grafikler, haritalar, animasyonlar ve etkileşimli görseller gibi araçlar kullanılarak veri odaklı ve görsel bir dil geliştirilmiştir. Bu dönüşüm, yalnızca haberlerin sunuluş biçimini değil, izleyicinin bu içeriklerle etkileşime girme biçimini de değiştirmiştir (Dumanlı, 2018). Teknolojinin gazetecilikle birleşmesiyle, bilgisayar destekli habercilik, grafik tasarımın gazetecilikle entegrasyonu ve dijital fotoğraf gazeteciliği gibi yenilikçi alanlar ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler, medyanın daha etkileşimli ve görsel bir hale gelmesini sağlayarak, geleneksel haberciliğin sınırlarını genişletmiştir (Powers, 2012).

Günümüzde gazeteciliğin farklı türleri arasında veri gazeteciliği, en dikkat çeken ve hızla gelişen alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Veri gazeteciliği, verilerin toplanması, analiz edilmesi ve görselleştirilmesi yoluyla haberlerin sunulmasını içermektedir. İnternetin etkisiyle büyüyen bu alan, dijital platformların yanı sıra televizyonlarda da önemli bir yer edinmiştir. Geleneksel gazetecilikten farklı olarak, veri gazeteciliği yalnızca haber metinlerinin sunulmasından öte, veri analizi ve görselleştirme süreçlerini de içermektedir. Bu yöntem, özellikle televizyon gibi görsel medya araçlarında karmaşık bilgilerin daha açık ve anlaşılır bir şekilde iletilmesini sağlamaktadır. Televizyon, veri gazeteciliği için güçlü bir platform sunmakla, görsel medyanın gücüyle verileri hızlı ve etkili bir biçimde sunma imkanı da tanımaktadır. Veri odaklı içerikler ve interaktif grafikler, izleyicilere zengin bir deneyim sunarak onları haber ve bilgiyle etkileşime geçirmektedir.

Dijitalleşme, veri gazeteciliği için en önemli itici güçlerden biridir. Dijital araçlar ve sosyal medya platformları veri gazeteciliği uygulamalarını zenginleştirerek, bu tür gazeteciliğin daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamaktadır (Appelgren, 2017: 2). Veri gazeteciliği, çeşitli alanlarda kullanılabilen bir yöntemdir. Sosyal, ekonomik ve siyasi olayları izlemek ve anlatmak için sıklıkla başvurulan bu yöntem, gazetecilik pratiğinde önemli bir yer edinmiştir. Özellikle ekonomik krizler, seçim sonuçları, sosyal hareketler ve doğal afetler gibi toplumsal olaylar veri gazeteciliği ile daha etkin bir şekilde raporlanmaktadır. Ayrıca, veri gazeteciliği, bireylerin medya içerikleriyle etkileşimini artırırken, aynı zamanda daha şeffaf ve katılımcı bir haber üretim süreci ortaya koymaktadır.

Literatürde veri gazeteciliği üzerine yapılan çalışmalar, bu alandaki gelişmeleri incelemekte ve bu yöntemin medya dünyasındaki yerini tartışmaktadır. 2014 yılında Reuters Enstitüsü'nden Martha L. Stone, medya sektörü için büyük verinin kapsamını derinlemesine inceleyen bir araştırma yapmıştır (İsgandarova, 2025). Dhavan Shah, Joseph Cappella ve W. Russell Neuman ise büyük veri ile dijital medya ve bilgisayar tabanlı sosyal bilimlerin etkileşimini, sundukları fırsatları ve potansiyel riskleri tartışmışlardır. Öte yandan, J. P. Verma, S. Agrawal ve B. Patel gibi akademisyenler, büyük verilerin analizi, farklı medya alanlarındaki kullanımları ve bu süreçte yaşanan zorluklar üzerinde yoğunlaşmışlardır. Ayrıca, M.H. Tsoud tarafından "Taylor & Francis" platformunda yayımlanan bir çalışmada, sosyal medya için büyük veri analizlerinin nasıl yapıldığını ve bu verilerin görselleştirilmesinin nasıl gerçekleştirileceği gazetecilik ekseninde ele alınmıştır (İsgandarova, 2025).

Veri gazeteciliği, görsel hikaye anlatımı, etkileşimli grafikler, sosyal medya verileri ve veri analizi gibi konular etrafında şekillenen bir alandır. Bununla birlikte, bu alandaki tartışmalar, verilerin manipülasyonu ve etik sorunlar gibi zorluklara da dikkat çekmektedir. Bu tür çalışmalar, veri gazeteciliği uygulamalarının etkinliğini, izleyici üzerindeki etkilerini ve gelecekteki gelişim yönlerini ele almaktadır. Çalışmada, Azerbaycan'daki televizyon yayıncılığında veri gazeteciliği uygulamalarına dair örnekler üzerinden, bu tür gazeteciliğin yerel medya pratiğindeki yansımaları değerlendirilmiştir. Örnek olarak İTV kanalında yayımlanan "Xəbərimiz var" ve "İTV Xəbərlər" (itv.az, 2025), AzTV kanalında yayımlanan "Həftə", "Hədəf" ve "İqtisadi Yekun" (aztv.az, 2025), Real TV (realtv.az, 2025) ve ARB24 (arb24.az, 2025) televizyon kanallarındaki "Xəbərlər", Xəzər TV kanalında yayımlanan "Birinci Studiya" (xezertv.az, 2025) programları incelenmeye tabii tutulmuştur. Çalışma, veri gazeteciliğinin günümüzde nasıl bir rol oynadığını ve gelecekte nasıl şekilleneceğini anlamamıza katkı sağlayacaktır.

