DEMOKRATİK TƏŞƏBBÜSLƏR İNSTİTUTU (IDI)

Demokratik Təşəbbüslər İnstitutu

IDI

Institute for Democratic Initiatives

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

PARLAMENT SEÇKİLƏRİ

1 noyabr, 2015-ci il

MEDİA MONİTORİNQİNİN

birinci dövr üçün

N Ə T İ C Ə L Ə R İ

Bakı şəhəri

07 oktyabr 2015-ci il

Ünvan: Azərbaycan, Bakı, AZ 1026, Nobel pr-ti 84/9
Tel: (+994 55) 234 76 76;
E-mail: demti.info@gmail.com
Facebook page: https://www.facebook.com/AKIFIDI?pnref=lhc

1. Giriş

Kütləvi informasiya vasitələri, o cümlədən elektron media seçkilərin demokratik və qanunauyğun, ədalətli keçirilməsində önəmli rol oynayır. Xüsusilə, zəmanəmizdə elektron yayım vasitələrindən istifadə edərək informasiya almaq və düşüncə formalaşdırmaq xüsusi yer tutur. Araşdırmalar göstərir ki, insanların informasiya ehtiyacının 92-95%-ni elektron media təmin edir və ya insanlar ehtiyaclarını qarşılamaq üçün bu vasitələri seçirlər. Ən xırda tirajlı qəzeti oxumaq, informasiyanı əldə etmək üçün belə, oxucu müəyyən məbləğdə pul ödəməli və əldə etməli olduğu halda, insanlar elektron yayım vasitələri olan televiziya və radioların yaydığı, nümayiş etdirdiyi verilişlərə, informasiyalara hər hansı məbləğ ödəmədən istədikləri qədər informasiya və ya bilgi ala bilirlər.

Teleradioların gücü şübhəsizdir. Bu vasitələr, sadəcə, informasiya verməklə kifayətlənmir, eyni zamanda fikir və düşüncə formalaşmasında ciddi rol oynayır, zaman-zaman ciddi təbliğat ya da əks-təbliğat vasitəsinə çevrilə bilirlər. Bu baxımdan elektron medianın, özəlliklə yayım mediasının beynəlxalq yayım standartlarına ciddi əməl etməsi, qanunvericiliyin müəyyən etdiyi sərhədləri gözləməsi zəruridir.

Xüsusilə, seçkilər zamanı yayım vasitələri önəmli rol oynayır. Seçki zamanı yayımların davranışları, onların yayım siyasəti, namizədlərin lehinə və ya əleyhinə apardıqları kampaniyalar seçicilərin bu və ya digər namizədə səs verməsində, fikirlərinin formalaşmasında ciddi rol oynayır. Yayımların nə qədər obyektiv, qərəzsiz, tərəfsiz, qanuni standartlara uyğun olmasını seçicilərin bilməsi, onların seçim zamanı doğruları müəyyən etməsində və doğru seçim etməsində mühüm yer tuta bilər.

Ayrıca, seçki qanunvericiliyinin yayım mediasına hansı şərtlər gətirdiyinin cəmiyyət tərəfindən bilinməməsi də bəzən medianın ifrat tərəflilik nümayiş etdirməsinə səbəb olur.

Yayımların tənzimləməsi ilə məşğul olan dövlət qurumu – Milli Teleradio Şurası və Mərkəzi Seçki Komissiyası (MSK) ictimai qınaq olmadıqda açıq-aşkar qanun pozuntularını görməməzlikdən gəlir və bu faktlara qarşı qanuni normaları tətbiq etmək istəmir. MSK nəzdində formalaşan mətbuat qrupu təktərəfli formalaşdığından funksionallıq yox səviyyəsindədir.

Son 5 ildə Azərbaycanda Dövlətin birbaşa media sektoruna ayrdığı vəsait 417,5 milyon dollardan çox olub. Bu vəsaitdən ən çox alan dövlət yayımçısı AZ TV olub. Onun aldığı miqdar 223 milyon dollar olub. İctimai teleradio yayımı da ən çox vəsait alan ikinci media qurumudur. Onların aldığı vəsait 96,5 milyon dollar həcmində olub. Dövlətin bəslədiyi, sadəcə, dövlət və ictimai yayımçı olmayıb. 2012-ci ildən bəri özəl telekanallar da dövlətdən müxtəlif adlar altında 22 milyon dollaradək vəsait alıblar. Bu vəsait, sadəcə, ümumölkə yayımçısı olan 5 özəl kanala verilib.

Bu səbəbdən elektron yayım mediasının, xüsusilə dövlət büdcəsindən maliyyələşən, xüsusi qanun və normativ hüquqi sənədlərlə qurulan və fəaliyyət göstərən televiziyaların, radioların fəaliyyəti cəmiyyətin sivil qurumları tərəfindən ciddi nəzarətə götürülməli, təftiş edilməli və cəmiyyət bilgiləndirilməlidir.

2. Monitorinq və qiymətləndirmənin məqsəd və vəzifələri

Monitorinq və qiymətləndirmənin əsas məqsədi elektron kütləvi informasiya vasitələrinin, o cümlədən elektron yayım mediasının seçkilərin demokratik və qanuna uyğun, ədalətli keçirilməsində önəmli rol oynadığını nəzərə alaraq, seçicilərin səsvermədən öncəki düşüncələrinin formalaşmasındakı idealoji-təbliğat faktorlarının minimuma endirilməsində yardımçı olmaq, elektron medianın seçkilərdə tutumunu, davranışlarını, qanunlara əməletmə nisbətini, tərəfsizliyini, ədalətliliyini, qərəzsizliyini, obyektivliliyini cəmiyyətə seçim etmədən öncə təqdim etməkdir. Bununla seçkilərin qanunvericilik normalarına, demokratik prinsiplərə və ölkənin götürdüyü öhdəliklərə, habelə qoşulduğu beynəlxalq sənədlərə uyğun olub-olmamasını qiymətləndirmək asanlaşacaq.

Teleradio Yayımı haqqında Qanunun 3-cü maddəsi Teleradio fəaliyyətinin əsas prinsiplərini göstərmişdir**.** Yayımçı öz fəaliyyətində informasiyanın əhatəliliyi, obyektivliyi, tam və doğru-dürüstlüyü, vətəndaşların öz fikir və baxışlarını sərbəst ifadə etməsi, **ideoloji və siyasi plüralizm**, ***tərəfsizlik və qərəzsizlik,*** insanların şəxsi və ailə həyatına müdaxilənin yolverilməzliyi, milli-mənəvi dəyərlərin qorunması, peşə etikasına və əxlaq normalarına riayət edilməsi, proqramların keyfiyyətliliyi prinsiplərinə əsaslanmalıdır.

Ayrıca, İctimai Teleradio yayımı haqqında Qanunun 3-cü maddəsində də ictimai yayım xidmətinin prinsiplərində bu keyfiyyətlər göstərilmişdir. Belə ki, informasiyanın tərəfsizliyi, qərəzsizliyi və dürüstlüyü, yayım zamanı plüralizm və dözümlülük əsas prinsiplərin önündə sayılmışdır.

Monitorinqlə Parlament seçkilərinə start verildiyi tarixdən etibarən, namizədlərin irəli sürülməsi, imza toplanması və qeydə alınması proseslərində, həmçinin təşviqat dönəmində medianın seçki məcəlləsində nəzərdə tutulan maarifləndirici, informasiyaverici və təşviqat vasitəsi kimi üzərinə düşən funksiyalara nə qədər bağlı qaldığını müəyyən etmək, tərəflərə yaradılan ədalətli mühit və bu göstəriciləri - monitorinqlərin nəticələrini cəmiyyətə təqdim edərək müzakirə imkanı yaratmaqdır.

Monitorinqlərin nəticələrinin seçki kampaniyası dövrlərində uyğun aralıqlarla ümumiləşdirilməsi və ictimaiyyətlə bərabər, seçki prosesinə qoşulan tərəflərə, beynəlxalq qurumlara, tənzimləyici dövlət qurumuna, elektron media vasitələrinin özünə, MSK-ya göndərilməsi və nəticələrə uyğun olaraq tövsiyələri hazırlanması digər vəzifələrdəndir.

Seçki dövründə monitorinqlərin aparılması və ona uyğun olaraq təkliflərin hazırlanıb cəmiyyətə təqdim edilməsi, elektron media qurumlarının öz işlərinə diqqəti artıracağı, buraxılan səhvlərdən nəticə çıxaracağı, MSK-nin və MTRŞ-ın isə qanunların tətbiqində daha maraqlı olacağı ehtimalını artıracağı, seçicilərin daha bilgili olacağına, media qurumlarının yayımlarının obyektivliyinə etibar edilib-edilməməsi baxımından doğru qərar verəcəyi kimi, seçim zamanı da daha doğru seçim imkanlarını artıracaq və seçkilərin nəticələrinin formalaşmasındakı prosesə dair cəmiyyətdə aydın şəkildə fikir formalaşdıracaq.

