

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტი

სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

სამაგისტრო პროგრამა “მედია და ახალი ტექნოლოგიები”

**მაია მახაური**

**გლობალური საგამოძიებო პროექტი და საქართველო**

**გერმანული და ქართული ონლაინ მედიების შედარებითი ანალიზი**

ს ა მ ა გ ის ტ რ ო ნ ა შ რ ო მ ი

შესრულებულია ჟურნალისტიკის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის  
მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: მაგდა მემანიშვილი

სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის,

ჟურნალისტიკის მიმართულების

ასისტენტ-პროფესორი,

ჟურნალისტიკის დოქტორი

თბილისი

2017

## ანოტაცია

„გლობალური საგამოძიებო პროექტი და საქართველო - გერმანული და ქართული ონლაინ მედიების შედარებითი ანალიზი“ - სამაგისტრო ნაშრომის თემა ერთერთი ყველაზე აქტუალურია. თემის აქტუალობა გამომდინარეობს პირველ რიგში ურნალისტური საგამოძიებო პროექტის „ჰანამის დოკუმენტების“ აქტუალობიდან, რომელიც თავდაპირველად გერმანული მედიის მიერ გამოქვეყნდა და შემდგომ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში ინტენსიურად შექდება მსოფლიოს მრავალი მედიის მიერ. ასევე იმ ფაქტიდან გამომდინარე, რომ თემისადმი დამოკიდებულება სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვაგვარია და აქედან გამომდინარე ზოგ ქვეყანაში აიკრძალა „ჰანამის დოკუმენტების“ გაშუქება, ზოგ ქვეყანაში კი ნაკლები სიღმისეულობით შექდება.

ზედაპირული ანალიზითაც ჩანს, რომ „ჰანამის დოკუმენტები“ ქართულ ონლაინ მედიაში უფრო ნაკლები სიღმისეულობით შექდება ვიდრე გერმანულ ონლაინ მედიაში.

სამაგისტრო ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული კვლევის მიზანი სწორედ იმის გამოკვლევა იყო, თუ რამდენად სიღმისეულად შექდება „ჰანამის დოკუმენტები“ საქართველოში და მისი გერმანულ მედიასთან, როგორ პირველწყაროსა და გავითერბული ქვეყნის ოპტიმალურ ონლაინ მედიასთან შედარება. რის საფუძველზეც ნათლად გამოიკვეთა დარღვევები, განსხვავებები და შესაძლო პარალელები. კვლევის ფარგლებში შევეცადეთ იმის გარკვევას, თუ რა სიხშირით შექდება „ჰანამის დოკუმენტები“, რომელი მედიების მიერ, რა პერიოდში, რამდენი იყო აქედან ანალიტიკური, რამდენი საინფორმაციო, რომელ ქვეყნებს ეხებოდა ყველაზე ხშირად პუბლიკაციები, რომელი წყაროები იყო გამოყენებული და რამდენად იყო დაცული წყაროთა ბალანსი ორივე ქვეყნის მედიაში. ისევე, როგორც შევეცადეთ გაგვეანალიზებინა, „ჰანამის დოკუმენტების“ გამოქვეყნების შედეგად, როგორც მედიის ზემოქმედების შედეგად დამდგარი ცვლილება როგორ აისახა ორივე ქვეყნის მედიაში.

## **Annotation**

The theme of present MA thesis “Global investigative project and Georgia- comparative analysis of the German and Georgian online media” is one of the actual topics nowadays. The significance of the study is determined firstly, by the actuality of the journalistic investigative project “Panama Papers” which were originally published by the German media and secondly, the media of different countries of the world have lighted up the issue under question intensively. Moreover, the attitudes towards the topic under discussion are diverse and in some countries, broadcasting the “Panama Papers” is totally forbidden or is not reported in depth.

Even from the superficial analysis of the phenomenon under question can be concluded that “Panama Papers” are reported in less details in Georgian than in German online media.

The research conducted in the framework of the MA thesis aims at revealing how deeply and thoroughly “Panama Papers” are covered in Georgia and its comparison to the German media, as the primary source and optimal media of the developed country. Possible violations, differences and parallels were outlined on the basis of the research. We attempted to find out how frequently “Panama Papers” are reported, by which medias, when, how many of them were analytical and how many- informational, which countries were the articles about mostly, which sources were used and to what extent the balance of the sources was preserved in the media in both countries. We also tried to analyze how the changes, caused by the publication of the “Panama Papers” as the consequence of the media influence, were presented in the media in Georgia and Germany.

## სარჩევი

შესავალი.....	5.....
თავი1. ფაქტები “ჰანამის ქალაქების” შესახებ.....	7.....
თავი2.ლიტერატურის მიმოხილვა .....	13
თავი 2.1. ძირითად ცნებათა განმარტება .....	14
თავი 2.2. მედიის ზეგავლენა და მედიაფაქტები .....	18
თავი 2.3. ფრეიმინგი და დღის წესრიგი .....	20
თავი 3. კვლევის მეთოდები .....	27
თავი 4. კვლევის შედეგები .....	31...
4.1. ქართულენოვანი პუბლიკაციები .....	31
4.1.1 რაოდენობრივი კვლევა .....	3
4. 1.2. თვისებრივი კვლევა .....	36
4.2. გერმანულენოვანი პუბლიკაციები .....	44
4.2.1. რაოდენობრივი კვლევა .....	4
4.2.2 თვისებრივი კვლევა .....	49
4. 3. შედეგების შედარებითი ანალიზი.....	56
4.4. სოციოლოგიური გამოკითხვა .....	59
დასკვნა.....	65...
გამოყენებული ლიტერატურა.....	69 .....

## შესავალი

გლობალური ურნალისტური საგამოძიებო პროექტი „პანამის დოკუმენტები“ თანამედროვე მსოფლიოს პოლიტიკის ძალაუფლების მფლობელთა ქონების დაფარულ მონაცემებს ააშკარავებს, რის გამოც მისი გაშუქება ზოგ ქვეყანაში იკრძალება.

სამაგისტრო თემის მიზანია გლობალური ურნალისტური საგამოძიებო პროექტის „პანამის დოკუმენტების“ შესახებ ინტერნეტ მედიაში გამოქვეყნებული ქართულენოვანი და გერმანულენოვანი პუბლიკაციების შედარებითი ანალიზი, აღნიშნული თემის გაშუქების განსხვავებების გამოვლენა.

სამაგისტრო ნაშრომში „პანამის დოკუმენტების“ შესახებ გამოქვეყნებული პუბლიკაციები შეკრებილია, გარკვეული სისტემით დახარისხებული და შედარებული.

სამაგისტრო კვლევაში შევეცადეთ გადაგვემონუმებინა კვლევის მთავარი ჰიპოთეზა, რომლის თანახმადაც გერმანულენოვანმა ონლაინ მედიამ „პანამის დოკუმენტების“ შესახებ გაცილებით უფრო მრავალფეროვანი, ამომწურავი და სიღრმისეული მასალა გამოაქვეყნა, ვიდრე - ქართულმა ონლაინ მედიამ.

კვლევის ჰიპოთეზის გადამოწმებას შევეცადეთ კვლევისთვის შემუშავებულ ხუთ ძირითად საკვლევ კითხვაზე პასუხების გაცემით. რაოდენობრივი კვლევის თანახმად გადავამოწმეთ, რა სიხშირით გაშუქდა „პანამის დოკუმენტები“ გერმანულსა და ქართულ ონლაინ მედიაში. თვისებრივი კვლევის ნაწილში კი გავეცით სამ საკვლევ კითხვას პასუხი იმის შესახებ, თუ რომელი ქვეყნები გაშუქდა „პანამის დოკუმენტების“ შესახებ პუბლიკაციებში, რომელი წყაროები იყო ყველაზე მეტად გამოყენებული ორივე ქვეყნის მედიაში და რამდენად მიაქცევს ყურადღება ურნალისტებმა „პანამის დოკუმენტების“ გამოქვეყნების შედეგად დამდგარი ცვლილებებს.

პუბლიკაციები SPSS პროგრამის საშუალებით დამუშავდა.

შედარებითი ანალიზის საფუძველზე ნათლად გამოვლინდა ის მსგავსებები და განსხვავებები, რაც გერმანულ და ქართულ ონლაინ მედიამ “ჰანამის ქალაქების” გაშუქებისას გამოავლინა.

„ჰანამის დოკუმენტების“ შესახებ დღემდე არ არსებობს რაიმე სახის ქართულენოვანი კვლევა, ამდენად წინამდებარე სამაგისტრო ნაშრომი აღნიშნული თემის კვლევის პირველი მცდელობაა.

შესავლისა და დასკვნის გარდა ჩვენი კვლევა შედგება ოთხი ძირითადი თავისგან: 1. ფაქტები ჰანამის ქალაქების შესახებ; 2. ლიტერატურის მიმოხილვა; 3. კვლევის მეთოდები; 4. კვლევის შედეგები.

### **საკვლევი კითხვები:**

1. რამდენი პუბლიკაცია მიეძღვნა “ჰანამის დოკუმენტებს” ქართულენოვან ინტერნეტგამოცემებში და რამდენი პუბლიკაცია მიეძღვნა “ჰანამის დოკუმენტებს” გერმანულენოვან ინტერნეტგამოცემებში?

2. რამდენი იყო გერმანულენოვან მასალებში ანალიტიკური ხასიათის და რამდენი - ინფორმაციული? რამდენი იყო ქართულენოვან მასალებში საინფორმაციო ხასიათის და რამდენი - ანალიტიკურის?

3. რომელ ქვეყნებს ეხებოდა “ჰანამის ქალაქების” შესახებ მომზადებული ქართულენოვანი მასალები და რომელს- გერმანულენოვანი მასალები?

4. რომელი წყაროებია (რესპონდენტები, მონაცემთა ბაზები, სხვა მედიასაშუალებები...) გამოყენებული ქართულენოვან მასალებში და რომელი - გერმანულენოვანში?

5. რამდენად აისახა “ჰანამის დოკუმენტების” გამჟღავნების შედეგად სხვადასხვა ქვეყანაში დამდგარი ცვლილება ქართულენოვან მედიაში და რამდენად აისახა იგივე თემა - გერმანულენოვანში?

## კვლევის ჰიპოთეზა

ჩვენი სამაგისტრო თემის ჰიპოთეზაა: გერმანულენოვანმა ონლაინ მედიამ “პანამის ქალაქების” შესახებ გაცილებით უფრო მრავალფეროვანი, ამომწურავი და სიღრმისეული მასალა გამოაქვეყნა, ვიდრე - ქართულმა ონლაინ მედიამ.

## თავი 1.

### ფაქტები "პანამის ქალაქების" შესახებ<sup>1</sup>

2015 წლის დასაწყისში გერმანული გაზეთის Süddeutsche Zeitung-ის რეპორტიორი ბასტიან ობერმაიერი ღებულობს მეილით შეტყობინებას ვინმე ჯონ დოსგან /John Doe (დღემდე გაუხსნელი ფსევდონიმია). ამ გზით, ჟურნალისტებისთვის ხელმისაწვდომი გახდა ოფშორულ ზონებში დარეგისტრირებული კომპანიების სადამფუძნებლო დოკუმენტაცია. ყველა ეს დოკუმენტი მოპარული იყო პანამაში რეგისტრირებული იურიდიული კომპანიის “მოსაკ, ფონსეკას” არქივიდან.

მოსაკი და ფონსეკა/ Mossack and Fonseca - პანამაში დაფუძნებული მცირე, მაგრამ ძალზედ გავლენიანი იურიდიული კომპანიაა. გერმანული წარმოშობის პანამელმა იურგენ მოსაკმა, რომელსაც ცალკე იურიდიული ფირმა ჰქონდა, 1986 წელს შეუერთა ეს ფირმა პანამელი იურისიტის რამონ მოსაკის ფირმას და ასე წარმოიშვა იურიდიული კომპანია “მოსაკი და ფონსეკა”.

“მოსაკი და ფონსეკას”, მსოფლიოს 35 (ზოგან 37 წერია) ქვეყანაში ჰქონდა წარმომადგენლობა და არსებობდა საერთაშორისო ბაზარზე, ფაქტობრივად, 1977 წლიდან. იურიდიული ფირმის ძირითადი საქმიანობა იყო ოფშორულ ზონებში კომპანიების დარეგისტრირება და მათი იურიდიული მომსახურება.

აქვე უნდა განვმარტოთ, რომ ოფშორული ზონა არის ზონა, სადაც მოქმედებს საგადასახადო შეღავათები. ამ ზონებში რეგისტრირებული ფირმები თითქმის არ

<sup>1</sup> თავი მომზადებულია ერთ-ერთი უდიდესი მონაცემთა ბაზიდან „პანამის ქალაქებიდან“ მოპოვებული ინფორმაციის მიხედვით. <https://panamapapers.icij.org/> (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)

იბეგრებიან და გარდა ამისა, გარანტირებულია ფირმების დამფუძნებელთა ანონიმურობა. ასეთ ზონებში ფირმების დარეგისტრირება სისხლის სამართლის დანაშაულად არ ითვლება. თუმცა საეჭვო რეპუტაციის გამო მიიჩნევა, რომ ოფშორში იურიდიული ფირმის დარეგისტრირება გადასახადებისგან თავის არიდებისა და ფულის გათეთრების დიდ რისკს შეიცავს.

სწორედ ოფშორული კომპანიების შესახებ ინფორმაცია იყო ის ინფორმაცია, რომელიც გერმანელ ჟურნალისტებს ანონიმურად მიაწოდეს.

მოპარული დოკუმენტაციის მოცულობა არნახულად დიდი იყო და ბევრად აღემატებოდა მანამდე გავრცელებული ე.წ. გაჟონვების მოცულობას. ვგულისხმობთ უულიენ ასანჟის მიერ განხორციელებულ პროექტს “ვიკი ლიქს” და ედუარდ სნოუდენის მიერ თეთრი სახლიდან გამოტანილი ელექტრონული დოკუმენტების ერთობლიობას. ეს არც არის გასაკვირი, თუკი გავითვალისწინებთ იმ ფაქტს, რომ მოპარული დოკუმენტაციის შექმნის პერიოდი იწყებოდა 1977 წლიდან და მოიცავდა 2015 წლის აპრილამდე პერიოდს. 38 წლის განმავლობაში დაფუძნებული ფორმების ირგვლივ არსებული დოკუმენტები - პასპორტები, ელექტრონული მიმოწერები, წესდებები, წილობრივი მონაცემები და ცვლილებები წილობრივ მონაცემებში (წილის გასხვისების დოკუმენტები). ციფრობრივად რომ ვთქვათ, აქ იყო: **11.5 მლნ დოკუმენტი, რომლის ელექტრონული მოცულობა შეადგენდა 2.6 ტერაბაიტს.**

Züddeutsche Zeitung-ის ჟურნალისტს ბასტიან ობერმაიერს და ფრედერიკ ობერმაიერს თავიანთ რედაქტორ ვოლფგანგ კობთან ერთად შეეძლოთ ეს ინფორმაცია დაემაღათ და შემდეგ ეს ამბები ნაწილ-ნაწილ გამოეტანათ სააშკარაოზე იმისდა მიხედვით, თუ რომელი ცნობილი პოლიტიკოსი, ბიზნესმენი, შოუბიზნესის, ან სპორტის წარმომადგენლის მონაწილეობასაც აღმოაჩენდნენ. მათ შეეძლოთ ათი, ან ოცი წლის მანძილზე ნელ-ნელა დაემუშავებინათ ეს ინფორმაცია და გაზეთისათვის ექსკლუზიური სიახლეები უზრუნველყოთ წლობის განმავლობაში. თუმცა მათ სულ სხვა გზა აირჩიეს და დახმარებისათვის მიმართეს გამომძიებელ ჟურნალისტთა საერთაშორისო კონსორციუმს



(ICIJ). ჯერ კიდევ 2015 წელს ეს არ იყო ცალკე ორგანიზაცია, არამედ წარმოადგენდა აშშ-ში დაფუძნებული ცნობილი სამეთვალყურეო სამოქალაქო ორგანიზაცია “Public Integrity“-ის ფრთას.

გამომძიებელ ჟურნალისტთა საერთაშორისო კონსორციუმმა სრული გასაიდუმლოებულობის რეჟიმში შეკრიბა მსოფლიოს ექვსივე კონტინენტზე, 75 ქვეყანაში მომუშავე 400-ზე მეტი რეპორტიორი. სხვადასხვა მონაცემებით, ისინი 25 სხვადასხვა ენაზე საუბრობდნენ. ჯამურად პროექტზე 100-ზე მეტმა ჟურნალისტურმა ორგანიზაციამ იმუშავა, თან ისე, რომ დათქმულ ვადაზე ადრე ამბავს არ გაუჟონია.

პირველად პროექტი გამოქვეყნდა 2016 წლის 3 აპრილს ერთსა და იმავე დროს. საქართველოში ეს იყო 2016 წლის 3 აპრილის ღამის 10 საათი, გერმანიაში კი 19 საათი და 49 წუთი. აღმოჩნდა, რომ დაახლოებით წელიწად ნახევრის განმავლობაში მსოფლიო მაშტაბით 150-ზე მეტი პუბლიკაცია მომზადებულა და, რაც მთავარია, დაინერა კომპიუტერული საძიებო პროგრამა, სადაც განთავსდა ეს უზარმაზარი ოდენობის ინფორმაცია<sup>2</sup>.

დაინერა სპეციალური კომპიუტერული პროგრამები, რომლის საშუალებითაც შეიქმნა 11 მილიონ ნახევრიანი დოკუმენტაციის ძიების ელექტრონული ბაზა. გაანალიზდა ამ დოკუმენტების მნიშვნელოვანი ნაწილი. საბოლოო ჯამში გამოაშკარავდა 214 000-ზე მეტი ოთხორული კომპანია. ამ კომპანიებთან კავშირი დაუდასტურდა 200-ზე მეტ ცნობილ ადამიანს, მათ შორის იყვნენ შოუბიზნესისა და სპორტის წარმომადგენლები სხვადასხვა ქვეყნებიდან: მსახიობი ჯეკი ჩანი, რეჟისორი პედრო ალმოდოვარი, ფეხბურთელი ლეონელ მესი და მისი მამა; ფიფას ყოფილი პრეზიდენტი მიშელ პლატინი, უეფას ყოფილ პრეზიდენტი ჯანი ინფანტო. თუმცა, ყველაზე მნიშვნელოვანი მაინც პოლიტიკოსები არიან.

---

<sup>2</sup> [https://offshoreleaks.icij.org/#\\_ga=2.234796957.2078441741.1498905543-1461747316.1494832543](https://offshoreleaks.icij.org/#_ga=2.234796957.2078441741.1498905543-1461747316.1494832543) (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)

“პანამის ქაღალდების” სახელით მონათლულმა ტრანსნაციონალურმა ურნალისტურმა გამოძიებამ 140-ზე მეტი პოლიტიკოსი გამოააშკარავა, მათ შორის 14 ყოფილი, თუ მოქმედი მსოფლიო ლიდერია<sup>3</sup>. ჩვენ მხოლოდ რამდენიმეს შევახსენებთ:

✓ **ისლანდიის პრემიერ მინისტრი ზიგმუნდურ განლეგსონი** პანამის ქაღალდების შესწავლის შედეგად დადგინდა, რომ განლეგსონს და მის საქმიან პარტნიორს, მოგვიანებით კი მეუღლეს, ანა პალსდოტირს ბრიტანეთის ვირჯინიის კუნძულებზე 2007 წელს დაუფუძნებიათ კომპანია “ვინტრის ინკორპორეტივი”. 2009 წელს განლეგსონი პარლამენტარი გახდა, თუმცა არ გაუმჟავებია, რომ “ვინტრის ინკორპორეტივის” 50%-იანი წილის მფლობელი იყო<sup>4</sup>.

✓ **უკრაინის მოქმედი პრეზიდენტი პეტრო პოროშენკო** პანამის ქაღალდებმა დაადასტურა პოროშენკოს და მისი ბიზნესპარტნიორების (მმართველი პარტიის ფრაქციის თავმჯდომარის კონონენკოს, სვინარჩუკი, ზაიცევის) კავშირი ბრიტანეთის ვირჯინიის კუნძულებზე დარეგისტრირებულ კომპანია “ინტრაქო მენჯემენტთან”. თავის მხრივ ეს კომპანია ფიქსირდება რუსულ ენერჯო გიგანტ “გაზპრომთან” ვაჭრობის პროცესში. ეს კომპანია დაკავშირებულია აგრეთვე ტკბილეულის მწარმოებელ უკრაინულ გიგანტ კომპანია “როშენთან”. “როშენიც” პოროშენკოს მფარველობის ქვეშ არსებულ კომპანიად არი მიჩნეული.

✓ **და ბოლოს, ყველაზე დიდი სკანდალი გამოიწვია “პანამის ქაღალდებთან” რუსეთის პრეზიდენტის ვლადიმერ პუტინის კავშირმა<sup>5</sup>**. პუტინთან დაკავშირებულ ორ პირს, პრეზიდენტის ბავშვობის მეგობრებს სერგეი როლდუგინს და ძმებ როტენბერგებს დაუდასტურდათ კავშირი არაერთ ოფშორულ კომპანიასთან და ჯამურად 2 მლრდ დოლარამდე ფულის გათეთრება დაუდასტურდათ.

✓ **საქართველო** საქართველოს კვალი „პანამის ქაღალდებში“ გამოიკვლია ურნალისტთა საერთაშორისო კონსორციუმის ამიერკავკასიის ბიუროს ხელმძღვანელმა დეივ ბლოსმა და მისმა თანაშემწემ ქართველმა ურნალისტმა ნინო რობაქიძემ.

<sup>3</sup> [https://panamapapers.icij.org/the\\_power\\_players/](https://panamapapers.icij.org/the_power_players/) (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)

<sup>4</sup> [https://panamapapers.icij.org/the\\_power\\_players/](https://panamapapers.icij.org/the_power_players/) (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)

<sup>5</sup> იქვე

დადასტურდა, რომ ცნობილ ქართველ მილიარდერსა და საქართველოს ყოფილ პრემიერ მინისტრ ბიძინა ივანიშვილს აქვს დარეგისტრირებული ოფშორული ფირმა. მას აქვს კავშირი ბრიტანეთის ვირჯინიის კუნძულებზე დაფუძნებულ კომპანია “ლინდენ მენეჯმენტთან”.

2011 წელს ვირჯინიის კუნძულებზე მოქმედი კანონმდებლობა გამკაცრდა და კომპანიებთან დაკავშირებული პირების პასპორტების დართვა დოკუმენტებზე აუცილებელი გახდა. 2011 წლიდან “მოსაკი და ფონსეკა” ცდილობდა მიეღო “ლინდენ მენეჯმენტის” უკან მდგარი პირის პასპორტი დოკუმენტებზე დასართავად. პანამის ქალაქებში აღმოჩნდა მეილები, სადაც “მოსაკი და ფონსეკას” იურისტი წერს სინგაპურის ბიუროს, რომ როგორმე იშოვოს “ლინდენ მენეჯმენტის” უკან მდგარი პირის პასპორტი. 4 წლის შემდეგ, 2015 წლის ზამთარში, როგორც იქნა, პასპორტი მოიპოვეს და წერილში აღნიშნულია, რომ “ლინდენ მენეჯმენტის უკან” დგას ქართველი მილიარდერი ბიძინა ივანიშვილი. თავისთავად იმ ამბავში, რომ 7 მილიარდის მფლობელს ოფშორულ ზონაშიც ჰქონია ფირმა ცუდი არაფერი იქნებოდა, რომ არა ერთი მომენტი. 2012-2013 წლებში, მისი პრემიერობის დროს, როდესაც მოქმედმა პრემიერმა 72 გვერდიანი ქონებრივი დეკლარაცია შეავსო, ეს ოფშორული ფირმა არ მოიხსენია. კითხვა “პანამის ქალაქებში” მისი გვარის პოვნისა და “ლინდენ მენეჯმენტის” შესახებ ბიძინა ივანიშვილის დაუსვა “ნეტგაზეთის” ჟურნალისტმა. რესპონდენტმა შეკითხვას ასე უპასუხა: “ყველაფერია შეტანილი [დეკლარაციაში], რაც საჭიროებდა. მე ვფიქრობ, რომ ყველაფერი სწორად შეავსეს [დეკლარაციაში] და თუ თქვენ გაქვთ კითხვა, დაწერეთ და მიმართეთ პროკურატურას და სასამართლოს და მე პასუხს მაგებინებენ. იქედან პასუხს მოგცემენ”<sup>6</sup>.

ამავე პრესკონფერენციაზე ბიძინა ივანიშვილმა დამატებითი ახსნა-განმარტებაც გააკეთა: “თქვენ ვერ ნახავთ ვერც ერთ სერიოზულ კომპანიას, ვერც ერთ სერიოზულ ბიზნესმენს, რომ არ სარგებლობდეს ოფშორული ზონით. ოფშორული ზონა არ ნიშნავს

<sup>6</sup> „ივანიშვილი: „პანამის ქალაქები არ არის ჩემთვის ბოლო ჭეშმარიტება“; „ნეტგაზეთი“; 2016 წლის 14 ივნისი; <http://netgazeti.ge/news/123094/> (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)

მხოლოდ იმას, რომ გადასახადი დამალო. ოფშორული ზონა იძლევა ძალიან ბევრ პლუსს მობილურობაში. მოქნილობაში გეხმარება. გადასახადების მხრივ, თუ ჩემს გვარს ვინმე დაასახელებს და გაიხსენებს, უპრეცედენტო რამ მოხდა რუსეთში, ერთი-ერთში ვიხდიდი. არავის კითხვა ჩემს მიმართ არ აღეძვრება”...“ ჩემს შემთხვევაში არაფერი კითხვა არაა, არაფერ კამათს მე არ ვსაჭიროებ”<sup>7</sup>.

