

პრესის წინასაარჩევნო მონიტორინგი

16 აგვისტო - 15 სექტემბერი 2013 *სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოება* გაეროს განვითარების პროგრამისა და ევროკავშირის მხარდაჭერით განაგრძობს პრესის წინასაარჩევნო მონიტორინგს პროექტის „პროფესიონალური მედია არჩევნებისთვის“ ფარგლებში და წარმოადგენს 2013 წლის საპრეზიდენტო არჩევნებამდე მეორე შუალედურ ანგარიშს, რომელიც მოიცავს პერიოდს 16 აგვისტოდან 15 სექტემბრამდე.

მონიტორინგი გაგრძელდება 15 ნოემბრამდე და დროის ამ მონაკვეთში ორგანიზაციის მედია მონიტორები დააკვირდებიან შემდეგ გამოცემებს: „რეზონანსი“, „24 საათი“, „ახალი თაობა“, „ახალი ვერსია“, „ალია“, „კვირის პალიტრა“ და „ასავალ-დასავალი“.¹

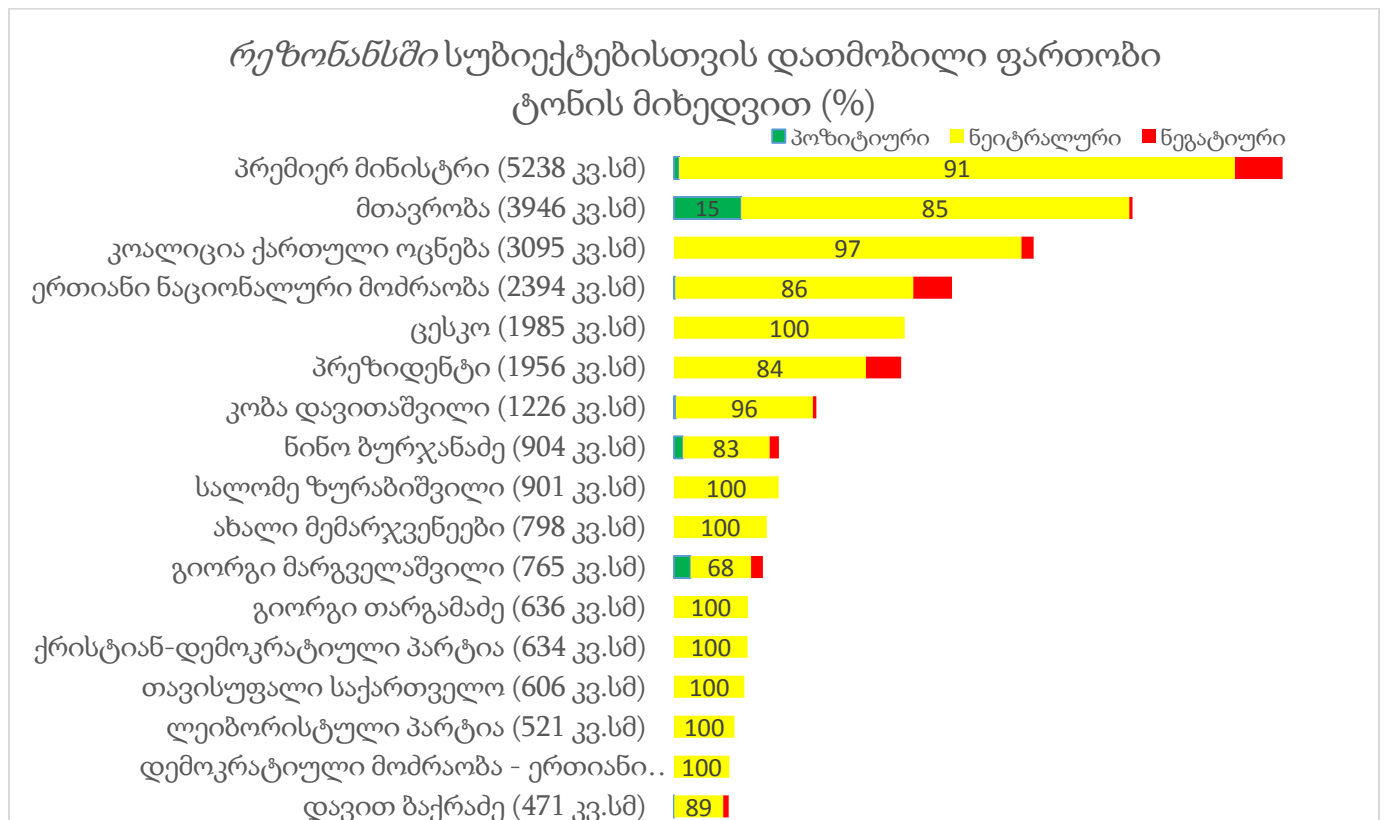
მასალის რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზის შედეგად გამოვლინდა შემდეგი ძირითადი მიგნებები:

- არჩევნების მოახლოებასთან ერთად თითქმის ყველა გამოცემაში გაიზარდა საარჩევნო საკითხებზე მომზადებული სტატიებისა და ინტერვიუების რაოდენობა. განსაკუთრებულ ყურადღებას არჩევნების თემას უთმობენ გაზეთები „ახალი თაობა“ და „ახალი ვერსია“.
- საანგარიშო პერიოდში გაზეთებში ყველაზე აქტიურად შუქდებოდა პრემიერ მინისტრი, რომელსაც ყველაზე მეტი ფართობი დაეთმო ყველა გაზეთში გარდა „ახალი თაობისა“ და „ასავალ-დასავალისა“.
- გამოცემების ყურადღების მიღმა აღმოჩნდნენ საზოგადოებისთვის ნაკლებად ცნობილი საპრეზიდენტო კანდიდატები, რომლებიც დარეგისტრირდნენ ცესკოში და კენჭს იყრიან 27 ოქტომბრის არჩევნებში. მათ სხვა გამოცემებთან შედარებით მეტი ფართობი დაუთმეს „ახალმა თაობამ“ და „ახალმა ვერსიამ“.
- ფოტოთი მანიპულირების შემთხვევა არ დაფიქსირებულა არც ერთ გაზეთში, გარდა „ასავალ-დასავალისა“.
- არაეთიკური გამოთქმები კვლავ გვხვდება გაზეთებში „ალია“ და „ასავალ-დასავალი“. განსაკუთრებით ხშირია ასეთი გამონათქვამები „ასავალ-დასავალში“.

¹ გაზეთები შეირჩა „საზოგადოებრივი აზრის კვლევისა და მარკეტინგის ინსტიტუტის“ მიერ ჩატარებული ბეჭდური მედიის კვლევის 2012 წლის შედეგების მიხედვით.

რეზონანსი

არჩევნების მოახლოებასთან ერთად „რეზონანსში“ იმატა საარჩევნო თემაზე მასალის რაოდენობამ, თუმცა საარჩევნო სუბიექტებზე ინტენსიურად მთავრობის მეთაური, მინისტრთა კაბინეტი და კოალიცია „ქართული ოცნება“ შუქდებოდნენ. პრემიერ მინისტრს მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი მთლიანი ფართობის 19%, მთავრობას 15%, ხოლო საპარლამენტო უმრავლესობას 11% დაეთმო. ტონი სუბიექტების მიმართ მეტწილად ნეიტრალურია, მცირე ოდენობით გვხვდება პოზიტიური და ნეგატიური ტონები. ეს გამოცემა სუბიექტების ფართო სპექტრის გაშუქებით გამოირჩევა.²



„რეზონანსში“ ინტენსიურად და მრავალმხრივად შუქდებოდა ყველა მიმდინარე აქტუალური თემა. ჟურნალისტები ცდილობდნენ არ დაეღვიათ ჟურნალისტური ეთიკა. გამოცემა მკითხველს აწვდიდა როგორც მოკლე ნიუსებს და ფაქტობრივ ინფორმაციას მიმდინარე მოვლენებთან დაკავშირებით, ასევე ინტერვიუებს და