Monitorinq paralel olaraq ictimai nəzarət funksiyasını həyata keçirən cəmiyyətin fərdlərinin idarəetməyə bir töhfəsi kimi də qiymətləndirilə bilər. Xüsusilə, tənzimləyici dövlət qurumu MTRŞ-a, MSK-ya öz işlərində daha diqqətli olmaq və ictimai nəzarətin mövcud olmasından əmin olduqlarından, daha diqqətli və qüsursuz fəaliyyət göstərmələrinə təkan verə biləcək.

Monitorinq ümumilikdə 60 günlük dövr üçün həyata keçirilməni nəzərdə tutur. Bu məqsədlə ilkin olaraq, MSK-nın seçkilərə start verən andan- 1 sentyabrdan etibarən monitorinqlərə başlanılmış və 30 günlük ilkin monitorinq aparılmış, nəticələr cəmiyyətə təqdim edilməkdədir.

Monitorinqlə bütün irili-xırdalı media qurumlarını əhatə etmək çətin və imkansız olduğundan, ümumi mənzərəni müəyyən etməyə kömək edən bir metod üzərində durulub. Cəmiyyətin informasiya aldığı kateqoriyada elektron media üstünlük təşkil etdiyindən, televiziyaların, habelə elektron internet medianın siyasi palitrasını əksetdirəcək bir seçim edilmiş, dövlət yayımı, ictimai yayım və son illər reytinqləri digər özəl yayımçılara nisbətdə öndə olan iki özəl TV bu məqsədlə monitorinq edilmişdir. AZ TV, İTV, ANS və ATV televiziyalarının prime-time zamanı olan 19:00-23:00 yayım aralığı 4 saat monitorinqə alınmışdır. Beləliklə, gündəlik 16 saatlıq yayım müşahidə edilmişdir. Bu zaman seçkilərdə vətəndaşların səsverməsinə təsir göstərə biləcək informasiyalar, xəbərlər proqramları, xəbər-törəmə proqramları, talk-şoular, debatlar, müzakirə verilişləri, analitik proqramlar və xüsusi buraxılışlar monitorinq edilmişdir. Ölçmə metodu kimi vaxt ölçmək üçün saniyələr seçilmiş, sonda saat, dəqiqə və saniyələr dəqiq göstərilmişdir. Ayrıca, monitorinqə düşən verilişlər, onlar haqqında qısa məlumat, qonaqların kimliyi, mövzu və s. bilgilər də xüsusi olaraq vaxtı göstərilməklə qeyd edilmişdir. Televiziyaların monitorinqi üçün ən praqmatik yol seçilmiş, sürətli internet bağlantısı ilə www.myvideo.az saytı üzərindən bütün yayımlar diqqətlə incələnmişdir.

Bu gün sürətlə inkişaf edən internet medianın, habelə ənənəvi qəzetlərin da diqqətdən kənar qalmaması məqsədilə seçmə üsulu ilə siyasi mövqeyi də nəzərə alınaraq, iqtidar, müxalifət və tərəfsiz media qurumlarından ən çox İP alan online-media qurumları və qəzetlər də monitorinq edilmişdir. Bu zaman siyasi mövqeləri də nəzərə alınaraq, rəsmi İnformasiya agentliyi "AzərTAc", Milli Məclisin rəsmi orqanı "Azərbaycan" qəzeti, müxalifətə yaxınlığı ilə seçilən "Azadlıq" qəzeti, habelə "lent.az", "contact.az" saytları və "Yeni Müsavat" qəzeti də monitorinq edilmişdir. Bu resurslarda seçki prosesi ilə əlaqələndirilə biləcək informasiyalar işarələrin həcminə görə qeydə alınmış və informasiyaların mahiyyətinə görə siniflendirilmişdir.

Monitorinqdə televiziyalar üçün bu suallara cavab axtarılıb:

1. İnformasiya Prime-time zamanı hansı vaxtda efirdə gedib; (saat-dəqiqə-saniyə göstərilməklə)

TV	Ümumi miqdar (19:00-23:00) 480:00:00	Bilgi-maarifləndirici Vaxt-saniyə	Xəbər-təşviqat	İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə Vaxt-saniyə	İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin əlehinə Vaxt-saniyə	Balanslı informas-iya	Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə Vaxt-saniyə	Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin əlehinə Vaxt-saniyə

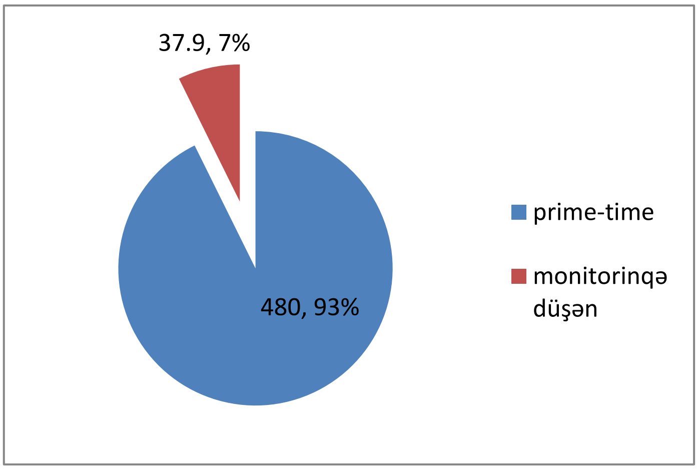
2. Bilgi-maarifləndirici mahiyyətdə olan informasiyalar;
3. Təşviqata rəsmi start verilməsə də xəbər-təşviqat mahiyyətli informasiyalar;
4. İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olan informasiyalar; (vaxt-miqdar göstərilməklə);
5. İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin əleyhinə (vaxt-miqdar göstərilməklə);
6. Balanslı informasiyalar;
7. Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olan informasiyalar (vaxt-miqdar göstərilməklə);
8. Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin əlehinə olan informasiyalar (vaxt-miqdar göstərilməklə);
9. Monitorinqdə qiymətləndirilən verilişlər və vaxtları.

Online media və qəzetlər üçün də eyni yanaşma əsas götürülüb. Sadəcə, vaxt orada işarə ilə əvəz olunub və məqalə sayları göstərilib.