ივანიშვილის გარდა, “პანამის ქალაქებში” იძებნება 84 ქართული გვარი, მათ შორის ბიზნესმენ დავით იაკობაშვილი, ყოფილი გენერალური პროკურორი არჩილ კბილაშვილი (რომელიც იმ დროს კერძო საადვოკატო საქმიანობას ეწეოდა), თავდაცვის ყოფილი მინისტრი დავით კეზერაშვილი. მათი კვალის მიმართ ქართულ ონლაინ მედიას დიდი ინტერესი არ გამოუვლენია, ძირითადი აქცენტი მხოლოდ ბიძინა ივანიშვილზე გაკეთდა. ამის შესახებ კვლევის ძირითადი მიზნების შესახებ განკუთვნილ თავში უფრო ვრცლად ვისაუბრებთ.

პანამის ქალაქებში, ასევე, ნაპოვნია ფორმები, რომელთა დიდი ნაწილის მისამართად ფალიაშვილის ქუჩაა მითითებული. ნინო რობაქიძის თქმით, აქვთ იდეა, რომ გააკეთონ ინტერქატიური რუკა, რომელზეც დაიტანენ ფალიაშვილსა და მთლიანად ვაკეში არსებულ მისამართებზე რეგისტრირებულ ოფშორულ ფირმებს<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> „ივანიშვილი: „პანამის ქალაქები არ არის ჩემთვის ბოლო ჭეშმარიტება“; „ნეტგაზეთი“; 2016 წლის 14 ივნისი; <http://netgazeti.ge/news/123094/> (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)

<sup>8</sup> დეივ ბლოსი, ნინო ბაქრაძე; „ფალიაშვილის ქუჩა ოფშორულ ზონაში“; რადიო „თავისუფლება“; 2016 წლის 11 აპრილი; <https://www.radiotavisupleba.ge/a/panamis-dokumentebi/27667166.html> (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)

## თავი 2. ლიტერატურის მიმოხილვა

თანამედროვე ქართულსა და გერმანულ ინტერნეტმედიაში გლობალური საგამოძიებო პროექტის, „ჰანამის დოკუმენტების“ შესახებ კლევა ჯერ არ მოიპოვება. თუმცა ლიტერატურის ძიებისას შეგვხვდა არაერთი გერმანული აკადემიური ნაშრომი (ძირითადად საბაკალავრო და სამაგისტრო შრომები) „ჰანამის დოკუმენტების“ შესახებ. მაგალითად „Die Enthüllungsjournalismus zwischen Information und Spekulation“ – „საგამოძიებო ჟურნალისტიკა ინფორმაციასა და სპეკულაციას შორის“ (Kierstein, 2016)<sup>9</sup>.

ზოგადად საგამოძიებო ჟურნალისტიკის შესახებ ქართული კვლევები თითქმის არ გვხვდება. ამდენად, წინამდებარე ნაშრომი ძირითადად უცხოურ წყაროებს ეყრდნობა.

---

<sup>9</sup> <http://www.grin.com/de/e-book/354895/enthuellungsjournalismus-zwischen-information-und-spekulation> (ბოლო შესვლა 20 ივნისი 2017)

სამაგისტრო თემაზე მუშაობისას დაგვეხმარა ჯონ ფორტუნატოს ნაშრომი „ფრეიმინგი და დღის წესრიგი“. ნაშრომში ნათლად ჩანს, თუ რა გზას გადის მედიის პროდუქტი, ვიდრე იგი საზოგადოებამდე მივა და ზემოქმედების რა ფორმებს იყენებენ მედიის ძალაუფლების მფლობელნი სასურველი შედეგის მისაღწევად (ფორტუნატო, 2005).

ასევე გავეცანით გერმანელი მეცნიერის კლაუს ბეკის გამოცემას „კომუნიკაციათმცოდნეობა“ (Beck, 2007). ამ წიგნში ნათლად არის განმარტებული, თუ რას გულისხმობს მედიის ზემოქმედება, მედიის ზემოქმედების რა ფორმები არსებობს და ასევე, რას გულისხმობს მედიის კვლევის ცნობილი მეთოდი – „დღის წესრიგის თეორია“; წიგნში განხილულია მედიის კვლევის სხვა მეთოდები.

ჩვენი კვლევის ფარგლებში დაგვეხმარა საკითხავი მასალა, ე.წ. რიდერი „პროცესები და მედიაეფექტების მოდელები“, რომლის ავტორიცაა ჟურნალისტიკის მაგისტრი ეკატერინე ბასილაია. ამ მასალაში თავმოყრილია სხვადასხვა უცხოურენოვანი სახელმძღვანელოების მოკლე შინაარსი (ბასილაია, 2010).

საგამოძიებო ჟურნალისტიკასა და ინტერნეტს შორის კავშირის დასადგენად დაგვეხმარა იულია სმირნოვას პუბლიკაცია, რომლის მიხედვით ინტერნეტი საგამოძიებო ჟურნალისტიკის „ახალ სამშობლოდ“ მოიაზრება (სმირნოვა, 2011).<sup>10</sup>

ინტერნეტის ცნების, ისევე როგორც, საგამოძიებო ჟურნალისტიკის სახეობების განსაზღვრაში დაგვეხმარა ვენის უნივერსიტეტის სამაგისტრო ნაშრომი, „საგამოძიებო ჟურნალისტიკა დიგიტალურ გარდაქმნაში“.<sup>11</sup> ასევე თავისუფალი ვალდორფის სკოლის მიერ ჩატარებული პროექტი, „როგორ ცვლიან მასმედიები საზოგადოებას?“.<sup>12</sup>

საგამოძიებო ჟურნალისტიკის ცნების განსაზღვრაში ასევე დაგვეხმარა რედელფის „საგამოძიებო რეპორტიინგი“ აშშ-ში: რომელი სტრუქტურები უჭერენ მხარს საგამოძიებო

<sup>10</sup> [http://www.frankfurter-hefte.de/upload//2011\\_10\\_Smirnova\\_Web.pdf#page=2&zoom=auto,-178,659](http://www.frankfurter-hefte.de/upload//2011_10_Smirnova_Web.pdf#page=2&zoom=auto,-178,659) (ბოლო შესვლა 20 ივნისი, 2017)

<sup>11</sup> [http://othes.univie.ac.at/33878/1/2014-07-07\\_0303134.pdf](http://othes.univie.ac.at/33878/1/2014-07-07_0303134.pdf) (ბოლო შესვლა 20 ივნისი, 2017)

<sup>12</sup> [http://www.academia.edu/31414681/Wie\\_ver%C3%A4ndern\\_Massenmedien\\_die\\_Gesellschaft](http://www.academia.edu/31414681/Wie_ver%C3%A4ndern_Massenmedien_die_Gesellschaft) (ბოლო შესვლა 20 ივნისი, 2017)

ჟურნალისტიკას<sup>13</sup>. ისევე, როგორც საგამოძიებო ჟურნალისტიკის საუნივერსიტეტო რიდერი (მემანიშვილი, 2011) და მარკუს რომბერგის „ნამდვილად მეოთხე ძალა? საზოგადოებაში მასმედიებისთვის ფუნქციების გაგება“<sup>14</sup>.

საკითხზე მუშაობისას ძირითადად გერმანულ და ქართულ ინტერნეტმედიაში პანამის დოკუმენტებზე გავრცელებული პუბლიკაციების ანალიზი გამოგვადგა, რომელმაც ნათელი გახადა ორი სხვადასხვა ქვეყნის მედიას შორის განსხვავება.

## 2.1. ძირითად ცნებათა განმარტება.

საგამოძიებო ჟურნალისტიკის ცნების ამომწურავი განმარტება არ არსებობს, მაგრამ თეორეტიკოსები სხვადასხვა კუთხით ცდილობენ მის დეფინიციას.

ბრიტანელი თეორეტიკოსის ჰუგო დე ბურგის განმარტებით „გამომძიებელი ჟურნალისტი არის ადამიანი, რომელიც ცდილობს დაადგინოს სიმართლე, აჩვენოს ის ხარვეზები, რასაც სიმართლის დადგენისას აღმოაჩენს. ამ ტიპის საქმიანობას უწოდებენ საგამოძიებო ჟურნალისტიკას, იგი განსხვავდება პოლიციელის, ადვოკატის, ფინანსური აუდიტორისა და მარეგულირებელი ორგანოების, ერთი შეხედვით, მსგავსი საქმიანობებისგან, რადგან გამომძიებელი ჟურნალისტის საქმიანობა არ არის შეზღუდული თემატიკით (შეიძლება ეხებოდეს მოღვაწეობის სხვადასხვა სფეროს), იგი არ ფინანსდება სახელმწიფო ფონდებიდან და, როგორც წესი, მოაქვს მოგება მედიამფლობელებისთვის“ (მემანიშვილი, 2011).

რედელფი უფრო კონკრეტულ განმარტებას გვთავაზობს და საგამოძიებო ჟურნალისტიკაში აშშ-ს ჟურნალისტიკის ფორმას მოიაზრებს. მისი თქმით, „საგამოძიებო ჟურნალისტიკაში მოიაზრება აშშ-ში გავრცელებული ჟურნალისტიკის ფორმა, რომლის დროსაც ინტენსიური ძიების შედეგად აქამდე უცნობი პოლიტიკურად რელევანტური ფაქტები საჯარო ხდება. ის ფაქტები, რომლის დამალვაც სურთ როგორც ცალკეულ

<sup>13</sup> <https://netzwerkrecherche.org/files/redelfs-investigative-reporting-2007.pdf> (ბოლო შესვლა 20 ივნისი, 2017)

<sup>14</sup> [https://books.google.ge/books?id=sKEBwAAQBAJ&pg=PA137&dq=investigative+journalismus+vierte+gewalt&hl=de&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=investigative%20journalismus%20vierte%20gewalt&f=false](https://books.google.ge/books?id=sKEBwAAQBAJ&pg=PA137&dq=investigative+journalismus+vierte+gewalt&hl=de&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=investigative%20journalismus%20vierte%20gewalt&f=false) (ბოლო შესვლა 02 ივლისი, 2017)

პირებს, ჯგუფებს, ასევე - ორგანიზაციებს. საგამოძიებო რეპორტირების მიზანი პოლიტიკის, ეკონომიკისა და საზოგადოების სფეროდან გაუგებრობების გამოაშკარავებაა“ (Redelfs 2007).

საგამოძიებო ჟურნალისტიკა, როგორც „მეოთხე ძალა“ ქვეყანაში (Redelfs, 2002) (Jansen & Priddat, 2005) აღმასრულებელ, საკანონმდებლო და სასამართლო ხელისუფლების გვერდით, მათზე მაკონტროლებელ ფუნქციას ითავსებს. მისი უახლოესი მიზანი უსამართლობის მხილებაა, რითაც მას შეუძლია კრიტიკული საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებას შეუწყოს ხელი. სასურველია, რომ კრიტიკულად განწყობილმა საზოგადოებამ სამართლიანობის აღსადგენად ხელისუფლებაზე წნეხი განახორციელოს. როდესაც ეს ხდება მიღწეულია უფრო შორს მიმავალი მიზანი - დემოკრატიული სახელმწიფოს შენებაში წლილის შეტანა (მემანიშვილი, 2011).

საგამოძიებო ჟურნალისტიკის ორ სახეს განასხვავებს მკვლევარი ვაიშენბერგი (Weischenberg, 1995). ერთი, როცა რეპორტიორების სიღრმისეული ძიება წინა პლანზეა და მეორე, როცა ინფორმაცია ჟურნალისტიკაში „ინსაიდერების“ (შიდა წყაროების) დახმარებით მიდის თანხის ან მორალური გათავისუფლების სანაცვლოდ<sup>15</sup>.

მეორე ტერმინი, რომლის განმარტებაც მნიშვნელოვნად მივიჩნიეთ, ეს არის „მონაცემთა ჟურნალისტიკა“. იმავე ნაშრომის მიხედვით „მონაცემთა ჟურნალისტიკა ეფუძნება მონაცემებს არამხოლოდ როგორც საძიებო წყაროს, არამედ მონაცემებს ხდის ისტორიისა და მისი პრეზენტაციის ცენტრალურ ნაწილად. ამასთან ის სამი სფეროს კვეთაზე იმყოფება, პირველ რიგში ეს არის ვიზუალური ჟურნალისტიკა და ინფოგრაფიკები, მეორედ მულტიმედიაური და ინტერაქტიული ისტორიის თხრობა და მესამედ - საგამოძიებო ჟურნალისტიკა (Matzat, 2011)”<sup>16</sup>

იმისათვის, რომ მონაცემებიდან ჟურნალისტიკა შეიქმნას, ბუნცის მიხედვით, ხუთი კრიტერიუმია გადამწყვეტი: 1. საჯარო ინტერესი, 2. მონაცემების ავთენტურობა, 3.

<sup>15</sup> [http://othes.univie.ac.at/33878/1/2014-07-07\\_0303134.pdf](http://othes.univie.ac.at/33878/1/2014-07-07_0303134.pdf) (ბოლო შესვლა 20 ივნისი, 2017)

<sup>16</sup> იქვე



მონაცემების დახარისხება, 4. ვიზუალური მომზადება, 5. შედეგების გამოქვეყნებასთან ერთად უნდა გამოქვეყნდეს ორიგინალური მონაცემები (Bunz 2011)<sup>17</sup>.

კიდევ ერთი ძირითადი ტერმინი, რომლის განსაზღვრაც და საგამოძიებო ჟურნალისტიკასთან კავშირიც მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია, ეს “ინტერნეტია”. თანამედროვე ეპოქაში **ინტერნეტს** საგამოძიებო ჟურნალისტიკის ახალ სამშობლოდაც მოიაზრებენ (Julia Smirnova, 2011)<sup>18</sup>. ინტერნეტი, როგორც ტექნოლოგიურად სასარგებლო მედია, იულია სმირნოვას მიხედვით, მეტ თავისუფლებას იძლევა და შესაძლებელია მცირელი კაპიტალით ძიება და ამით ხარისხიანი მედიის ხელშეწყობა. თუმცა ეს გარკვეულ საფრთხეებს უკავშირდება, საკვლევი რამდენად სანდოა მასალა ინტერნეტში. იულია სმირნოვას მიხედვით, საგამოძიებო ჟურნალისტიკის მესამე ფორმას ინტერნეტში ბლოგები ქმნიან და ბლოგერები ხშირად კლასიკური მედიის რეპორტიორებზეც მეტად გარკვეულნი არიან. ხოლო „ის, რომ ინტერნეტიდან ისტორია დიდ მედიაში ხვდება, „ხარისხის არეკვლის“ სახეობაა, ეს არის ნიშანი იმისა, რომ ის რელევანტური და სარწმუნოა“ (Julia Smirnova, 2011)<sup>19</sup>.

კითხვაზე, არის თუ არა ინტერნეტი მასობრივი კომუნიკაციის ეფექტური მედია მედიის მკვლევარი ქვანდტი (Quandt, 2004) მიდის დასკვნამდე, რომ ინტერნეტის შემთხვევაში საქმე არა მხოლოდ ერთ მედიას ეხება, არამედ ინტერნეტი ინდივიდუალურ, ჯგუფებისა და მასობრივი კომუნიკაციის ბევრ სხავდასხვა ფორმას ხდის შესაძლებელს<sup>20</sup>.

თავისუფალი ვალდორფის სკოლის მიერ ჩატარებული პროექტის, „როგორ ცვლიან მასმედიები საზოგადოებას?“ მიხედვით, ინტერნეტი მრავალფეროვან შესაძლებლობებს გვთავაზობს (Komus, Wauch, 2008, Rusinger, 2007):

---

<sup>17</sup> იქვე

<sup>18</sup> [http://www.frankfurter-hefte.de/upload//2011\\_10\\_Smirnova\\_Web.pdf](http://www.frankfurter-hefte.de/upload//2011_10_Smirnova_Web.pdf) (ბოლო შესვლა 13 ივლისი, 2017);

<sup>19</sup> იქვე

<sup>20</sup> Barbara Elisabeth Lengauer, სამაგისტრო, „საგამოძიებო ჟურნალისტიკა დიגיტალურ გარდაქმნაში“, 2014, [http://othes.univie.ac.at/33878/1/2014-07-07\\_0303134.pdf](http://othes.univie.ac.at/33878/1/2014-07-07_0303134.pdf) (ბოლო შესვლა 11.07.2017)

1. ინტერნეტი ყველას აძლევს შესაძლებლობას გლობალურად იყოს მონაწილე;
2. სურათის ტექსტისა და ტონის კომბინაციას ხდის შეაძლებელს;
3. უმეტეს ქვეყანაში ყველასთვის ხელმისაწვდომია;
4. წინასწარი ცოდნის გარეშე შესაძლებელია პუბლიკაციების გამოქვეყნება;
5. შესაძლებელია ყველა პუბლიკაციის სწრაფად მიღება და მათი შემდგომი ჩასწორება<sup>21</sup>.

ეკატერინე ბასილიას რიდერში მოტანილი ამონარიდის თანახმად, ინტერნეტი გარკვეული გამოწვევების წინაშე დგას, მაგრამ არსებობს მოლოდინი, რომ ინტერნეტს შეუძლია ბუნდოვანი საკითხების გადაჭრა. ინტერნეტის როლი ხშირად მინიმალურად ფასდება, თუმცა, სტომერ-გელის მიხედვით, მნიშვნელოვანია ფაქტი, რომ ინტერნეტს შემოაქვს ახალი ხმა საჯარო არენაზე (Stromer-Galley, 2002).

**2.2. მედიის ზეგავლენა და მედიაეფექტები.** მედიამ შესაძლოა აუდიტორიის გარკვეულ ნაწილზე ზემოქმედება მოახდინოს და ცვლილება გამოიწვიოს, მაგრამ აუდიტორიის თუ რომელ ნაწილზე მოახდენს იგი ზეგავლენას და რა ცვლილებას გამოიწვევს, ამის განსაზღვრა წინასწარ შეუძლებელია, რადგან ბროსიუსი მიხედვით ზოგი მედიის გზავნილი ზოგ რეციპიენტებზე გარკვეულ პირობებში გარკვეულ ზეგავლენას იწვევს (Klaus Beck, 2007).

თუ რას ნიშნავს ზოგადად მედიის ზეგავლენა, რა სახის მედიის ზეგავლენა არსებობს და რომელ დონეებზე ხდება ზეგავლენა, ამას კლაუს ბეკი ნათლად განმარტავს. კლაუს ბეკის თეორიის თანახმად, ხშირად პოლიტიკურ დებატებში მედიის ძლიერ გავლენაზეც საუბრობენ, თუმცა ეს მედიის ზეგავლენის კვლევის შედეგებით არ მტკიცდება. ზეგავლენა ზოგადად გარკვეული მიზნის გამო მდგომარეობის ცვლილებას წარმოადგენს. მედიის

---

<sup>21</sup> Vincent Kretschmer, თავისუფალი ვალდორფის სკოლის პროექტი, „როგორ ცვლიან მასმედიათა საზოგადოებას“, 2016/2017, [http://www.academia.edu/31414681/Wie\\_ver%C3%A4ndern\\_Massenmedien\\_die\\_Gesellschaft](http://www.academia.edu/31414681/Wie_ver%C3%A4ndern_Massenmedien_die_Gesellschaft) (ბოლო შესვლა 11.07.2017)

შეთხვევაში ცვლილების მიზეზი შესაძლოა მთლიანად მედიის სისტემა, ერთი კონკრეტული მედია, მაგალითად ტელევიზია, მედიის პროდუქტი, ან მედიის შინაარსი იყოს. ზეგავლენის მხრივაც შესაძლებელია რამდენიმე დონის განსხვავება. ცვლილება შეიძლება იყოს ინდივიდის დონეზე, ჯგუფის დონეზე ან საზოგადოების დონეზე (მიკრო, მეზო და მაკრო დონე). ინდივიდის დონეზე განასხვავებენ **კოგნიტიურ, აფექტურ და კონატიურ** გავლენას. კოგნიტიური ზეგავლენა ნიშნავს ცოდნის ცვლილებას, აფექტური - ემოციების ცვლილებას და კონატიური დამოკიდებულია მოტივებსა და ქცევის ცვლილებებზე (Klaus Beck, 2007).

მედიას შეუძლია არა მხოლოდ ინდივიდების ცოდნის, შეხედულებისა და ქცევის შეცვლა, არამედ საზოგადოებისა და მასის შეცვლა, რომლის დროსაც ის მასობრივი კომუნიკაციის პროცესზე ზემოქმედებს (Klaus Beck, 2007).

მედიის ზემოქმედების შედეგად მიღწეული მედიის „ეფექტების იერარქია“, 1973 წელს გამოქვეყნებული ნაშრომის ავტორის ამერიკელი მედია მკვლევარის რეის მიხედვით, როგორც ამას ეკა ბასილას რიდერში ვკითხულობთ, არის პროცესი, რომელიც იწყება ყველაზე გავრცელებული ეფექტიდან **კოგნიტიური** სწავლებიდან, გრძელდება **ემოციური** პასუხით (მოწონება, არმოწონება, შეხედულება, დამოკიდებულება) და სრულდება „**კონატიური** ეფექტით, რაც ქცევისკენ, მოქმედებისკენ ბიძგს წარმოადგენს (Ray, 1973). ეს მიმდინარეობა დამახასიათებელია რეციპიენტების მაღალი ჩართულობის დროს, ხოლო დაბალი ჩართულობისას შესაძლებელია პროცესი კოგნიტიურიდან პირდაპირ ქცევითში გადაიზარდოს, ხოლო ემოციური გამოვლინდეს მოგვიანებით (Festinger, 1957)<sup>22</sup>.

სამივე სოციალურ დონეზე მიკრო, მეზო და მაკრო დონეზე, სამივე ზეგავლენის სახის გათვალისწინებით კლაუს ბეკის მიხედვით, როგორც ემპირიული კვლევებით დგინდება, მედია (შეხედულება, ცოდნა და ქცევა) მნიშვნელოვან როლს თამაშობს, მაგრამ მედია არ არის ცვლილების ერთადერთი მიზეზი. მედიის გავლენა დამოკიდებულია, ბევრ სხვა ფაქტორსა და პირობაზე.

---

<sup>22</sup> ბასილაია ეკატერინე, პროცესები და მედიაეფექტების მოდელები, 2010

*„მედიის ზეგავლენის კვლევა არ სვამს უბრალოდ კითხვას, რაიმე კონკრეტულზე თუ გემოქმედებენ მედიები, არამედ, როდის და რა პირობებში ინვევენ მედიები სხვა მიზნებთან ერთად ცვლილებას. აქედან მოსალოდნელია მხოლოდ შედეგები, რომელიც ფორმულას ეთანხმება, რომ „ზოგი მედიის გზავნილი ზოგ რეციპიენტებთან გარკვეულ მდგომარეობებში და გარკვეულ დროს ზეგავლენას იწვევს“ (Brosius, 2003)“ (Klaus Beck, 2007) .*

მედიის გავლენა შესაძლოა სხვადასხვა ფორმით გამოვლინდეს, იყოს ხანმოკლე ან ხანგრძლივი, შესაძლოა რეცეფციის განავლობაში, შემდეგ ან უფრო მოგვიანებით გამომჟღავნდეს. შესაძლოა იგი რეცეფციამდეც არაპირდაპირ და ინდივიდუალური გამოყენების გარეშე გამომჟღავნდეს. პირდაპირი ზეგავლენის გვერდით შესაძლოა ზეგავლენა არაპირდაპირიც იყოს, როცა ინდივიდი არ იყენებს თითონ მედია-საშუალებას, მაგრამ მასზე მოქმედებს საზოგადოებრივი დისკურსი, რომელიც მედიის ზეგავლენის ქვეშ არის. ასევე შესაძლოა მედიების ზეგავლენა იყოს ძლიერი ან სუსტი. სადაც დადგენილი არ არის რით განისაზღვრება სიძლიერე. განისაზღვრება იმით, რაც უფრო მეტ ადამიანზე მოახდენს იგი გავლენას, თუ იმით, თუ როგორ მდგრად ზეგავლენას მოახდენს იგი (Klaus Beck, 2007).

მედიის ეფექტებში ლანგი და ლანგი განასხვავებენ „ორმხრივ“, ბუმერანგისა“ და მესამე მხარის“ ეფექტს (Lang and Lang, 1980). „ორმხრივი“ ეფექტი გულისხმობს შედეგს, რომელიც მაგალითად დაგეგმილ ღონისძიებას ეხება, რომელიც გაშუქების გამო იცვლება. „ბუმერანგის“ ეფექტის მიხედვით შედეგი დაგეგმილის საპირისპიროა. „მესამე მხარის“ ეფექტის მიხედვით, ადამიანს უჩნდება რწმენა, რომ შეიძლება სხვა ადამიანები მოექცნენ გავლენის ქვეშ და არა თითონ. ასევე გამოიყენება „მძინარე ეფექტი“ რომელიც არ ჩანს მანამ, სანამ უკვე გვიან არ არის<sup>23</sup>.

### 2.3. ფრეიმინგი და დღის წესრიგი

---

<sup>23</sup> ბასილაია ვკატერინე, პროცესები და მედიაეფექტების მოდელეები, 2010

მედიის ზემოქმედების მიღწევა მხოლოდ გარკვეულ პირობებში ზოგ რეციპიენტზე ხდება და ცვლილების გამომწვევი ერთადერთ მიზეზად მხოლოდ მედია იშვიათად სახელდება. ამ პროცესზე მედიათან ერთად ბევრი სხვა ფაქტორი ახდენს გავლენას. თანამედროვე კომუნიკაციური ტექნოლოგიების წყალობით რეციპიენტებს თითონ შეუძლიათ აირჩიონ მედიის შინაარსი, თუმცა მათი არჩევანი ჯონ ფორტუნატოს მიხედვით, ერთი მხრივ, შემოსაზღვრულია უკვე არსებული მედია-არხებით, მეორე მხრივ, სელექცია რეციპიენტთა განწყობასა და სხვა ფაქტორებზეა დამოკიდებული.