## 2. VERİ GAZETECİLİĞİ: TEMEL KAVRAMLAR VE BİLGİ SUNUM YÖNTEMLERİ

Veri, ölçüm, gözlem veya sayım gibi yöntemlerle elde edilen, kendi başına anlam ifade etmeyen ham bilgi parçacıklarıdır (Bosij vd., 2003). Ancak, bu veriler doğru analiz ve işleme yöntemleriyle anlamlı bilgiye dönüştürülmekte ve belirli bir bağlamda kullanılarak karar verme süreçlerini yönlendirmektedir. Dijitalleşmenin hızla ilerlemesiyle veri, günümüzde modern toplumların tüm alanlarında vazgeçilmez bir rol oynamakta ve bu rol giderek daha belirgin hale gelmektedir. Ham veriler, genellikle bilgi yığınları olarak kalırken, doğru analiz ve görselleştirme teknikleri aracılığıyla anlamlı hale getirilmekte, böylece verinin bağlama ilişkin açıklayıcı gücü artmaktadır. Bu noktada, veri gazeteciliği devreye girer. Veri gazeteciliği, verilerin toplanması, analiz edilmesi, yorumlanması ve görselleştirilmesi süreçlerini içeren bir habercilik disiplini ve bu yöntemle büyük veri setleri, izleyicilere anlamlı bir şekilde sunulmaktadır (Howard, 2014: 4). Verinin görselleştirilmesi, karmaşık bilgilerin daha anlaşılır ve erişilebilir hale gelmesine olanak tanımaktadır. Grafikler, haritalar, animasyonlar ve etkileşimli araçlar gibi görsel unsurlar, izleyicilerin veriye dayalı haberleri daha net bir şekilde anlamalarına olanak sağlamaktadır. Bu, geleneksel gazetecilik anlayışının ötesine geçerek, veriyi sayısal bir dil aracılığıyla sunmayı ve izleyiciyi veriye dayalı bilgiye daha derinlemesine katılmaya teşvik etmeyi amaçlayan bir yöntem geliştirmektedir.

Veri Gazeteciliği El Kitabı'nın editörlerinden Liliana Bougnegru'nun fikrinde, dijital teknolojilerin ve internetin, bilgilerin paylaşılma biçimini köklü bir şekilde değiştirdiğini belirtmektedir. Bougnegru'ya göre, veri gazeteciliği, özellikle veri odaklı platformlar ve araçlar etrafında şekillenen bir uygulama ekosisteminin parçasıdır. Web'in bağlantı yapısının doğasında yer alan kaynak alıntılar ve paylaşımları, veri gazeteciliğinin gazeteciliğe katkı sağlayan önemli unsurlarından biridir. Bu yaklaşım, WikiLeaks'in kurucusu Julian Assange tarafından "bilimsel gazetecilik" olarak tanımlanmaktadır (Gray vd., 2012: 22).

Veri gazeteciliği veya veri temelli gazetecilik, genellikle "büyük veri" olarak adlandırılan geniş kapsamlı veri setlerine dayalı bir habercilik türü olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, veri gazetecisi, bu tür veri setlerine dayanarak haber içerikleri üreten kişidir. Parasie ve Dagiral (2012), Chicago'daki veriye dayalı gazeteciliğin gelişimini ele alırken, bu alandaki gazetecileri "bilgisayar destekli muhabirler" ve "programcı-gazeteciler" şeklinde iki grupta incelemiştir (Uskali ve Kuutti, 2015: 78). Veri gazeteciliği, sekiz aşamadan oluşan bir haber üretim süreciyle ilerler; ilk olarak veri setlerinin elde edilmesi, temizlenmesi, görselleştirilmesi ve analiz edilmesi gerekmektedir. Ardından, bu veriler üzerinden hikaye oluşturulup, bilgi görselleştirme ile halkın anlayabileceği şekilde sunulurken, uygulama tasarımıyla okuyuculara verilerin daha derinlemesine incelenme fırsatı sağlanmaktadır. Yayımlanan haberin halk, uzmanlar veya diğer gazeteciler tarafından nasıl karşılandığını izlemek ve bu geri bildirimlere dayanarak gelecekteki veri gazeteciliği projelerinde iyileştirmeler yapmak ise son aşama olarak değerlendirilmektedir. (Aslan vd., 2016: 61-62).

Veri gazeteciliği kavramı, dijitalleşme ve teknoloji ile paralel bir gelişim göstermiştir. Ancak kökenleri çok daha eskiye dayanmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, özellikle araştırmacı gazetecilik alanında, gazeteciler büyük veri setlerini analiz ederek toplumların ekonomik, sosyal ve politik yapılarındaki gizli kalmış bilgileri ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. O dönemde, gazeteciler ham verileri anlamlandırmak ve topluma önemli bilgiler sunmak için sadece yazılı metinler ve sayısal veriler kullanmışlardır. Dijitalleşmenin başlangıcıyla, 1980'lerden sonra teknoloji daha ulaşılabilir hale gelmiş ve gazetecilikte de büyük bir dönüşüm başlamıştır. İnternete dayalı veri toplama araçları ve bilgisayar yazılımlarının gelişmesiyle, gazetecilik veriye dayalı bir hale gelmiştir. 1990'ların sonunda, verilerin dijital ortamda daha kolay toplanabilir hale gelmesi, gazetecilerin daha geniş veri setleriyle çalışma fırsatı bulmalarına olanak sağlamıştır.

2000'li yıllara gelindiğinde, veri gazeteciliği daha da yaygınlaşmış ve önemli bir haber kaynağı haline gelmiştir. Veri gazeteciliği, internetin ve dijital platformların gelişmesiyle halkın daha hızlı bilgi edinmesini sağlamış ve gazetecilere, büyük miktarda veriyi hızlı bir şekilde işleyebilme imkanı sunmuştur (Furuncu ve Zinderen, 2021). Özellikle 2010'lu yıllarda, veri gazeteciliği teknolojilerinin daha sofistike hale gelmesiyle, medyada veri görselleştirme ve interaktif araçların kullanımında bir patlama yaşanmıştır.

Veri gazeteciliği, sadece bir haber sunma biçimi değil, aynı zamanda toplumsal olayları analiz etme ve bilgiye dayalı kararlar verme sürecini derinleştiren bir araçtır. Bu bağlamda veri gazeteciliği, "yapısal bilgi" teorisiyle ilişkilendirilebilir (Tüfekçi, 2003). Bu teori, verinin yalnızca sayılar ve metinler olarak değil, anlamlı bir yapı içinde sunulması gerektiğini savunmaktadır. Veri gazeteciliği, veriyi anlamlandırarak toplumsal sorunlar hakkında daha derinlemesine analizler yapmaya olanak sağlamaktadır. Bu tür gazetecilik, objektif bir bakış açısı geliştirmeyi ve farklı bakış açılarına sahip verilerle haber yapmayı teşvik etmektedir. Bunların yanı sıra veri gazeteciliğinin önemli bir yönü de şeffaflık sağlamasıdır. Veri gazeteciliği, sayısal verilerle yapılan haberlerde, kaynağın doğruluğunun ve güvenilirliğinin izlenebilirliğini sağlamaktadır. Bu da halkın, haberlerin doğruluğuna daha güvenerek bilgi edinmelerini mümkün kılmaktadır. Aynı zamanda veri gazeteciliği, kamuoyu oluşturma açısından da büyük bir rol oynamaktadır. Toplumların büyük veriyle bilinçlendirilmesi, demokratik süreçlerin işlerliğine katkı sağlamakta ve halkın daha bilinçli kararlar almasına olanak tanımaktadır (Rogers vd., 2017).