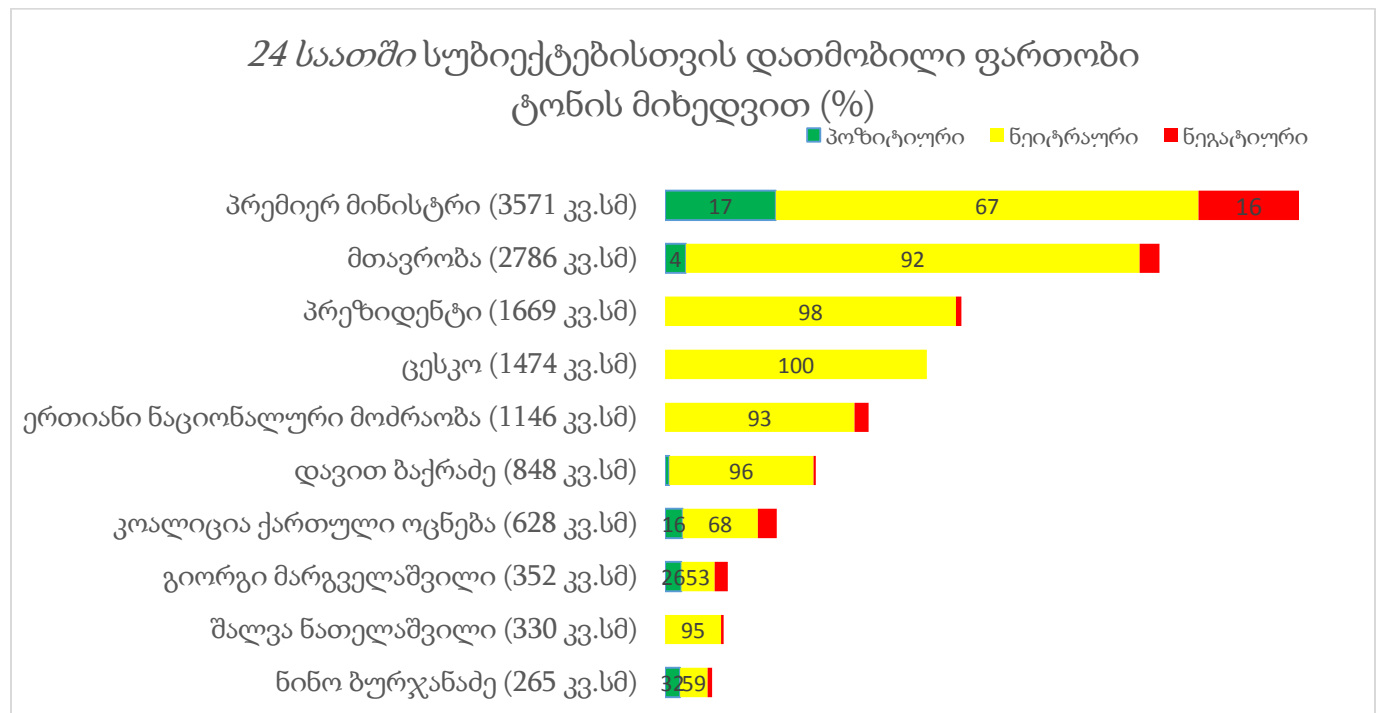
² სუბიექტების სიმრავლის გამო დიაგრამაზე გამოტანილია მხოლოდ ის სუბიექტები, რომელთაც მთლიანი ფართობის 2% ან მეტი დაეთმო.

ანალიტიკურ სტატიებს. უმრავლეს შემთხვევაში მოწოდებული ინფორმაცია გადამოწმებულია და სტატიებს ჰყავთ ორი ან მეტი წყარო.

16 აგვისტოდან 15 სექტემბრის ჩათვლით პერიოდში გამოცემაში არ დაფიქსირებულა არაეთიკური გამონათქვამები ან დისკრიმინაციული ლექსიკა ცალკეული სუბიექტისა თუ საკითხის მიმართ, რასაც პოზიტიური შეფასება შეიძლება, მიეცეს.

24 საათი

24 საათი წინა საანგარიშო პერიოდის მსგავსად, ახლაც გვერდს არ უვლის არც ერთ აქტუალურ თემას, მაგრამ ინფორმაციას ანალიზის გარეშე აწვდის მკითხველს. სუბიექტებს შორის ყველაზე მეტი ყურადღება პრემიერ მინისტრს დაეთმო, ვინაიდან საანგარიშო პერიოდში მოხვდა პრემიერის მიერ ვრცელი წერილის გამოქვეყნება და ასევე პრემიერის ერთ-ერთი ვრცელი პრესკონფერენცია, რომელმაც უამრავი აქტუალური თემა მოიცვა. სუბიექტების მიმართ დომინანტურია ნეიტრალური ტონი, თუმცა ცალკეული სუბიექტის მიმართ პოზიტიური ტონიც გვხვდება და ნეგატიურიც.