რეციპიენტები მათთვის მიწოდებულ ინფორმაციას სელექციით ირჩევენ. სელექციის პროცესში კი, როგორც კლაუს ბეკის ამბობს, ინდივიდის გარკვეული ფსიქიკური თვისებები (გამოცდილება, კომპეტენცია, ინტერესები, განწყობა...) მონაწილეობს. ამასთან მნიშვნელოვანია ჩართულობა, ყურადღება, წინასწარი ცოდნა, საკუთარი სოციალური მდგომარეობის გამო პირადად ეხება გაშუქებული ამბავი, თუ - არა, ბიოგრაფიული პოზიცია. ასევე მნიშვნელოვანია, როგორ ხდება გადმოცემა, ხდება მისი ინტერპრეტაცია, ფრეიმინგი თუ ხდება მისი წინ წამოწევა და პოზიციონირება პრაიმინგი. ამდენად ინდივიდები მნიშვნელობებს კოგნიტიურად აკონსტრუირებენ და მაღალ „კოგნიტიურ ანატომიას“ ფლობენ და არ პროგრამდებიან გარედან ინფორმაციით. სწორედ ამის გამო ადამიანებზე ერთსა და იმავე პროდუქტს შესაძლოა, *სხვადასხვა გეგავლენა* ჰქონდეს (Klaus Beck, 2007).

მკვლევარ ბაუერის თვალსაზრისის მიხედვით, ნებისმიერ ბუნებრივ მედიასიტუაციაში რეციპიენტები ინდივიდუალური სტიმულის მიხედვით ირჩევენ, თვალ-ყური ადევნონ თუ არა, მისცენ თუ არა ინტერპრეტაცია და რეაქცია გამოხატონ თუ არა ქცევით (Bauer, 1964)<sup>24</sup>. ამდენად, ზემოქმედება და მის მიერ გამომწვეული ეფექტები სხვა მრავალ გამომწვევ მიზეზთან ერთად ინდივიდის პირად განწყობასა და გამოცდილებაზეც არის დამოკიდებული.

---

<sup>24</sup> <sup>24</sup> ბასილაია ეკატერინე, პროცესები და მედიაეფექტების მოდელები, 2010

ვიდრე რეციპიენტები აირჩევდნენ სელექციით გარკვეულ მედიაპროექტს, მასმედიის ორგანიზატორების მიერ სელექტირდება მედიის შინაარსი. მედია თითონ ირჩევს, გარკვეული შინაარსიდან რა და როგორ გადასცეს საზოგადოებას, რაც მედიის ძალაუფლებაზე მიუთითებს, რომლის სადავეები, ჯონ ფორტუნატოს შეხედულების თანახმად, „მასმედიის ორგანიზატორების ხელშია“.

აუდიტორიაზე ზემოქმედების მოსახდენად მედიის ორგანიზატორები ჯონ ფორტუნატოს მიხედვით, *სელექციასა და ფრეიმინგს* მიმართავენ. სელექციის დროს ისმის კითხვა, აქვს თუ არა საკითხს აუდიტორიამდე მისვლის შანსი? უნდა გააშუქონ თუ არა რაიმე საკითხი და რომელ ადგილზე უნდა გაუშვან იგი?

ფრეიმინგის დროს კი - როგორ უნდა წარმოვადგინოთ კონკრეტული საკითხი. ფრეიმინგი და სელექცია სწორედ აუდიტორიაზე ზეგავლენის მოხდენის საშუალებებია.

ფრეიმები, რომლებსაც ჟურნალისტები იყენებენ, მკვლევარების ჯეიმსონისა და ვალდმანის (Jamieson, Waldman, 2003) თვალსაზრისით, არის **ჟურნალისტების ხედვა სამყაროში**, მათ მიერ დანახული როლები პოლიტიკურ პროცესებში. *„ჟურნალისტები ეხმარებიან საზოგადოებაში აზრის ჩამოყალიბების პროცესს იმით, რომ ნყვეტენ რა არის მნიშვნელოვანი და რა შეიძლება უგულებელვყოთ. ასეთი დასკვნის გასაკეთებლად მათ ხშირად უხდებათ ფაქტების ზღვაში გზის გაკვლევა. ეს ფაქტები ხშირად რთული და გაურკვეველია“* (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

ამდენად, ფრეიმები ჟურნალისტთა ერთგვარი ხედვაა და იმისათვის, რომ ამბავი სხვადასხვა კუთხით გაშუქდეს, **მნიშვნელოვანია სხვადასხვა ფრეიმების გამოყენება**. ხოლო, თუ ყველა მედია ერთნაირ ფრეიმს, ერთ ხედვას არ იყენებს, ჯონ ფორტუნატოს მიხედვით, მაშინ ამბავი სხვადასხვა კუთხით გაშუქდება.

თუმცა, იმავე ნაშრომში ვკითხულობთ, რომ ფრეიმის ეპითეტი ჯეიმსონისა და ვალდმანის მიხედვით, სწორედ იმიტომაა გამოყენებული, რომ მოიცავს გარკვეულ ნაწილს და ჩარჩოს გარეთ ტოვებს სხვა დეტალებს. *„ფრეიმები გვეუბნებიან, რა არის*

მნიშვნელოვანი, რაზე უნდა ვისაუბროთ და ვიკამათოთ. ჟურნალისტები ფრეიმების სახით ფორმირებას უწევენ ადამინის აზრებს“ (Jamieson, Waldman, 2003) (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

ფრეიმინგის პროცესს ჯონ ფორტუნატოს მიხედვით, ჰყოფენ ორ ეტაპად: ექსპოზიცია და აღწერა. ექსპოზიციის ფრეიმი წყვეტს, უნდა გაშუქდეს, თუ არა ინფორმაცია. იგი მოიცავს, ასევე, ფრეიმინგის სახეებს: სიხშირეს, ადგილს, სად უნდა გამოჩნდეს ინფორმაცია, რომელ გვერდზე, ადგილს და დროს.

ფრეიმინგის პროცესის მეორე ნაწილი, აღწერითი ფრეიმინგი კი, ჯონ ფორტუნატოს მიხედვით, გულისხმობს იმას, თუ როგორაა ინფორმაცია გაშუქებული, რომელი ფაქტებია გაანალიზებული და რომელი გამოტოვებული, რომელი სურათები უნდა გადაიყვას, ვისი გაშუქება უნდა მოხდეს, როგორი ენით უნდა იყოს ტექსტი დანერგილი. ამასთან, სიტყვები ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც სურათები.

ხოლო, ის, თუ როგორ წარმოიქმნება კონკრეტული ფრეიმი, გამსონის მიხედვით, გვანვდის წარმოდგენას იმის შესახებ, თუ რომელ ძალას სურს შინაარსზე ზეგავლენის მოხდენა. ფრეიმების შექმნის პროცესი ბევრ დაფარულ ინფორმაციას მოიცავს (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

ჟურნალისტური ფრეიმები რაიანის, ცარაჯისა და მაინჰოფერის მიხედვით, არ არსებობს პოლიტიკურ და კულტურულ ვაკუუმში. მათზე ზეგავლენას სპონსორები, პოლიტიკური და კორპორატიული ელიტა, სოციალური მოძრაობები ახდენენ. რომლებიც თავის სასარგებლო ფრეიმების შეთავაზებას ცდილობენ მედიისთვის რაიანის აზრით, ის, თუ რომელი პერსპექტივა იქნება გამოყენებული დამოკიდებულია ბევრ ფაქტორზე, მათ შორის სპონსორების ეკონომიკურ და კულტურულ რესურსებზე, მათ ცოდნაზე და შესაბამისობაზე კულტურასთან (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

მილერი და რიჩარტი (Miller, Richart, 2001) პროცესს „შესაძლებლობის სპირალს“ უწოდებენ, რომლის დროსაც ინფორმაციის მომწოდებელი, ანუ მთავარი მოთამაშე

აყალიბებს პოზიციას, აკვირდება საზოგადოების რეაქციას, თუ რეაქცია პოზიტიურია, გაზრდის ძალისხმევას, თუ უარყოფითი, შეცვლის ფრეიმს (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

ამდენად, მედია დამოკიდებულია ინფორმაციის მიმწოდებელზე, რომელიც საკუთარი პერსპექტივიდან ცდილობს ფრეიმის მოწოდებას და სურვილისამებრ მათ შეცვლას. მედიის მფლობელის მიერ შერჩეული ინფორმაცია გარკვეული ფრეიმით მიწოდება აუდიტორიას, რომელიც ინდივიდუალურად გარკვეული ფაქტორების გათვალისწინებით და უფრო მეტად სუბიექტურად ირჩევს გარკვეულ მედიას უკვე არსებული მედიებიდან.

სელექციითა და ფრეიმინგით გადაცემული თემები დღის წესრიგის ძირითადი იდეის მიხედვით, აუდიტორიაში იწვევს საკითხის მნიშვნელობის ამაღლებას.

მედიიდან ვიგებთ, **რაზე** უნდა ვიფიქროთ, (Awareness-Modell), ისე, რომ მედია არ გვარანხობს, **რა აზრი** უნდა გავიფიქროთ ამ თემის მიმართ. ასევე სიხშირიდან, მოცულობიდან, ხანგრძლივობიდან და თუ რომელ ადგილზეა თემა, ვიგებთ, რომელი თემებია უფრო მნიშვნელოვანი, ასევე, საკვანძო ადგილების, ღია კითხვებისა და იმის შესახებ, ვის რა აქვს თემაზე სათქმელი. (Salience- und Priority-Modell)( Klaus Beck, 2007, გვ. 196 ).

დღის წესრიგის (agenda-sitting) მთავარი იდეა მდგომარეობს იმაში, რომ საინფორმაციო მედია აჩვენებს საზოგადოებას, **რა არის დღის მთავარი საკითხები** და ეს აისახება იმაში, რას მიიჩნევს საზოგადოება მთავარ საკითხებად (ბასილაია).

თავდაპირველად დღის წესრიგის, ე.წ. აჯენდა სეთინგის ჰიპოთეზა 1968 წელს ამერიკელების McCombs-ისა და Shaw-ს მიერ აშშ-ს საპრეზიდენტო არჩევნების მედიის გავლენის კვლევის საფუძველზე ჩამოყალიბდა. ძირითადი იდეის მიხედვით, ინდივიდუალურად რეციპიენტების ინფორმაციისა და აზრის ცვლილებას არა ცალკეული მედიის გამონათქვამები იწვევს, არამედ მედიები მასობრივი და, ასევე, არა მასობრივი კომუნიკაციისთვის წამოჭრიან თემებს და ახდენენ ამ თემების სტრუქტურირებასა და



შეფასებას. მასობრივი კომუნიკაცია განსაზღვრულ დღის წესრიგს მისდევს, რომელიც უკურექციას იწვევს პუბლიკის დღის წესრიგზე (Klaus Beck, 2007, გვ. 196).

თანამედროვე კვლევებში განასხვავებენ მედიის, პუბლიკისა და პოლიტიკის დღის წესრიგს, რომლებიც ურთიერთზემოქმედებენ ერთმანეთზე და ინტერპერსონალური კომუნიკაციის ზეგავლენის ქვეშ დგანან. პუბლიკისა და მედიის დღის წესრიგი პოლიტიკის აჯენდაზე, როგორც რეალურ მოვლენებზე ,ორიენტირებს. თითოეული დღის წესრიგი, ასევე, შიდა გავლენას განიცდის, მაგალითად მედიები ასევე წამყვანი მედიების, ან ონლაინ მედიისა და ბლოგების ზეგავლენას განიცდიან. ამ შეთხვევაში საუბრობენ შიდა მედია აჯენდა სითინგზე (Intermedia-Agenda-Setting) (Klaus Beck, 2007, 198).

როგორც ჯონ ფორტუნატოს ნაშრომში ვკითხულობთ, შოუსა და მარტინის განამარტებით, *„მედია გამოყოფს მნიშვნელოვან საკითხებს მანამ, სანამ საჭიროდ თვლის. ეს არის მასმედიის ჩამოყალიბების ფუნქცია“* (Show, Martin, 1992) (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

დღის წესრიგის მთავარ მიზანს, მნიშვნელობის ამაღლებას მრავალი ისტორიიდან მხოლოდ ინფორმაციის გარკვეული ნაწილი აღწევს. როგორც მაკკომბი და რაინოლდი განამარტავენ, *„აუდიტორიაში მნიშვნელობების ჩამოყალიბებით საკითხი იძენს ყურადღებას, მასზე ფიქრობენ, მას განიხილავენ. მართალია ასეთი ყურადღების მოსაპოვებლად ბევრი რამ იბრძვის, მაგრამ მხოლოდ რამდენიმე ისტორია თუ ახერხებს“* (McCombs, Rheinhold, 2001) (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

მნიშვნელობის მოპოვების გზაზე შოუსა და მარტინის მიხედვით, *„საზოგადოებრივი საკითხები ყოველთვის ეჭიბრებიან ერთმანეთს საზოგადოებრივი ყურადღების მოსაპოვებლად, რომელიც შეზღუდულია, შეზღუდულია დროც და სივრცეც“* (Show, Martin, 1992). ის ისტორია კი, რომელსაც ვანტას და ვუს მიხედვით, მედია არ მიაჰყრობს ყურადღებას, დარჩება საზოგადოების ყურადღების მიღმა (Wanta, Wu, 1992) (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

ფრეიმინგი თუ მხოლოდ მედიის ორგანიზატორთა ცალმხრივი გავლენის საშუალებაა, მხოლოდ კომუნიკატორის მცდელობაა, მოახდინოს აუდიტორიაზე ზეგავლენა, მაჰერის მიხედვით აჯენდის კვლევა ორმხრივ ზეგავლენაზე, ტექსტსა და საზოგადოების უკუკავშირზე მიუთითებს (Maher, 2001) (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

გაშუქების **სიხშირეს**, როგორც ყველაზე ძლიერ მექანიზმს გამოყოფს განემი, რომლის მიხედვით, „სავარაუდოდ, სიხშირეს, რომლითაც საკითხი შექდება, უფრო ძლიერი ზეგავლენა აქვს საზოგადოებაში, ვიდრე რომელიმე ფრეიმინგ მექანიზმს, მაგრამ ფრეიმინგი შეიძლება იყოს კატალიზატორი ამ პროცესში“ (Ganem, 1997) (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

თუმცა, მაკკომბსის მიხედვით, აჯენდა პირდაპირ არ ყალიბდება, არაფინ ელის, რომ ზეგავლენა იმუშავებს ყოველთვის, მაგრამ თაქტია, რომ ზოგჯერ ეს მუშაობს (McCombs) (ჯონ ფორტუნატო, 2005).

**დაბოლოს, კიდევ ერთი წყარო, რომელსაც სამაგისტრო შრომაზე მუშაობისას გავეცანით, “პანამის ქალაქების” ინტერნეტ ბაზებია. პროექტის გასაჯაროების შემდეგ, 2016 წლის 3 აპრილიდან, დახურული მასალები ხელმისაწვდომი გახდა ფართო საზოგადოებისათვის. ერთწლიანი მუშაობის შემდეგ შეიქმნა გლობალური პროექტი პანამის ქალაქები, სადაც დამუშავებული ინფორმაცია ისეთი საძიებო სისტემით განთავსდა, რომ ყველა დაინტერესებულ პირს შეუძლია მისთვის საჭირო ინფორმაციის მოძიება<sup>25</sup>. აღნიშნულმა პროექტმა 2016 წელს პულიცერის პრემია მიიღო ე.წ. განმარტებითი ჟურნალისტიკის (Explanatory Journalism) ნომინაციაში.**

ამდენად, შემაჯამებლად შეიძლება ითქვას, რომ საგამოძიებო ჟურნალისტიკა, როგორც „მეოთხე ძალა“ ქვეყანაში, რომელიც მაკონტროლებელ ფუნქციას ითავსებს, გაუხმაურებლად დარჩენილი უსამართლობების გამოამკარავებს ემსახურება. სამართლიანობის აღსადგენად, საზოგადოებაზე ზემოქმედების მისაღწევად და პუბლიკის დღის წესრიგზე ზემოქმედებისთვის მედიის ორგანიზატორები გარკვეულ მეთოდებს,

<sup>25</sup> <https://panamapapers.icij.org/> (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)

*სეელექციასა და ფრეიმინგს* მიმართავენ, რის შედეგადაც გარკვეულმა თემებმა დღის წესრიგის მიხედვით, საზოგადოებაში უფრო მეტ **მნიშვნელობა** შეიძლება შეიძინონ. მედია შეუძლია ზემოქმედება მოახდინოს იმასე, **რაზე** უნდა იფიქროს საზოგადოებამ და არა იმაზე, თუ **რა აზრი** უნდა გაივითაროს მან თემის შესახებ, რადგან მედიის ზემოქმედება რეციპიენტის მხრიდან ბევრ სხვა ფაქტორზეა დამოკიდებული. ხშირად კი უფრო სუბიექტურია, ინდივიდუალურია და გარკვეული *განწყობა*, ისევე, როგორც *ბიოგრაფიული წარსული* განაპირობებს თემის მიმართ დამოკიდებულებას, მის შეცვლას და პუბლიკის აზრის ჩამოყალიბებას.

ამდენად მედიის ზეგავლენა მხოლოდ ზოგიერთ რეციპიენტზე შეიძლება მოხდეს, გარკვეული პირობების გათვალისწინებით. ზეგავლენა კი ნიშნავს ცვლილებას, მედიის შემთხვევაში ეს შეიძლება იყოს ცვლილება **ინდივიდის, ჯგუფის ან საზოგადოების** დონეზე. ცვლილება ვლინდება სამი - მიკრო მეზო და მაკრო - დონეზე ცოდნის, ემოციებისა და ქცევის ცვლილებით. შეცვლილმა საზოგადოებრივმა დამოკიდებულებამ, რომელმაც მედიაში ასახული სინამდვილე ნათლად დაინახა, შესაძლოა ხელისუფლებაზე წნეხი გაანახორცილოს, რითაც უფრო შორს მიმავალი მიზანი, დემოკრატიული სახელმწიფოს შენებაში წლილის შეტანა მიიღწევა. ინტერნეტი კი, როგორც ახალი მულტიმედიური მედია, რომელიც ინდივიდუალურ ჯგუფურ და მასობრივ კომუნიკაციას ხდის შესაძლებელს, ხელს უწყობს ყოველივე ამას და საგამოძიებო ჟურნალისტიკის ახალ სამშობლოდაც შეიძლება მოიაზრებოდეს.

## თავი 3.

### კვლევის მეთოდები

გლობალურ საგამოძიებო პროექტ „ჰანამის დოკუმენტებზე“ გერმანულ და ქართულ მედიას შორის შედარების, განსხვავებისა და მსგავსების დასადგენად ამ თემაზე გერმანულ და ქართულ ინტერნეტგამოცემებში გამოქვეყნებული პუბლიკაციების კვლევა ჩავატარეთ. კვლევა საგამოძიებო თემის დაწყებიდან, 2016 წლის 03 აპრილიდან 2017 წლის 3 აპრილამდე, ერთწლიან პერიოდს მოიცავს.

კვლევაში შევეცადეთ ხუთ ძირითად საკვლევ კითხვაზე გაგვეცა პასუხი. რაოდენობრივი საკვლევ კითხვები მოიცავს ორ ძირითად კითხვას: 1. რამდენი პუბლიკაცია მიეძღვნა „ჰანამის ქალაქებს“ ქართულენოვან და რამდენი გერმანულენოვან ინტერნეტგამოცემებში, რომელი ინტერნეტგამოცემები რა სიხშირით აშუქებდა თემას და რა პერიოდში. 2. რამდენი იყო გერმანულ და ქართულენოვან ინტერნეტგამოცემებში საინფორმაციო და რამდენი ანალიტიკური ხასიათის.

თვისებრივი კვლევის ნაწილი სამ ძირითად საკვლევ კითხვას მოიცავს: 1. „ჰანამის დოკუმენტების“ შესახებ მომზადებული პუბლიკაციები რომელ ქვეყნებს ეხებოდა გერმანულენოვან გამოცემებში და რომელს - ქართულენოვან ინტერნეტგამოცემებში? 2. რომელი წყაროებია გამოყენებული ორივე ქვეყნის ინტერნეტმედიაში გამოქვეყნებულ პუბლიკაციებში? და 3. „ჰანამის დოკუმენტების“ შედეგად სხვადასხვა ქვეყნებში დამდგარი ცვლილება რამდენად აისახა ქართულენოვან და გერმანულენოვან მასალებში?

მედიის შინაარსის ანალიზის სხვადასხვა თეორიას სხვადასხვა სიძლიერე და სისუსტე ახასიათებს. კლაუს ბეკის თანახმად, სწორედ ამიტომ უნდა ავსებდნენ ისინი ერთმანეთს. თუ შინაარსის რაოდენობრივი ანალიზით შესაძლებელია რეპრეზენტატული მონაცემების მიღწევა, გამონათქვამების განზოგადება და ჰიპოთეზების გადამოწმება, ამ შემთხვევაში ხდება ერთი კონკრეტული შემთხვევის სიღრმისეული ანალიზი. ხოლო,

მნიშვნელობების სიღრმისეული გაგება სწორედ შინაარსის ანალიზით მიიღწევა (Klaus Beck, 2007).

ემპირიული ჟურნალისტური კვლევის ძირითადი მეთოდებიდან: გამოკითხვა, დაკვირვება და კონტენტანალიზი, კვლევისთვის შერჩეულია პუბლიკაციების კონტენტანალიზი, შედარებითი ანალიზი და გამოკითხვა; პუბლიკაციების რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზი.

მონაცემების SPSS პროგრამის საშუალებით დამუშავებისას, საკვლევი კითხვების მიხედვით შევქმენით ცვლადები და თითოეული მედიისა და პუბლიკაციის სათაურის მოხსენიებით შევიყვანეთ ორივე ქვეყნის პუბლიკაციები მონაცემთა ბაზაში. ამასთან გერმანულენოვანი პუბლიკაციების სათაურს თან ახლავს ქართულენოვანი თარგმანი. მონაცემების სრული რაოდენობა ორ ძირითად ჯგუფად დავყავით ორივე ქვეყნის მედიების მიხედვით, რითაც შესაძლებელი გახდა სრული რაოდენობის მონაცემების შეპირისპირებული შედეგები მიგველო, რომელთა ერთმანეთთან შედარება თითოეული მონაცემისთვის ორივე ქვეყნის შემთხვევაში ცლაცალკე იქნებოდა შესაძლებელი.

ასევე, შესაძლებელი გახდა ორივე ქვეყნის შემთხვევაში პუბლიკაციების ანალიტიკურ და საინფორმაციო ჟურნალისტურ მასალებად დაყოფა და მათ ასევე სხვა საკვლევი კითხვის ცვლადებთან შედარება.

იმის დასადგენად, თუ რომელ ქვეყანას ეხებოდა „ჰანამის დოკუმენტების“ შესახებ ერთი სტატია, აუცილებელი გახდა სტატიების მთლიანი რაოდენობის ორ ძირითად ჯგუფად დაყოფა. ერთი მხრივ, სტატიები, რომლებიც ერთ კონკრეტულ ქვეყანას, ან არც ერთ ქვეყანას ეხებოდა და სტატიები, რომლებიც რამდენიმე ქვეყანას ერთად ეხებოდა. ამ შემთხვევაში შესაძლებელი გახდა იმ ყველა ქვეყნის ზუსტი მონაცემების მიღება, რომლებიც ერთ სტატიაში იყო ნახსენები.

ასევე სტატიებში გამოყენებული წყაროების გამოსაკვლევად თითოეული წყაროსთვის შევქმენით თითო ცვლადი, რაც ერთ სტატიაში ერთდროულად სხვადასხვა წყაროს

ასახვის შესაძლებლობას გვაძლევს. შედეგების დასათვლელად კი გავაერთიანეთ ყველა წყარო, რის საფუძველზეც შესაძლებელი გახდა ასევე წყაროს, როგორც ერთი მოცემულობის სხვა საკვლევი კითხვის მოცემულობებთან შედარება და მაგალითად იმის გამოკვლევა, უფრო მეტად რომელი წყაროებია გერმანული ან ქართული მედიის ანალიტიკურ, ან საინფორმაციო პუბლიკაციებში გამოყენებული.

მეხუთე საკვლევი კითხვის მიხედვით, შევქმენით ასევე რამდენიმე ცვლადი, იმის მიხედვით, ეხებოდა, თუ არა სტატია „ჰანამის დოკუმენტების“ შედეგად დამდგარ ცვლილებას, რა ცვლილებას ეხებოდა იგი კონკრეტულად და იყო თუ არა მთავარი გმირის კომენტარი პუბლიკაციაში გამოყენებული.

მონაცემთა ბაზაში პუბლიკაციების შეყვანის შემდეგ, შესაძლებელი გახდა თითოეული საკვლევი კითხვისთვის საუსრველი გრაფიკი აგვეგო და პროგრამა Excell-ის საშუალებით დაგვემუშავებინა. ასევე, შესაძლებელი გახდა სხვადასხვა საკვლევი კითხვას შორის მიმართებები დაგვედგინა.

ამდენად, SPSS პროგრამის დახმარებით შესაძლებელი გახდა გერმანული და ქართული პუბლიკაციების ზუსტი მონაცემები მიგველო; ეს მონაცემები ყველა შესაძლო კუთხით დაგვეკავშირებინა, გაგვეანალიზებინა და შეგვედარებინა ერთმანეთისთვის. ისევე, როგორც შესაძლებელი გახდა, თითოეული მოცემულობებისთვის ორივე ქვეყნის შესაბამისი გრაფიკები მიგველო და შეგვედარებინა ერთმანეთისთვის.