Veri gazeteciliği her ne kadar önemli bir gelişim gösterse de, bazı eleştirilerle karşı karşıyadır. İlk olarak, veri gazeteciliğinin doğruluk sorunu söz konusudur. Verilerin yanlış yorumlanması, manipülasyonu veya bağlamdan koparılması, yanıltıcı sonuçlar doğurabilir. Bu nedenle, verilerin toplandığı kaynakların güvenilirliği ve verilerin doğru bir şekilde analiz edilmesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, karmaşık verilerin sunulması sırasında görselleştirme araçlarının aşırı basitleştirmeye gitmesi, bazı önemli detayların kaybolmasına neden olabilmektedir. Bu da izleyicinin sadece yüzeysel bir bilgiye sahip olmasına yol açmaktadır. Bir diğer eleştiri ise, veri gazeteciliğiyle ilgili teknolojik bağımlılıktır. Veri gazeteciliği, belirli yazılım ve teknolojik araçlara da dayanabilmektedir. Örneğin, bir gazeteci, şehirdeki hava kirliliği seviyelerini ve bunun sağlık üzerindeki etkilerini araştırıyor. Eğer bu gazeteci yalnızca veriyi elle toplasa ve analiz etse, süreç oldukça zaman alıcı ve hata yapmaya açık olabilir. Ancak, doğru yazılım ve teknolojik araçları kullanarak bu süreci çok daha verimli ve doğru bir şekilde yürütebilir. Bu araçların doğru kullanımı, gazetecilerin teknik bilgiye sahip olmasını gerektirmektedir. Ancak tüm gazetecilerin bu tür araçları kullanabilmesi mümkün olmayabilir ve bu da bazı haberlerin doğru şekilde sunulmamasına neden olabilmektedir. Ayrıca, veri gazeteciliğinin bazı alanlarda yalnızca "görselleştirme" ve "estetik" odaklı hale gelmesi, asıl bilgi aktarımını geri plana atabilmektedir.

Veri gazeteciliğinin somut örneklerine bakıldığında, seçim sonuçları gibi olaylar, verinin görselleştirilmesinin ne kadar etkili bir araç olduğunu göstermektedir. Örneğin, 2016 ABD Başkanlık seçimlerinde, birçok medya organı interaktif haritalar ve grafiklerle sonuçları anlık olarak görselleştirmiştir. Bu tür görselleştirmeler, izleyicilere seçim sonuçlarının nasıl şekillendiğini hızlı ve anlaşılır bir şekilde sunmuş, karmaşık verilerin herkes tarafından kolayca anlaşılmasına olanak tanımıştır. Bir başka somut örnek ise, COVID-19 pandemisi sırasında dünya çapında kullanılan sağlık verisi görselleştirmeleridir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve diğer sağlık kuruluşları, vaka sayıları, ölüm oranları ve hastalık yayılımını gösteren grafikler ile halkı bilgilendirmiştir (worldometers.info/coronavirus, 2020). Bu tür görseller, pandemi sürecinin nasıl geliştiğini ve sağlık sistemlerinin durumunu topluma net bir şekilde aktarabilmiştir.

Sonuç olarak özetlemek gerekirse, veri gazeteciliğini geleneksel gazetecilikle kıyaslayarak bilgi sunum yöntemlerini şu şekilde yorumlanabilmektedir: Veri gazeteciliği, geleneksel gazetecilik anlayışından önemli ölçüde farklılık gösteren bir habercilik biçimidir. Geleneksel gazetecilik, haberlerin metinsel anlatımlar üzerinden iletilmesi, birincil kaynaklardan alınan bilgilerin doğruluğunun denetlenmesi ve hikayelerin anlatılmasında yazılı ya da görsel içeriklerin kullanılması esasına dayanmaktadır. Bu tür habercilik, genellikle araştırma, mülakat ve gözlemler gibi geleneksel yöntemlere dayanırken, verilerin analizi ve görselleştirilmesi gibi unsurlar sınırlıdır. Veri gazeteciliği ise, büyük veri kümelerinin toplanması, analiz edilmesi ve görselleştirilmesi süreciyle, okuyucuya ya da izleyiciye bilgi sunmayı amaçlayan bir yöntemdir. Bu yöntem, geleneksel gazetecilikte daha çok metin ve anlatım üzerinden ilerleyen haber sunumlarının aksine, sayısal veriler ve bunları anlamlı hale getiren görsel araçlarla bilgiyi sunmaktadır. Grafikler, haritalar, etkileşimli araçlar ve animasyonlar, veri gazeteciliğinin en belirgin özellikleri arasında yer almaktadır. Bu görsel unsurlar, karmaşık verilerin daha anlaşılır ve erişilebilir olmasını sağlamaktadır. Diğer taraftan, geleneksel gazetecilik genellikle belirli bir olayın anlatımına dayanırken, veri gazeteciliği daha çok bir olguyu analiz etme ve

büyük veri setleri üzerinden genel eğilimleri gösterme amacını taşımaktadır. Veri gazeteciliği, verinin büyük bir bağlamda nasıl işleme tabi tutulduğunu ve bu verilerin ne anlama geldiğini sorgulamaktadır. Bu tür bir habercilik, sayısal verileri ve analizleri izleyiciye anlamlı bir şekilde sunarken, izleyicinin veriye dayalı kararlar almasına olanak tanımaktadır. Örneğin, bir ekonomi haberinin yanında grafiksel analizlerle sunulan işsizlik oranları ya da büyüme tahminleri, geleneksel gazeteciliğin basit anlatımlarının ötesine geçerek, izleyiciye veriye dayalı bir bakış açısı kazandırmaktadır (Matzat, 2010).

Veri gazeteciliği, yazılım, programlama, temel istatistik ve veri bilimi gibi alanlarda bilgi sahibi bireyleri haber üretim sürecine dahil etmektedir; çünkü yeni teknolojiler, metinlerin ötesinde daha güçlü ve etkileşimli hikaye anlatma biçimleri sunmaktadır. Bu gelişmeler, gazetecilerin farklı disiplinlerde beceriler kazanmalarını gerektiren bir dönüşümü işaret ederken, medya profesyonellerinin etkileşimli grafikler, infografikler, 360 derece videolar ve kodlama gibi alanlarda yetkinlik kazanmasını zorunlu kılmaktadır (Dumanlı, 2018: 102).