არჩევნებთან დაკავშირებული საკითხები საკმაოდ აქტიურად შუქდებოდა, გამოცემაში არა ერთი სტატია მიუძღვნა სხვადასხვა საპრეზიდენტო კანდიდატის წინასაარჩევნო შეხვედრას, ასევე ცესკოს ახალი თავმჯდომარის დანიშვნას, თუმცა ჯერჯერობით

საარჩევნო სუბიექტები ძირითადად მაინც სხვადასხვა საკითხის კომენტარებისას გვხვდებოდნენ. ასეთი კომენტარები მკითხველს საშუალებას აძლევს, საპრეზიდენტო კანდიდატის დამოკიდებულება შეიტყოს ამა თუ იმ მნიშვნელოვან საკითხზე, მაგრამ მათ პროგრამებსა და დაპირებებზე მსჯელობა ნაკლებად იყო წარმოდგენილი.

მიუხედავად იმისა, რომ „24 საათი“ სიღრმისეულ ანალიზს არ სთავაზობს მკითხველს, გამოცემა ყოველთვის წარმოაჩენს მოვლენისადმი მრავალ განსხვავებულ პოზიციას. მაგ., პრემიერის პრესკონფერენციის შემდეგ ერთი სრული ვრცელი სტატია იყო აგებული მხოლოდ ციტატებზე, ჟურნალისტის ტექსტის გარეშე და წარმოდგენილი იყო სხვადასხვა პოლიტიკოსის შეფასება პრემიერის ამა თუ იმ განცხადებასთან დაკავშირებით.

„24 საათში“ ფოტო მასალა თითქმის არაა. ფოტოები მეტწილად მხოლოდ სპორტულ სტატიებში გვხვდება. ეს, ერთის მხრივ, გამოცემას საშუალებას აძლევს სრულად დატვირთოს პოლიტიკისთვის დათმობილი გვერდები ახალი ინფორმაციით, თუმცა მეორეს მხრივ, ვიზუალური მასალის არ არსებობა ართულებს მკითხველისთვის მთელი რიგი თემების აღქმას, მაგ. სტიქიის შედეგების სიტყვიერად გადმოცემა უფრო ნაკლებად აღქმადია, ვიდრე მოვლენის ამსახველი თუნდაც ერთი ფოტო.