იმის დასადგენად, თუ რამდენად ინფორმირებულია ქართული საზოგადოება საქართველოში „ჰანამის დოკუმენტების“ შესახებ, სოციალური ქსელში გამოკითხვა ჩავატარეთ. გამოკითხვა სულ 9 კითხვას მოიცავს და სქესისა და წლოვანების გარდა შეიცავს ე.წ. გამფილტრავ კითხვას, - სმენიათ, თუ არა გამოკითხულთ დოკუმენტების შესახებ. დადებითი პასუხის შემთხვევაში, რესპონდენტები აგრძელებდნენ დამატებით კითხვებზე პასუხის გაცემას. უარყოფითი პასუხის შემთხვევაში კი, კითხვარის შევსებას აზრი არ ჰქონდა, რადგან ყველა მომდევნო კითხვა “ჰანამის დოკუმენტების” შესახებ ცოდნის სხვადასხვა მხარის შესამოწმებლადაა მოფიქრებული. ისევე როგორც გამოკითხვის

ანკეტა დახურულ კითხვებთან ერთად მოიცავს ორ ღია კითხვას, სადაც გამოკიხთულთ საკუთარი აზრის გამოხატვის თავისუფლება ენიჭებათ.

კვლევის ანალიზი შესაძლებელია ბონტადელისეული კონტენტანალიზის ოთხი პერსპექტივიდან ინტორმაციის ტრანსფერის მოდელის პერსპექტივიდან განვიხილოთ, რომლის დროსაც მედიის კონტენტი სინამდვილეს ირეკლავს და შესაძლოა მისი სხვა სფეროს სინამდვილის კონსტრუქციასთან შედარება (Klaus Beck, 2007). პანამის დოკუმენტების შემთხვევაში მედიის სინამდვილის შედარება პოლიტიკის სფეროს რეალურ სურათთან ხდება, იმ პოლიტიკოსთა რეალურ მდგომარეობასთან, რომლებიც დოკუმენტებშია მოხსენებული, ასევე შედარება ხდება ეკონომიკის სფეროს სინამდვილის კონსტრუქციასთან, კერძოდ პანამის ოფშორული კომპანიის რეალურ სურათთან, და ასევე სპორტისა და სხვა სფეროს სინამდვილესთან. ამავე დროს ისმის კითხვა **არა ნამდვილია თუ არა** მედიის ეს სინამდვილე, არამედ **რამდენად შესაბამისია იგი**, რისი განხილვაც სხვადასხვა პოლიტიკოსთა ნააზრევით მტკიცდება.

პანამის დოკუმენტების შემთხვევაში მედიის თეორიის განხილვა შესაძლებელია ასევე ბონტადელისეული მედიის თეორიის ოთხი ძირითადი პოზიციის მიხედვით, ინტერდუპლიკაციური პოზიციიდან, რომლის დროსაც მედია და საზოგადოება ორმხრივ ზემოქმედებას განიცდის (Klaus Beck, 2007). ერთი მხრივ მედია საზოგადოების ამ შემთხვევაში “პანამის დოკუმენტების” სარკეა და მეორე მხრივ მედიას შეუძლია საზოგადოებაზე ასევე ზეგავლენის მოხდენა, მისი მოქმედებაში მოყვანა, რაც გარკვეულწილად ქცევის ცვლილებაში ვლინდება, რისი დასტურიც ესპანეთის, ისლანდიისა, ასევე აზერბაიჯანის პოლიტიკოსების მაგალითებია, რომლებიც მედიაში არეკლილი სინამდვილის გამო თანამდებობიდან გადადგნენ.

## თავი 4.

### კვლევის შედეგები

კვლევის ძირითადი ნაწილი შედგება ოთხი ძირითადი ნაწილისგან: ქართულენოვანი და გერმანულენოვანი პუბლიკაციების რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზის, შედეგების შედარებითი ანალიზისა და მეოთხე ნაწილის, სოციოლოგიური კვლევის შედეგებისაგან. პირველი ორი ნაწილი ორივე ქვეყნის პუბლიკაციების მიხედვით შედგება ქვეთავებისა და საკვლევი კითხვების შესაბამისი პარაგრაფებისაგან.

#### 4. 1. ქართულენოვანი პუბლიკაციები

##### 4. 1.1. რაოდენობრივი კვლევა

რაოდენობრივი კვლევის დახმარებით, შევეცადეთ გაგვერკვია, რა სიხშირით შექდებოდა მასშტაბური საგამოძიებო პროექტი „პანამის დოკუმენტები“ ქართულ ონლაინ მედიაში, რა პერიოდში შექდებოდა იგი, რომელი მედია ორგანიზაციები აშუქებდნენ; ქართულენოვანი პუბლიკაციებიდან რამდენი იყო საინფორმაციო და რამდენი შედარებით უფრო სიღრმისეული, ანალიტიკური ხასიათის.

**§1. პუბლიკაციების სიხშირე ქართულ ინტერნეტგამოცემებში.** კვლევის შედეგების საფუძველზე ნათელი გახდა, რომ გლობალურ საგამოძიებო პროექტ „პანამის



დოკუმენტებს“ დღეს არსებულ ქართულ ინტერნეტგამოცემებში, როგორც ეს საძიებო სისტემა google.ge-ს საფუძველზე ირკვევა, სულ 167 პუბლიკაცია მიეძღვნა.

ქართული მედია

„პანამის	N	Valid	167	დოკუმენტებზე“ პუბლიკაციებს საერთო ქართულენოვანი ინტერნეტგამოცემა რომელთაგან ყველაზე მეტი, 25 პუბლიკაცია ერთი წლის განმავლობაში ინტერნეტგამოცემა interpressnews.ge-ს ეკუთვნის. 15 პუბლიკაციით ლიდერობენ ასევე radiotavisufleba.ge და tabula.ge. ხოლო სხვა მედიებთან შედარებით მეტი, 13 პუბლიკაცია ეკუთვნის ონლაინ მედიაპორტალ for.ge-ს და 12 პუბლიკაცია - commersant.ge-ს.
ჯამში	47	Missing	0	

აქვეყნებდა,

7-7 პუბლიკაცია გამოაქვეყნეს გამოცემებმა: ifact.ge, netzgazeti.ge და news.ge.

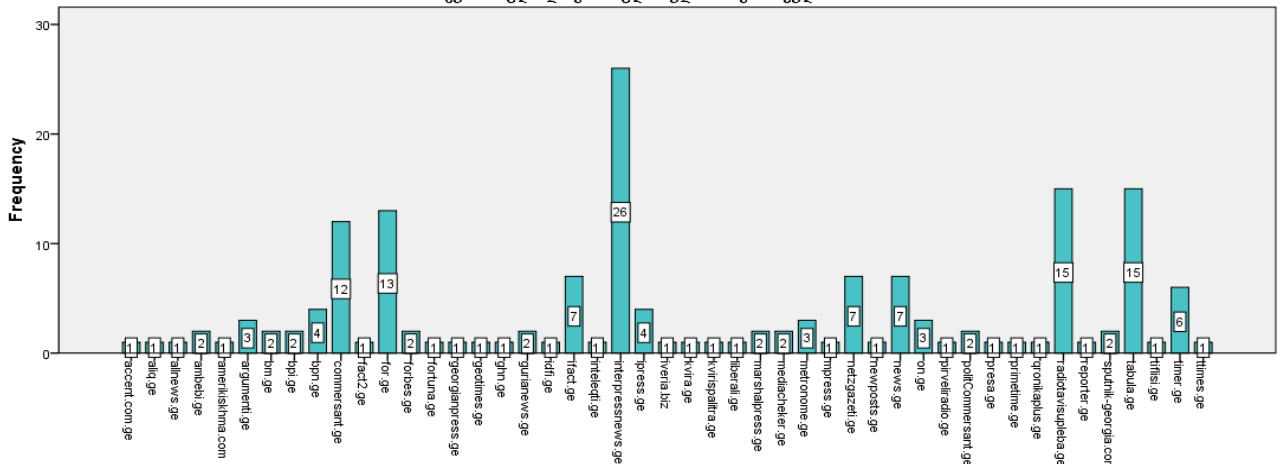
ორი პუბლიკაციიდან ექვს პუბლიკაციამდე გამოქვეყნდა შემდეგ ქართულენოვან ინტერნეტგამოცემებში: timer.ge, ipress.ge, bpn.ge, argument.gemetronome.ge, on.ge, politcomersant.ge, mediachecker.ge, sputnik-georgia.com, marshalpress.ge, gurianews.ge, forbes.ge, bpi.ge, bm.ge და ambebi.ge.

ყველა სხვა დანარჩენ ინტერნეტგამოცემაში კი, საძიებო სისტემის მონაცემების თანახმად, „პანამის დოკუმენტებზე“ თითო-თითო პუბლიკაცია გამოქვეყნდა. (ცხრილი1)

ცხრილი 1

მედია-საშუალება, რომელიც სტატიას აქვეყნებს

გერმანული და ქართული მედია: საქართველო



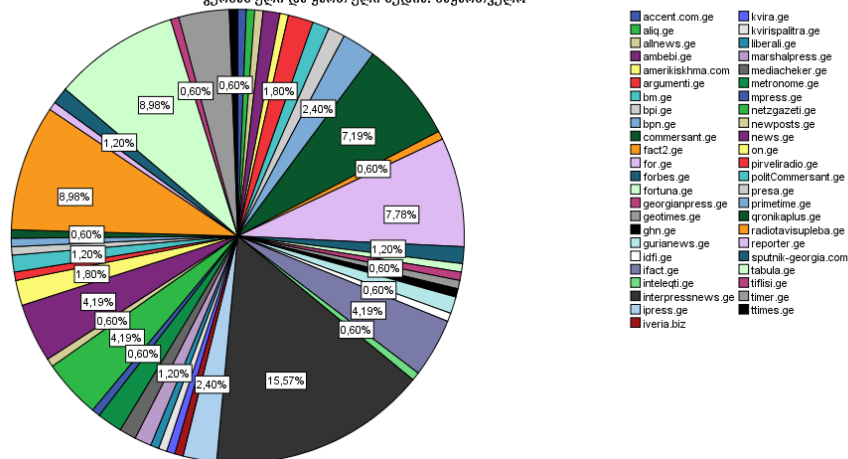
მედია-საშუალება, რომელიც სტატიას აქვეყნებს

პროცენტული თვალსაზრისით ასევე ნათელი ხდება, რომ 167 ქართულენოვანი პუბლიკაციიდან უმეტესი ნაწილი, 15,57% გამოცემა interpressnews.ge-ს, 8,98% radiotavisufleba.ge-სა და tabula.ge-ს, ხოლო 7,78% for.ge-ს და 7,19% commersant.ge-ს ეკუთვნის. დასახელებული ხუთი მედიის წილი პუბლიკაციების მთლიანი რაოდენობის თითქმის ნახევარს, 48,5% შეადგენს, დანარჩენ პუბლიკაციებს კი 42 გამოცემა ინაწილებს. (ცხრილი 2)

ცხრილი 2

მედია-საშუალება, რომელიც სტატიას აქვეყნებს

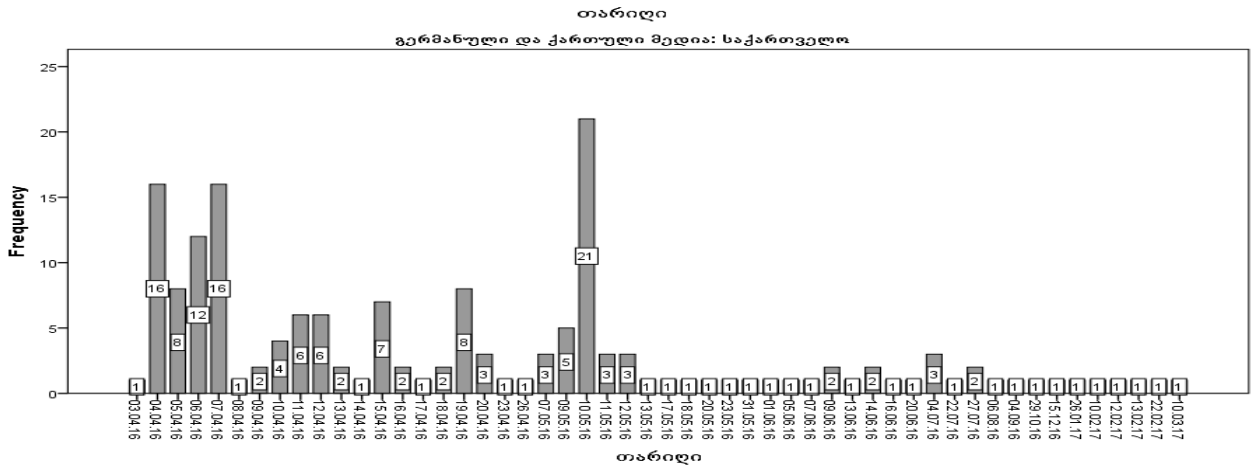
გერმანული და ქართული მედია: საქართველო



ქრონოლოგიურად განლაგებული პუბლიკაციებიდან ირკვევა, რომ „ჰანამის დოკუმენტებზე“ პუბლიკაციები ქართულენოვან ინტერნეტგამოცემებში 2017 წლის 3

აპრილიდან 12 მაისამდე შედარებით უფრო ინტენსიურად შექცებოდა, 13 მაისის შემდეგ კი ერთ დღეში გამოქვეყნებული სტატიების რაოდენობა ძირითადად ერთ პუბლიკაციას შეადგენს, მხოლოდ რამდენიმე შემთხვევაში კი 3-ს არ აღემატება. (ცხრილი 3)

ცხრილი 3

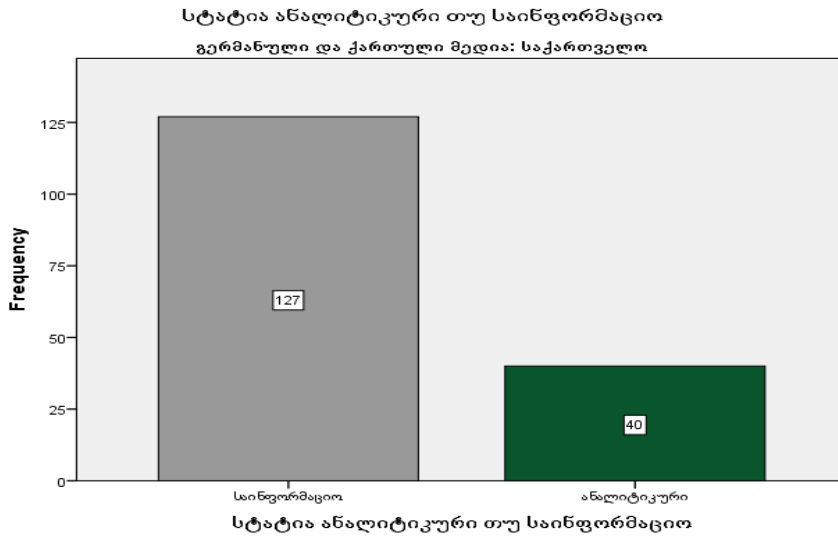


ამასთან ყველაზე მეტი პუბლიკაცია 2016 წლის 10 მაისს გამომძიებელ ჟურნალისტთა საერთაშორისო კონსორციუმის მიერ „პანამის დოკუმენტებზე“ ახალი მონაცემების გასაჯაროვების შემდეგ გამოქვეყნდა.

**§2. ანალიტიკური და საინფორმაციო სტატიები ქართულ ინტერნეტგამოცემებში**

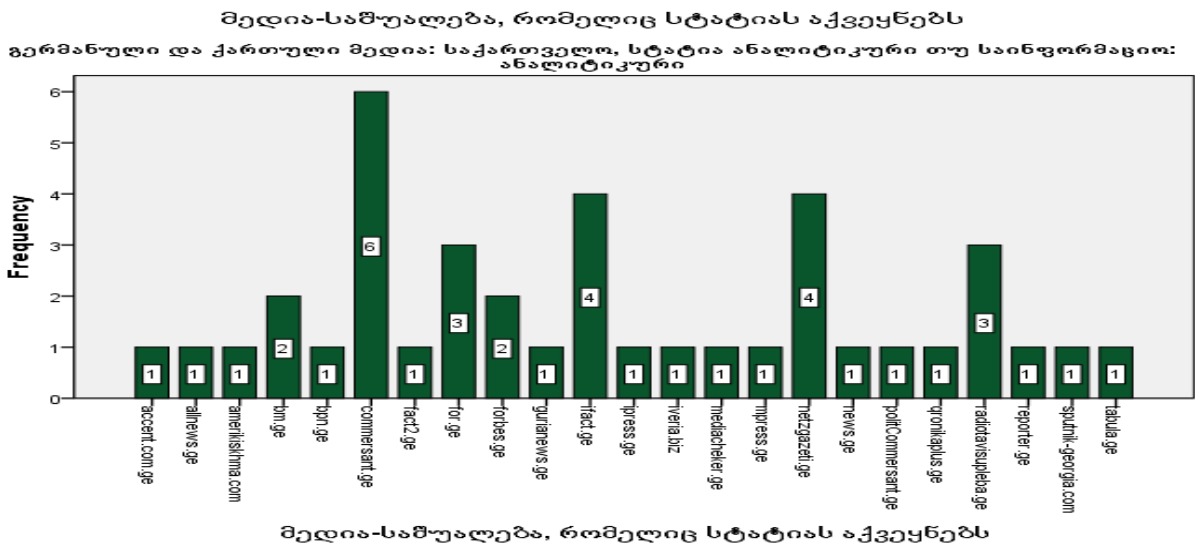
კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ქართულენოვან ინტერნეტგამოცემებში „პანამის დოკუმენტებზე“ გამოქვეყნებული პუბლიკაციების უმეტესობა საინფორმაციო ხასიათისაა. გამოქვეყნებული 167 პუბლიკაციიდან თითქმის სამი მეოთხედი, 76,05% საინფორმაციო, დანარჩენი 23,95% კი - ანალიტიკური პუბლიკაციაა. (ცხრილი 4)

ცხრილი 4



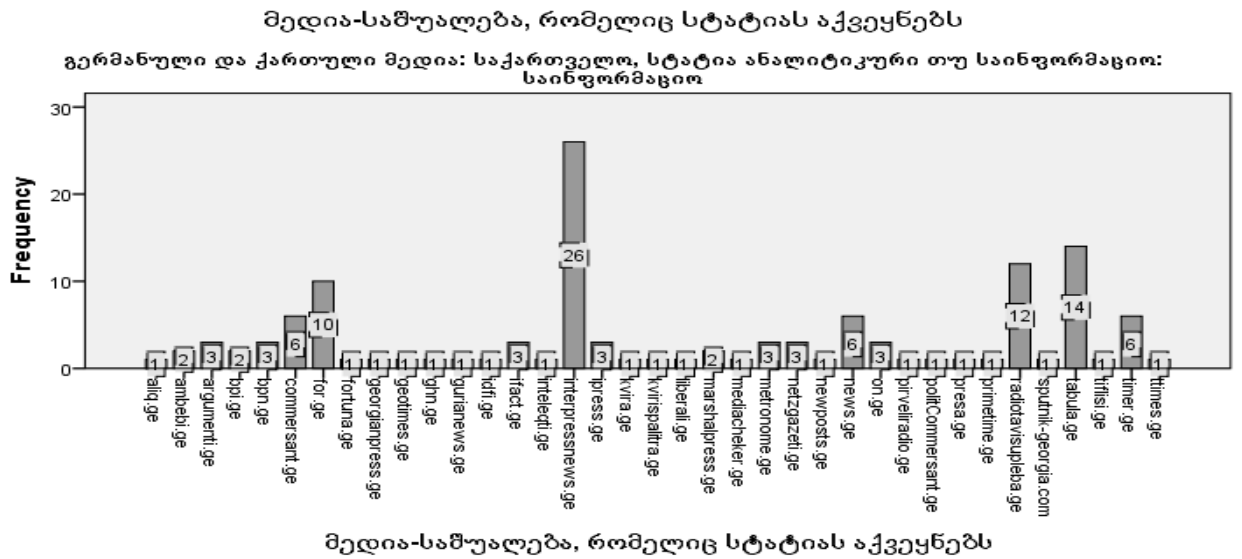
რაოდენობით ყველაზე მეტ ანალიტიკურ სტატიას ქართულენოვანი ინტერნეტგამოცემებიდან commersant.ge, ასევე ifact.ge, netzgazets.ge, radiotavisupleba.ge და for.ge აქვეყნებს. (ცხრილი5)

ცხრილი 5



ყველაზე მეტი საინფორმაციო პუბლიკაცია 127 საინფორმაციო პუბლიკაციიდან interpresnews.ge-ს ეკუთვნის, რომლის ყველა პუბლიკაცია პანამის დოკუმენტებზე საინფორმაციოა. ასევე სხვა გამოცემებისგან განსხვავებით, შედარებით მეტ საინფორმაციო სტატიას აქვეყნებენ გამოცემები: tabula.ge, radiotavisupleba.ge for.ge და news.ge. (ცხრილი 6)

ცხრილი 6



თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ზოგ ქართულენოვან ინტერნეტგამოცემაში მეორდება არა მხოლოდ პუბლიკაციის ტექსტი, პუბლიკაციის სათაურიც. შეიძლება ითქვას, რომ ასეთი მასალები მცირედი ცვლილებებით ზოგიერთ შემთხვევაში გადმოკოპირებულ პუბლიკაციებს წარმოადგენენ.

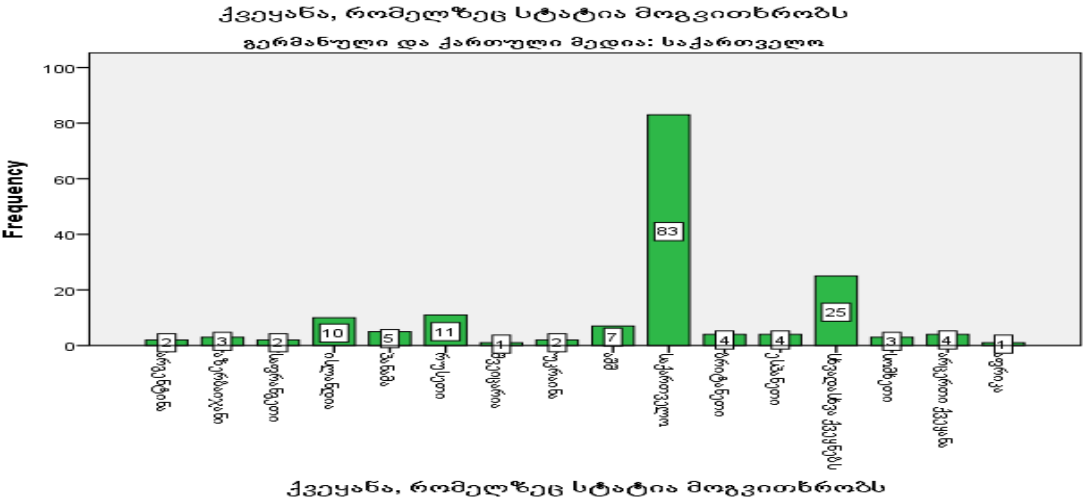
**4. 1.2. თვისებრივი კვლევა**

თვისებრივი კვლევისას შევეცადეთ დაგვედგინა, თუ რომელი ქვეყნები იყო ნახსენები ქართულენოვან პუბლიკაციებში (პირველი პარაგრაფი), რა წყაროებს ეყრდნობიან ავტორები “პანამის ქალაქების” შესახებ პუბლიკაციების მომზადებისას? (მეორე პარაგრაფი); ასევე, შევეცადეთ გაგვერკვია, თუ რამდენად აისახა „პანამის დოკუმენტების“ შედეგად მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში დამდგარი ცვლილება ქართულ ინტერნეტგამოცემებში (მესამე პარაგრაფი).

