

<https://doi.org/10.62837/2026.7.251>

SƏADƏT RƏİS QIZI ABDULLAYEVA
Bakı Dövlət Universitetinin Jurnalistika fakültəsinin doktorantı
ETN İnformasiya Texnologiyaları İnstitutunun elmi işçisi
E-mail: sado.amea@gmail.com
Orcid: 0000-0003-4174-7904

**AZƏRBAYCANDA INTERNET-MEDIANIN MONİTORİNGİNİN
TƏŞKİLİ: BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏ VƏ INSTITUSIONAL
MEXANİZMLƏR
XÜLASƏ**

İnformasiya cəmiyyətində internet-media resurslarının fəaliyyətinin institusional səviyyədə monitorinqi milli informasiya təhlükəsizliyinin və ictimai rəyin obyektiv formalaşdırılmasının mühüm şərtlərindən biri kimi çıxış edir. İstifadəçilərin rəqəmsal mühitdə gündəlik keçirdikləri vaxtın əhəmiyyətli hissəsini internet və media resurslarına sərf etməsi bu sahənin sistemli monitorinq olunmasını zəruri edir.

Məqalədə media monitorinqinin institusional tarixi - ənənəvi press-klipping agentliklərindən tutmuş müasir rəqəmsal platformalara (CyberAlert, Technorati, Media Impact Project, Alexa, Media Cloud) qədər - sistemləşdirilir və bu təşkilatların fəaliyyət istiqamətləri müqayisəli şəkildə analiz olunur. Azərbaycanda media monitorinqinin hazırkı institusional vəziyyəti tədqiqata cəlb olunur və bu sahədə mövcud çatışmazlıqlar, o cümlədən vahid metodologiyanın və milli statistik mexanizmin olmaması kimi problemlər müəyyən edilir. Bu analiz əsasında Azərbaycanda Milli Media Monitorinqi Mərkəzinin konkret institusional strukturu təklif olunur və mərkəzin fəaliyyət istiqamətlərinə dair konkret təkliflər verilir.

Həmçinin Azərbaycanda medianın monitorinqi istiqamətinin inkişafı üçün ilkin mərhələdə hüquqi-institusional çərçivənin formalaşdırılması, sonrakı mərhələdə isə texniki infrastrukturun və kadr potensialının inkişaf etdirilməsi ilə bağlı tövsiyələr təqdim olunur. Tədqiqat göstərir ki, beynəlxalq təcrübənin milli informasiya mühitinə uyğunlaşdırılması və vahid statistik mexanizmlərin yaradılması Azərbaycanda media monitorinqi sisteminin institusional inkişafı üçün zəruridir.

Açar sözlər: internet-media, media monitorinqi, medianın qiymətləndirilməsi, beynəlxalq təcrübə, institusional struktur, media marketinqi

Giriş

Rəqəmsallaşma proseslərinin sürətlənməsi və informasiya cəmiyyətinin formalaşması şəraitində internet-media resurslarının fəaliyyətinin institusional səviyyədə tənzimlənməsi, monitorinqi və qiymətləndirilməsi dövlətlərin informasiya siyasətinin mühüm elementi kimi çıxış edir. Bir sıra ölkələrdə media monitorinqi sahəsində uzun illər ərzində formalaşmış institusional infrastruktur, monitorinq

platformaları mövcuddur. Azərbaycanda isə bu sahə hələ də formalaşma mərhələsindədir.

Əvvəlki tədqiqatlarımızda medianın monitorinqinin beynəlxalq təcrübəsi, monitorinq şirkətlərinin əsas xidmətləri və Azərbaycanda media monitorinqinin hazırkı vəziyyəti araşdırılaraq, bu sahədə mövcud problemlər (monitorinq xidmətlərinin yüksək qiyməti, nəticələrin uyğunsuzluğu, avtomatlaşdırılmış alətlərin emosional tonallığı dəqiq müəyyənləşdirə bilməməsi) təqdim olunmuşdur [4]. Digər tədqiqatımızda internet-media resurslarının veb-analitika mexanizmləri vasitəsilə qiymətləndirilməsi problemləri tədqiq olunmuş, o cümlədən elmi təşkilatın veb-saytının təmsalında praktiki nümunə təklif edilmişdir [1]. Başqa bir tədqiqatımızda isə beynəlxalq media monitorinqi platformalarının (Media Impact Project, Alexa, Media Cloud) müqayisəli təhlili aparılmış və Azərbaycanda Milli Media Monitorinqi Mərkəzinin yaradılması ideyası ilkin şəkildə əsaslandırılmışdır [5].