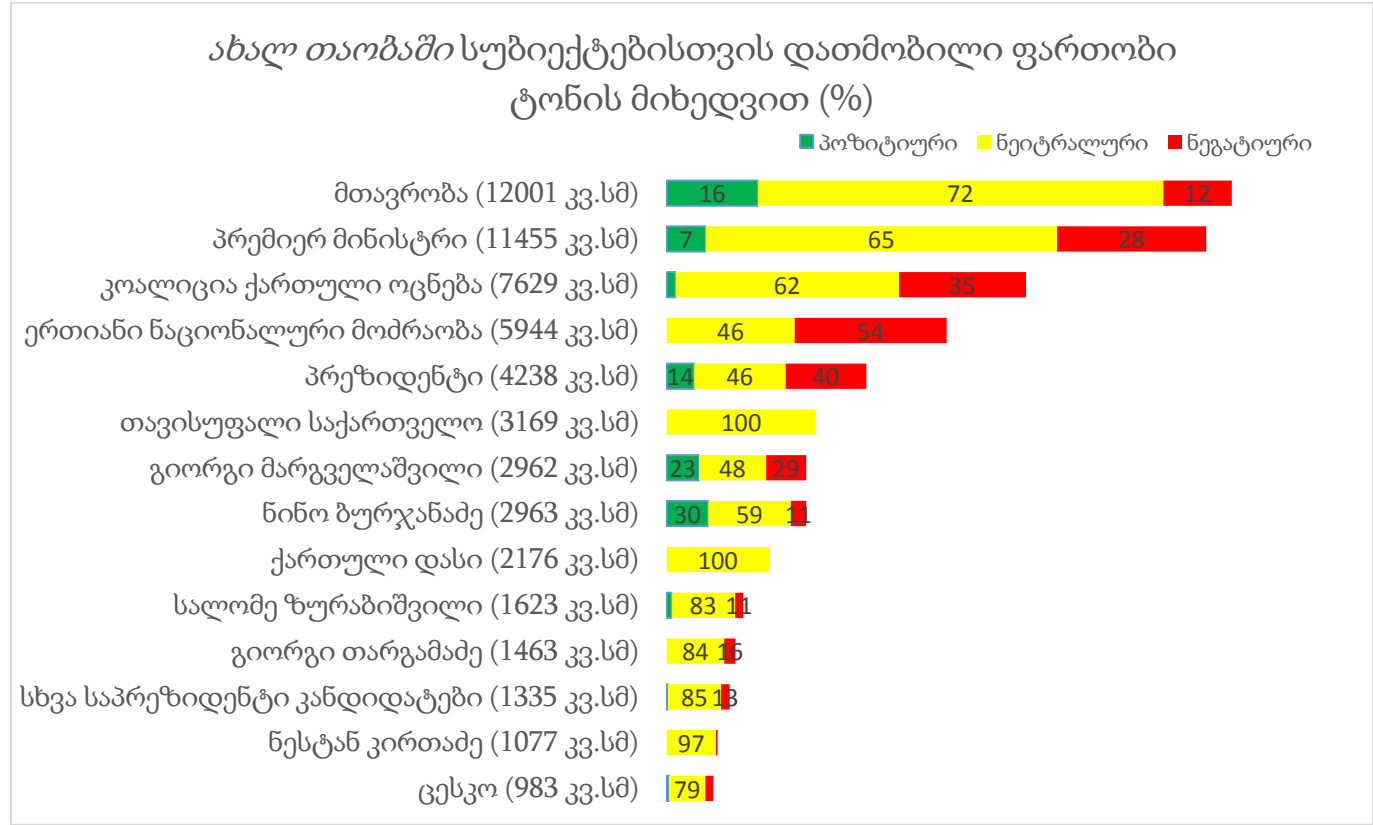
ახალი თაობა

ყოველდღიურმა გაზეთმა „ახალი თაობა“ მრავალმხრივად გააშუქა საანგარიშო პერიოდში მომხდარი ყველა პოლიტიკური მოვლენა. გამოცემაში წარმოდგენილი იყო როგორც ნიუსები, ისე ინტერვიუები და ანალიტიკური სტატიები აქტუალურ თემებთან დაკავშირებით.

„ახალი თაობა“ გამოირჩევა არჩევნებისა და საარჩევნო სუბიექტებისთვის განსაკუთრებული ყურადღებით. გამოცემამ დეტალურად გააშუქა კანდიდატების რეგისტრაციის, ცესკოს თავმჯდომარის დანიშვნის, სალომე ზურაბიშვილისთვის ცესკოს უარისა თუ არჩევნებთან დაკავშირებული სხვა საკითხები. გარდა საზოგადოებისთვის ცნობილი საპრეზიდენტო კანდიდატებისა, ამ გაზეთის ფურცლებზე საშუალება მიეცათ სხვა კანდიდატებსაც, დაეფიქსირებინათ საკუთარი პოზიცია ამა თუ იმ მოვლენაზე.

პრემიერ მინისტრთან დაკავშირებული საკითხები „ახალი თაობის“ ფოკუსშიც მოხვდა, თუმცა ყველაზე აქტიურად გაშუქებული სუბიექტი განსხვავებით სხვა გამოცემებისგან, მთავრობაა, რომელსაც მონიტორინგის სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობის 19% დაეთმო. გამოცემა გარდა უწყებების საქმიანობების გაშუქებისა, მკითხველს ხშირად სთავაზობს მთავრობის წარმომადგენლების

კომენტარებსა და ინტერვიუებს მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებზე. ტონი სუბიექტების მიმართ არაერთგვაროვანია, თუმცა ტონების თვალსაზრისით საინტერესოა, რომ „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ და პრეზიდენტი უფრო ხშირად იყო ნეგატიურ ტონში წარმოდგენილი ვიდრე მთავრობა და პრემიერ მინისტრი.