§1 ქვეყნები ქართულენოვან პუბლიკაციებში. კვლევის შედეგად დგინდება, რომ ქართულენოვანი პუბლიკაციების დიდი უმეტესობა „პანამის დოკუმენტებთან“ დაკავშირებით შინაარსობრივად გლობალური ჟურნალისტური გამოძიების შედეგად

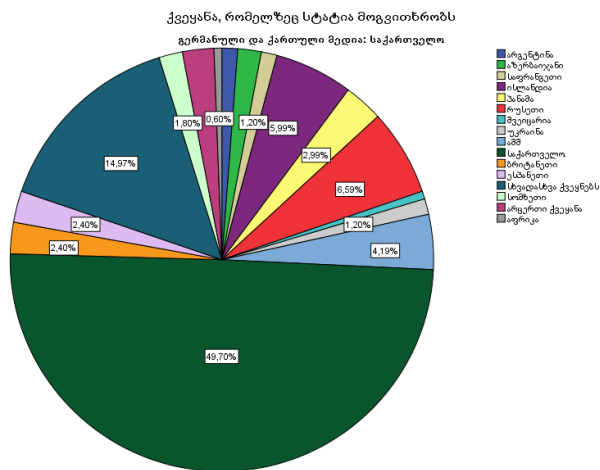
ერთ რომელიმე ქვეყანაში განვითარებულ ევექტს ეხება. ასეთი, ერთი ქვეყნით შემოთვარგლული 138 პუბლიკაცია დავთვალეთ, რაც პუბლიკაციათა სრული რაოდენობის 83,63%-ს შეადგენს. სულ ქართულმა ინტერნეტ მედიამ 14 ქვეყნის შესახებ ინფორმაცია მოგვანოდა. 4 პუბლიკაცია (საერთო რაოდენობის 2.4%) არც ერთ ქვეყანას არ შეჰხებია. 25 პუბლიკაციაში (საერთო რაოდენობის 14,97%) კი ერთდროულად რამდენიმე სხვადასხვა ქვეყანა (ჯამურად 23 სხვადასხვა ქვეყანა) სახელდება. (ცხრილი 7)

ცხრილი 7



იმ პუბლიკაციებში, რომლებშიც “პანამის ქალაქებს” ეძღვნება და მხოლოდ ერთი ქვეყნით შემოთვარგლება, უმრავლესობაში მხოლოდ საქართველოა ნახსენები. პუბლიკაციების სრული რაოდენობის თითქმის ნახევარი, ანუ 49,70% მხოლოდ საქართველოს ეხება. ერთი კონკრეტულ ქვეყანას, რუსეთს, ეხება 11 პუბლიკაცია (6,59%); ისლანდიას - 10 პუბლიკაცია (5,99%); აშშ-ს კი ე.წ. “ერთქვეყნიანი” პუბლიკაციების 4,19%. (ცხრილი 8)

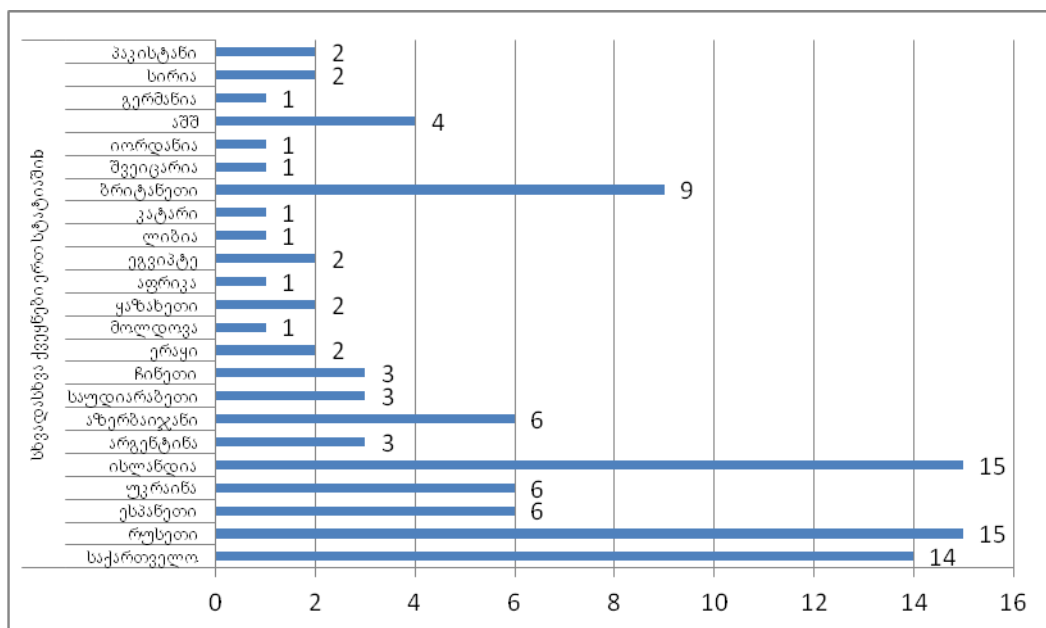
ცხრილი 8



“ერთი ქვეყნით” შემოთარგლულ პუბლიკაციებს შორის ზოგიერთი ქართულენოვანი პუბლიკაცია მოგვითხრობს ასევე, თუ როგორი მოვლენები განვითარდა “პანამის ქალაქების” გამჟღავნების შემდეგ პანამაში, ბრიტანეთში, აზერბაიჯანში, არგენტინაში, შვეიცარიაში, ესპანეთში, სომხეთსა და აფრიკის ქვეყნებში. (იხ.ცხრილი 8)

იმ მასალებში, სადაც “პანამის ქალაქების” შესახებ საუბრისას რამდენიმე ქვეყანაა ნახსენები (14,97%) სხვადასხვა ქვეყნები მხოლოდ მოკლედ, მხოლოდ რამდენიმე სიტყვით ან წინანდალებით არის მოხსენიებული.

ცხრილი 9



იმ პუბლიკაციებში, რომლებიც “პანამის ქაალღებს” სხვადასხვა ქვეყნების კონტექსტში განიხილავს, კვლავიდნებურად ხშირადაა მოხსენიებული, რუსეთი და საქართველო, თუმცა ისლანდიასაც წამყვანი ადგილი უჭირავს. სავარაუდოდ, ისლანდიის პოპულარობა იმ ფაქტითაა განპირობებული, რომ ყველაზე დიდი ცვლილება (პრემიერის გადადგომა) “პანამის ქაალღების” გამომზეურებას სწორედ ისლანდიაში მოჰყვა.

მაშასადამე “მრავლქვეყნიან” პუბლიკაციებს შორის ყველაზე ხშირად ნახსენებია რუსეთი და ისლანდია (8,98%), საქართველო (8,38%), ბრიტანეთი (5,38%), აზერბაიჯანი, უკრაინა და ესპანეთი (სამივე ქვეყნიდან თითოეული 3,59%).

ასევე მოხსენიებულია შემდეგი ქვეყნები: არგენტინა, აშშ, საუდიარაბეთი, ჩინეთი, ერაყი, მოლდოვა, ყაზახეთი, აფრიკა, ეგვიპტე, ლიბია, კატარი, იორდანია, სირია, გერმანია და პაკისტანი (იხ.ცხრილი 9)

ამ პუბლიკაციებში არ გვხვდება სიღრმისეული ანალიზი. უმრავლესობა საინფორმაციო ხასიათის მცირე მასალაა.

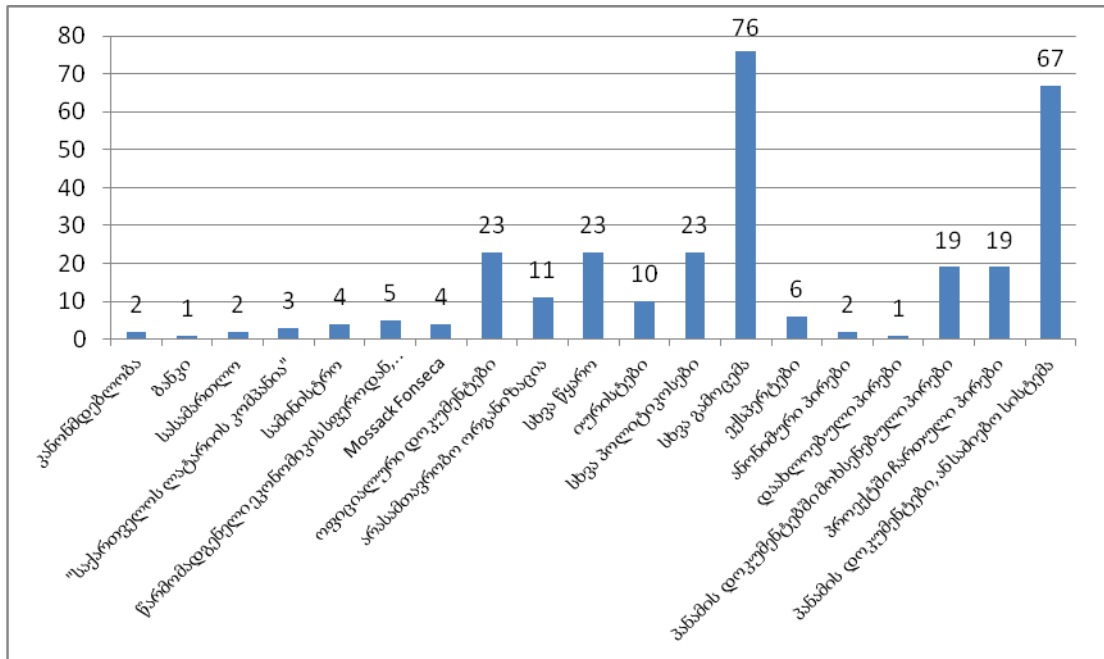
**§2. ქართულენოვან პუბლიკაციებში გამოყენებული წყაროები.** კვლევის შედეგად ირკვევა, რომ წყარო დამონმებულია ქართულენოვანი პუბლიკაციების სრული რაოდენობიდან სულ 158 პუბლიკაციაში. აქედან ყველაზე ხშირად დასახელებულ წყაროს *სხვა გამოცემა* წარმოადგენს. ქართულენოვან პუბლიკაციებში შესაძლებელი იყო სულ 19 წყაროთა ჯგუფის გარჩევა. 167 პუბლიკაციიდან 76 პუბლიკაციაში წყაროდ “სხვა გამოცემა”. ასევე ხშირად დამონმებულ წყაროს წარმოადგენს “*პანამის დოკუმენტები*”, რაშიც, შესაძლოა, პროექტის შედეგად შექმნილი საძიებო სისტემაც ვიგულისხმობთ (<https://panamapapers.icij.org/>).

158 პუბლიკაციის 14,55%-ში წყაროდ მოყვანილია *პოლიტიკოსის კომენტარი*, ასევე იმავე რაოდენობით წყაროდ მოყვანილია “*ოფიციალური დოკუმენტები*” და ატვირთულია ოფიციალური დოკუმენტების ასლები. პუბლიკაციების 12,02%-ის ინფორმაციის წყაროს უშუალოდ პანამის დოკუმენტებში ჩართული პირები, მათ შორის საქართველოდან



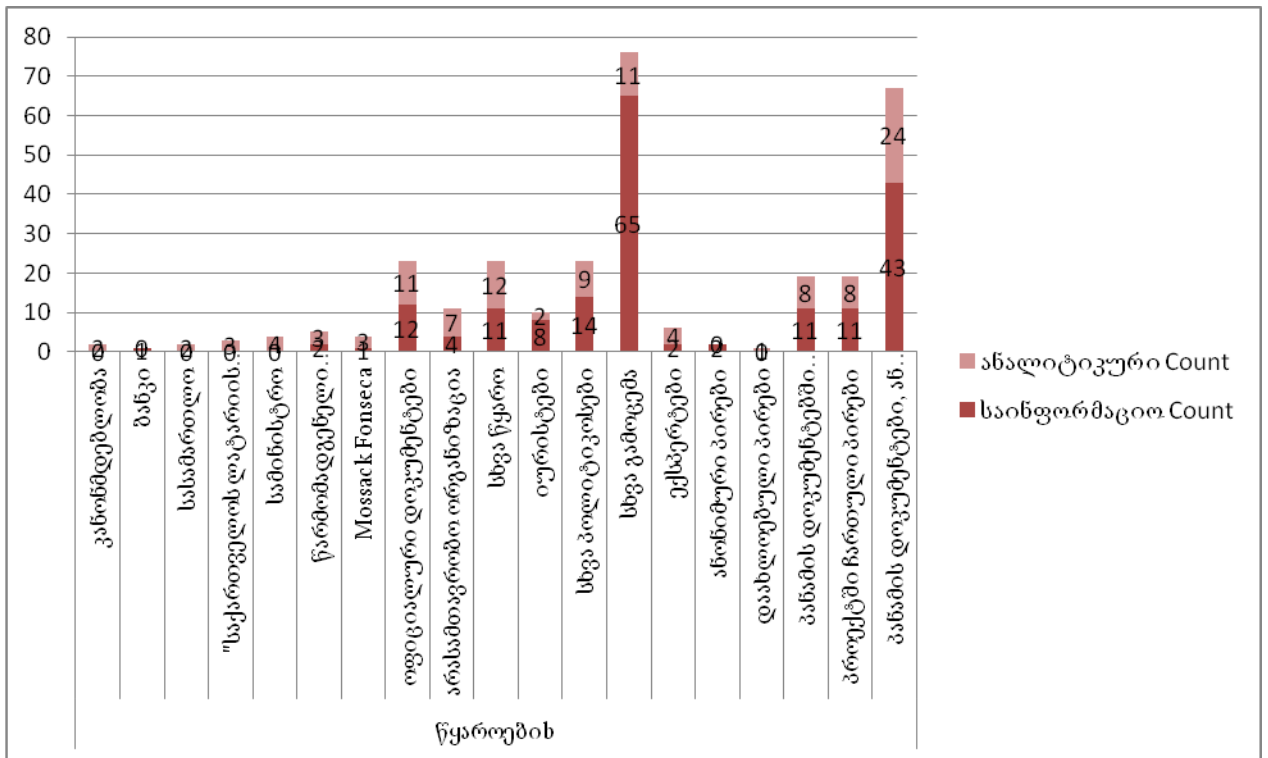
პროექტში ჩართული ურანლისტები და, ასევე, პროექტის სხვა მონაწილეები წარმოადგენს. (ცხრილი 10)

ცხრილი 10



158 პუბლიკაციის 6,96% -ში სახელდება წყაროდ არასამთავრობო ორგანიზაცია და მხოლოდ 2,53%-ში მოყვალა ოფიციალური კომპანიის Mossack Fonseca-ს წარმომადგენლების კომენტარი. ასევე ქართულ ინტერნეტგამოცემებში სახელდება წყარობად ეკონომიკის სფეროს წარმომადგენელი, სამინისტრო, „საქართველოს ლატარიის კომპანია“, კანონმდებლობა, ბანკები და სხვა წყაროები. (ცხრილი 11)

ცხრილი 11



ანალიტიკურისა და საინფორმაციო სტატიების შედარებისას ირკვევა, რომ ყველაზე მეტად ანალიტიკურ პუბლიკაციებში წყაროდ მოხსენიებულია უშუალოდ პანამის დოკუმენტები, ან სხვა გამოცემა, ასევე სხვა წყარო, აგრეთვე ანალიტიკურ სტატიებში ხშირად ვხვდებით ოფიციალური დოკუმენტებს, ისევე როგორც პროექტში ჩართული პირების კომენტარებს.

სასამართლო, კანონმდებლობა, სამინისტრო და ლატარიის კომპანია მხოლოდ ანალიტიკურ სტატიებშია დასახელებული. “არასამთავრობო ორგანიზაციების” წარმომადგენელთა კომენტარებსაც უფრო მეტად ანალიტიკურ მასალებში ვხვდებით.

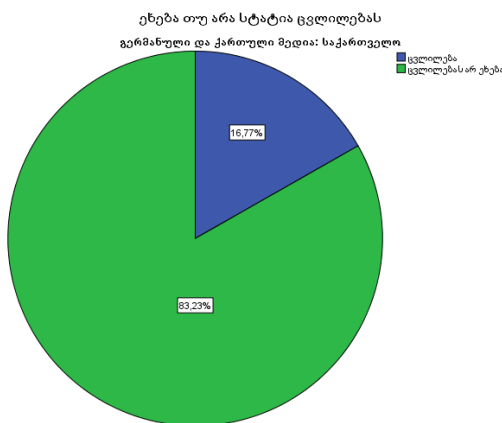
საინფორმაციო პუბლიკაციების ყველაზე ხშირ წყაროს უმეტეს შემთხვევაში “სხვა გამოცემა” წარმოადგენს.

“პანამის დოკუმენტები”, “ჩართული პირები”, “მოხსენიებული პირები”, “სხვა პოლიტიკოსები”, “იურისტები” და “ოფიციალური დოკუმენტები” - ეს წყაროები კი ძირითადად ანალიტიკურ პუბლიკაციებშია გამოყენებული.

§3. „პანამის დოკუმენტების“ შედეგად დამდგარი ცვლილების გაშუქება ქართულ მედიაში. „პანამის დოკუმენტების“ გამჟღავნების შემდეგ ბევრ ქვეყანაში ცვლილებები დადგა - დაიჭირეს იურიდიული ფირმების წარმომადგენლები, ზოგ ცნობილ პირს ბრალი წაუყენეს გადასახადების დამალვაში, ზოგან- შეიცვალა ხელისუფლების მაღალი პირები... გააშუქა კი, ეს ცვლილებები ქართულმა ონლაინ მედიამ?

კვლევის შედეგად ირკვევა, რომ „პანამის დოკუმენტების“ შედეგად დამდგარ ცვლილებას ეხება 28 პუბლიკაცია, რაც სრული „პანამის დოკუმენტების“ შესახებ გამოქვეყნებული ონლაინ მასალების სრული რაოდენობის მხოლოდ 16, 77%-ია. (ცხრილი 12)

ცხრილი 12

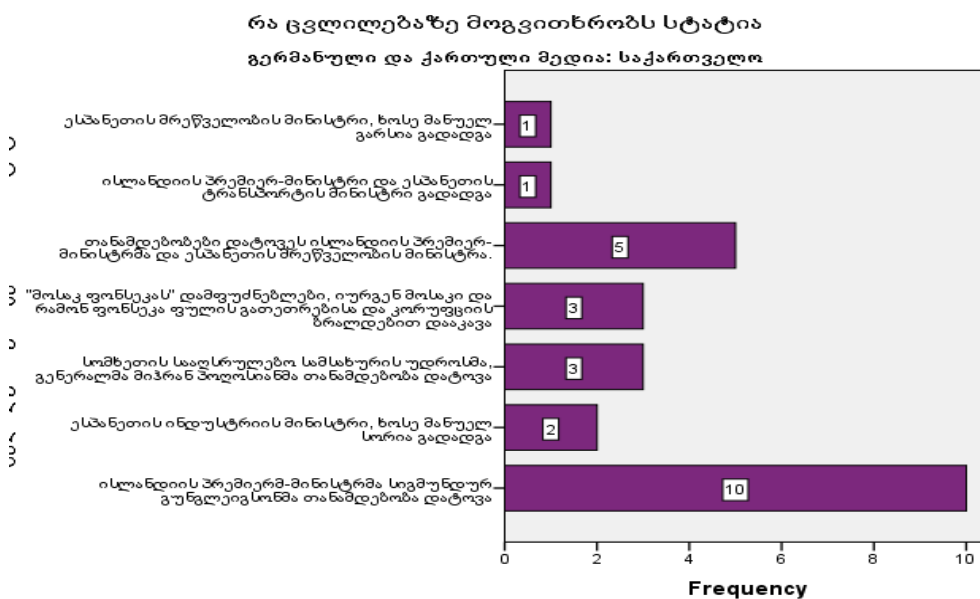


ცვლილების ამსახველი პუბლიკაციების უმეტესობა (28-დან 10 პუბლიკაცია, ანუ 35,71%) ასახავს **ისლანდიის პრემიერმინისტრის**, ზიგმუნდურ გუნგლესონის გადადგომას, ცვლილებების შესახებ პუბლიკაციების 17,86%, ანუ, თითქმის ერთი მეხუთედი ასახავს ერთდროულად ისლანდიის პრემიერისა და ესპანეთის მრეწველობის მინისტრის მიერ თანამდებობის დატოვებას. 10,71% ეხება სომხეთის სააღსრულებო სამსახურის უფროსის გენერალ მიჰრან პოლოსიანის მიერ თანამდებობის დატოვების ფაქტს, იგივე რაოდენობის პუბლიკაციები ოფშორული კომპანიის “მოსაკ ფონსეკას” (შეგახსენებთ სწორედ ამ ფირმის დოკუმენტაცია იქნა გამჟღავნებული) დამფუძნებლების,

იურგენ მოსაკისა და რამონ ფონსეკას დაკავებას ეხება, ისინი ფულის გათეთრებისა და კორუფციის ბრალდებით დაიჭირეს.

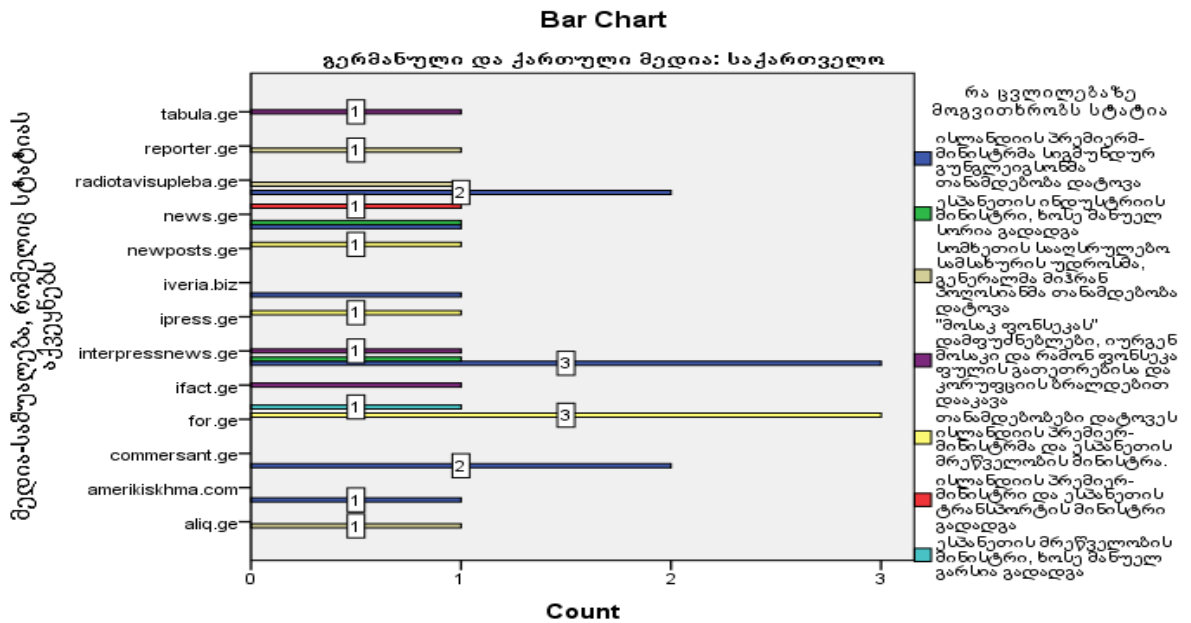
ორი პუბლიკაცია (პროცენტულად 7,14), ესპანეთის ინდუსტრიის მინისტრის, ხოსე მანუელ სორიას გადადგომის შესახებ მოგიტხოვრებს და ერთი პუბლიკაცია კი ესპანეთის მრეწველობის მინისტრის, ხოსე მანუელ გარსიას გადადგომას ეხება, ისლანდიის პრემიერ-მინისტრისა და ესპანეთის ტრანსპორტის მინისტრის გადადგომას ერთდროულად, ასევე, ერთი პუბლიკაცია მიეძღვნა (ცხრილი 13).

ცხრილი 13



მედია-საშუალებების მიხედვით გადანაწილებული ცვლილებების მიხედვით ირკვევა, რომ ყველაზე მეტად ცვლილება interpressnews.ge-ს, for.ge-ს, commersant.ge-სა და radiotavisupleba.ge-ს მიერ გააშუქდა (ცხრილი 14).

ცხრილი 14



ასევე ცვლილებას აშუქებდა გამოცემები: tabula.ge, reporter.ge, news.ge, newpost.ge, iveria.biz, ipress.ge, ifact.ge, amerikiskhma.com და aliq.ge.

ამასთან ცვლილებების შესახებ ყველაზე მრავალთემატური მასალები მომზადდა ინტერნეტგამოცემების - interpressnews.ge, radiotavisupleba.ge, news.ge და for.ge- მიერ.

ამდენად, ქართულენოვანი პუბლიკაციების რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზის შემაჯამებლად შეიძლება ითქვას, რომ „პანამის დოკუმენტებს“ 2016 წლის 10 აპრილიდან 2017 წლის 10 აპრილამდე ქართულენოვანმა 47-მა ინტერნეტგამოცემამ **ჯამურად** 167 პუბლიკაცია მიუძღვნა. ყველაზე მეტი პუბლიკაცია “პანამის ქალაქების” გამჟღავნებიდან 40 დღის განმავლობაში (03.04.2016-დან 13.05.2016) გამოქვეყნდა, შემდეგ კი სიხშირემ ბევრად იკლო.

ინტერნეტგამოცემებიდან ყველაზე მეტი პუბლიკაცია ეკუთვნის interpressnews.ge-ს.

პუბლიკაციების დიდი უმრავლესობა 76.05% **საინფორმაციო** ხასიათისაა, 25 პროცენტზე ნაკლები კი ანალიტიკურ მასალებს უკავია.

ქვეყნების მიხედვით, პუბლიკაციების უმრავლესობაში მხოლოდ ერთი რომელიმე ქვეყანაა ნახსენები. ე.წ. “ერთქვეყნიან” მასალებში ლიდერობს საქართველო, შემდეგ რუსეთი, შემდეგ ისლანდია, აშშ ...

იმ პუბლიკაციების ოდენობა, რომელიც “ჰანამის ქალაქებს” ორი და მეტი ქვეყნის კონტექსტში მიმოიხილავს სულ 14-ია. ამ შმთხვევაშიც საქართველო და რუსეთი ყველაზე ხშირად არიან ნახსენები.

ჯამურად, ქართულენოვან პუბლიკაციებში “ჰანამის ქალაქების” ამბავზე საუბრისას 23 ქვეყანა დასახელდა.

წყაროების მიხედვით ყველაზე ხშირად ქართულენოვანი ინტერნეტ მედია საშუალებები წყაროდ იყენებენ “სხვა გამოცემას” ან უშუალოდ “ჰანამის დოკუმენტების” შემდეგ შექმნილ საძიებო ბაზას. ანალიტიკური პუბლიკაციების დიდ ნაწილში ოფიციალური დოკუმენტების ასლებია ატვირთული.

“ჰანამის ქალაქების” გამომზეურების შემდეგ სხვადასხვა ქვეყანაში ცვლილებების გაშუქებას საკვლევ პერიოდში სულ 28 ქართულენოვანი პუბლიკაცია მიეძღვნა. აქედან ყველაზე მეტი (10 პუბლიკაცია) ასახავს *ისლანდიის პრემიერმინისტრის*, ზიგმუნდურ გუნგლევსონის მიერ თანამდებობიდან გადადგომის ფაქტს. სხვადასხვა ცვლილების გაშუქების მრავალფეროვნებით განსაკუთრებით გამოირჩევა ოთხი ინტერნეტგამოცემა: [interpressnews.ge](http://interpressnews.ge), [radiotavisupleba.ge](http://radiotavisupleba.ge), [news.ge](http://news.ge) და [for.ge](http://for.ge)

## 4.2. გერმანულენოვანი პუბლიკაციები

გლობალური საგამოძიებო პროექტ „ჰანამის დოკუმენტების“ შესახებ გერმანულ მედიაში საძიებო სისტემის საფუძველზე ერთი წლის განმავლობაში 900 პუბლიკაციაზე მეტი იძებნება. თითოეული მედიისა და თემის მიხედვით ძიებისას შესაძლოა ეს მოანცმები გაორმაგდეს. ვინაიდან დროის სიმცირის გამო შეუძლებელია ერთი წლის პერიოდის

გერმანული პუბლიკაციების სრული რაოდენობის კვლევა, საწყისი პერიოდით შემოვიფარგლეთ, რომლის საფუძველზე შესაძლოა მონაცემების განზოგადებული დასკვნების გამოტანა.