Bu məqaləmizin məqsədi yuxarıda qeyd olunan tədqiqatların nəticələrini institusional-təşkilati müstəvidə dərinləşdirməkdir: bu məqsədlə beynəlxalq media monitorinqi təşkilatlarının fəaliyyət istiqamətləri sistemləşdirilir, Azərbaycanda media monitorinqi sahəsində fəaliyyət göstərən qurumların fəaliyyət istiqamətləri analiz olunur və Milli Media Monitorinqi Mərkəzinin konkret institusional strukturu işlənib hazırlanır. Bu baxımdan, məqalə əvvəlki tədqiqatda [ətraflı bax: 5] ümumi şəkildə təklif olunan ideyaları konkret təşkilati modelə çevirməyə xidmət edir.

Beynəlxalq media monitorinqi təcrübəsi: təşkilatlar və platformalar

Media monitorinqinin tarixi 1852-ci ildə Londonda polyak xəbər agentliyi Henri Romeike tərəfindən təsis edilmiş ilk “press-klippinq” agentliyi ilə başlamışdır [6]. Press-klippinq açar sözlər və ya digər meyarlar üzrə media nəşrlərinin və vizual materialların seçilməsini nəzərdə tutur. 1953-cü ildə Parisdə təsis edilmiş Qlobal Media-analitika Assosiasiyası (FIBEP) bu sahənin ən nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlarından biri olmuş və hazırda 50 ölkədən 120 üzv təşkilatı birləşdirir. İlk internet-media monitorinqi şirkəti olan WebClipping isə 1998-ci ildə fəaliyyətə başlamışdır [4].

Müasir dövrdə media monitorinqi xidmətləri göstərən şirkətlər arasında Glean.info (keçmiş CyberAlert) xüsusi yer tutur: bu şirkət 75-dən çox dildə, dünyanın 191 ölkəsində 65 min onlayn xəbər resursunu, 90 milyondan çox sosial media bloqu və forum və şikayət saytını gündəlik olaraq izləyir.

Sosial medianın monitorinqi sahəsində isə Technorati, Blog Pulse, IceRocket və Google Blogs kimi bloq monitorinqi xidmətləri göstərən platformalar fəaliyyət göstərir; belə ki, ABŞ-ın Technorati şirkəti gündə 1,2 milyon yeni paylaşım malik 75 milyon bloqun mövcudluğunu qeyd edir [10].

2020-ci illərdə isə media monitorinqi sahəsində fərqli metodoloji fokuslara malik beynəlxalq platformalar formalaşmağa başlamışdır. Media Impact Project medianın ictimai rəyə, auditoriya davranışına təsirinin qiymətləndirilməsinə, eləcə də

media məzmununun effektivliyinin ölçülməsinə fokuslanır [8]. Alexa media resursunun veb-trafikin təhlili, internet-medianın fəallığının izlənməsi, istifadəçi davranışının müşahidəsi, səhifəyə baxış sayının ölçülməsi, saytların reytingləşdirilməsi və istifadəçilərin saytda keçirdiyi vaxtın ölçülməsi sahəsində ixtisaslaşmışdır [5]. Media Cloud isə xəbər axınlarının strukturu və məzmununun təhlilini həyata keçirir və faktların dəqiqliyi və mənbə şəffaflığına əsaslanan qiymətləndirmə sistemlərindən istifadə edir [9].

Aşağıdakı cədvəldə beynəlxalq media monitorinqi təşkilatları və platformalarının müqayisəli xarakteristikası təqdim olunmuşdur.