### 3. TELEVİZYONDA VERİ GAZETECİLİĞİ

Veri gazeteciliği, dijital çağın getirdiği yeniliklerle, geleneksel habercilik anlayışını dönüştürerek, veriyi haberlerin temel unsuru haline getiren bir habercilik pratiği olarak kendine sağlam bir yer edinmiştir. Bu gelişimin televizyon medyasındaki yeri ise, teknolojinin ve medya tüketim alışkanlıklarının evrimiyle paralel bir şekilde ilerlemiştir. Televizyon, görsel ve işitsel bileşenlerinin gücü sayesinde, veri gazeteciliğinin en etkili biçimlerde sunulabildiği bir platform olarak önemli bir konumda bulunmaktadır.

Televizyon gazeteciliği metin, ses ve görüntü üzerine dayalı geleneksel haber sunumuna odaklanmaktadır (Meherremli, 2002). 20. yüzyılın ortalarında, veri toplama ve sunma süreçleri oldukça sınırlıydı ve grafikler ya da sayısal veriler neredeyse hiç kullanılmıyordu. Ancak 1990'lerden itibaren, internetin ve dijital teknolojilerin gelişmesiyle, televizyon medyasının veri kullanımına olan ilgisi artmıştır. 2000'li yıllarda internetin etkisiyle büyüyen veri setleri, televizyon gazeteciliğinin de evrimini hızlandırmıştır. Özellikle 2008 krizinden sonra, finansal verilerin, istatistiklerin ve ekonomik göstergelerin televizyon haberlerinde kullanılmaya başlaması, televizyon medyasının veri odaklı habercilik anlayışına geçişini işaret etmektedir. Bu dönemde, televizyonlar haberlerin görselleştirilmesi için grafikler ve animasyonlar gibi araçlara yönelmeye başlamıştır. 2010'lu yıllarda ise interaktif grafiklerin ve canlı veri akışlarının televizyonlarda daha yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanması, veri gazeteciliğinin televizyon üzerinde daha etkin bir biçimde sunulmasına olanak sağlamıştır.

Televizyonda veri gazeteciliği, medyanın işleyişini ve toplumsal rolünü anlamak için bir dizi teorik çerçeve sunmaktadır. Bu bağlamda, "Hegemonya Teorisi" medya üzerindeki güç ilişkilerini ve verinin nasıl şekillendirildiğini anlamada önemli bir rol oynamaktadır. Bu teori, medya sahipliğinin ve içeriğin kimin denetiminde olduğunun, izleyiciye sunulan verinin nasıl şekillendiği üzerinde belirleyici bir etkisi olduğunu savunmaktadır (Çelik, 2020). Televizyon üzerinden sunulan verilerin, genellikle belli bir ideolojik çerçevede yapılandırıldığı ve izleyiciye iletilen mesajların manipüle edilebileceği üzerine yapılan eleştiriler bu teoriyle bağlantılıdır. Diğer bir önemli teorik yaklaşım ise "Şeffaflık ve Katılım Teorisi"dir. Veri gazeteciliği, özellikle açık veri ve şeffaflık anlayışını benimsediğinden, izleyicilere veriye dayalı şeffaf bir anlatı sunmaktadır (Selim, 2024). Bu teorinin temel argümanı, veriye dayalı haberciliğin, halkı bilinçlendirerek demokratik katılımı artıracak yönündedir. Televizyonda görselleştirilmiş verilerin izleyiciyle etkileşimli hale gelmesi, yalnızca pasif bir izleyici kitlesi yaratmakla kalmaz, aynı zamanda izleyiciyi aktif olarak bilgilendirmeye yönelik bir yaklaşımı da teşvik etmektedir.

Televizyonda veri gazeteciliği, aynı zamanda görsel medyanın gücünü kullanarak izleyicilerin bilgiyi daha etkin bir şekilde anlamasını sağlamaktadır. Grafikler, haritalar, animasyonlar ve interaktif araçlar, izleyicilerin veriye dayalı içeriklere aktif katılımını sağlayarak, haberi daha anlamlı kılmaktadır (İsayeva, 2023). Özellikle televizyonun geniş izleyici kitlesi göz önünde bulundurulduğunda, veri gazeteciliği, önemli toplumsal konularda hızlı bir bilgi akışının sağlanması adına büyük bir potansiyele sahiptir. Lakin televizyonda veri gazeteciliği, birçok avantajının yanı sıra

çeşitli eleştirilerle de karşı karşıyadır. İlk olarak, verinin görselleştirilmesinde kullanılan grafik ve animasyonların aşırı basitleştirilmesi, bazen önemli bilgilerin kaybolmasına yol açabilmektedir. Karmaşık veri setlerinin aşırı görselleştirilmesi, izleyiciye yalnızca yüzeysel bir bilgi sunmakta, bu da daha derinlemesine analizlere olanak tanıyamamaktadır. Ayrıca, televizyonun görsel gücü, verilerin seçilmesi ve sunulmasında belirli bir taraflılık yaratabilir. Bu durum, özellikle verilerin bağlamından koparılması ve haberlerin yalnızca belirli açılardan sunulması riski taşımaktadır. Bir başka eleştiri ise, televizyonun teknik alt yapısının veri gazeteciliğine uyum sağlamakta zorluk yaşamamasıyla ilgilidir. Veri analizi ve görselleştirme için ileri düzey yazılım bilgisi ve özel ekipman gereksinimleri bulunurken, televizyon kanalının bu kaynakları sağlaması her zaman mümkün olmayabilir. Bu da veri gazeteciliği uygulamalarının kalitesini ve erişilebilirliğini sınırlayabilmektedir.

Veri gazeteciliği örneklerine bakıldığında, son yıllarda televizyon haberlerinde yer alan interaktif haritalar ve grafikler dikkat çekicidir. 2018 yılında, BBC News'in Brexit süreci ile ilgili olarak yaptığı kapsamlı veri görselleştirmeleridir. Bu dönemde, İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden çıkış sürecindeki müzakereler ve halk oylaması sonuçları, interaktif grafiklerle izleyicilere sunulmuştur. Görselleştirilen veriler, Brexit ile ilgili halkın tavrını, ekonomik etkileri ve siyasi sonuçları anlamayı kolaylaştırmış, aynı zamanda televizyon izleyicilerine sürecin nasıl geliştiğini takip etme imkanı sağlamıştır. Bu tür görselleştirmeler, özellikle karmaşık politika konularını daha anlaşılır kılmak adına büyük bir etki yaratmıştır. Bir diğer örnek ise, 2017 yılında, Amerikan televizyon kanalı CNN'in, Kuzey Kore ile olan gerginlik ve füze denemeleri sürecindeki gelişmeleri görselleştirdiği yayınlardır. Bu dönemde, CNN anlık olarak, Kuzey Kore'nin gerçekleştirdiği füze denemelerinin haritalar ve grafiklerle nasıl küresel güvenliği etkileyebileceğini izleyicilerine göstermiştir. Haritalar üzerinden, füzelerin hedef bölgeleri ve potansiyel etki alanları dinamik bir şekilde sunulmuş, bu da izleyicilerin konuyu daha iyi kavrayabilmesini sağlamıştır.