#### 4.2.1. რაოდენობრივი კვლევა

რაოდენობრივი კვლევის საფუძველზე შევეცადეთ გაგვეჩვენოთ რა სიხშირით აშუქებდა გერმანული ონლაინ მედია „ჰანამის დოკუმენტების“ გამჟღავნების შემდეგ განვითარებულ მოვლენებს. პირველი რაოდენობრივი პრინციპი, რითაც დავახარისხეთ მოძიებული პუბლიკაციები ანალიტიკური და საინფორმაციო პუბლიკაციებად დაჯგუფებაა.

§1. პუბლიკაციების სიხშირე გერმანულ ინტერნეტგამოცემებში ერთი წლის განმავლობაში გამოქვეყნებული 900-ზე მეტი პუბლიკაციიდან დროის სიმცირის გამო კვლევისთვის გავანალიზეთ საწყისი პერიოდის 265 პუბლიკაცია, რომელთა დიდი უმრავლესობა პირველ და მეორე დღეს გამოქვეყნდა და მათი შედეგების განზოგადება ერთი წლის პუბლიკაციების სრული რაოდენობის ზოგად სურათს ქმნის. (ცხრილი 15)

ცხრილი 15

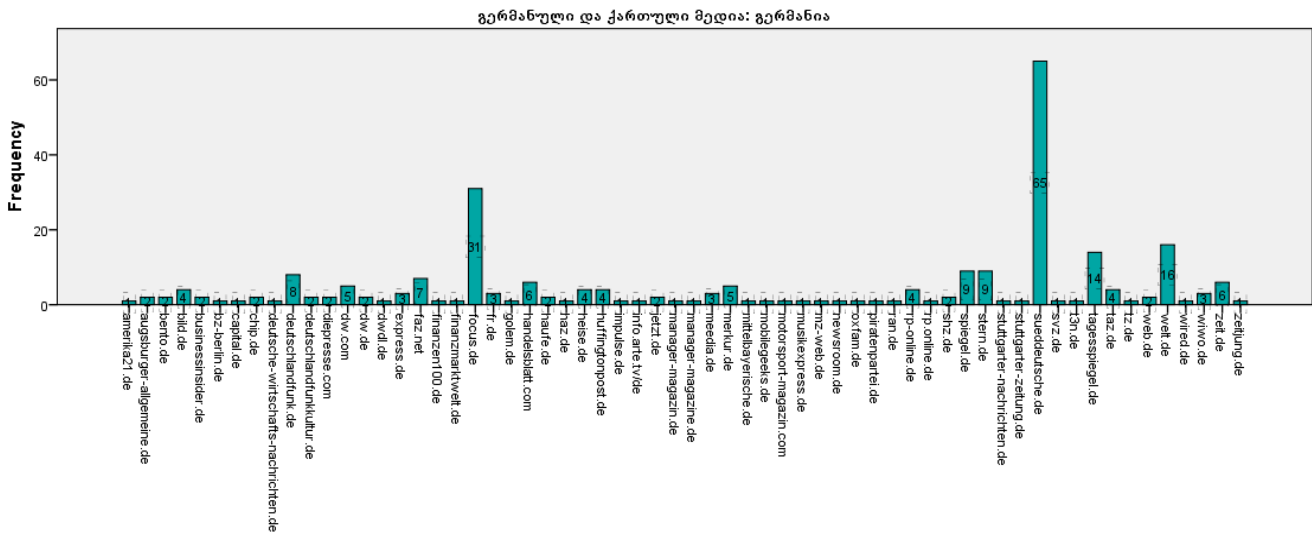
გერმანული მედია

N	Valid	265
	Missing	0

კვლევის შედეგებით დგინდება, რომ წლის საწყის პირველ პერიოდში, რომელიც ძირითადად რამდენიმე დღის მონაცემებს მოიცავს „ჰანამის დოკუმენტებს“ 62-ზე მეტი გერმანული ონლაინ მედია საშუალება აშუქებდა (ცხრილი 16).

ცხრილი 16

მედია-საზუალეზა, რომელიც სტატიაჲ აქვეყნებს

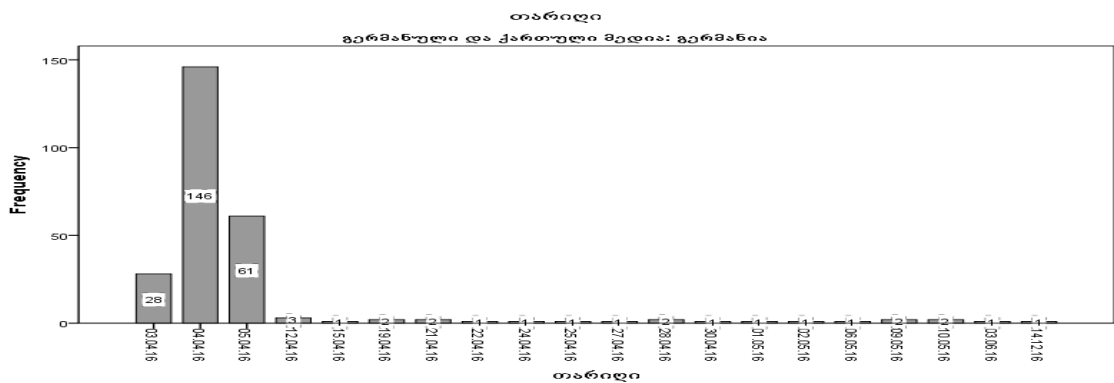


მედია-საზუალეზა, რომელიც სტატიაჲ აქვეყნებს

აქედან 65 პუბლიკაცია ეკუთვნის sueddeutsche.de-ს, 31 პუბლიკაცია - focus.de-ს, 16 – welt.de-ს, 14- tagespiegel.de-ს. ასევე ლიდერობენ spiegel.de, stern.de, deutschlandfunk.de, faz.de, handelsblatt.com და zeit.de. (იხ ცხრილი 16)

გერმანულ ონლაინ მედიაში განსაკუთრებით დიდი რაოდენობის პუბლიკაციები „ჰანამის დოკუმენტების“ გამოქვეყნების მეორე დღეს გამოქვეყნდა. (ცხრილი 17)

ცხრილი 17



§2. ანალიტიკური და საინფორმაციო სტატიები გერმანულ ინტერნეტგამოცემებში კვლევის შედეგების შედეგად ნათელი გახდა, რომ გაანალიზებული გერმანულენოვანი სტატიების სრული რაოდენობის დაახლოებით 56% სიღრმისეული ანალიტიკური პუბლიკაციებია, სადაც საფუძვლიანად არის გაანალიზებული “ჰანამის დოკუმენტების”

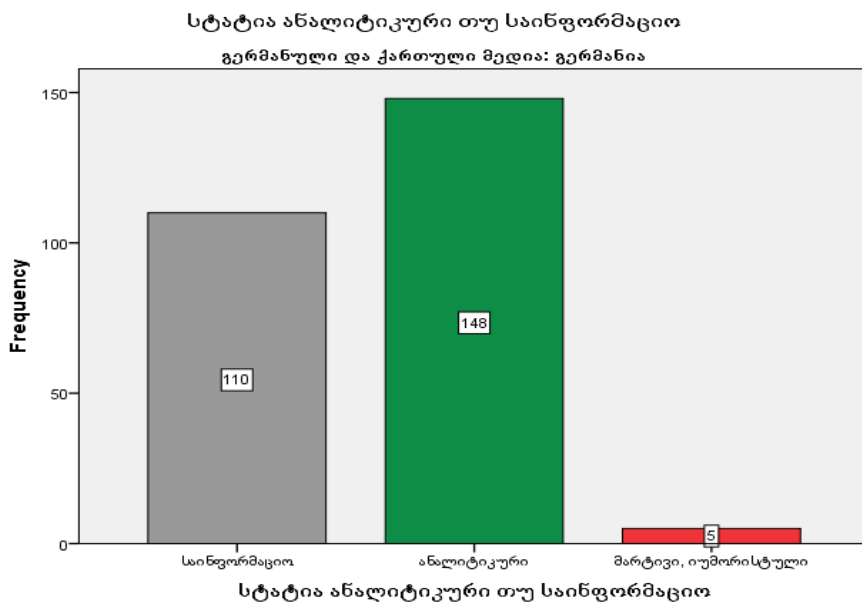


გამოაშკარავებისა და ამ ფაქტის შემდგომ განვითარებული მოვლენები. ამასთან უნდა აღინიშნოს, რომ გერმანულ პუბლიკაციებში არ მეორდება არც ერთი პუბლიკაციის სათაური და თითოეული სტატია ახალი ხედვიდან არის წარმოდგენილი.

პუბლიკაციების 42% **საინფორმაცია**, მათ შორის ერთიანდება მოკლე ახალი ამბები ისევე როგორც პუბლიკაციები, რომლებიც მიმოიხილავენ მომხდარს ფართოდ, მაგრამ არ შეიცავენ ანალიტიკურ სიღრმისეულ ანალიზს. (ცხრილი 18)

აღსანიშნავია, ასევე, რომ „ჰანამის დოკუმენტების“ გამოქვეყნებიდან მცირე ხანში გერმანულ ონლაინ მედიაში შევხვდით გამარტივებული ენით იუმორისტულად დაწერილ რამდენიმე პუბლიკაციას, რომლებიც ძირითად ერთ წყაროს ეფუძნება და ლამის ბავშვისთვის გასაგებ ენაზე ხსნის „ჰანამის დოკუმენტების“ ძნელად გასაგებ სისტემას. ყულაბებების მფლობელი პატარა ბიჭუნას მაგალითზე, რომელიც იმისათვის, რომ დედას გადაუმალოს შეგროვილი ფული, მეგობართან ხსნის სხვა ყულაბას. ამ შემთხვევაში დედა სახელმწიფოს როლშია გამოყვანილი და ბიჭუნას მიერ ფულის შეგროვების ტექნიკის, ისევე, როგორც მეგობართან, როგორც ოფშორულ კომპანიასთან ფულის შენახვის მაგალითზე მარტივად და ყველასთვის გასაგებად არის ახსნილი დოკუმენტების საკვანძო საკითხები.

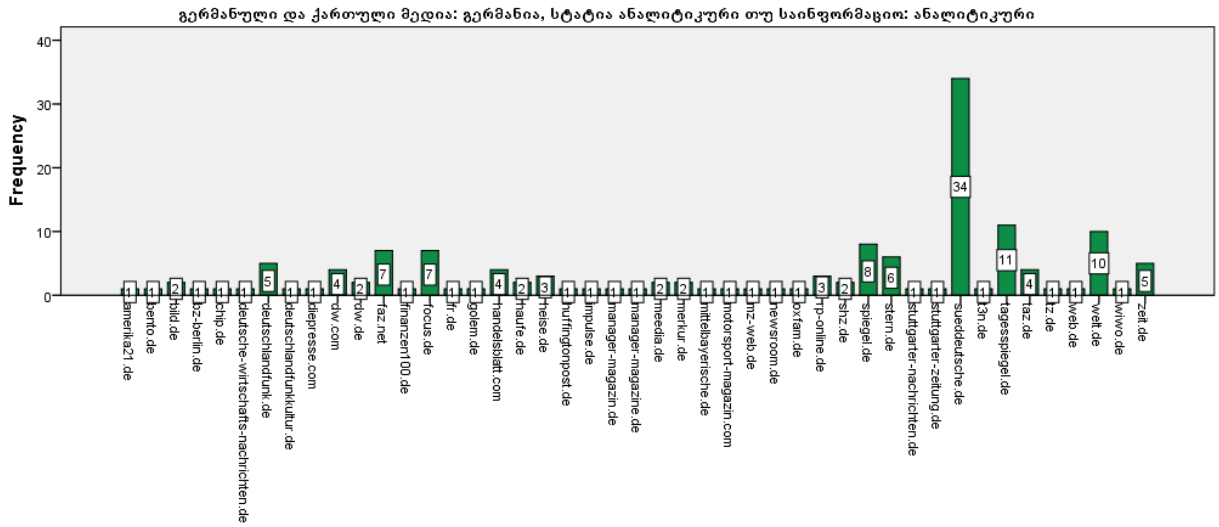
ცხრილი 18



“პანამის ქალაქების” შესახებ ანალიტიკურ სტატიებს სულ 45 გერმანული ონლაინ მედია საშუალება აქვეყნებდა, რაც თემით დაინტერესებული გერმანულენოვანი ონლაინ პორტალების საერთო რაოდენობის დაახლოებით 73%-ს შეადგენს. ანალიტიკური სტატიების განსაკუთრებით დიდი რაოდენობით გამოირჩევა sueddeutsche.de, რომელმაც სრული რაოდენობის დაახლოებით 13% ( 34) ანალიტიკური სტატია. ანალიტიკური სტატიებით ასევე ლიდრობენ ონლაინ მედია პორტალები - tagespiegel.de, welt.de, spiegel.de, focus.de, faz.de, deutschlandfunk.de და zeit.de. (ცხრილი 19)

ცხრილი 19

მედია-საშუალება, რომელიც სტატიას აქვეყნებს

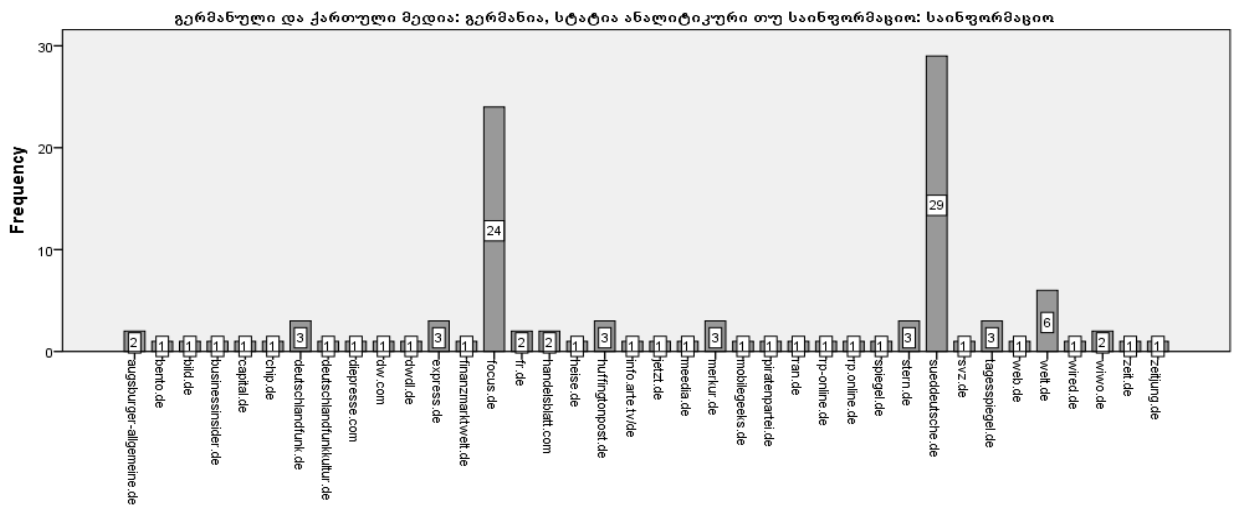


მედია-საშუალება, რომელიც სტატიას აქვეყნებს

საინფორმაციო პუბლიკაციებით კი ლიდერობს პირველწყარო sueddeutsche.de, რომელიც გარდა საინფორმაციო მიმოხილვითი სტატიებისა, თანდართული რუკით თითქმის ყოველდღე ახალი ქვეყნის შესახებ მოკლე მიმოხილვას აქვეყნებს, ასევე focus.de, რამდენიმე საათის ინტერვალით ანახლებს „პანამის დოკუმენტების“ შესახებ ახალ ამბებს. სხვა ყველა საინფორმაციო გერმანული პუბლიკაციების დიდი უმეტესობა ფართოდ მიმოხილავს მომხდარს (ცხრილი 20).

ცხრილი 20

მედია-საშუალება, რომელიც სტატიას აქვეყნებს

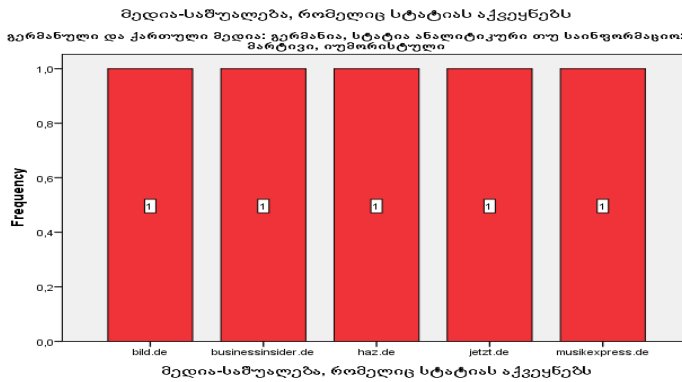


მედია-საშუალება, რომელიც სტატიას აქვეყნებს

საერთო ჯამში 38 გერმანულენოვანი ონლაინ გამოცემებიდან, რომლებიც საინფორმაციო სტატიებს აქვეყნებენ, საინფორმაციო პუბლიკაციების დიდი ნაწილი ასევე ეკუთვნის მედიაპორტალებს - welt.de-ს, tagespiegel.de-ს, express.de-ს, deutschlandfunk.de-ს, merkur.de-ს, stern.de-ს, hufingtonpost.de - ს (ცხრილი 20).

გამარტივებული ლამის ბავშვისთვის გასაგებ ენაზე დაწერილი საინფორმაციო პუბლიკაციები კი 5 ონლაინ გამოცემაში გვხვდება. (ცხრილი 21)

ცხრილი 21

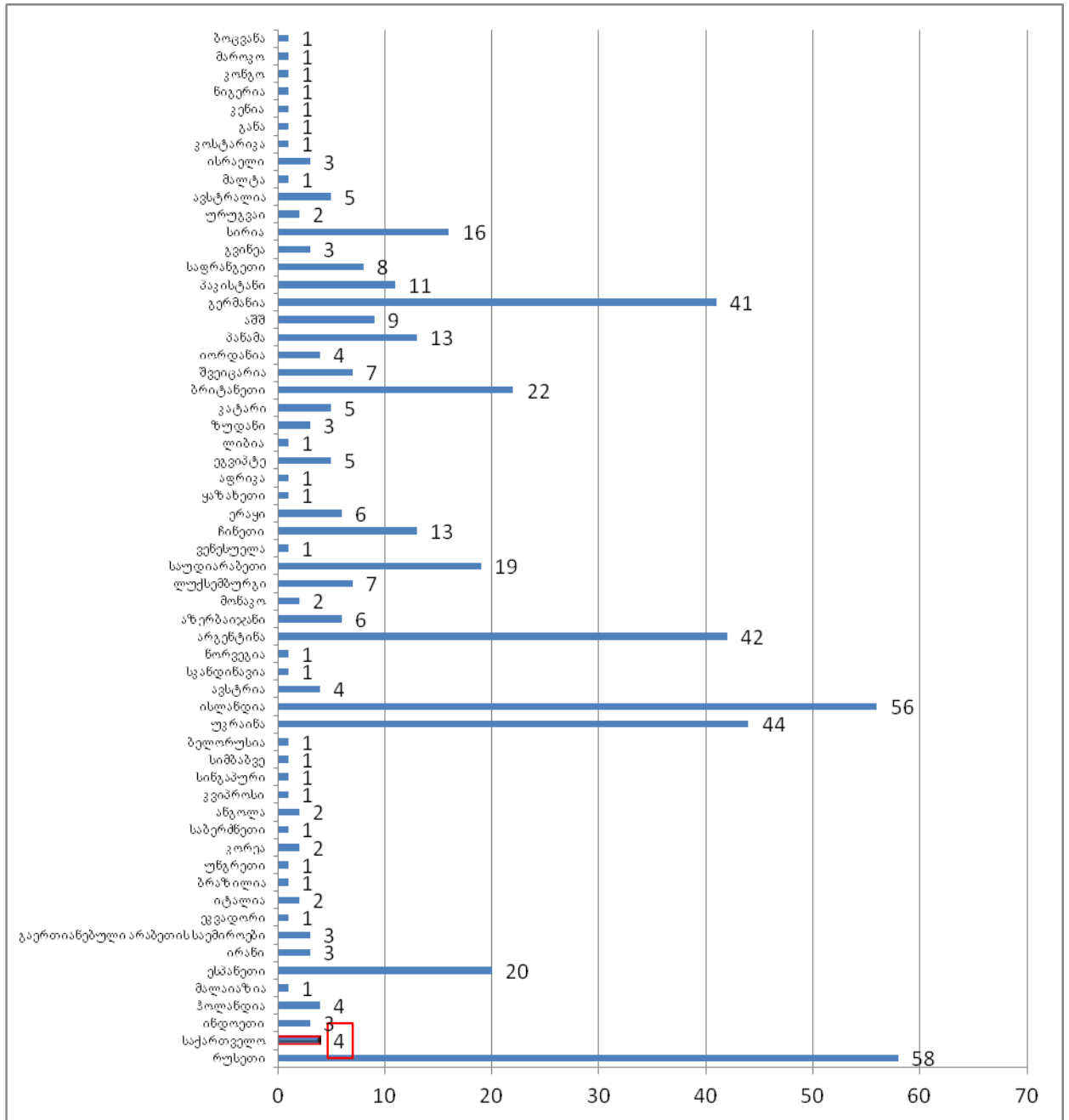


#### 4.2.2. თვისებრივი კლევვა

თვისებრივი კლევვისას გერმანულენოვანი პუბლიკაციებიც იმავე პრინციპით გაგაანალიზეთ, როგორც ქართულენოვანი: რომელ ქვეყნებს ეხებოდა გერმანული პუბლიკაციები, რომელი წყაროები იყო გამოყენებული ყველაზე ხშირად და „პანამის დოკუმენტების“ გამჟღავნების შედეგად დამდგარი რა ცვლილება გაუქდა.

**§1. ქვეყნები გერმანულენოვან პუბლიკაციებში.** გერმანული პუბლიკაციების დიდი უმრავლესობა, დაახლოებით 34% ერთდრულად რამდენიმე ქვეყანას ეხება. „პანამის დოკუმენტების“ შესახებ პუბლიკაციების სრული რაოდენობის 23%-ზე მეტი კი ქართული პუბლიკაციებისგან გასნხავევით, სადაც ეს მაჩვენებელი შედარებით დაბალია, კონკრეტულად არც ერთ ქვეყანას არ ეხება.





გერმანულენოვანი 265 პუბლიკაციიდან სხვადასხვა ქვეყნებთან ერთად ასევე 4 პუბლიკაციაში საქართველოც არის ნახსენები.

**§2. გერმანულენოვან პუბლიკაციებში გამოყენებული წყაროები.** გერმანულენოვან პუბლიკაციებში სულ ძირითადად 38 ტიპის წყარო აღმოვაჩინეთ. ამასთან, თითქმის ყოველ მეორე პუბლიკაციაში, როგორც “სხვა გამოცემა”, წყაროდ დამონმბებულია

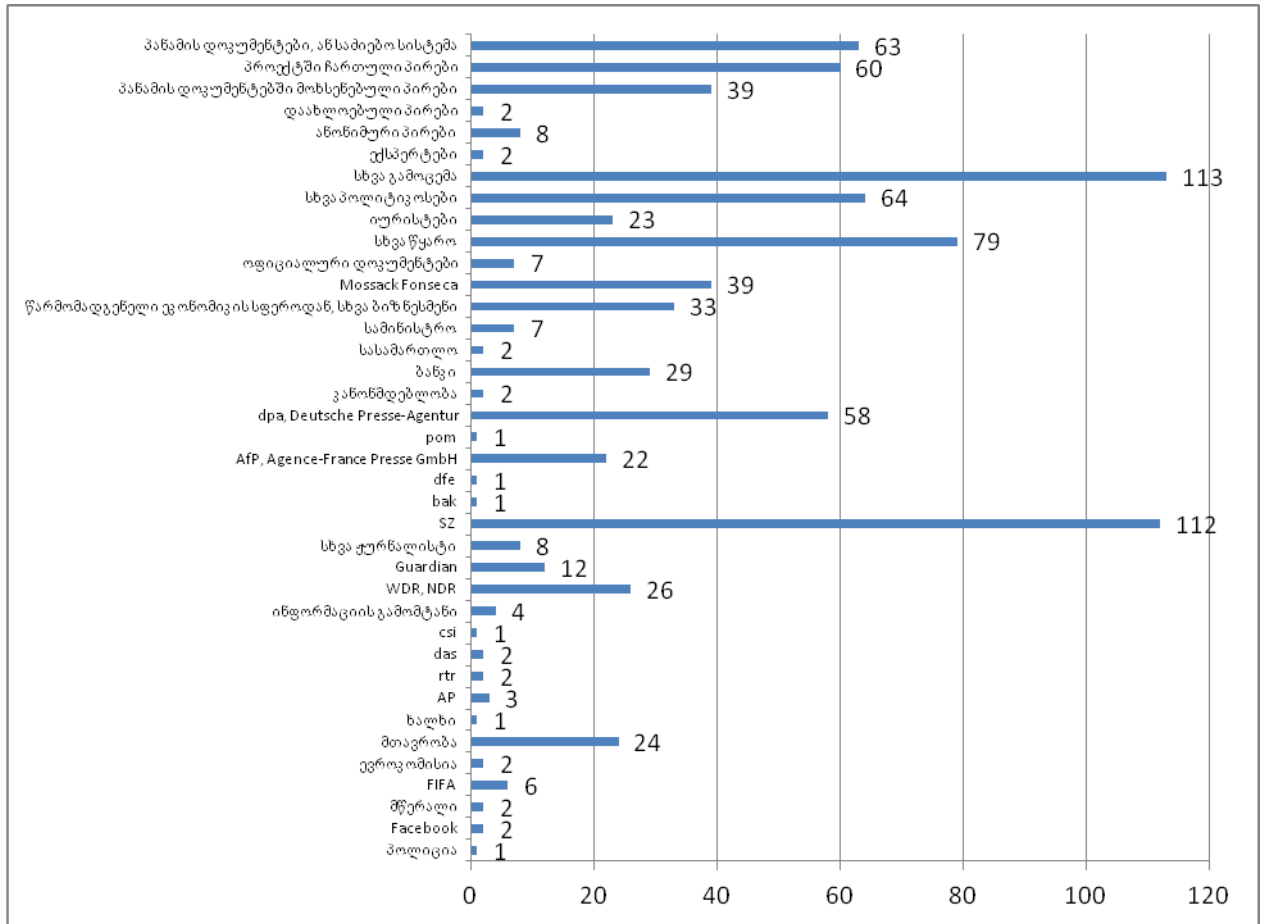
გამოცემა sueddeutsche.de. ამ გამოცემის მიერ გამოქვეყნებულ პუბლიკაციებშიც ხშირად ისევ საკუთარი მასალაა დამონმებული, რადგან პირველწყაროს სწორედ ეს გამოცემა წარმოადგენს.