Təşkilat / platforma	Yaranma ili	Əsas fəaliyyət istiqaməti
Romeike (press-klippinq)	1852	Açar sözlər üzrə mətbuat materiallarının seçilməsi (London)
FIBEP	1953	Beynəlxalq press-klippinq xidmətlərinin əlaqələndirilməsi (50 ölkədən 120 üzv)
WebClipping	1998	İlk internet-media monitorinqi şirkəti
CyberAlert	müasir dövr	191 ölkədə 65 min onlayn mənbə, 90 mln bloqun monitorinqi
Media Impact Project	2020-ci illər	Medianın ictimai rəyə və davranışa təsirinin qiymətləndirilməsi
Alexa	2020-ci illər	Veb-trafikin analizi, saytların reytingləşdirilməsi
Media Cloud	2020-ci illər	Xəbərin struktur və məzmun baxımından analizi, faktların dəqiqliyinin monitorinqi

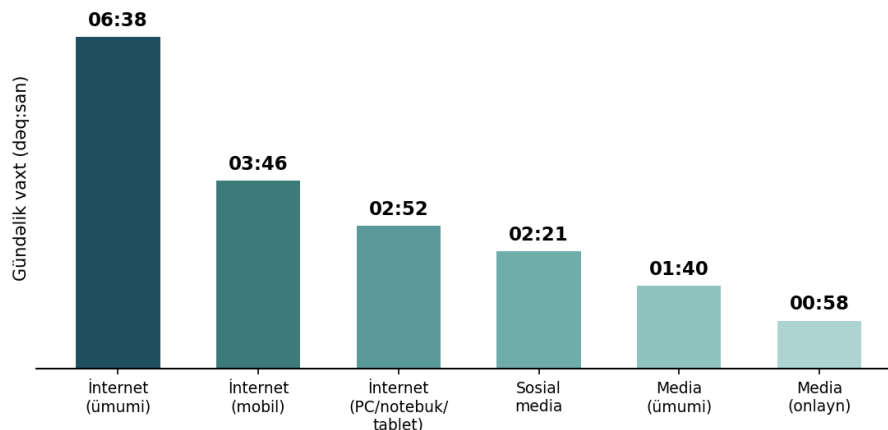
Cədvəl 1. Beynəlxalq media monitorinqi təşkilatları və platformalarının müqayisəli analizi

Müqayisəli analizin nəticələri göstərir ki, media monitorinqi təşkilatları zaman keçdikcə ənənəvi mətbuat materiallarının fiziki olaraq toplanmasından (press-klippinq) tam avtomatlaşdırılmış, çoxdilli və qlobal əhatəli rəqəmsal platformalara doğru təkamül etmişdir. Bu inkişaf xətti göstərir ki, media monitorinqinin əhatə dairəsi artdıqca və mürəkkəbləşdikcə, bu sahənin institusional tənzimlənməsi və əlaqələndirilməsi də getdikcə daha aktual məsələyə çevrilməkdədir. Bu institusional inkişafı qiymətləndirmək üçün istifadəçilərin internet-media resurslarına ayırdıqları vaxtın həcminə nəzər salmaq. Belə ki, qlobal statistikaya əsasən, internet istifadəçiləri

gündəlik orta hesabla internetə 6 saat 38 dəqiqə vaxt ayırır, bunun da bir hissəsini birbaşa media resurslarına sərf edirlər [7] (Şəkil 1).

Bu rəqəmlər media resurslarının institusional səviyyədə monitorinqinin aparılması zəruriliyini aydın şəkildə nümayiş etdirir: gündəlik milyonlarla istifadəçinin diqqətini cəlb edən informasiya mühitinin nəzarətsiz qalması həm informasiya təhlükəsizliyi, həm də ictimai rəyin formalaşması baxımından ciddi risklər yaradır.

İstifadəçilərin (16+ yaş) gündəlik internet və media resurslarına ayırdığı orta vaxt



Şəkil 1. İstifadəçilərin gündəlik internetə və media resurslarına ayırdığı orta vaxt (mənbə: Digital 2025 Global Overview Report)

Azərbaycanda media monitorinqinin formalaşma səviyyəsi və mövcud vəziyyəti

Azərbaycanda informasiya cəmiyyətinin formalaşması bu istiqamətdə həyata keçirilən uzunmüddətli institusional fəaliyyətin və inkişaf prosesinin nəticəsidir. Bu istiqamətdə atılan məqsədyönlü addımlar media sahəsində rəqəmsal transformasiyanın institusional əsaslarının formalaşmasına da şərait yaratmışdır. Azərbaycanda media monitorinqi sahəsinin institusional inkişafı bir neçə mərhələni əhatə edir:

İlk növbədə, Azərbaycan Mətbuat Şurası yanında fəaliyyət göstərən Komissiyalar onlayn media resurslarına dair Mətbuat Şurasına daxil olan şikayətlərə baxır, milli və beynəlxalq tendensiyaları izləyir və internet-media jurnalistinin məsuliyyəti ilə bağlı yaranan mənfi nəticələrin aradan qaldırılmasına dəstək göstərir [3].