Azerbaycan televizyon gazeteciliği, 1956 senesinde Sovyetler Birliği döneminde yayın hayatına başlamış ve ilk olarak "Azerbaycan Televizyonu" kanalı, Azerbaycan halkını bilgilendirmek amacıyla yayın yapmaya başlamıştır. Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından Azerbaycan, bağımsızlık kazandığında televizyon medyasının yapısı da hızla değişmeye başlamış ve özgürleşmiştir. 1990'lı yıllarda, özel televizyon kanallarının ortaya çıkmasıyla medya sektörü daha dinamik bir hale gelmiş ve geniş bir içerik yelpazesine ulaşmıştır. Bugün Azerbaycan televizyon medyası, hem devlet televizyonları hem de özel kanallar tarafından şekillendirilmektedir. Azerbaycan'daki televizyon yayıncılığı, haber, eğlence, kültürel programlar ve siyasi tartışmalar üzerine yoğunlaşmaktadır. Azerbaycan televizyonlarında dijitalleşme sürecinin etkisiyle veri gazeteciliği uygulamaları yavaş bir şekilde kendine yer bulmaya başlamış, ancak bu alan hala gelişim aşamasındadır. Televizyon kanalları, dijital içerik üretme ve veri odaklı haberciliğe yönelme konusunda bazı adımlar atarken, özellikle büyük veri ve interaktif grafiklerin kullanımı sınırlı kalmaktadır. Örneğin, İTV, AzTV, Real TV, ARB24 ve Xəzər TV gibi televizyon kanallarında yayımlanan çeşitli haber programları, zaman zaman veri gazeteciliğinin ilkelerine uygun bir şekilde izleyicilere bilgi sunmak için modern görselleştirme ve analiz araçları kullanmaktadır. Bu programlarda, veri toplama, analiz etme ve görselleştirme süreçleri, haberciliğin doğruluğunu artırmak, izleyicilere daha net ve anlamlı bilgiler sunmak için etkin bir şekilde kullanılmaktadır.

İTV kanalında yayımlanan "Xəbərımız var" ve "İTV Xəbərlər" (itv.az, 2025) programları, özellikle güncel olayları ve sosyal sorunları ele alırken, ara sıra veri görselleştirmeleri ve grafikler kullanarak izleyicilere daha derinlemesine analizler sunmaktadır. Bu programlarda, verilerin zaman içinde nasıl değiştiği ve toplumsal dinamiklere nasıl yansıtıldığına dair interaktif grafikler ve haritalar sunulmaktadır. Bu tür görselleştirmeler, izleyicilerin yalnızca haberin özünü anlamasını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda olayları daha geniş bir bağlamda görmelerine olanak tanımaktadır.

AzTV kanalında yayımlanan "Həftə", "Hədəf" ve "İqtisadi Yekun" (aztv.az, 2025) programlarında ise ekonomik ve siyasi gelişmeler bazen de veri odaklı bir bakış açısıyla ele alınmaktadır. Özellikle ekonomik göstergeler, enflasyon oranları, döviz kurları ve diğer ekonomik faktörlere dair veriler, izleyicilerin bu dinamikleri daha iyi anlamasına yardımcı olmak için görselleştirilmiş olarak sunulmaktadır. Bu tür haber sunumu, izleyicinin konuyu yalnızca metin veya sözlü anlatım yoluyla değil, aynı zamanda sayısal verilerle daha net bir şekilde anlamasını

sağlamaktadır. Bu yaklaşım, veri gazeteciliğinin temel ilkelerinden biri olan "veriye dayalı doğrulama" ilkesine uygun bir biçimde, izleyicilere doğru ve şeffaf bilgiler sunulmasını sağlamaktadır.

Real TV (realtv.az, 2025) ve ARB24 (arb24.az, 2025) televizyon kanallarındaki "Xəbərlər" (Haberler) bültenlerinde ise, veri gazeteciliği genellikle sosyal, kültürel ve politik olaylara dair verilerin dinamik bir şekilde sunulmasıyla kendini göstermektedir. Bu bültenlerde, olayların sadece kronolojik sıralaması değil, aynı zamanda bu olayların verilerle desteklenen analizleri de izleyicilere sunulmaktadır. Özellikle kamuoyu yoklamaları, seçim sonuçları ve önemli kamu politikalarının etkilerini izleyiciye aktarmak için interaktif grafikler ve haritalar kullanılmaktadır. Bu görsel araçlar, izleyicinin karmaşık bilgileri daha hızlı ve etkili bir şekilde sindirmesine yardımcı olmaktadır.

Son olarak, Xəzər TV kanalında yayımlanan "Birinci Studiya" (xezertv.az, 2025) programı, daha çok toplumsal sorunlar ve sağlık gibi konulara ve özellikle Ermenistanla Azerbaycanın savaş sonrası Karabağ bölgesinin durumuna odaklanmaktadır. Burada da, özellikle toplumun siyasi, ekonomik, sosyolojik durumlar, krizler ve bunun gibi küresel konular görselleştirilmiş şekilde izleyicilere sunulmaktadır. Bu görselleştirmeler, veri gazeteciliğinin önemli bir bileşeni olan "bilginin anlaşılabilir bir biçimde sunulması" ilkesine uygun bir şekilde, izleyicilerin karmaşık verileri anlamalarına yardımcı olmaktadır.

Genel olarak, Azerbaycan televizyonlarında veri gazeteciliği uygulamaları, haber sunumunda daha şeffaf ve anlaşılır bir dil kullanılmasını sağlamakta, izleyicilerin haberin özünü daha hızlı ve etkili bir şekilde anlamalarına olanak tanımaktadır. Ancak, veri gazeteciliğinin etkin bir şekilde uygulanabilmesi için, görselleştirme teknikleri ve veri analiz süreçlerinin daha da geliştirilmesi ve zenginleştirilmesi gerekmektedir. Bu anlamda, Azerbaycan televizyonlarının veri gazeteciliği uygulamalarının, gelecekte daha da derinleşmesi ve zenginleşmesi beklenmektedir.