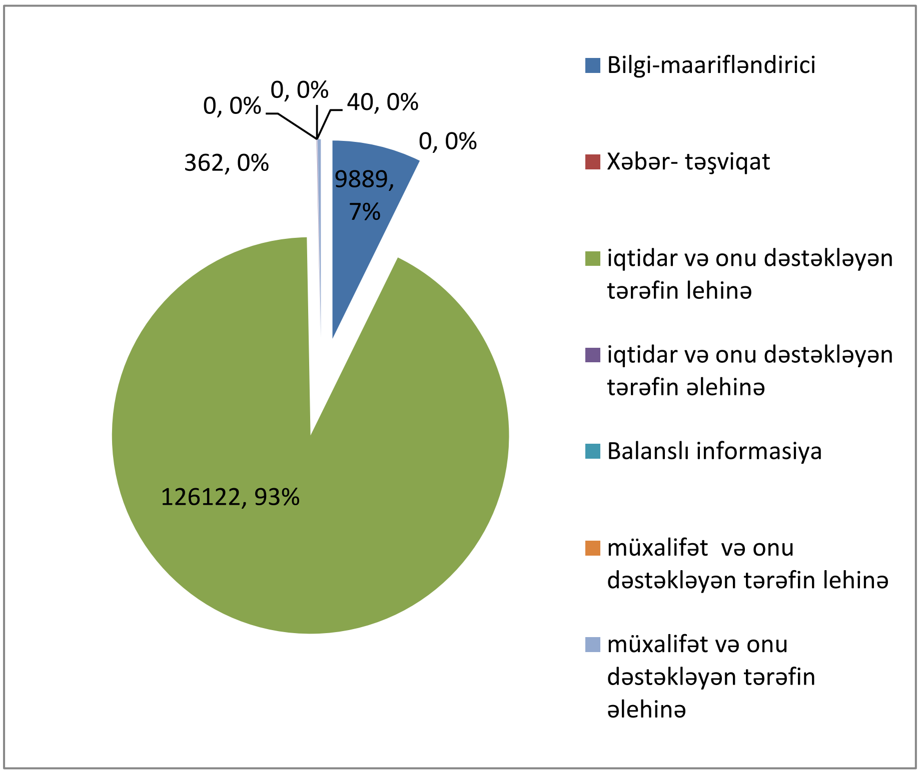
Sentyabr 2015

Televiziyaların Monitorinqinin nəticələri

İTV 1-10 sentyabr	04:34:58 (16498)	00:40.12 (2412)		03.54.46 (14086)				
11-20 sentyabr	6:15:24 (22524)	00:33:00 (1980)		05:42:24 (20544)				
21-30 sentyabr	2:03:10 (7390)	00:37:24 (2244)		01:22:31 (4951)				3:15 (195)
ITV- tam sentyabr	**12:53:32 (46412)**	**01:50:36 (6636)**		**10:59:41 (39581)**				**3:15 (195)**
ANS 1-10 sentyabr	00:11:21 (681)	00:06:12 (372)		00:05:09 (309)				
11-20 sentyabr	00:34:39 (2079)	00:02:26 (146)		00:32.13 (1933)				
21-30 sentyabr	00:22:29 (1349)	00:01:27 (87)		00:21.02 (1262)				
ANS tam sentyabr	**01:08:29 (4109)**	**00:10:05 (605)**		**00:58:24 (3504)**				
ATV 1-10 sentyabr	00:25:55 (1555)	00:06.25 (385)		00:16:43 (1003)				00:02.47 (167)
11-20 sentyabr	00:39:16 (2356)	00:03:27 (207)		00:35.49 (2149)				
21-30 sentyabr	00:19:18 (1158)	00:07.25 (445)		00:11.52 (712)				
ATV tam sentyabr	**01-24-29 (5069)**	**00:17:17 (1037)**		**01:03:44 (3824)**	**00:00:40 (40)**			**00:02.47 (167)**
AzTV- 1-10 sentyabr	03.54.04 (14044)	00:08.59 (539)		03.45.05 (13505)				
11-20 sentyabr	11:38:10 (41890)	00:07:05 (425)		11:31:05 (41465)				
21-30 sentyabr	06:54:50 (24890)	00:10:47 (647)		06:44:03 (24243)				
AzTV tam sentyabr	**22:27:04 (80824)**	**00:26:51 (1611)**		**22:00:13 (79213)**				
Cəmi	**37:53:34 (136414)**	**02:44:49 (9889)**		**35:02:43 (126102)**				**00:06:02 (362)**
Cəmi %	**100%-7.943%**	**07.25%**	**0%**	**92.49%**	**0.%**	**0%**	**0%**	**0.26%**



Cədvəldə sentyabr ayı üçün monitorinqin nəticələri verilib. Monitorinq 10 günlük və aylıq olaraq rəqəmlərdə əks olunub. Bir ay ərzində prime-time vaxt 4 TV üçün cəmi 480 saat müddəti əhatə edib. 480 saatlıq prime-time vaxtında seçki prosesi ilə əlaqəli olan xəbər, xəbər törəmə, debat, müzakirə, talk-şou, yekun analitik proqramlar qiymətləndirilib. Bütün televiziyalarda 480 saatlıq müddətdə cəmi 37 saat, 53 dəqiqə, 34 saniyə seçki prosesi ilə əlaqələndirilən yaxud seçkilərdə seçicilərə təsir etmək qabiliyyəti olan ictimai-siyasi informasiyalara yer verilmişdir. Bu bütün prime-time vaxtının 7,93%-ini əhatə edir.



37 saat, 53 dəqiqə, 34 saniyə informasiyanın cəmi 2 saat 44 dəqiqə 49 saniyə vaxt (7,25%-i) bir ay ərzində 4 televiziyanın maarifləndirici xarakterli məlumatları olmuşdur.

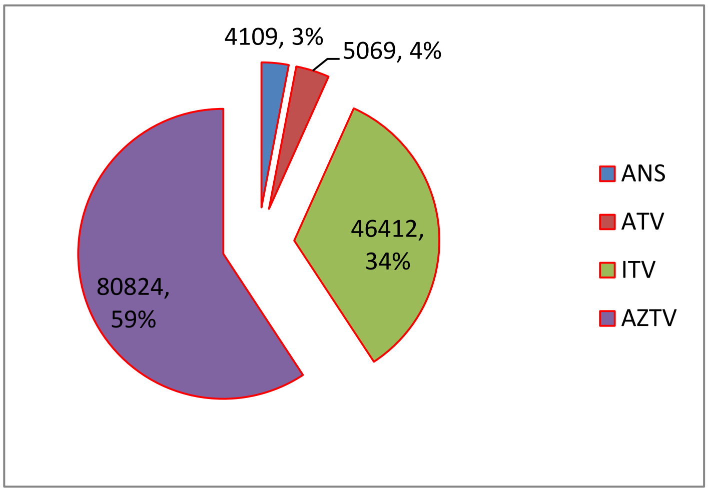
37 saat, 53 dəqiqə, 34 saniyə informasiyanın böyük əksəriyyəti, 35 saat 2 dəqiqə, 2 saniyə vaxtı iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə gedən informasiyaları əhatə etmişdir. Bu isə bütün informasiyanın 92,46%-i əhatə edir.

480 saatlıq prime-time vaxtında və o cümlədən 37 saat, 53 dəqiqə, 34 saniyə informasiyanın sadəcə 40 saniyəsi, yəni 0,03%-i iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfinə əleyhinə getmişdir.

480 saatlıq prime-time vaxtında 37 saat, 53 dəqiqə, 34 saniyə informasiyanın heç bir saniyəsi müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olmamışdır. Beləliklə, 0% əhatə etmişdir.

480 saatlıq prime-time vaxtında 37 saat, 53 dəqiqə, 34 saniyə informasiyanın 6 dəqiqə, 2 saniyəsi, yəni 0,26%-i müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin əlehinə olmuşdur. Beləliklə, televiziyaların nəticələrindən belə çıxır ki, ölkədə müxalifət mövcud deyil. Xüsusilə Az TV və ANS televiziyasının 240 saatlıq yayım müddətində heç bir informasiyasında müxalifətin lehinə və əleyhinə məlumata rast gəlinmir. Beləliklə, bu TV-lərin yanaşmasına görə ölkədə belə bir siyasi mövqeli təbəqə və ya siyasi rəng yoxdur.

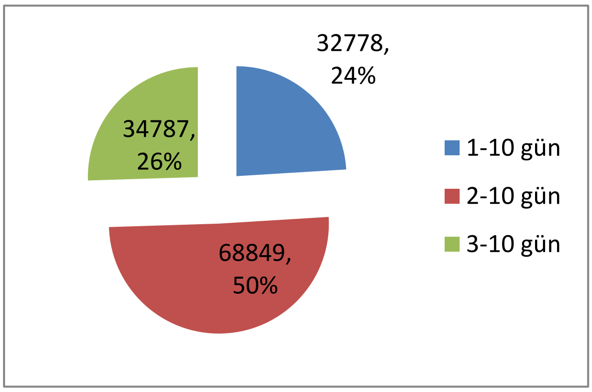
480 saatlıq prime-time vaxtında 37 saat, 53 dəqiqə, 34 saniyəlik siyasi əhəmiyyətli informasiyaların heç birində balanslı informasiya verilməmiş, beləliklə, sadəcə, təktərəfli məlumatlar təqdim edilmişdir. Odur ki, balanslı məlumat kateqoriyasında nəticə 0% olmuşdur.



İnformasiyaların Televiziyalar arasında paylaşımı

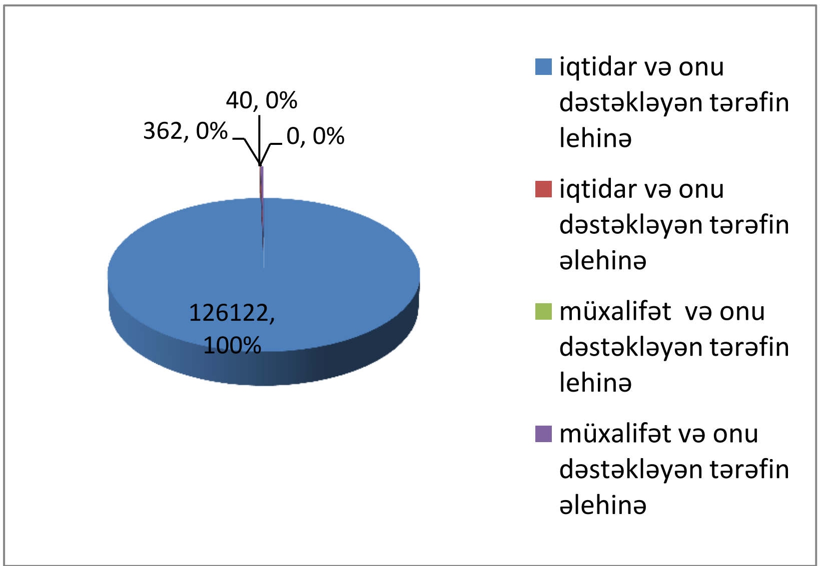
Ümumi informasiyaların içərisində ən böyük pay AzTV-yə düşür. Monitorinqdə qiymətləndirilən informasiyaların 59%-i AzTV –nin payına düşür. Bu onu göstərir ki, dövlət televiziyasının siyasi təbliğat prosesinə ciddi təsiri davam edir. 2-ci yer İTV-nin payına düşür. İTV 34% -lik payla AzTV-dən sonrakı yeri tutur. İki özəl telekanalın payı cəmi 7%-dir. Bu 7%-lik hissənin 4%-i ATV-nin, 3%- isə ANS-in payına düşür.

İnformasiyaların zamana görə paylaşımı



Sentyabr ayında informasiyalar bərabər paylaşılmamışdır. İlk 10 günlük müddətdə informasiyanın 24%-i əhatə edib. Lakin 2-ci ongünlükdə 50% , sonuncu 10-günlükdə isə 26%-lik bir paylaşım var. Monitorinq zamanı birdən-birə ikinci ongünlükdə informasiyaların 100%-dən çox artmasında Avropa İttifaqı Parlamentinin Azərbaycan əleyhinə qəbul etdiyi qətnamənin ciddi rolu olmuşdur.