Ölkədə fəaliyyət göstərən Mediatrends, Kalibri media monitorinqi, Media Consulting and Services və Media Təqib Mərkəzi kimi şirkətlər milli media monitorinqi, beynəlxalq media monitorinqi, mətbuat monitorinqi, televiziya və radio yayımının monitorinqi, sosial media monitorinqi, xəbər agentliklərinin monitorinqi, televiziya və küçə reklamının monitorinqi kimi xidmətlər göstərir. Bu şirkətlər əsasən, açar sözlərin işlədilmə sayının statistik hesabatını təqdim edirlər, lakin

hesabatların hazırlanması zamanı məzmunun dərin təhlili ödənişli versiyada aparılır - bu, mövcud xidmətlərin əsas çatışmazlıqlarından biridir. Mediatrends, Kalibri media monitorinqi kimi şirkətlər son zamanlar monitorinqin aparılmasında süni intellekt alətlərindən də istifadə edirlər ki, bu da böyük həcmdə informasiya axınlarını real vaxt rejimində təhlil etməyə, nümunələri avtomatik şəkildə tanımağa və keyfiyyət göstəricilərini səviyyələndirməyə imkan verir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 12 yanvar tarixli Sərəncamı ilə təsis edilmiş Medianın İnkişafı Agentliyi jurnalistika prinsipləri və peşə etikası çərçivəsində media təşkilatlarının keyfiyyət və səmərəliliyinin yüksəldilməsi üzrə sistemli strategiyanın həyata keçirilməsini təmin edir. Bundan başqa, Media Reyestrinin formalaşdırılması Azərbaycanda media mühitinin təkmilləşdirilməsi və rəqabətqabiliyyətinin artırılmasına yönəlmiş mühüm tədbirlərdən biridir.

Aparılan təhlillər göstərir ki, bu sahədə vahid metodologiyanın olmaması və milli statistik mexanizmlərin çatışmazlığı bir sıra çətinliklər yaradır, bu da media resurslarının fəaliyyətinin bütün aspektlərdən qiymətləndirilməsi üçün xüsusi mexanizmlərin yaradılmasını zəruri edir.

Milli Media Monitorinqi Mərkəzinin institusional strukturu

Beynəlxalq metodologiyaları milli media mühitinə uyğunlaşdırmaqla internet-medianın fəaliyyətini bir çox meyarlar üzrə qiymətləndirməsi məqsədilə beynəlxalq və milli təcrübənin təhlili əsasında Milli Media Monitorinqi Mərkəzinin yaradılması təklif olunur.

Bu konseptual model üzrə Mərkəzin ali idarəetmə orqanı Koordinasiya Şurasıdır. Bu Şura ölkənin monitorinqlə məşğul olan bütün media strukturlarının fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi, media resurslarının qiymətləndirilməsi üzrə vahid metodologiya və müvafiq metodikaların işlənilib hazırlanması, zəruri monitorinq infrastrukturunun yaradılması və onun nəticələrinin aidiyyəti dövlət, ictimai və korporativ qurumlara çatdırılması funksiyalarını yerinə yetirir.

Mərkəzin tərkibində dörd əsas struktur bölmənin yaradılması təklif olunur. Monitorinq və məlumat toplama şöbəsi internet mənbələrindən (xəbər saytları, portallar, sosial media, bloqlar) məlumatların toplanması, ilkin emalı və mərkəzləşdirilmiş bazada saxlanması üzrə fəaliyyət göstərir; bu şöbənin işi konseptual modelin birinci mərhələsinə uyğun gəlir. Təhlil və qiymətləndirmə şöbəsi toplanmış məlumatların semantik və statistik təhlilini, informasiya tonallığının müəyyənləşdirilməsini, həmçinin media resurslarının texniki, məzmun, auditoriya, etibarlılıq və ictimai-sosial təsir meyarları üzrə qiymətləndirilməsini həyata keçirir.