Veri gazeteciliği ile geleneksel medya arasındaki farklara değinen uzmanlar, Azerbaycan'daki gazetecilerin genellikle sosyal bilimlere odaklandıklarını ve bu nedenle matematiksel ve teknik bilgi gerektiren veri gazeteciliğiyle karşılaştıklarında zorluklar yaşadıklarını belirtmektedirler (Şərq, 2022). Veri gazeteciliğinin zorlukları, bu sürecin birden fazla aşamadan geçmesinden kaynaklanmaktadır. Veri gazeteciliği denildiğinde, açık verilerin toplanması, bu verilerin anlamlı bir şekilde temizlenmesi ve işlenmesinin ardından analiz edilerek sunulması gerektiği anlaşılmaktadır. Bu süreç, yalnızca verilerin ham haliyle sunulmasından daha fazla bir şey ifade eder; verilerin doğru bir şekilde analiz edilmesi ve görsel hale getirilmesi gerekmektedir. Dijitalleşen dünyada, artık insanın düşünceleri bile dijitalleştirilebilir ve veri tabanlarına aktarılabilir. Veri gazeteciliğinin temel görevi ise bu dijitalleşmiş verileri sadeleştirerek, anlaşılabilir ve halk için erişilebilir bir biçimde sunmaktır. Bu bağlamda, veri gazeteciliği yalnızca bir haber sunumu değil, aynı zamanda toplumsal, ekonomik, eğitimsel ve bilimsel alanlarda da açık veriler üzerinden kapsamlı araştırmalar yapmayı, verileri karşılaştırmayı ve bu verilerden anlamlı infografikler üretmeyi içermektedir. Bu sayede, veri gazeteciliği toplum için daha değerli hale gelmekte ve kamuoyunun bilgilendirilme sürecine katkı sağlamaktadır.

Azerbaycan'daki durum değerlendirildiğinde, veri gazeteciliğinin özellikle sosyal, ekonomik, eğitim ve siyaset gibi farklı alanlarda, gazetecilere hem yenilikçi bir bakış açısı sunma hem de toplumsal sorunların daha derinlemesine incelenmesini sağlama imkanı sunduğu görülmektedir. Bununla birlikte, yerel gazetecilerin veri analizi ve görselleştirme konularında daha fazla eğitim ve teknik bilgiye ihtiyaç duyduğu bir gerçektir. Bu bağlamda, Azerbaycan'da veri gazeteciliğinin gelişebilmesi için gazetecilere daha fazla teknik ve matematiksel eğitim verilmesi gerektiği açıktır.

Azerbaycan'da faaliyet gösteren Modern.az, Qafqaz.info, Oxu.az, Report.az ve Milli.az gibi çevrimiçi medya platformlarının bir aylık izlenmesi, büyük veriler kullanılarak yapılan haberlerin oldukça sınırlı olduğunu göstermektedir. Ekonomik içeriklerde ve analizlerde bazı temel istatistiksel verilere, yani açık veri kaynaklarından alınan sayılara yer verilmiş olsa da, önemli büyük verilerin kullanılmasına nadiren rastlanmaktadır. Bu eksiklik, sadece ülkenin ekonomik durumu ile ilgili verilere odaklanmakla kalmayıp, aynı zamanda büyük şirketlerin bütçeleri, net karları, satın almaları, çalışan sayıları ve benzeri kritik verilerin de nadiren gündeme getirilmesinden kaynaklanmaktadır (İsgandarova, 2025: 52).

#### 4. VERİ GAZETECİLİĞİ: TRENDLER VE GELECEK PERSPEKTİFLER

Veri gazeteciliği, medya dünyasında önemli bir dönüşümün parçası olarak, sürekli gelişen teknolojiler ve değişen izleyici beklentileri ile şekillenmeye devam etmektedir. Bugün, veri gazeteciliği yalnızca geleneksel haber sunumu ile sınırlı kalmayıp, aynı zamanda yapay zeka (AI) ve diğer dijital araçlarla entegre bir biçimde yeni ve daha etkileşimli bir habercilik modelini benimsemektedir (Ay, 2022). Özellikle, veri analizi ve haberlerin hızlı bir şekilde üretilmesi gereken durumlarda, yapay zeka ve otomatikleştirilmiş sistemler büyük bir rol oynamaktadır. Yapay zeka, veri gazeteciliğinde, büyük veri setlerinin hızla işlenmesi ve anlamlı hale getirilmesinde etkili bir araç olarak kullanılır. Otomatik analiz araçları, habercilerin daha hızlı veri toplaması, analiz etmesi ve bu verileri anlamlı bir biçimde sunması için gereken zamanı azaltmaktadır.

Örneğin, borsa verileri, hava durumu raporları veya seçim sonuçları gibi gerçek zamanlı veriler, yapay zeka sistemleri tarafından anlık olarak analiz edilip, hızlıca grafiklere dönüştürülebilmekte ve izleyiciye sunulmaktadır. Ayrıca, bazı medya kuruluşları, yapay zeka tabanlı algoritmalar sayesinde, belirli haberleri otomatik olarak yazma veya video içerik üretme yeteneğine sahiptir. Bu tür gelişmeler, özellikle büyük veri setlerinin hızlı bir şekilde işlenmesini ve doğru sonuçların çıkartılmasını kolaylaştırarak, gazeteciliğin verimliliğini artırmaktadır. Ancak, yapay zekanın kullanımında dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, doğruluk ve etik kaygılarla, algoritmaların şeffaflığı ve güvenilirliğidir. Yapay zeka temelli haber üretiminin, insan gazeteciliği ile birlikte çalışarak doğru ve güvenilir içerikler üretmesi kritik öneme sahiptir (Özçelik, 2021).

İzleyici davranışlarındaki değişim, medya dünyasında önemli dönüşümlere yol açmaktadır. Geleneksel televizyon izleme alışkanlıkları, dijital medya ile etkileşime giren daha aktif ve katılımcı bir izleyici kitlesine dönüşmektedir. Özellikle internetin yaygınlaşması, sosyal medyanın etkisi ve mobil cihazların kullanımının artmasıyla, izleyiciler artık haberleri geleneksel televizyon kanallarından değil, internet tabanlı platformlardan ve sosyal medya mecralarından takip etmektedirler. Veri gazeteciliği, bu değişen izleyici davranışlarını göz önünde bulundurarak daha dinamik ve kişiselleştirilmiş bir içerik sunmayı amaçlamaktadır (Dumanlı, 2018). İnteraktif grafikler, canlı veri akışları ve izleyiciye özelleştirilmiş haber önerileri, medya tüketicilerinin içerik ile daha fazla etkileşime girmesini sağlamaktadır. Bu süreç, kullanıcıların yalnızca haber almakla kalmayıp, aynı zamanda bu haberlere yorum yapma, paylaşma ve katılma fırsatına sahip olmalarını da mümkün kılmaktadır. Ayrıca, mobil cihazların ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, izleyicilerin medya içeriklerini izleme biçimlerini daha esnek ve çok kanallı hale getirmiştir. Bu da veri gazeteciliğinin sunum biçimlerinin çeşitlenmesine ve daha etkileşimli hale gelmesine olanak sağlamaktadır.