Bundan sonra efirlərdə daha geniş müzakirələr olmuş və hökumətin doğru yolda olduğu əsaslandırılmışdır.



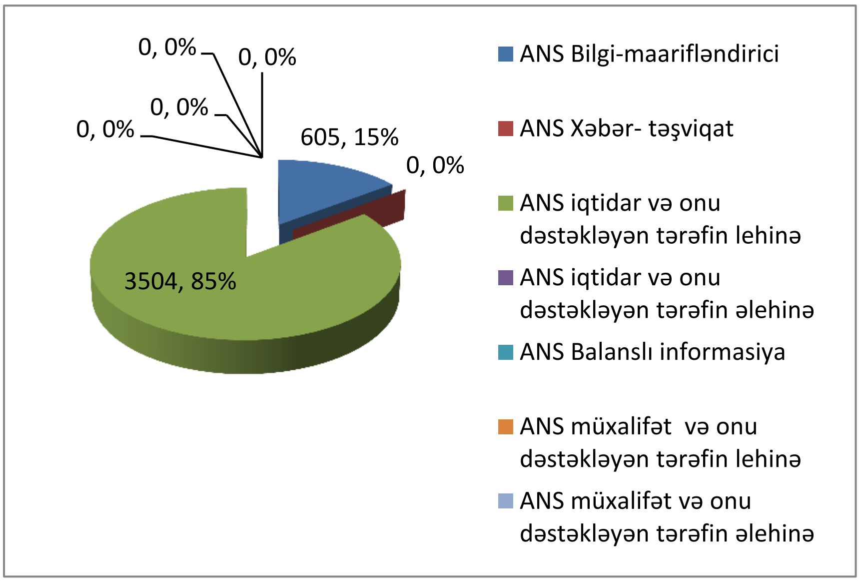
İnformasiyaların siyasi tərəflərə görə paylaşımı

İnformasiyaların siyasi tərəflərə görə qiymətləndirilməsinə gəldikdə, mariflәndirici xarakteri olmayıb, konkret tərəflərin lehinə olan informasiyaların çəkisi əzici çoxluqda olmuşdur. Ümumilikdə 35 saat 08 dəqiqə 4 saniyəlik informasiyanın 40 saniyəsi iqtidarın

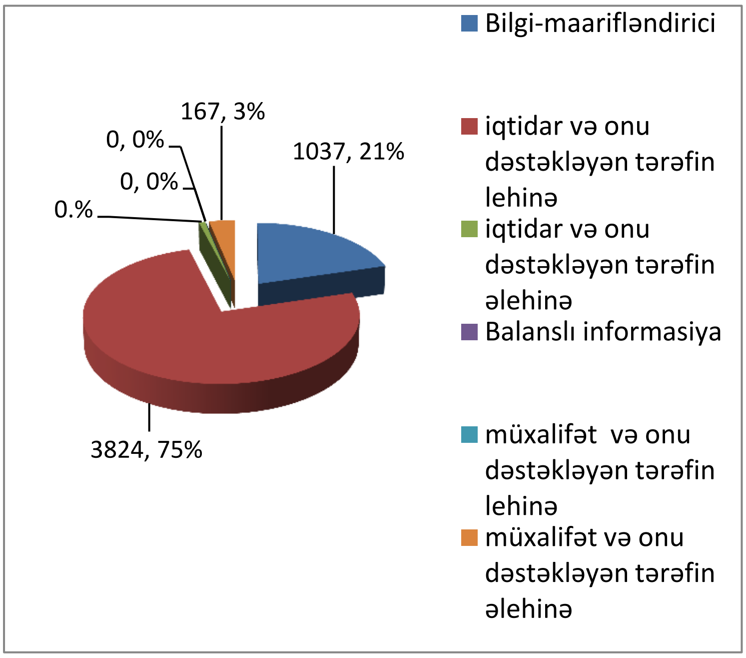
əleyhinə və 6 dəqiqə 2 saniyəsi müxalifətin əleyhinə olmaqla, qalan 35 saat 02 dəqiqə 02 saniyə müddətdə olan bütün informasiyalar iqtidar və ya onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olmuşdur. Bu, 100%-lik bir nəticədir. Bütün informasiyalar iqtidar və onun siyasətinin uğurunu dəstəkləyən siyasi tərəfin lehinə efirə getmişdir.

Özəl telekanallardakı vəziyyət

ANS TV

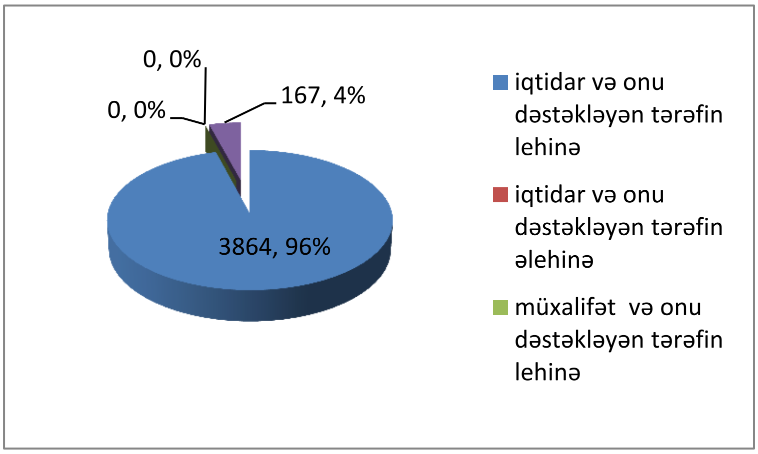


Özəl kanallardan ANS televiziyasının bir ay ərzində prime-time zamanı cəmi 1 saat 8 dəqiqə 29 saniyəlik informasiyası monitorinq altına düşmüşdür. Bu məlumatlardan 10 dəqiqə 5 saniyə, yəni 15% maarifləndirici informasiya olmuşdur. Qalan 85% informasiya, yəni 58 dəqiqə 24 saniyə iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfinə lehinə olan informasiya kimi qiymətləndirilmişdir. Digər parametrlərə daxil olan informasiya olmamışdır. Nə iqtidarın əleyhinə, nə də müxalifətin lehinə və əleyhinə informasiya efirə getmişdir. Beləliklə, siyasi balans baxımından ANS TV-yə görə tək iyasi rəng iqtidar və onu dəstəkləyən tərəf olmuş, 100%-lik nəticə onun lehinə olmuşdur.



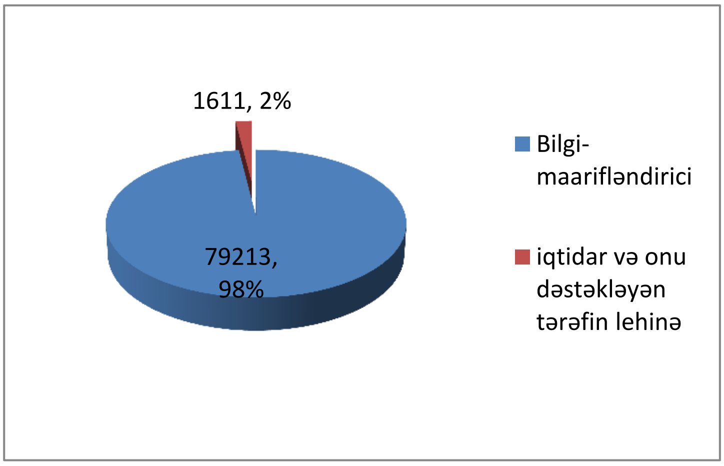
ATV

ATV kanalında bir ay ərzində monitorinq altına düşən informasiya 1 saat 24 dəqiqə 29 saniyə olmuşdur. Bu məlumatlardan 17 dəqiqə 17 saniyə, yəni 21% həcmində maarifləndirici xəbərlər olmuş, 1 saat 7 dəqiqə 8 saniyə , yəni 79% informasiya isə tərəfli informasiyalardır.



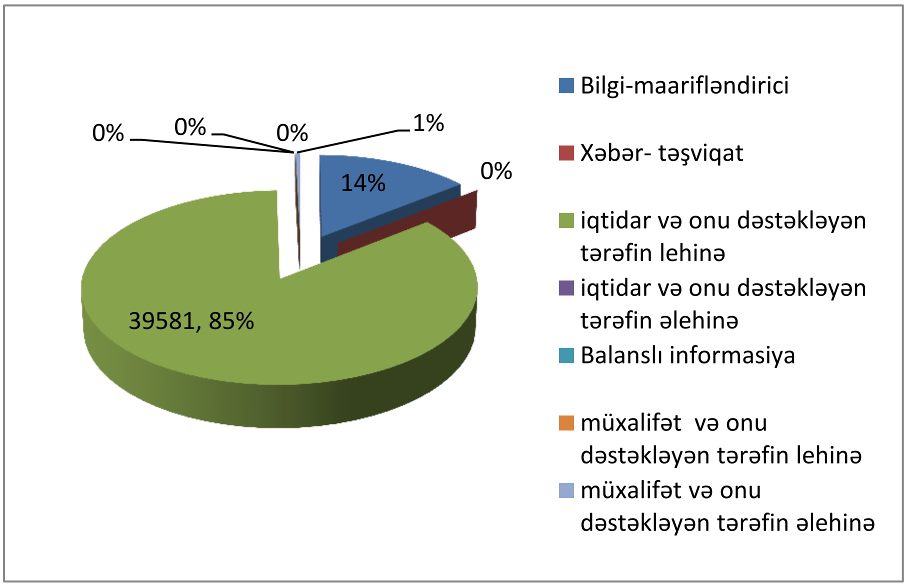
Tərəfli informasiyaların 96%- iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə, 4% müxalifətin əlehinə olmuşdur.