Metodologiya və beynəlxalq əməkdaşlıq şöbəsi beynəlxalq təşkilatların (FIBEP, Media Impact Project, Media Cloud və s.) metodoloji təcrübəsinin öyrənilməsini və milli mühitə uyğunlaşdırılmasını, həmçinin ekspert qiymətləndirməsinin tətbiqini təmin edir. Hesabat və kadr hazırlığı şöbəsi monitorinq nəticələrinin hesabat şəklində formalaşdırılmasını, aidiyyəti qurumlara ötürülməsini,

o cümlədən media monitorinq sahəsində çalışan mütəxəssislərin metodoloji hazırlığını təmin edir.

Mərkəzin fəaliyyəti dövlət qurumları, media təşkilatları, tədqiqat institutları və beynəlxalq tərəfdaşlarla daimi qarşılıqlı əlaqə şəraitində həyata keçirilir. Bu strukturun əsas məqsədi milli maraqları, informasiya təhlükəsizliyi, kibertəhlükəsizlik məsələlərini və qloballaşma prosesini nəzərə alaraq media qiymətləndirilməsinin əsas göstəricilərini müəyyənləşdirmək, Azərbaycan mediasının hazırkı vəziyyətini qiymətləndirmək və media monitorinqi ilə məşğul olan kadrların hazırlığı üçün metodoloji dəstək göstərməkdən ibarətdir.

Beləliklə, aparılan təhlil əsasında Azərbaycanda media monitorinq sisteminin institusional inkişafı üçün aşağıdakı tövsiyələr formalaşdırıla bilər:

- ✓ media monitorinqi ilə məşğul olan bütün qurumların (Mətbuat Şurası, Medianın İnkişafı Agentliyi, monitorinq şirkətləri) fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi üçün vahid hüquqi-institusional çərçivənin formalaşdırılması;
- ✓ media resurslarının qiymətləndirilməsi üzrə vahid milli statistik mexanizmin və metodologiyanın formalaşdırılması, bunun nəticəsində müxtəlif monitorinq şirkətlərinin hesabatları arasındakı uyğunsuzluqların aradan qaldırılması;
- ✓ beynəlxalq monitorinq platformalarının (Media Cloud, Media Impact Project) metodoloji təcrübəsinin mərhələli şəkildə milli media mühitinə adaptasiya olunması;
- ✓ media monitorinq sahəsində yüksəkixtisaslı mütəxəssislərin hazırlığı üçün ixtisaslaşdırılmış təlim proqramlarının həyata keçirilməsi;
- ✓ süni intellekt və təbii dilin emalı texnologiyalarının monitorinq proseslərinə, xüsusilə mətnin tonallığının müəyyənləşdirilməsi istiqamətində inteqrasiya olunması.

Qeyd olunan tövsiyələrin icrası mərhələli yanaşma tələb edir: ilkin mərhələdə hüquqi-institusional çərçivənin formalaşdırılması, sonrakı mərhələdə isə texniki infrastrukturun və kadr potensialının inkişaf etdirilməsi prioritet kimi qarşıya qoyulmalıdır.

Nəticə

Aparılan tədqiqatın nəticəsinə əsasən media monitorinqinin beynəlxalq təcrübəsi press-klippinq agentliklərindən global rəqəmsal platformalara qədər mühüm institusional təkamül yolu keçmişdir. Azərbaycanda media monitorinqi sahəsində bir sıra qurumlar (Mətbuat Şurası yanında Komissiyalar, Mediatrends, Kalibri, Media Təqib Mərkəzi, Medianın İnkişafı Agentliyi və s.) fəaliyyət göstərsə də, bu fəaliyyət hələ də vahid institusional çərçivəyə malik deyil; təklif olunan Milli Media Monitorinqi Mərkəzinin strukturu bu sahədə beynəlxalq təcrübəni milli mühitə uyğunlaşdırmaq üçün praktiki çərçivə yaradır.