ასევე ხშირად დამონმებულ წყაროთა ჯგუფს მიეკუთვნება, სხვა პოლიტიკოსები (24,15%), რომლებიც დოკუმენტებში არ არიან მოხსენიებული. ერთ სტატიაშია ხშირია შემთხვევა, როდესაც არა ერთის, არამედ რამდენიმე სხვადასხვა პოლიტიკურად მნიშვნელოვანი ფიგურის კომენტარია მოყვანილი. ასევე ხშირად დამონმებულია “ჰანამის დოკუმენტების” საძიებო სისტემა და თავად პროექტში ჩართული პირები, პროექტში ჩართული გამოცემა, ან კონსორციუმი. პუბლიკაციები ხშირად ასევე DPA-ს, გერმანიის პრესის სააგენტოს მონაცემებს ეფუძნება (21,88%). პუბლიკაციებში გამოყენებული ფოტოების წყაროდ ხშირად სწორედ DPA სახელდება.

გერმანულ პუბლიკაციებში წყაროთა ბალანსი შენარჩუნებულია, ერთი მხრივ თუ ხშირად გვხვდება რამდენიმე სხვა პოლიტიკოსის კომენტარი და ეკონომიკის სფეროდან სხვა წარმომადგენლების შეფასებები ( 12,45), ასევე წყაროდ ხშირად დამონმებულია მეორე საპირისპირო მხარე, თითონ პროექტში მოხსენიებული პირები (14,72%), ისევე, როგორც თავად ოფშორული კომპანიის “მოსაკ ფონსეკას” ფუძემდებლების კომენტარები (14,72%).

პუბლიკაციებში ასევე ხშირად მოხსენიებულია წყაროდ ბანკები(10,94%), მთავრობა (9,06%) ან ხელისუფლების უმაღლესი წარმომადგენლები, ხშირად პირველწყაროა ასევე სხვა მედია ორგანიზაციები. (ცხრილი 24)

ცხრილი 24

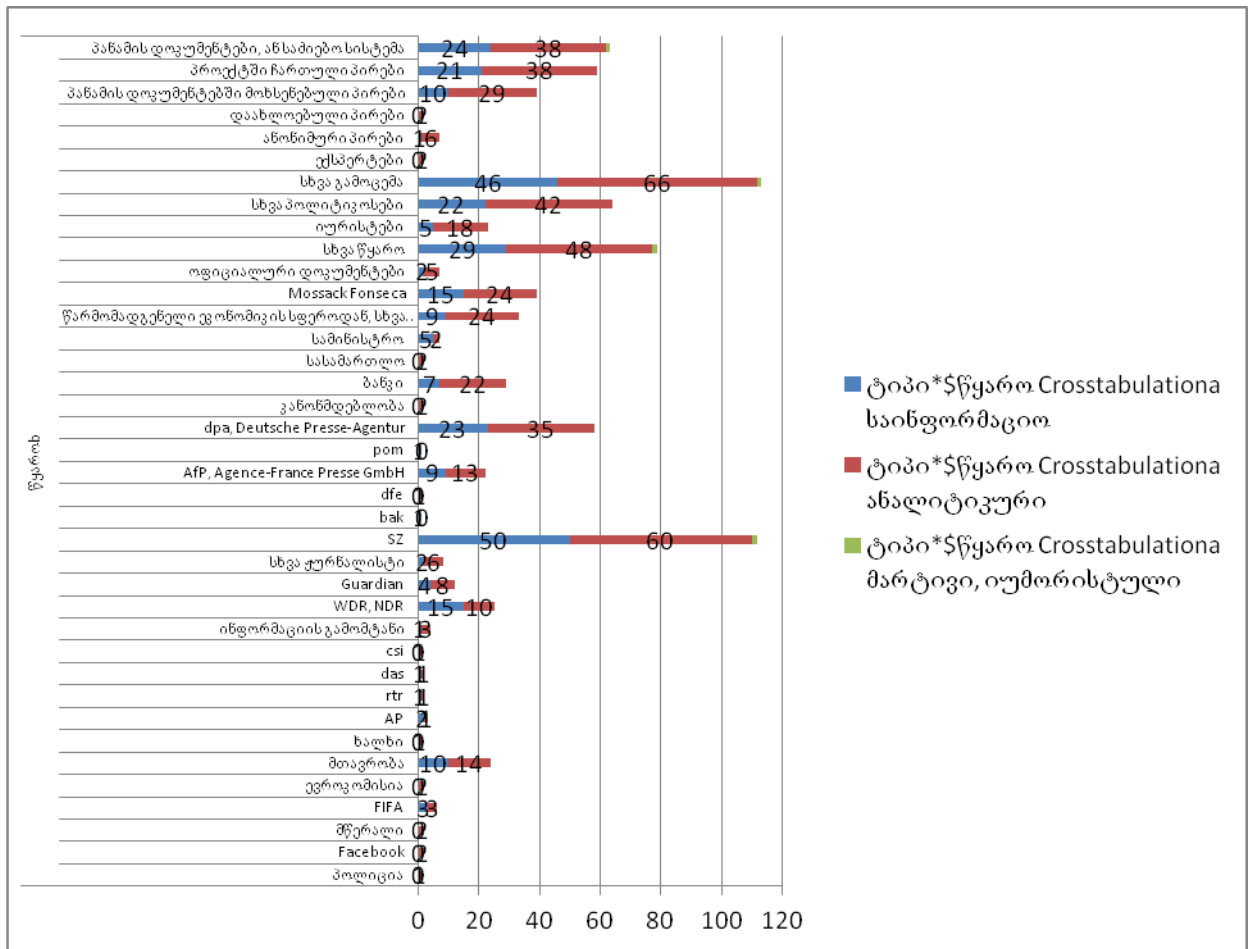


საინფორმაციო და ანალიტიკური პუბლიკაციების მიხედვით თუ დავაკვირდებით წყაროებს, კვლევის შედეგად ნათელი ხდება, რომ საინფორმაციო წყაროებში ყველაზე ხშირად გამოყენებულია როგორც სხვა გამოცემა (უფრო ხშირად ეს “სხვა გამოცემა” არის sueddeutsche.de და DPA) , ასევე -ოფშორული კომპანია Mossack Fonseca, სხვა პოლიტიკოსი პანამის დოკუმენტებში მოხსენებული პირები ან პროექტში ჩართული პირები.

ანალიტიკურ სტატიებშიც დამონმებულია ასევე sueddeutsche.de და უფრო მეტად დამონმებულია არა ამ დაჯგუფებებში შემავალი, არამედ სხვა წყარო. ისევე, როგორც სხვა პოლიტიკოსი და პროექტში ჩართული და მოხსენებული პირები (ცხრილი 25).

ცხრილი 25



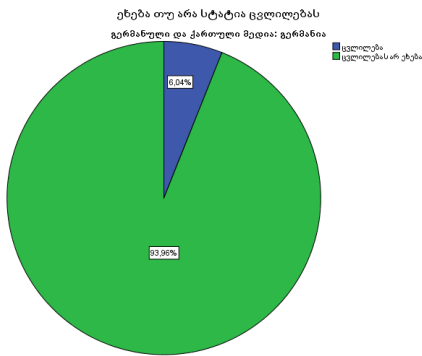


მხოლოდ ანალიტიკურ პუბლიკაციებში გვხვდება წყაროდ მოხსენიებული დაახლოებული პირები, ექსპერტები, სასამართლო, როგორც წყარო, ევროკომისია, მწერალი და სოციალური ქსელი facebook.

**წ3. „პანამის დოკუმენტების“ შედეგად დამდგარი ცვლილება გერმანულ ონლაინ მედიაში.**

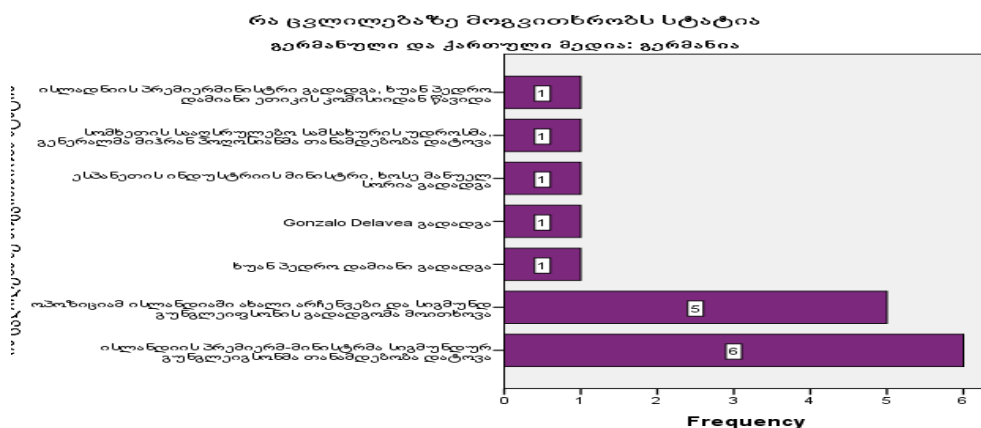
ჩვენ მიერ გაანალიზებული 265 გერმანულენოვანი პუბლიკაციის 6,04% ეხება იმ ცვლილებებს, რაც „პანამის ქალაქების“ გამოაშკარავების შემდეგ სხვადასხვა ქვეყანაში დადგა (ცხრილი 26).

ცხრილი 26



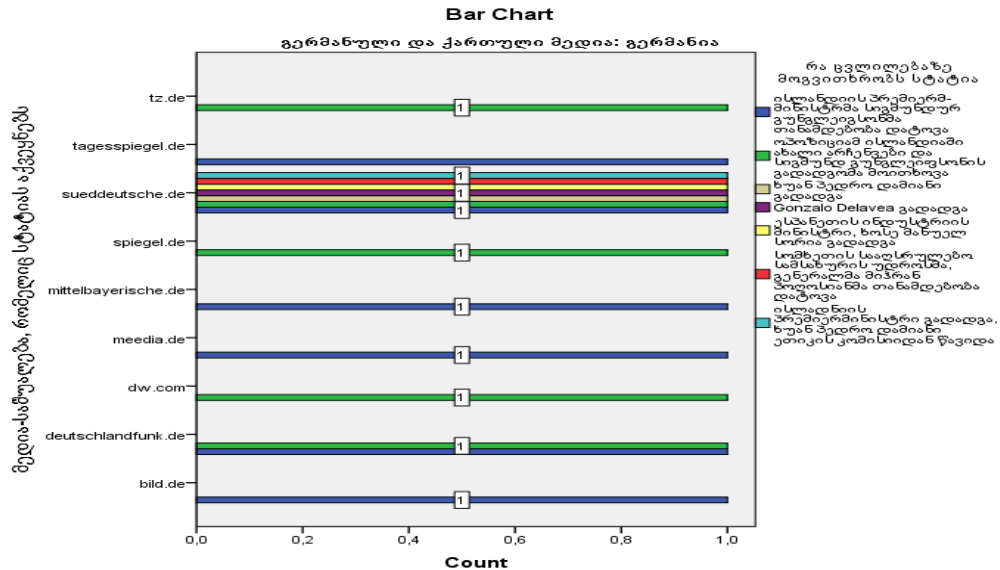
მასალათა უმრავლესობა ეხება სხვადასხვა ქვეყანაში საჯარო პოლიტიკური თანამდებობების პირთა გადადგომას, რაც “ჰანამის ქალაქების” გამოაშკარავების შედეგად გახდა აუცილებელი. მასალების უმრავლესობა ისლანდიის პრემიერ მინისტრის ზიგმუნდურ გუნგლეგსონის გადადგომას ეხება, რაც, ჩვენი აზრით, ბუნებრივია, რადგან ისლანდია ერთადერთი ქვეყანა იყო, სადაც “ჰანამის ქალაქების” გამოაშკარავების შემდეგ ქვეყნის პირველი პოლიტიკური პირი გადადგა. ბევრი პუბლიკაცია მიეძღვნა FIFA-ს ეთიკის კომიტეტის წევრის იურისტი ხუან პედრო დამიანისა და “საერთაშორისო გამჭვირვალობის” ჩილეს განყოფილების ხელმძღვანელის გონსალო დელავოს გადადგომას. გერმანულენოვან ონლაინ მედიაში არაერთი პუბლიკაცია ესპანეთის ინდუსტრიის მინისტრის, ხოსე მანუელ სორიას გადადგომასა და სომხეთის სააღსრულებლო სამსახურის უფროსის გენერალ პოლოსიანის გადადგომასაც მიეძღვნა. ზოგიერთი პუბლიკაცია ერთდროულად ეხებოდა ისლანდიის პრემიერმინისტრის გადადგომასა და ხუან პედრო დამიანის ეთიკის კომისიიდან წასვლას (ცხრილი 27)

ცხრილი 27



სხვადასხვა ქვეყანაში “ჰანამის ქალაქების” გამოაშკარავების შედეგად დამდგარი ცვლილების შესახებ ყველაზე მეტი პუბლიკაცია მოამზადეს ონლაინ გამოცემებმა - sueddeutsche.de-მ და deutschlandfunk. de -მ (ცხრილი 28).

ცხრილი 28



### 4. 3. შედეგების შედარებითი ანალიზი

შედარებითი ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ გერმანულენოვანმა ონლაინ მედიამ “ჰანამის ქალაქებს” გაცილებით მეტი (900) პუბლიკაცია მიუძღვნა, ვიდრე - ქართულენოვანმა (167). აღნიშნულ თემაზე 62 გერმანულენოვანი ინტერნეტ პორტალი მუშაობდა, ქართულენოვანი კი - 47.

“ჰანამის ქალაქების” შესახებ გამოქვეყნებულ პუბლიკაციებში გერმანულენოვან მასალებში უფრო მეტი ანალიტიკური პუბლიკაცია (56%) იყო, ვიდრე - ქართულენოვანში (24%). ამასთან, გერმანული პუბლიკაციები მრავალმხრივ, სხვადასხვა კუთხით, და სიღრმისეულად განიხილავენ „ჰანამის დოკუმენტებს“. გერმანული პუბლიკაციების სათაურები მრავლისმთქმელია და დატვირთული გამონათქვამებითა და სიტყვათა თამაშით არც ერთი გერმანული პუბლიკაციის სათაური არ მეორდება. ქართული მედიის

შემთხვევაში გაშუქების კონტექსტი ერთი და იგივეა, სათაურები მოსაწყენი და ერთმანეთის მსგავსი.

ილენტურ სათაურებსა და ტექსტს წარმოადგენს ზოგი ქართული პუბლიკაცია მაგალითად პუბლიკაცია „იან კელი ელოდება, რომ ე.წ. პანამის დოკუმენტის შესახებ გამოძიება გამჭვირვალედ ჩატარდება“ გვხვდება როგორც ინტერნეტგამოცემა [interpresnews.ge](http://interpresnews.ge)-ს<sup>26</sup> ასევე ზუსტად იმავე სათაურით გამოცემა [for.ge](http://for.ge)-ს გვერდზე<sup>27</sup>.

მსგავსი სათაურებით გაშუქებულ პუბლიკაციებს წარმოადგენს ქართული პუბლიკაციების გარკვეული ნაწილი, მაგალითად: „ვინ არის 85 ქართველი, ვინც ე.წ. პანამურ დოკუმენტებშია მოხსენიებული“<sup>28</sup> გვხვდება [kviripalitra.ge](http://kviripalitra.ge)-ს გვერდზე, ასევე მსგავსი სათაურით „ვინ არიან ქართველები, რომლებიც ოფშორებში კომპანიებს ფლობენ“ გვხვდება პუბლიკაცია როგორც გამოცემა [bnp.ge](http://bnp.ge)-ის<sup>29</sup> გვერდზე და ასევე [commerciant.ge](http://commerciant.ge)-ს<sup>30</sup> გვერდზე.

ქართული პუბლიკაციებისგან განსხვავებით, გერმანულენოვანი პუბლიკაციები მრავალფეროვნებით გამოირჩევა და სათაურებიც თითოეული ერთმანეთისგან განსხვავებული და გამონათქვამებით დატვირთულია. მაგალითად "Inseln werden romantisch verklärt"<sup>31</sup> - "კუნძულები რომანტიულად ლამაზდება"; ისევე, როგორც

---

<sup>26</sup> „იან კელი ელოდება, რომ ე.წ. პანამის დოკუმენტის შესახებ გამოძიება გამჭვირვალედ ჩატარდება“, [interpresnews.ge](http://www.interpresnews.ge/ge/politika/374007-ian-keli-elodeba-rom-ets-panamis-dokumentis-shesakheb-gamodzieba-gamtcvirvaled-chatardeba.html?ar=A), 06.04.2016 <http://www.interpresnews.ge/ge/politika/374007-ian-keli-elodeba-rom-ets-panamis-dokumentis-shesakheb-gamodzieba-gamtcvirvaled-chatardeba.html?ar=A>

<sup>27</sup> „იან კელი ელოდება, რომ ე.წ. პანამის დოკუმენტის შესახებ გამოძიება გამჭვირვალედ ჩატარდება“, [For.ge](http://for.ge/view_news.php?news_id=50776&news_cat=0), 06.04.2016, [http://for.ge/view\\_news.php?news\\_id=50776&news\\_cat=0](http://for.ge/view_news.php?news_id=50776&news_cat=0) (ბოლო შესვლა 14.07.2017)

<sup>28</sup> „ვინ არის 85 ქართველი, ვინც ე.წ. პანამურ დოკუმენტებშია მოხსენიებული“, [kviripalitra.ge](http://kviripalitra.ge/public/29701-vin-aris-85-qarthveli-vinc-ets-panamur-dokumentebshia-mokhseniebuli.html?device=xhtml), 10.05.2016, <https://www.kviripalitra.ge/public/29701-vin-aris-85-qarthveli-vinc-ets-panamur-dokumentebshia-mokhseniebuli.html?device=xhtml> (ბოლო შესვლა 14.07.2017);

<sup>29</sup> „ვინ არიან ქართველები, რომლებიც ოფშორებში კომპანიებს ფლობენ“, [bnp.ge](http://bnp.ge/finansebi/22993-vin-arian-qarthvelebi-romlebic-ofshorebshi-kompaniebs-floben.html?lang=ka-GE), 10.05.2016, <https://bnp.ge/finansebi/22993-vin-arian-qarthvelebi-romlebic-ofshorebshi-kompaniebs-floben.html?lang=ka-GE> (ბოლო შესვლა 14.07.2017);

<sup>30</sup> „ვინ არიან ქართველები, რომლებიც ოფშორებში კომპანიებს ფლობენ“, [commerciant.ge](http://www.commerciant.ge/?m=5&news_id=36571&cat_id=5), 10.05.2016 [http://www.commerciant.ge/?m=5&news\\_id=36571&cat\\_id=5](http://www.commerciant.ge/?m=5&news_id=36571&cat_id=5) (ბოლო შესვლა 14.07.2017);

<sup>31</sup> "Inseln werden romantisch verklärt"<sup>31</sup> - "კუნძულები რომანტიულად ლამაზდება“, [sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de/politik/panama-papers-inseln-werden-romantisch-verklaert-1.2933847?reduced=true), 04.04.2016 <http://www.sueddeutsche.de/politik/panama-papers-inseln-werden-romantisch-verklaert-1.2933847?reduced=true> (ბოლო შესვლა 14.07.2017);

„Poroschenkos Feldpost - პოროშენკოს სამხედრო წერილი“<sup>32</sup> ან ასევე „Die zehn wichtigsten Fragen zum Panama-Leak - 10 უმნიშვნელოვანესი კითხვა პანამის გაჟონვასთან დაკავშირებით“<sup>33</sup>...

ამდენად, შეიძლება ითქვას, რომ რამდენიმე შემთხვევაში ქართულ ონლაინ გამოცემაში მეორდება არა მხოლოდ პუბლიკაციის სათაური, არამედ ტექსტიც და ქართული პუბლიკაციები გერმანულისგან გასწვავებით ძირითადად ერთი ერთი ფრეიმით შექდება.

კვლევის შედეგების შედარებისას ირკვევა, რომ გერმანულმა მედიამ „პანამის დოკუმენტებთან“ დაკავშირებით ბევრად უფრო მეტი ქვეყანა ახსენა და გააშუქა, ვიდრე - ქართულმა მედიამ.

ქართული პუბლიკაციების დაახლოებით 84% ერთ კონკრეტულ ქვეყანას ეხება, ჯამურად კი უურნალისტურ მასალებში სულ 14 ქვეყანაა ნახსენები. გერმანული მედიაში გამოქვეყნებულ მასალებს შორის, ისეთი მასალების ოდენობა, რომელშიც „პანამის ქალაქები“ მხოლოდ ერთი ქვეყნის კონტექსტშია გაშუქებული, სულ 43%-ია. ჯამურად, გერმანულენოვან პუბლიკაციებში „პანამის ქალაქების“ ირგვლივ მსოფლიოს 34 ქვეყანაა ნახსენები.

წყაროების თვალსაზრისით შესწავლამ აჩვენა, რომ გერმანული უურნალისტური ტექსტები წყაროთა მრავალფეროვნებით გამოირჩევიან (38 სხვადასხვა წყარო), ქართულ უურნალისტურ მასალებში კი შედარებით ერთფეროვანი და ერთიდაიგივე წყაროა გამოყენებული (19 სხვადასხვა წყარო). ამასთან, გერმანულ მედიაში დაცულია ბალანსი და გვთავაზობენ, როგორც „პანამის დოკუმენტების“ მთავარი პირების, იურიდიული კომპანია Mossac Fonseca-ს წარმომადგენლების კომენტარებს, ასევე - სხვადასხვა

---

<sup>32</sup> „Poroschenkos Feldpost - პოროშენკოს სამხედრო წერილი“, sueddeutsche.de, 03.04.2016 <http://www.sueddeutsche.de/politik/panama-papers-poroschenkos-feldpost-1.2933052?reduced=true> (ბოლო შესვლა 14.07.2017);

<sup>33</sup> „Die zehn wichtigsten Fragen zum Panama-Leak - 10 უმნიშვნელოვანესი კითხვა პანამის გაჟონვასთან დაკავშირებით“<sup>33</sup>, welt.de, 04.04.2016 <https://www.welt.de/wirtschaft/article153965932/Die-zehn-wichtigsten-Fragen-zum-Panama-Leak.html> (ბოლო შესვლა 14.07.2017).

ქვეყნების ხელისუფლების წარმომადგენლების თვალსაზრისებს, დამოუკიდებელი ექსპერტების შეფასებებს. ამ მხრივ ქართული პუბლიკაციები ღარიბია, დადებით მომენტად მხოლოდ ის შეიძლება აღინიშნოს, რომ ზოგიერთ ქართულენოვან პუბლიკაციაში შეგვხვდა ჩამოტვირთული იურიდიული დოკუმენტები.

“ჰანამის ქალაქების” გამოაშკარავების შემდეგ სხვადასხვა ქვეყანაში დამდგარ ცვლილებებს (საჯარო მოხელეების გადადგომას, სისხლის სამართლის საქმეების აღძვრასა და პირების დაკავებას) ქართულმა ინტერნეტ მედიამ მხოლოდ 28 პუბლიკაცია მიუძღვნა, გერმანულმა მედიამ კი - გაცილებით მეტი.

საბოლოო ჯამში შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ “ჰანამის დოკუმენტები” გერმანულმა ონლაინ მედიამ გაცილებით უფრო მრავალფეროვნად, სიღრმისეულად და ინტენსიურად გააშუქა. გერმანულენოვანმა ვებპორტალებმა უფრო ნაირგვარი წყაროები გამოიყენეს და გეოგრაფიული თვალსაზრისით, გაცილებით უფრო ფართო არეალი მოიცვეს.

გერმანულ და ქართულენოვან ონლაინ გამოცემების შესადარებლად ერთი ნიშნადობლივი ფაქტიც კი კმარა. 2016 წლის 4 აპრილს, “ჰანამის ქალაქების” გამოქვეყნებიდან მეორე დღეს, ამბავს ქართულმა ონლაინ მედიამ 16 პუბლიკაცია მიუძღვნა, გერმანულენოვანმა კი - 146.