AZ TV



Sentyabr ayı ərzində Az Tv-nin 80824 saniyə, yəni 22 saat 27 dəqiqə 4 saniyə informasiyası monitorinq çərçivəsində qiymətləndirilmişdir. Bu zaman cəmi 2% informasiya maarifləndirici xarakterdə olmuş, qalan 98% informasiya tərəfli olmuşdur. Tərəfli informasiyanın hansı 100% iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lrhinə olmuş, öklənin siyasi palitrası tək rəngli olaraq təqdim olunmuşdur. Nə balanslı, nə müxalifətin lehinə və əleyhinə, nə də iqtidarın əleyhinə informasiya efirə verilmişdir.

İTV



İctimai kanalın digər kanallardan fərqli tərəfi onun quruluş məqsədinin ayrıca qeyd edilməsi və xüsusi qanunla tənzimlənməsidir. İTV yayım siyasətini balanslı qurmalı, siyasi tərəflərə bərabər imkanlar təqdim etməlidir. Monitorinq dövründə İTV-də 12 saat 53 dəqiqə 32 saniyə, yəni 46412 saniyə informasiya qiymətləndirməyə cəlb edilmişdir. Bu məlumatlardan 14 %-i marifləndirici xarakterdə olmuşdur. Bunun səbəbi Seçki Məcəlləsində MSK-ya vaxt ayrılması zəruriliyindən qaynaqlanıb. Qalan 86% informasiya tərəfli informasiya kimi qiymətləndirilmişdir. Bu informasiyaların 99,5%- i yəni,

39581 saniyəlik informasiya (**10 saat 59 dəqiqə 41 saniyə**) iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olmuş, cəmi 0,5%-lik informasiya 195 saniyə(3 dəqiqə 15 saniyə) müxalifət və onun əleyhinə qiymətləndiriləcək informasiya kimi xarakterizə edilmişdir. Beləliklə, İTV-də AZ TV kimi tamamilə təktərəfli informasiya yayıcısı kimi özünü göstərmişdir.

Sentyabr -2015

Qəzet və online medianın monitorinqinin nəticələri

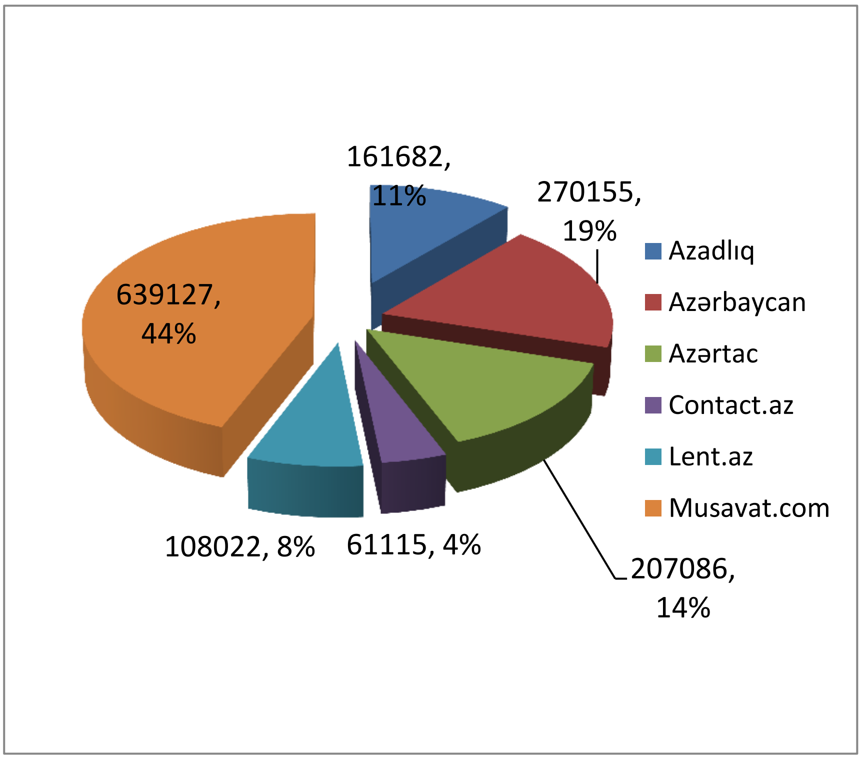
KİV	Ümumi	Bilgi-maarifləndirici	Xəbər-təşviqat	İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə	İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin əlehinə	Tərəfsiz	Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə	Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin əlehinə
	Məqalə və işarə	Məqalə və işarə	Məqalə və işarə	Məqalə və işarə	Məqalə və işarə	Məqalə və işarə	Məqalə və işarə	Məqalə və işarə
Azadlıq	63-161682	15-15025	0	1 - 1500	45-136634	1-4200	0	1- 4323
Azərbaycan	80-270155	49-120907	0	31-149248	0	0	0	0
Azərtac	84-207086	63 - 139011	0	21-68075	0	0	0	0
Contact.az	27-61115	17-38593	0	1 (2550)	6-15123	0	3-4849	0
Lent.az	57-108022	20-20355	0	30-77952	0	2-1481	2- 3119	0
Yeni Müsavat\Musavat.com	201-639127	57-119609	7-44010	67-220055	12-63693	15-55728	40-116522	3-19510
Cəmi	512-1447187	221-453500	7-44010	151-519380	63-215450	18-61409	45-124490	4-23833

Yuxarıdakı cədvəldə 6 KİV-in sentyabr ayı ərzində seçki mövzusunda monitorinqinin nəticələri verilmişdir. Ümumilikdə yazılı mətnlər monitorinq edildiyinə görə məqalə sayı və işarə qeydə alınmış, daha sonra mahiyyət etibarı ilə ilkin olaraq KİV-lərin adının qarşısında ümumi say göstərilmiş, sonra isə məqalələr, yazılar qiymətləndirilərək bu başlıqlara uyğun olan paylaşılmışdır: **"Bilgi-maariflәndirici", "Xəbər-təşviqat", "İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə", "İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin əleyhinə",**

“Tərəfsiz”, “Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə”, “Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin əleyhinə”.

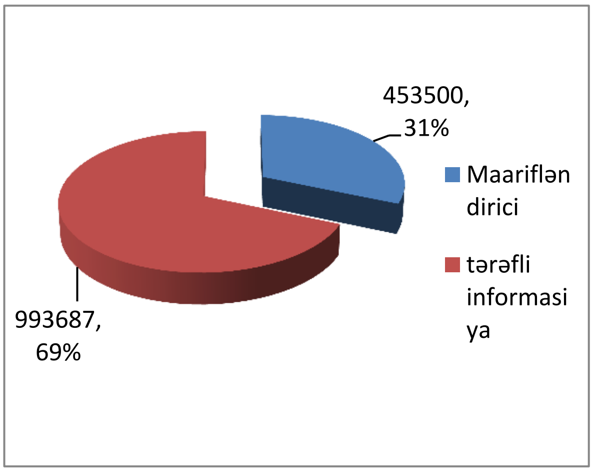
İqtidar və onu dəstəkləyən tərəf anlayışına hökumətin siyasətini sistemli şəkildə tənqid etməyən, əsasən dəstəkləyən, referendumda, büdcə qəbulu sırasında, kilid məsələlərin müzakirəsində hökuməti birbaşa və ya dolayılı olaraq öyən, dəstəkləyən, tərəfini tutan siyasi partiya təmsilçiləri və şəxslər daxildir. Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfə də əsasən bütün seçkilərdə, referendumda, büdcə qəbulu və xərcləmələrində hökuməti tənqid edən, onun icraatlarını bəyənməyən şəxslər və siyasilər daxil edilib.