Ədəbiyyat

Azərbaycan dilində

1. Abdullayeva S.R. İnternet-media resurslarının veb-analitika mexanizmləri vasitəsilə qiymətləndirilməsi. *İnformasiya cəmiyyəti problemləri*, 2019, №1, s. 109–117.
2. Azərbaycan Respublikasında media sahəsində islahatların dərinləşdirilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 2021.
e-qanun.az
3. Azərbaycan Respublikası Mətbuat Şurası. Komissiyalar.
presscouncil.az

İngilis dilində

4. Alguliyev R.M., Aghayeva S.R. Online media monitoring: current state, problems and development prospects. *Problems of Information Society*, 2016, vol. 7, no. 1, pp. 56–62.
[DOI: 10.25045/jpis.v07.i1.07](https://doi.org/10.25045/jpis.v07.i1.07)
5. Abdullayeva S. Online media monitoring and evaluation: comparative approaches. *Problems of Information Society*, 2025, vol. 16, no. 2, pp. 107–115.
[DOI: 10.25045/jpis.v16.i2.12](https://doi.org/10.25045/jpis.v16.i2.12)
6. CyberAlert, Inc. Media Monitoring: The Complete Guide. 2010, 26 p.
7. Digital 2025: Global Overview Report. We Are Social & Meltwater, 2025.
datareportal.com
8. Media Impact Project. Shifting Narrative Change into High Gear, 2025.
mediaimpactproject.org
9. Media Cloud. Media Cloud Search, 2025.
mediacloud.org
10. Zhang B. and Vos M., Social media monitoring: methods, benefits and difficulties for international companies, *Corporate Communications: International Journal*, 2014, 19 (4), 371-383. DOI:10.1108/CCIJ-07-2013-0044

ABDULLAYEVA S.R.

ORGANIZATION OF ONLINE MEDIA MONITORING IN AZERBAIJAN: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND INSTITUTIONAL MECHANISMS

ABSTRACT

In the information society, institutional monitoring of online media resources has become one of the key prerequisites for ensuring national information security and for the objective formation of public opinion. The significant amount of time that

users spend daily in the digital environment engaging with internet and media resources necessitates systematic oversight of this sector.

This article systematizes the institutional evolution of media monitoring, ranging from traditional press-clipping agencies to modern digital platforms (CyberAlert, Technorati, Media Impact Project, Alexa, Media Cloud), and provides a comparative analysis of their areas of activity. The current institutional state of media monitoring in Azerbaijan is examined, and existing shortcomings are identified, including the absence of a unified methodology and a national statistical mechanism.

Based on the analysis, a concrete institutional structure for a National Media Monitoring Center in Azerbaijan is proposed, along with specific recommendations regarding its functional directions. Furthermore, the study presents phased recommendations for the development of media monitoring, emphasizing the formation of a legal and institutional framework at the initial stage, followed by the development of technical infrastructure and human resources. The findings indicate that adapting international experience to the national information environment and establishing unified statistical mechanisms are essential for the institutional development of Azerbaijan's media monitoring system.

Key words: online media, media monitoring, media evaluation, international experience, institutional structure, media marketing

АБДУЛЛАЕВА С.Р.

ОРГАНИЗАЦИЯ МОНИТОРИНГА ИНТЕРНЕТ-МЕДИА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ

РЕЗЮМЕ

В условиях информационного общества институциональный мониторинг деятельности интернет-медиа ресурсов становится одним из ключевых факторов обеспечения национальной информационной безопасности и объективного формирования общественного мнения. Значительная часть времени, которое пользователи ежедневно проводят в цифровой среде, посвящена интернету и медиаресурсам, что делает необходимым системный контроль данной сферы.

В статье систематизируется институциональная эволюция медиамониторинга — от традиционных агентств пресс-клиппинга до современных цифровых платформ (CyberAlert, Technorati, Media Impact Project, Alexa, Media Cloud), а также проводится сравнительный анализ направлений деятельности этих организаций. Исследуется текущее институциональное состояние медиамониторинга в Азербайджане и выявляются существующие

проблемы, в том числе отсутствие единой методологии и национального статистического механизма.

На основе проведённого анализа предлагается конкретная институциональная модель Национального центра медиамониторинга в Азербайджане и формулируются практические рекомендации по направлениям его деятельности. Кроме того, представлены предложения по поэтапному развитию медиамониторинга, предусматривающие на первоначальном этапе формирование правовой и институциональной базы, а на последующем этапе — развитие технической инфраструктуры и кадрового потенциала. Результаты исследования показывают, что адаптация международного опыта к национальной информационной среде и создание единого статистического механизма являются необходимыми условиями институционального развития системы медиамониторинга в Азербайджане.

Ключевые слова: онлайн-медиа, мониторинг СМИ, оценка СМИ, международный опыт, институциональная структура, медиамаркетинг

**Rəyçi: filologiya üzrə fəlsəfə doktoru,
dos. Xatirə Hüseynova**