Yeni medya platformlarının yükselmesi, televizyonun evriminde önemli bir dönüm noktası yaratmaktadır (Selim, 2024). Geleneksel televizyon yayıncılığı, dijital platformlar, mobil uygulamalar ve sosyal medya kanallarıyla birleşerek daha etkileşimli bir hale gelmektedir. Özellikle YouTube, Instagram, X gibi platformlar, haber içeriklerinin izleyicilere ulaşma biçimini değiştirmiştir. Bu platformlar, sadece izleyiciye içerik sunmakla kalmaz, aynı zamanda kullanıcıların içerik üretmesine ve haberlerin hızla yayılmasına da olanak tanımaktadır. Yeni medya platformları, veri gazeteciliğinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan araçlar haline gelmiştir. Sosyal medya mecraları, veri gazeteciliği projelerinin daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşmasını mümkün kılarken, aynı zamanda izleyicilerin içeriklere yorum yapmasına, tartışmalara katılmasına ve fikirlerini paylaşmasına imkan tanımaktadır. Televizyon, bu dijital platformlarla entegrasyon sağlayarak, geleneksel ve dijital medya arasındaki sınırları giderek daha fazla ortadan kaldırmaktadır. Bu evrim, televizyonun bir medya aracı olarak daha fazla dijital içerik üretmesini ve izleyiciye daha kişisel bir haber deneyimi sunmasını sağlamaktadır.

#### 5. SONUÇ

Veri gazeteciliği, televizyon yayıncılığında önemli bir dönüşüm yaratmış ve geleneksel habercilik yöntemlerinden daha interaktif, görsel ve dinamik bir yaklaşımı benimsemiştir. Bu çalışma, veri gazeteciliğinin televizyonun haber sunma biçimini nasıl dönüştürdüğünü ve Azerbaycan'daki



televizyon yayıncılığında veri gazeteciliğine geçiş sürecini ele alarak, küresel ölçekte de bu alandaki gelişmeleri ve yenilikleri analiz etmiştir.

Veri gazeteciliği, televizyonun geleneksel haber sunumu biçiminden önemli ölçüde farklılaşarak, izleyiciye daha fazla etkileşim, katılım ve görsel sunum imkanı sunmaktadır. Geleneksel televizyon haberlerinde metin ve ses yoluyla sunulan bilgiler, veri gazeteciliği ile interaktif grafikler, dinamik haritalar, animasyonlar ve gerçek zamanlı veri akışları ile desteklenmiştir. Bu sayede izleyiciler, haberlerin içeriğini daha kolay anlayabilmekte ve veriye dayalı kararlar alabilmektedir. Televizyon yayıncıları, veri gazeteciliği uygulamalarıyla, izleyicilerle daha derin bir etkileşim kurmuş ve izleyicilerin yalnızca pasif alıcılar olmasının ötesinde, haber sürecine katılmalarını sağlamıştır.

Veri gazeteciliği uygulamaları, aynı zamanda televizyonun haber verme hızını artırmış ve bu sayede haberlerin anlık olarak izleyicilere ulaşmasını mümkün kılmıştır. Özellikle seçim sonuçları, borsa verileri, hava durumu gibi konularda, canlı veri akışları ve grafikler sayesinde izleyiciler anlık bilgilere ulaşabilmiş, böylece haberleri daha güncel ve doğru bir şekilde almışlardır. Bu etkileşimli yapılar, televizyonun sadece bir bilgi kaynağı olmasının ötesine geçerek, veri odaklı haber içeriği sunarak izleyiciye yeni bir deneyim sunmuştur. Araştırmalar, veri gazeteciliğinin televizyon dünyasında nasıl uygulanmakta olduğunu ve bu uygulamaların etkinliğini daha net bir şekilde ortaya koymuştur. Azerbaycan'daki televizyon yayıncılığına dair yapılan incelemeler, veri gazeteciliği uygulamalarının bu bölgede yeni yeni yayıldığını ve özellikle seçilen AzTV, İTV, ARB24, XƏZƏR TV gibi televizyon kanallarında dönüşüm yaşandığını göstermektedir. İncelenen örnek programlar, veri gazeteciliğinin, görsel anlatım teknikleri ve interaktif içeriklerle izleyiciye sunulan bilgi ve haberlerin daha anlaşılır ve etkileşimli bir halde sunulduğunu göstermektedir. Bu tür çalışmalarda içerik analizi yöntemi ile, televizyon yayınlarında veri gazeteciliğinin nasıl entegre edildiği, hangi tür görselleştirme tekniklerinin kullanıldığı ve izleyiciyle hangi yollarla etkileşime girildiği hakkında derinlemesine bilgi sağlanmak mümkündür. Özellikle interaktif grafiklerin ve canlı veri akışlarının yaygın olarak kullanıldığı, bunun yanı sıra izleyicilere özelleştirilmiş içerik sunma eğilimlerinin arttığı söylenebilmektedir. Bununla birlikte, veri gazeteciliğinin bazı yayınlarda hala geleneksel habercilik yöntemleriyle kullanıldığı ve tüm televizyon kanallarının bu yeni teknikleri aynı şekilde benimsediği söylenemez. Bu da veri gazeteciliği uygulamalarının tam anlamıyla yaygınlaşmasının zaman alacağına işaret etmektedir.

Veri gazeteciliği, teknolojik gelişmeler ve değişen izleyici beklentileriyle, televizyon yayıncılığının geleceğinde önemli bir rol oynamaya devam edecektir. Özellikle yapay zeka ve otomatikleştirilmiş haber üretimi sistemlerinin daha fazla kullanılması, veri gazeteciliğinin evrimini hızlandırmaktadır. Yapay zeka teknolojilerinin, büyük veri setlerini hızlı ve doğru bir şekilde analiz etme kabiliyeti, televizyon haberlerinin hızını artıracak ve anlık veri sunumu ile izleyicilere daha doğru bilgiler iletilecektir.