Qəzet və online medianın sentyabr ayı monitorinqinin ümumi mənzərəsi



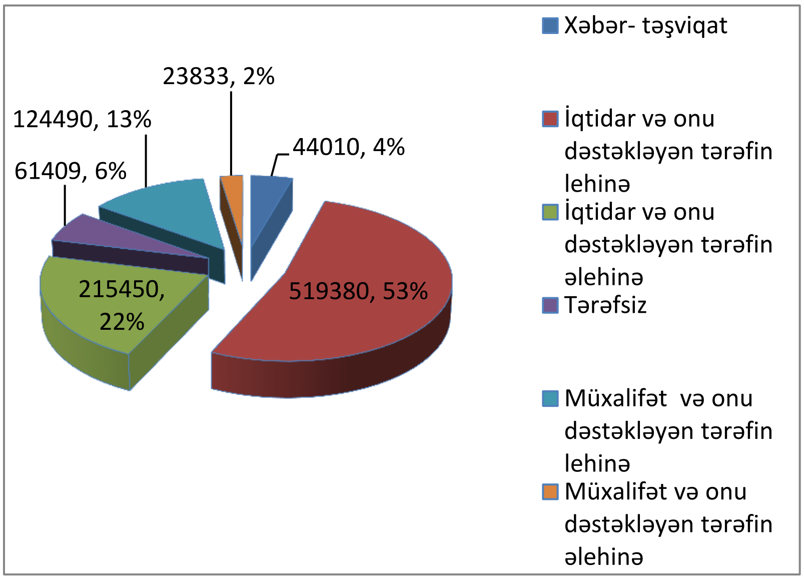
Sentyabr ayı üçün monitorinq edilən 6 media qurumunun vəziyyəti yandakı diaqramda əksini tapıb. Cəmi 512 məqalə və ya yazı monitorinq çərçivəsində qiymətləndirilmiş, bu yazıların ümumi həcmi 1 milyon 447 min 187 kompüter işarəsi olmuşdur.

Ən çox seçki prosesini içəqlandıran və monitorinqə tuş gələn tərəf “Yeni Müsavat” qəzetidir. Onun 201 informasiyası, 639 min 127 işarə ilə 44%-lik bir payı əhatə edib. İkinci yer, 19%-lə (270155 işarə və 80 informasiya) “Azərbaycan” qəzetinə məxsusdur. 3-cü yeri “AzərTAc” tutub və 14 %-lik nəticə ilə (207086 işarə-63 informasiya) 4-cü yeri tutan “Azadlıq” qəzetini qabaqlayır. “Azadlıq” 11%-lik (161682 işarə-63 informasiya) nəticə toplayıb. 5-ci yerdə 8%-lik nəticə ilə “lent.az” saytı gəlir. Onun informasiya sayı 57, işarə sayı 108022 olub. Sonuncu “contact az” saytıdır. Onun da nəticəsi 4%, informasiya sayı 17, işarə sayı 61115 olub.



Ümumi vəziyyət

Sentyabr ayı ərzində cəmi 512 məqalə və ya yazı monitorinq çərçivəsində qiymətləndirilib. Bu yazıların ümumi həcmi 1 milyon 447 min 187 kompüter işarəsi olmuşdur. Bu miqdarda informasiyanın 31%-i, yəni 221 fərqli məlumat, (453 min 500 işarə), maarifləndirici xarakterli informasiyalardır. Bu informasiyalar əsasən seçki prosesi ilə bağlı, namizədlərin ilkin qeydiyyatı, imza vərəqi götürmə, qeydiyyata təqdimetmə, MSK və DSK qərarlarının təqdimatı və s. formatlı informasiyalar olmuşdur.



İnformasiyaların 69% isə digər kateqoriyaya aid edilmişdir. Hansı ki bu təsnifləndirmədə "Xəbər-təşviqat", "İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə", "İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin əleyhinə", "Tərəfsiz", "Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə", "Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin əleyhinə" olan informasiyalar cəmləşmişdir. Ümumilikdə bu, 291 informasiyada, 993 min 687 işarədə təqdim edilmişdir. Ümumi informasiyanın 7 fərqli başlıq altındakı çəkisi isə 2-ci diaqramda görünür.

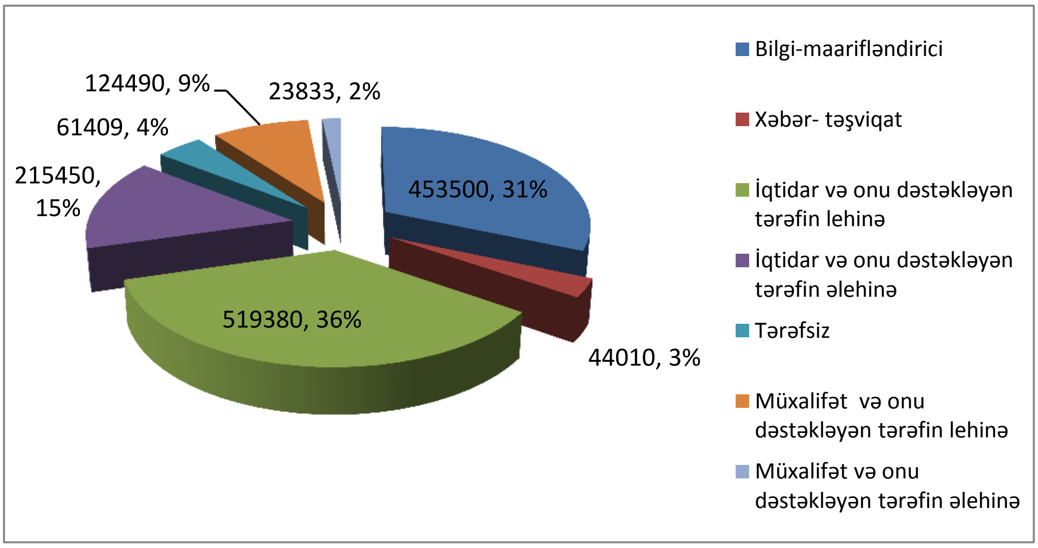
993 min 687 işarədə təqdim edilən 291 informasiya isə bu şəkildə paylaşılmışdır:

-Xəbər- təşviqat" - 4% (44 010 işarə, 7 informasiya),

- İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə- 53% (519 380 işarə, 151 informasiya),
- İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin əleyhinə-22% (215 450 işarə, 63 informasiya)
- Tərəfsiz- 6% (61 409 işarə, 18 informasiya)
- Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə-13% (124 490 işarə, 45 informasiya)
- Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə- 2% (23 833 işarə, 4 informasiya).

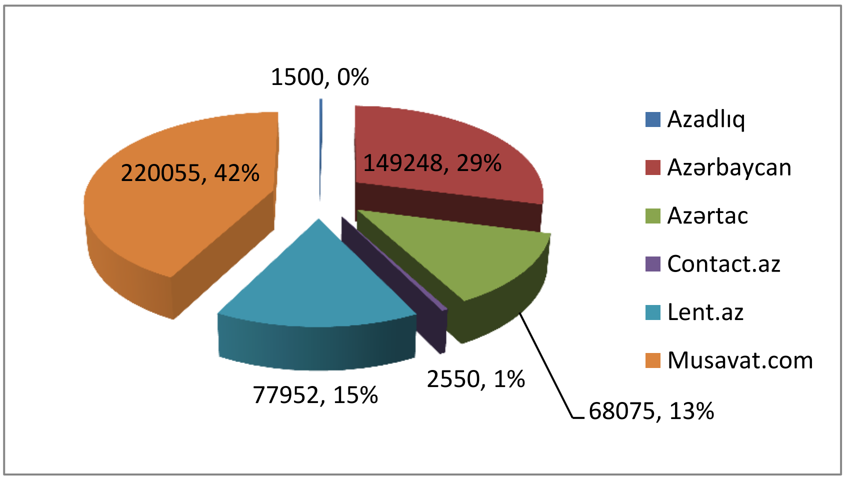
Diaqramdan da göründüyü kimi, informasiyaların yarıdan çoxu - 53 %-i iqtidar və onun siyasətinə dəstək verən tərəfin lehinə, 22% -i isə müxalifət və müxalif siyasəti dəstəkləyən tərəfin lehinə olmuşdur. İqtidarın əleyhinə 22%, müxalifətin əleyhinə isə 2% informasiya getmişdir. Qeyd etməliyik ki, monitorinqə müxalif partiyalara yaxın qəzetlərdən salınsa da, iqtidar partiyasına yaxın qəzet salınmamış, sadəcə, rəsmi qəzet və agentlik məlumatları monitorinq edilmişdir.

İnformasiyanın ümumi paylaşımı



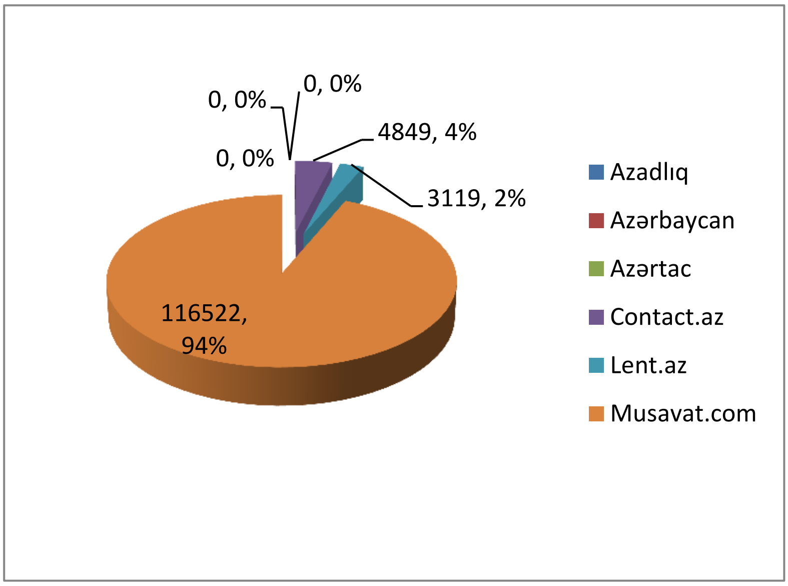
Bu diaqramda bütün monitorinqdə əldə edilən 1 milyon 447 min 187 kompüter işarəsi həcmində 512 informasiyanın paylaşımı verilmişdir.

İqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə



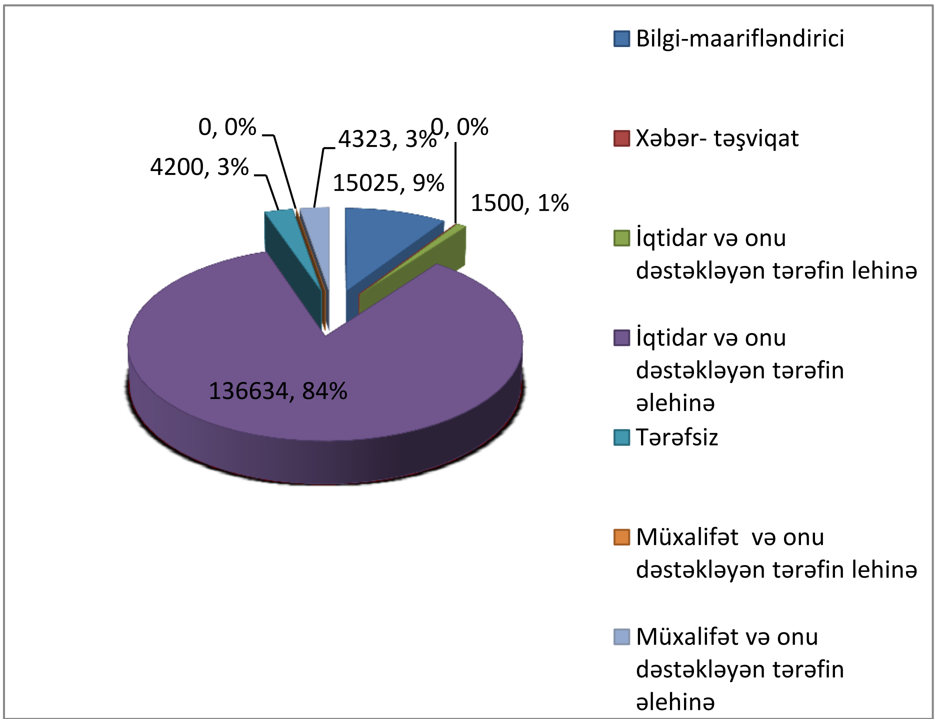
İnformasiyanın tərəfliliyi baxımından incələndiyində hansı KİV-lərin iqtidar və onun lehinə informasiya paylaşdığının nisbətini bu diaqramda görmək olar. 151 informasiyanın (519 min 380 işarə) ən çox - 42% "Yeni Müsavat" qəzetində, 29% "Azərbaycan" qəzetində, 15% "lent.az" saytında, 13% "AzərTAc"da, 1% contact.az saytında və 1%-dən az miqdar isə "Azadlıq" qəzetində olmuşdur.

Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə



Müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olan informasiyalar ümumi informasiyaların içərisində cəmi 13%-lik bir yerə sahibdir. 124 490 kompüter işarəsi həcmində olan 45 informasiyanın KİV-lər arasında paylaşımı belədir:

"Yeni Müsavat" qəzeti - 94% (116 522 işarə,40 informasiya)
"Contact.az" saytı - 4% (4 849 işarə, 3 informasiya)
"Lent.az" saytı - 2% (3119 işarə)

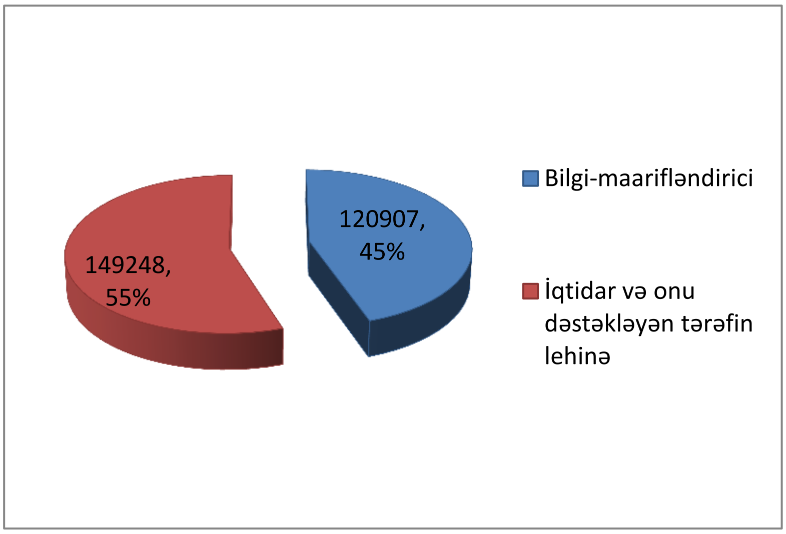


"Azadlıq" qəzeti

"Azadlıq" qəzetində monitorinqə düşən informasiya bir ay ərzində cəmi 63 informasiya olub. Azadlıqda gedən informasiyaların 84%-i (136 634 işarə) iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin əleyhinə olan məlumatlar olub. 9% (15 025 işarə) informasiya mariflәndirici,

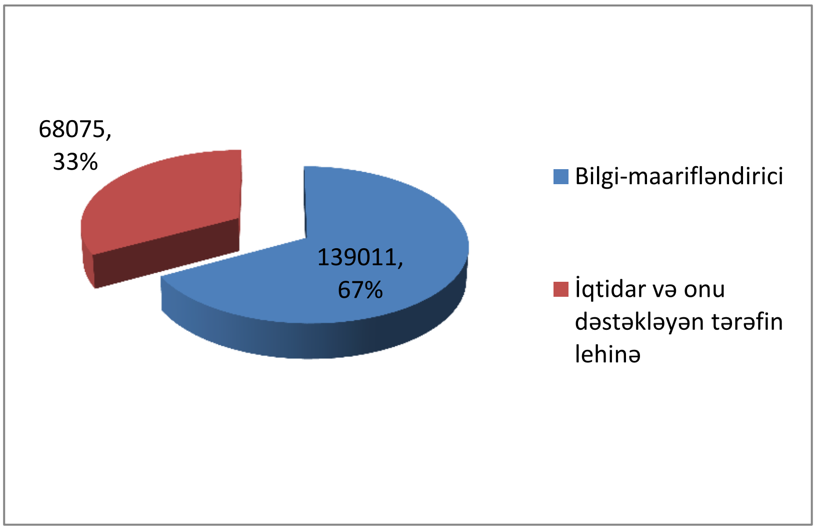
bilgiləndirici xarakterli olub. 3% (4323 işarə) müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin əleyhinə, 3% - (4200 işarə) tərəfsiz informasiya olub. 1% (1500 işarə) məlumat iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olub. Müxalifətin lehinə heç bir informasiya qeydə alınmayıb. Yəqin ki, seçkini boykot edən tərəfdə yer aldığından, qəzet seçkiyə gedən müxalif tərəfi də dəstəkləməməklə, belə bir mövqe ortaya qoyub.