#### **4.4. სოციოლოგიური კვლევის შედეგები**

იმის დასადგენად, თუ რამდენად მიიტანა მედიამ საქართველოს აუდიტორიამდე “ჰანამის დოკუმენტების” ირგვლივ განვითარებული მოვლენები, მცირე სოციოლოგიური გამოკვლევა ჩავატარეთ. ამისთვის ელექტორნული ანკეტის საშუალებით გამოვკითხეთ სოციალური ქსელის, ფეისბუკის, 98 მომხმარებელი. ჩვენი კვლევა ინტერნეტის მომხმარებლებით იმიტომ შემოიფარგლა, რომ ონლაინგამოცემების მკითხველები დიდწილად სწორედ ის პირები არიან, ვინც აქტიურად იყენებს ინტერნეტს, მათ შორის საქართველოში ყველაზე პოპულარულ სოციალურ ქსელ Facebook-ს.

ანკეტაში შემდეგი შეკითხვები შედიოდა:

1. მიუთითეთ სქესი

- მამრობითი
- მდედრობითი

2. მიუთითეთ, რომელ ასაკობრივ ჯგუფს მიეკუთვნებით

- 18-30 წელი
- 31-40 წელი
- 41-50 წელი
- 51-60 წელი
- 61 წელი და ზემოთ

3. გსმენიათ "ჰანამის დოკუმენტებზე"? თუ ამ შეკითხვაზე პასუხია "არა", მაშინ კითხვარის გაგრძელება არ არის საჭირო.

- კი
- არა, არ მსმენია
- სხვა

4. რომელი მედიებიდან მიიღეთ ინფორმაცია დოკუმენტების შესახებ?

- ქართული მედიიდან
- უცხოური მედიიდან
- არც ერთი
- სხვა

5. თქვენი აზრით, "ჰანამის დოკუმენტებში" ქართველები არიან მოხსენიებული

- კი
- არა
- არ ვიცი
- სხვა

6. ვინ არის დოკუმენტებში მოხსენიებული?

7. თქვენი აზრით, "ჰანამის დოკუმენტებში" მოხსენიება დანაშაულს ნიშნავს?

- არ ნიშნავს დანაშაულს, გადამწყვეტია ოფშორულ კომპანიაში შეტანილი თანხის წარმომავლობა და დეკლარაციაში ქონების მითითება
- კი ნიშნავს
- არ ვიცი
- სხვა

8. რომელ ქვეყნებს ეხებოდა "ჰანამის დოკუმენტები"?

- საქართველო
- გერმანია
- უკრაინა
- რუსეთი
- სომხეთი
- ესპანეთი
- აზერბაიჯანი
- ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ქვეყანა
- სხვა

9. თქვენი აზრით, დოკუმენტების გამოქვეყნებამ ქვეყანაში ან ქვეყნის გარეთ რაიმე ცვლილება გამოიწვია?

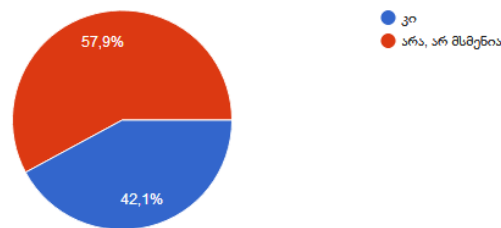


გამოკითხვის შედეგად დადგინდა, რომ გამოკითხულთა თითქმის 58%-მა „პანამის ქალაქების“ შესახებ არაფერი იცოდა. ეს ამბავი გაგონილი ჰქონდა გამოკითხულთა 42%-ზე ოდნავ მეტს. (ცხრილი 29).

### ცხრილი 29

3. გსმენიათ "პანამის დოკუმენტებზე"? თუ ამ შეკითხვაზე პასუხია "არა", მაშინ კითხვარის გაგრძელება არ არის საჭირო.

95 Antworten



ანკეტის მეორე და მომდევნო კითხვებზეც სწორედ იმ 42%-მა უპასუხა, რომელსაც გაგონილი ჰქონდა „პანამის ქალაქების“ შესახებ თუნდაც რაღაც ტიპის ინფორმაცია.

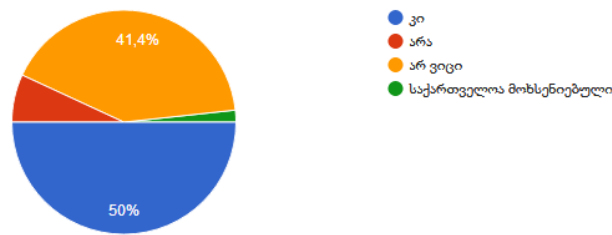
გამოკითხულთა უმეტესმა ნაწილმა, როგორც გამოკითხვებით ირკვევა „პანამის დოკუმენტების“ შესახებ ინფორმაცია ქართული ისევე, როგორც უცხოური მედიიდან მიიღო. თუმცა ასევე გამოკითხულთა დიდი ნაწილი ინფორმაციის წყაროდ არც ერთ მედიას ასახელებს.

შეკითხვაზე, - თქვენი აზრით, „პანამის დოკუმენტებში“ ქართველები მოხსენიებულნი არიან, თუ არა? გამოკითხულთა თითქმის ნახევარმა განაცხადა, რომ არ იცის (41,4%) ანდა „პანამის დოკუმენტებში“ ქართველები არ არიან მოხსენიებული (6,9%). გამოკითხულთა ნახევარმა (50%) კი თქვა, რომ არიან მოხსენიებული ქართველები, უმნიშვნელო ნაწილმა კი განაცხადა, რომ მხოლოდ საქართველოა მოხსენიებულ (1,7%) (ცხრილი 30)

### ცხრილი 30

5. თქვენი აზრით, "პანამის დოკუმენტებში" ქართველები არიან მოხსენიებული?

58 Antworten

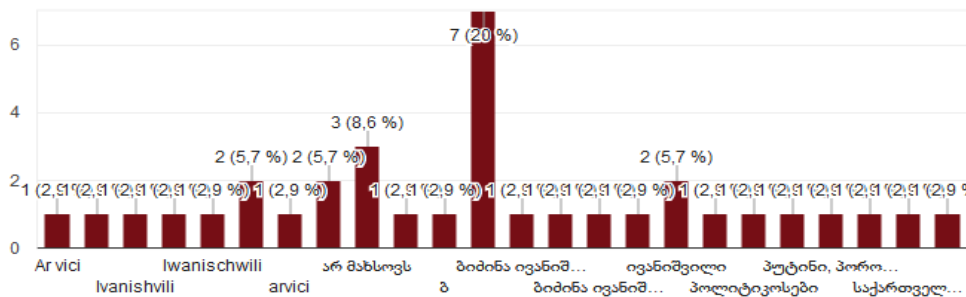


შეკითხვაზე, თუ ვისი გვარი გამოვლინდა, ვინ არის დასახელებული "პანამის ქალაქებში", გამოკითხულთა უმრავლესობამ (18,37%) ბიძინა ივანიშვილი დაასახელა. (ცხრილი 31)

ცხრილი 31

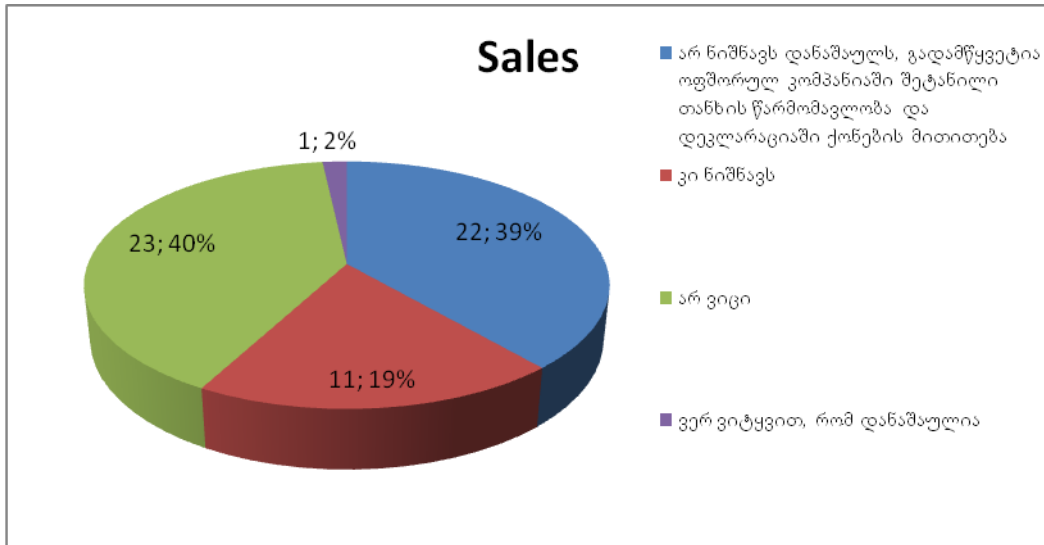
6. ვინ არის დოკუმენტებში მოხსენიებული?

35 Antworten



არის, თუ არა ოფშორულ ზონაში ფირმების რეგისტრაცია დანაშაული? ამ შეკითხვაზე, გამოკითხულთა 22%-ზე მეტმა თქვა, რომ ეს არ არის დანაშაული, 1%-ზე ოდნავ მეტა განაცხადა, რომ "ვერ ვიტყვით, რომ დანაშაულია", 23%-ზე მეტს არ ჰქონდა ამ შეკითხვაზე პასუხი. მხოლოდ 11%-ს მიაჩნდა, რომ ეს დანაშაულია. (ცხრილი 32)

ცხრილი 32

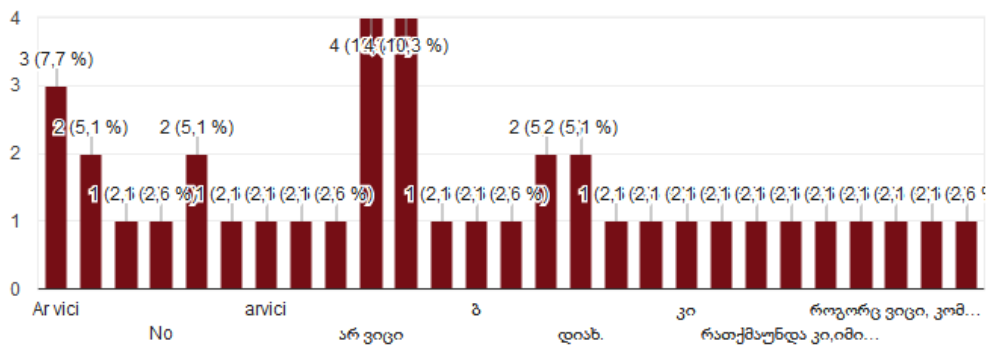


ცვლილებასთან დაკავშირებით გამოკითხულთა პასუხები განსხვავებული იყო. მათმა დიდმა ნაწილმა არ იცოდა, შეიცვალა თუ არა დოკუმენტების გამოქვეყნებით რაიმე (12,24%) ქვეყანაში ან ქვეყნის თვარგლებს გარეთ, ზოგი ადასტურებდა, რომ შეიცვალა (13,26%), ნაწილი ნუხილს გამოთქვამდა, რომ არ შეცვლილა, ნაწილის აზრით კი „პანამიდ დოკუმენტებს ცვლილება არ გამოუნგევია (11,22%) თუმცა ასევე იყო საპირისპირო პასუხი, რომ „რეპუტაცია შეელახა კონკრეტულ პირებს, სულ მცირე ეჭვმა იმატა. რეპუტაცია აუმაღლდა საგამოძიებო ჟურნალისტიკას“. (ცხრილი 33)

ცხრილი 33

9. თქვენი აზრით, დოკუმენტების გამოქვეყნებამ ქვეყანაში ან ქვეყნის გარეთ რაიმე ცვლილება გამოიწვია?

39 Antworten



მაშასადამე, ონლაინ გამოკითხვამ დაადასტურა, რომ ქართულ ონლაინ მედიის აუდიტორიას “ჰანამის ქაღალდების” შესახებ ინფორმაცია ან საერთოდ არ აქვს (გამოკითხულთა 58%), ანდა აქვს, თუმცა მხოლოდ ფრაგმენტული და არასრული.

ჩვენი აზრით, ეს ადასტურებს სამაგისტრო კვლევის ჰიპოთეზას, რომლის თანახმადაც ქართულმა ონლაინ მედიამ “ჰანამის ქაღალდები” არასიღრმისეულად გააშუქა.

## დასკვნა

კვლევის შედეგების საფუძველზე, საკვლევო კითხვების თანახმად დადასტურდა კვლევის ჰიპოთეზა, რომ ჩვენ საკვლევ პერიოდში გერმანულენოვანმა ონლაინ მედიამ “ჰანამის დოკუმენტების” შესახებ გაცილებით უფრო მრავალფეროვანი, ამომწურავი და სიღრმისეული მასალა გამოაქვეყნა, ვიდრე - ქართულმა ონლაინ მედიამ.

პირველი საკვლევო კითხვის მიხედვით, თუ რამდენი პუბლიკაცია მიეძღვნა “ჰანამის დოკუმენტებს” ქართულენოვან ინტერნეტგამოცემებში და რამდენი პუბლიკაცია მიეძღვნა “ჰანამის დოკუმენტებს” გერმანულენოვან ინტერნეტგამოცემებში, კვლევის შედეგების საფუძველზე დადასტურდა ჰიპოთეზა, რომ გერმანულმა ონლაინ მედიან ერთი წლის განმავლობაში ბერად მეტი 900 პუბლიკაციაზე მეტი პუბლიკაცია მიუძღვნა „ჰანამის დოკუმენტებს“, ვიდრე ქართულმა ონლაინ მედიამ ერთი წლის განმავლობაში - 167 პუბლიკაცია. ამასთან „ჰანამის დოკუმენტებს“ გერმანიაში გაცილებით მეტი ინტერნეტგამოცემა აშუქებდა ვიდრე ქართულ ონლაინ მედიაში.

მეორე საკვლევო კითხვის თანახმად, თუ რამდენი იყო გერმანულენოვან მასალებში ანალიტიკური ხასიათის და რამდენი - ინფორმაციული? რამდენი იყო ქართულენოვან

მასალებში საინფორმაციო ხასიათის და რამდენი - ანალიტიკურის, ასევე დადასტურდა კვლევის ჰიპოთეზა, რომ გერმანულმა მედიამ საინფორმაციო პუბლიკაციებთან პროპორციული ბალანსით გაცვილებით მეტი ანალიტიკური პუბლიკაცია (56%) მიუძღვნა „ჰანამის დოკუმენტებს“, ვიდრე ქართულმა ონლაინ მედიამ (24%).

მესამე საკვლევი კითხვის საფუძველზე, იმის მიხედვით, თუ რომელ ქვეყნებს ეხებოდა “ჰანამის ქალაქების” შესახებ მომზადებული ქართულენოვანი მასალები და რომელს - გერმანულენოვანი მასალები, ასევე დადასტურდა კვლევის ჰიპოთეზა, რომ გერმანულმა ონლაინ მედიამ „ჰანამის დოკუმენტები“ გაცილებით უფრო მეტი ქვეყნის კონტექსტში და ვრცელი გეოგრაფიული არეალით გააშუქა, ვიდრე ქართულმა ონლაინ მედიამ. ერთი ქვეყნის შემთხვევაში ქართულ ონლაინ მედიაში გაშუქდა სულ 14 ქვეყანა, გერმანულში კი - 34 და სხვადასხვა ქვეყნების დასახელების შემთხვევაში, გერმანიაში სულ 59 ქვეყანა დასახელდა, ქართულში კი - 23 ქვეყანა.

მეოთხე საკვლევი კითხვამ იმის შესახებ, თუ რომელი წყაროებია გამოყენებული ქართულენოვან მასალებში და რომელი - გერმანულენოვანში, ასევე დადასტურა კვლევის ჰიპოთეზა, რომ გერმანული პუბლიკაციები წყაროთა შედარებით უფრო მეტი მრავალფეროვნებით გამოირჩევა, სადაც სახელდება სულ 38 სხვადასხვა წყაროთა ჯგუფი, ვიდრე ქართულენოვანი პუბლიკაციები, სადაც სულ 19 წყაროთა ჯგუფის გარჩევაა შესაძლებელი. ამასთან, გერმანულ პუბლიკაციებში დაცულია ქართულისაგან განსხვავებით წყაროთა ბალანსი და წარმოდგენილია ორივე საპირირპირო მხარე. ქართულენოვან პუბლიკაციებში კი მთავრობის წარმომადგენლის კომენტარი, თითქმის, არ გვხვდება და ასევე, თითქმის არ გვხვდება პროექტში მოხსენებული ქართველი პირების კომენტარები, მიუხედავად ფაქტისა, რომ პროექტში მოხსენებულია სულ 85 ქართული სახელი და გვარი.

მეხუთე საკვლევი კითხვის თანახმად, თუ რამდენად აისახა “ჰანამის დოკუმენტების” გამჟღავნების შედეგად სხვადასხვა ქვეყანაში დამდგარი ცვლილება ქართულენოვან მედიაში და რამდენად აისახა იგივე თემა - გერმანულენოვანში, შესაძლოა ითქვას, რომ

გერმანულენოვან ონლაიმ მედიაში გაცვილებით მეტი პუბლიკაცია მიექვანა ცვლილებას, ვიდრე ქართულში.

კიდევ ერთ წყალგამყოფს ორივე ქვეყნის მედიას შორის გამოყენებული ფრეიმები წარმოადგენს. საქართველოში „პანამის დოკუმენტები“ ძირითადად მხოლოდ ერთმანეთის მსგავსი ფრეიმებით შექდება და არა სხვადასხვა კუთხითა და სხვადასხვა ჟურნალისტური ხედვით. საპირისპირო მდგომარეობაა გერმანულენოვან პუბლიკაციებში. აქ თითქმის არ გვხვდება ორი ერთმანეთის მსგავსი ხედვით გაშუქებული პუბლიკაცია.

ფრეიმებთან ერთად დღის წესრიგი იგივე აჯენდა სითინგი, გერმანულ მედიაში მაქსიმალურად ოპტიმალურად არის წარმოდგენილი. გერმანიაში სწორედ იმ გლობალური საკითხის მნიშვნელობის ამაღლებაზე დაიხარჯა ერთი წლის განმავლობაში მრავალი ჟურნალისტის ძალისხმევა, რომელიც დღეს მსოფლიოს პოლიტიკის საკვანძო საკითხების გზატკეცილზე გადის და საერთაშორისო პოლიტიკაში მთავარი მამოძრავებელი ძალების ქონებასა და მის წარმომავლობას უსვამს ხაზს. ეს მედიაში არეკლილი სინამდვილე ყველაზე მაღალი ყურებადობის დროს გაშუქდა გერმანულ მედიაში - 19 საათსა და 49 წუთზე, რასაც მოჰყვა, შემდგომ დიდი სიხშირით თემის გაშუქება და მისი მრავალმხრივი ანალიზი.

მედიის ზემოქმედება გამოვლენილი ქცევის ცვლილებაში გერმანიაში გამომჟღავნა, იმ მხრივ, რომ თემა საზოგადოებრივი დისკურსის საკითხი გახდა და მრავალ დოკუმენტებში მოხსენიებული ბანკების მიმოხილვა განსჯის საგანი გახდა. თუმცა არც ერთი გერმანელი პოლიტიკოსი „პანამის დოკუმენტებში“ არ ფიგურირებს, მაშინ, როცა საქართველოს ყოფილი ხელისუფლების წარმომადგენლები სხვა 84 პირთან ერთად მოხსენიებულნი არიან დოკუმენტებში მიუხედავად ამისა, ეს არ გამხდარა საქართველოში განსჯის საგანი.

**მაშასადამე, კვლევის მთავარი ჰიპოთეზა, რომლის თანახმადაც გერმანულენოვანმა ონლაინ მედიამ “პანამის ქალაქების” შესახებ გაცვილებით უფრო მრავალფეროვანი,**

**ამომწურავი და სიღრმისეული მასალა გამოაქვეყნა, ვიდრე - ქართულმა ონლაინ მედიამ, დადასტურდა.**

ჰიპოთეზის მართებულობა დაადასტურა ონლაინ სოციოლოგიურმა გამოკითხვამაც. გამოკითხვის დროს დადასტურდა, რომ Facebook-ის ჩვენ მიერ გამოკითხული მომხმარებლების 58%-ს “ჰანამის ქალაქების” შესახებ გაგონილიც კი არაფერი ჰქონდა. იმათაც, კი, რომლებსაც სმენოდათ “ჰანამის ქალაქების” შესახებ, ძალზედ ზედაპირული და ბუნდოვანი წარმოდგენა ჰქონდათ.

სხვა ქვეყნებისგან განსხვავებით მედიის ზეგავლენითა და “ჰანამის დოკუმენტების” გამოქვეყნებით მიღწეული ქცევის ცვლილება ყველაზე მეტად ისლანდიაში გამოვლინდა, სადაც სხვა პოლიტიკურ თეგურებთან ერთად ქვეყნის პრემიერმინისტრი ზიგმუნდურ გუნგლეგსონი თანამდებობიდან გადადგა. ამ შემთხვევაში ნათლად გამომჟღავნდა მედიის ზეგავლენა იმ მხრივ, რომ მედიის პროდუქტი გარკვეულ რეციპიენტზე გარკვეულ პირობებში ბიოგრაფიული წინაისტორიისა და სხვა პირობების გათვალისწინებით ზეგავლენას ახდენს. რაც შესაძლოა აზრის, ემოციისა და ქცევის ცვლილებაში გამოვლინდეს. განსაკუთრებით ქვეყნებში, სადაც შეიცვალა „ჰანამის დოკუმენტების“ შედეგად მდგომარეობა, მიღწეულია საგამოძიებო ჟურნალისტიკის მიზანი, რომლის შედეგად საზოგადოებამდე მისული სიმართლის შედეგად საზოგადოებამ განახორციელა ხელისუფლებაზე წნეხი, რაც გარკვეული ცვლილების მიზეზი გახდა, რითაც მიღწეულია უფრო შორს მიმავალი მიზანი - დემოკრატიული სახელმწიფოს შენებაში წვლილის შეტანა. ასევე მედიის ზეგავლენაზე მიუთითებს ოფშორული კომპანიების ლეგალურობა-არალეგალურობასა და მათ არსებობაზე გამოქვეყნებული პუბლიკაციების შედეგად წამოჭრილი საზოგადოებრივი დისკურსი გერმანიაში. თუმცა გერმანიისა და ისლანდიისგან განსხვავებით საქართველოში გლობალური ჟურნალისტური საგამოძიებო პროექტი „ჰანამის დოკუმენტები“ არ გამხდარა საზოგადოების თართო განსჯის საგანი.

### გამოყენებული ლიტერატურა და წყაროები

1. პანამის დოკუმენტების საძიებო სისტემა <https://panamapapers.icij.org/> (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი);
2. Beck K. (2007). Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
3. ბასილაია ე. (2010). პროცესები და მედიაეფექტების მოდელები.
4. ფორტუნათო ჯ. (2005). ფრეიმინგი და დღის წესრიგი, მედიის კონტენტის შექმნა.
5. მემანიშვილი მ. (2011). რიდერი.



6. Redelfs M. (2007). „Investigative Reporting“ in den USA: Welche Strukturen stützen den Recherche-Journalismus? <https://netzwerkrecherche.org/files/redelfs-investigative-reporting-2007.pdf> (ბოლო შესვლა 20 ივნისი, 2017)
7. Rhomberg M. (2005). Wirklich die „vierte Gewalt“? Funktionsverständnisse für Massenmedien in der Gesellschaft [https://books.google.ge/books?id=-sKEBwAAQBAJ&pg=PA137&dq=investigative+journalismus+vierte+gewalt&hl=de&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=investigative%20journalismus%20vierte%20gewalt&f=false](https://books.google.ge/books?id=-sKEBwAAQBAJ&pg=PA137&dq=investigative+journalismus+vierte+gewalt&hl=de&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=investigative%20journalismus%20vierte%20gewalt&f=false) (ბოლო შესვლა 02 ივლისი, 2017)
8. Smirnova J. (2011). Das Internet als neue Heimat für investigativen Journalismus? [http://www.frankfurter-hefte.de/upload//2011\\_10\\_Smirnova\\_Web.pdf](http://www.frankfurter-hefte.de/upload//2011_10_Smirnova_Web.pdf) (ბოლო შესვლა 13 ივლისი, 2017)
9. Lengauer B. E. (2014). Investigativer Journalismus im Digitalen Umbruch, [http://othes.univie.ac.at/33878/1/2014-07-07\\_0303134.pdf](http://othes.univie.ac.at/33878/1/2014-07-07_0303134.pdf) (ბოლო შესვლა 11.07.2017)
10. Kretschmer V. (2016/2017). Wie verändern Massenmedien die Gesellschaft? 2016/2017, [http://www.academia.edu/31414681/Wie\\_ver%C3%A4ndern\\_Massenmedien\\_die\\_Gesellschaft](http://www.academia.edu/31414681/Wie_ver%C3%A4ndern_Massenmedien_die_Gesellschaft) (ბოლო შესვლა 11.07.2017)
11. [https://offshoreleaks.icij.org/#\\_ga=2.234796957.2078441741.1498905543-1461747316.1494832543](https://offshoreleaks.icij.org/#_ga=2.234796957.2078441741.1498905543-1461747316.1494832543) (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)
12. [https://panamapapers.icij.org/the\\_power\\_players/](https://panamapapers.icij.org/the_power_players/) (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)
13. <http://netgazeti.ge/news/123094/> (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)
14. <https://www.radiotavisupleba.ge/a/panamis-dokumentebi/27667166.html> (ბოლო შესვლა 2017 წლის 30 ივნისი)
15. <http://www.grin.com/de/e-book/354895/enthuellungsjournalismus-zwischen-information-und-spekulation> (ბოლო შესვლა 20 ივნისი 2017)