Veri gazeteciliği, aynı zamanda televizyonun dijital platformlarla entegrasyonu ile daha fazla etkileşimli hale gelecektir. Mobil cihazlar ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla, izleyiciler sadece izlemekle kalmayacak, aynı zamanda içerik üzerinde aktif bir şekilde yorum yapabilecek ve haberlerin yayılmasına katkıda bulunabileceklerdir. Bu dönüşüm, televizyonu daha sosyal bir medya platformuna dönüştürecek, veri gazeteciliği ise bu sürecin en önemli araçlarından biri olma potansiyelindedir. Sonuç olarak, veri gazeteciliği televizyon dünyasında sadece bir haber sunma biçimi değil, aynı zamanda izleyici ile daha derin bir etkileşim kurma ve haberin anlamını görselleştirme açısından çok önemli bir araçtır. Bu alandaki gelişmeler, televizyon yayıncılığının geleceğini şekillendirecek ve veri gazeteciliği, medyanın en önemli unsurlarından biri haline gelecektir.

**Etik Kurul Onayı Hakkında Bilgi:** Etik kurulu onayına ihtiyaç duyulmamıştır.

Information About Ethics Committee Approval: Ethics committee approval was not required.

**Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulduğunu yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde ASSAM UHAD'nın Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarına aittir.

**Research And Publication Ethics Statement:** The author declare that the ethical rules are followed in all preparation processes of this study. In the event of a contrary situation, the ASSAM International Refereed Journal has no responsibility and all responsibility belongs to the author of the study.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Yazar ya da herhangi bir kurum/ kuruluş arasında çıkar çatışması yoktur.  
**Conflict Of Interest Statement:** There is no conflict of interest among the author and/or any institution.  
**Katkı Oranı Beyanı:** Arzu İsayeva çalışmanın tüm bölümlerinde ve aşamalarında katkı sağlamıştır.  
**Contribution Rate Statement:** Arzu İsayeva, have contributed to all parts and stages of the study.

## KAYNAKÇA

- Appelgren, E. (2017). An illusion of interactivity. *Journalism Practice*, 12(3), pp. 308-325. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1299032>
- Aslan, A., Bayrakçı, S. ve Küçükvardar, M. (2016). Bilişim çağında geleneksel gazeteciliğin dönüşümü: *Veri gazeteciliği, Marmara İletişim Dergisi*, 26, pp. 55-70.
- Ay, A. (2022). Yapay zeka haberciliği ve gazetecilik tartışmalarına dair bir değerlendirme. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(4), pp. 913-926.
- Bosij, P., D. Chafey, A. Greasley ve S. Hickie. (2003). Business information systems: Technology, development and management for the e-business. Financial Times-Prentice Hall.
- Çelik, H. (2020). Eleştirel yaklaşım bağlamında teknoloji ve hegemonya ilişkisini tartışmak. *Yeni Medya*, 2019(7), pp. 20-33.
- Furuncu, D., & Zinderen, A. (2021). Kovid-19 döneminde veri gazeteciliği: koronavirus haberlerinin betimsel analizi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11(1), pp. 85-102.
- Gray, J., Bougnegru, L. & Chambers, L. (2012). The data journalism handbook: How journalists can use data to improve the news. CA: O'Reilly Media.
- Dumanlı, K. D. (2018). Veri gazeteciliği: gazeteciliğin ve gazetecilerin geleceği. *Kurgu*, 26(3), pp. 101-116.
- Howard, A. B. (2014). The Art and Science of Data-Driven Journalism. Columbia Journalism School. Tow Center for Digital Journalism Report. Erişim tarihi 3 şubat 2025. Erişim adresi: <https://internews.org/wp-content/uploads/legacy/resources/Tow-Center-Data-Driven-Journalism.pdf>
- İsayeva, A. (2023). Televiziyada mediatrend: Data jurnalistika. Elm və Təhsil.
- Isgandarova, V. (2025). Beynəlxalq mediada böyük data mənbələr: Onlarla iş mexanizmləri. *Qədim Diyar Beynəlxalq Elmi Jurnal, Özel sayı*, pp. 50-54.
- Matzat, L. (2010). Weatherstations - Citizen-Apps, eParticipation and Data journalism. In: European Journalism Center: Data-driven journalism: What is there to learn? A paper on the datadriven journalism roundtable held in Amsterdam on 24 August 2010, pp. 23- 25.
- Meherremlı, Q. (2002). Televiziya dili. Elm.
- Selim, F. (2024). Medya tarafsızlığının çağdaş görünümü: Bilim ve uzmanlığın gerileyişi. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 6(2), pp. 55-61. <https://doi.org/10.54089/ecider.1557703>
- Şərq. (2022). “Data jurnalistikası dövrün tələbidir”. Erişim tarihi 4 şubat 2025. Erişim adresi: <https://sherg.az/media/202303>
- Uskali, T. & Kuutti, H. (2015). Models and streams of data journalism. *The Journal of Media Innovations*, 2(1), pp. 77-88.
- Özçelik, Ş. B. (2021). Yapay zekanın veri koruma, sorumluluk ve fikri mülkiyet açısından ortaya çıkardığı hukuki gereksinimler. *Adalet Dergisi* (66), pp. 87-116.
- Powers, M. (2012). “In forms that are familiar and yet-to-be invented”: American journalism and the discourse of technologically specific work. *Journal of Communication Inquiry*, 36(1), pp. 24-43. <https://doi.org/10.1177/0196859911426009>
- Rogers, S., Schwabish, J. ve Bowers, D. (2017). *Data journalism in 2017: The current state and challenges facing the field today*. Erişim tarihi 3 şubat 2025. Erişim adresi: <https://newslab.withgoogle.com/assets/docs/data-journalism-in-2017.pdf>

Tüfekçi, E. M. (2003). Yapısalcı yöntem ve uygulama alanları structuralism and its application. *Tiyatro Araştırmaları Dergisi*, 17(17), pp. 50-66.  
[https://doi.org/10.1501/TAD\\_0000000027](https://doi.org/10.1501/TAD_0000000027)

(worldometers.info/coronavirus, 2020). Erişim tarihi 1 şubat 2025. Erişim adresi:  
<https://www.worldometers.info/coronavirus/coronavirus-death-rate/>

**Azərbaycanda yayın yapan televiziya kanallarının online adresi.**

Arb24.az (2025). Erişim tarihi 1 şubat 2025. Erişim adresi: <https://arb24.az/>

AzTV.az. (2025). Erişim tarihi 1 şubat 2025. Erişim adresi: <https://aztv.az/en>

XezerTV.az (2025). Erişim tarihi 2 şubat 2025. Erişim adresi: <https://www.xezerTV.az/>

İTV.az (2025). Erişim tarihi 2 şubat 2025. Erişim adresi: <https://itv.az/>

Realtv.az (2025). Erişim tarihi 2 şubat 2025. Erişim adresi: <https://www.realtv.az/content/az/1> |