"Azərbaycan" qəzeti

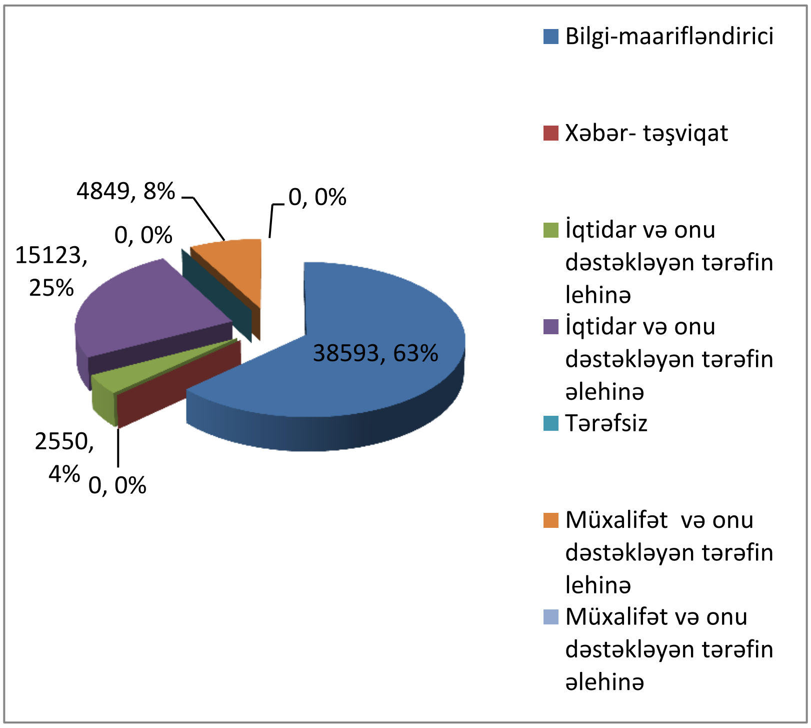


Milli Məclisin rəsmi orqanı olan "Azərbaycan" qəzetinin sentyabr ayı ərzində cəmi 80 informasiyası monitorinq çərçivəsində qiymətləndirilmişdir. 49 informasiya (120 907 işarə) bilgiləndirici-marifləndirici təsnifatında qeyd edilmiş, bu da 45%-lik bir hissəni əhatə etmişdir. Yerdə qalan 55%-lik 31 informasiya (149 248 işarə) iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olmuşdur. Beləliklə, digər 5 təsnifatda heç bir xəbər olmamış, tərəfsiz informasiya, yaxud iqtidar əleyhinə, habelə müxalifət haqqında lehinə və əleyhinə heç bir informasiyaya yer verilməməişdir. Bu tablo TV-lərdəki yanaşmaya çox oxşardır. Yəni ölkənin siyasi palitrasında, sadəcə, iqtidar və onu dəstəkləyən siyasi görüş var. Müxalifət və əks-düşüncəli təbəqə yoxdur.

"AzərTAc" İA



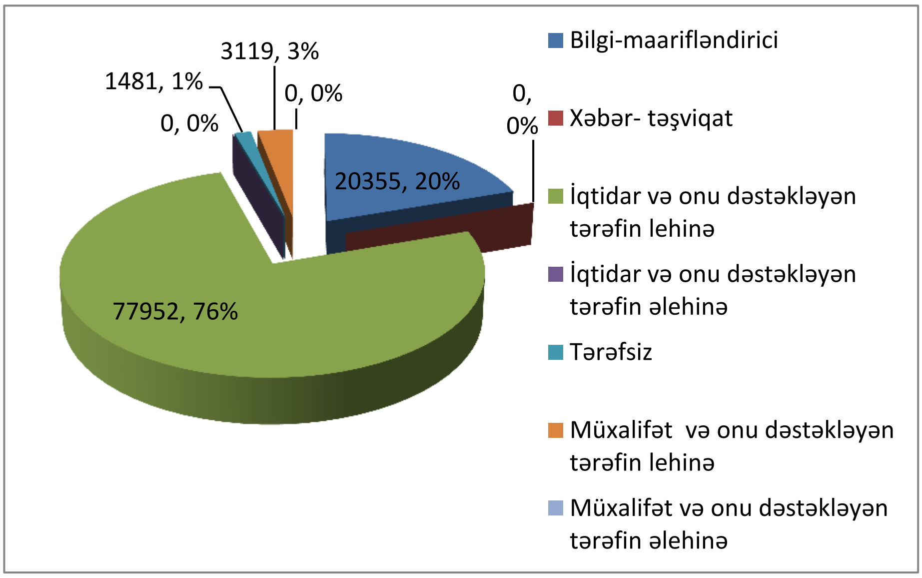
Rəsmi dövlət agentliyi olan və ölkə büdcəsindən hər il 5 milyon manatdan çox vəsait alan "AzərTAc" İnformasiya Agentliyinin rəsmi internet səhifəsindən sentyabr ayı ərzində 84 informasiya (207 086 işarə) monitorinq edilmişdir. Bu informasiyaların 67%-i (139011 işarə, 63 informasiya) bilgiləndirici-maarifləndirici xarakterli informasiyalar olmuşdur. Yerdə qalan 33% informasiya (21 informasiyada 68075 işarə) tərəfli informasiya kimi qiymətləndirilmişdir. Bu təsnifləndirmədə olan bütün informasiyalar 100% iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olmuşdur. Yanaşma digər rəsmi orqan olan "Azərbaycan" qəzeti ilə eyni olmuş, digər 5 təsnifatlandırmada informasiya olmamışdır.



“Contact.az”

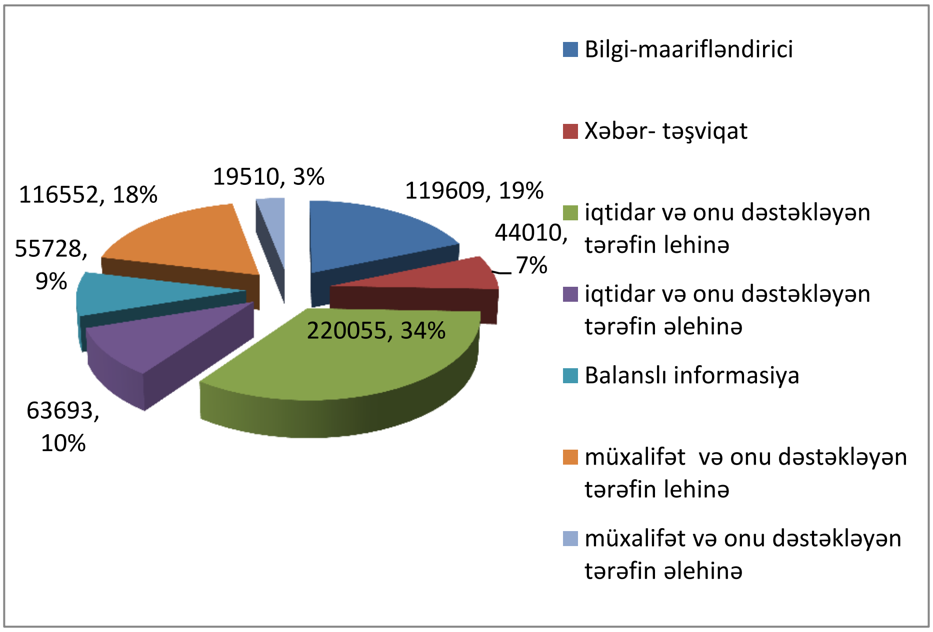
“Contact.az” saytında ümumilikdə ən az informasiya monitorinq çərçivəsində qiymətləndirilmişdir. Cəmi 27 informasiya 61115 işarənin 63%-lik hissəsi (17 informasiya, 38593 işarə) bilgiləndirici-maarifləndirici xarakterli olmuşdur. Bu kateqoriyada birinci KİV orqanıdır, hansı ki informasiyalarının 3\2-dək hissəsi təsnifata daxil olub. Informasiyaların 25 %-i, (6 informasiya, 15123 işarə) iqtidar və onu dəstəkləyənlərin əleyhinə yönəlmiş məlumatlar olub. 8%-lik (3 informasiya-4849 işarə) bir hissə müxalifətin lehinə qiymətləndirilib. 4%-lik bir hissə isə iqtidar və onu dəstəkləyənlərin lehinə olub. Bu 1 informasiya, 2550 işarə olub. Tərəfsiz informasiya təsnifatında sıfır olub. Müxalifət əleyhinə də sıfır olub.

“Lent.az”



“Lent az” saytının sentyabr ayı ərzində 57 informasiyası (108022 işarə) monitorinq çərçivəsində qiymətləndirilib. Bu informasiyaların 4\3-dən çoxu, 76%-i (77952 işarə-30 informasiya) iqtidar və onu dəstəkləyənlərin lehinə, 20%-i (20355 işarəlik,20 informasiya) mariflәndirici-bilgiləndirici, 3% (3119 işarə-2 informasiya) müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə, 1%-(1481 işarə-2 informasiya) müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfinə lehinə informasiya kimi qiymətləndirilmişdir. Maarifləndirici məlumatları kənara çıxsaq, tərəfli informasiyaların 89%-i iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olmuşdur.

“Yeni Müsavat” qəzeti



“Yeni Müsavat” qəzetinin sentyabr ayı ərzində monitorinqə düşən informasiya sayı digər KİV-lərə nisbətən ən çox olub. Ümumilikdə 512 informasiyanın 201-i bu KİV-in payına düşüb. 639 min 127 kompüter işarəsi ilə bütün informasiyanın 44%-ini əhatə edib. Ən çox informasiya iqtidar və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə olub. 34% (67- informasiya, 220055 işarə), 19% informasiya maarifləndirici-bilgiləndirici təsnifatına daxil olub. Bunun miqdar 57 informasiya, 119 min 609 işarədir. 18%-lik nəticə ilə müxalifət və onu dəstəkləyən tərəfin lehinə informasiyalar yer alıb. 40 informasiyadan ibarət bu hissədə 116 min 522 işarə var. 10%-lik 12 informasiyadan ibarət 63 min 693 işarə iqtidarın əleyhinə olan informasiyalardır. 55 min 728 işarə ilə 15 informasiya tərəfsiz, balanslı təqdim edilən informasiya olub. Təşviqata start verilməməsinə baxmayaraq, 7%-lik bir blok məhz təşviqat çərçivəsinə düşüb. Bunun həcmi bir video-reportaj olmaqla, 44 min 10 işarəlik 7 informasiya olub.