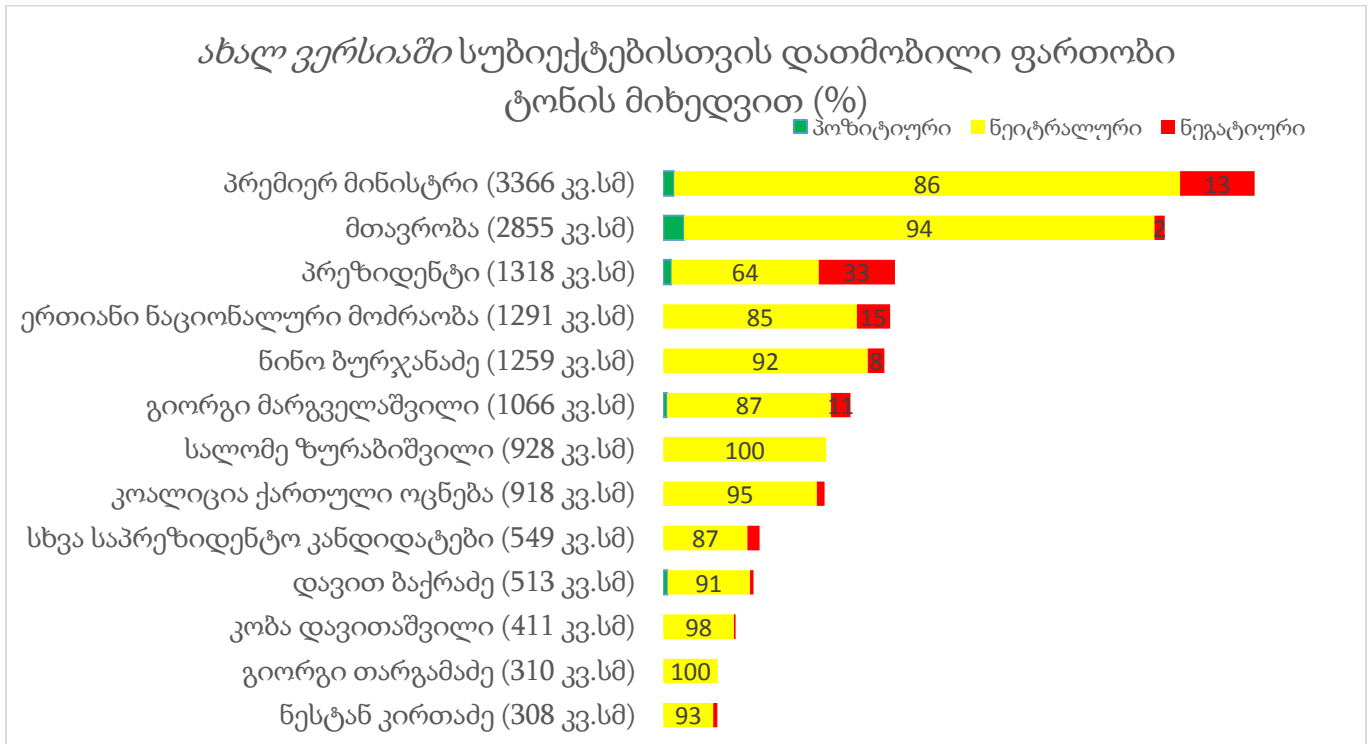


თვისებრივი კუთხით აღსანიშნავია, რომ „ახალ თაობაში“ სტატიები უმრავლეს შემთხვევაში მკითხველს გადამოწმებულ ინფორმაციას აწვდის და წარმოადგენს რამდენიმე განსხვავებულ პოზიციას აქტუალურ საკითხთან დაკავშირებით.

საანგარიშო პერიოდში არ დაფიქსირებულა არაეთიკური გამონათქვამისა და ფოტოთი მანიპულირების შემთხვევები. ჟურნალისტები ცდილობენ დაიცვან ჟურნალისტური ეთიკა და სტანდარტები.

ახალი ვერსია

„ახალ ვერსიაში“ თვალშისაცემია თემების მრავალფეროვნება, თუმცა არჩევნების მოახლოებასთან ერთად საგრძნობლად მატულობს საარჩევნო თემაზე წარმოდგენილი სტატიების რაოდენობა. მიუხედავად არჩევნებთან დაკავშირებული საკითხების წინ წამოწევისა, სხვა გამოცემების მსგავსად ყველაზე აქტიურად ჯერ მაინც არ შუქდებიან საპრეზიდენტო კანდიდატები, არამედ გამოცემის ყურადღების ქვეშ მთავრობა, პრემიერ მინისტრი, პრეზიდენტი და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ ექცევა.



გამოცემა, რომელიც კვირაში სამჯერ გამოდის, ორიენტირებულია მეტწილად ანალიტიკურ სტატიებსა და ინტერვიუებზე. იგი ნიუსებსაც შეიცავს, თუმცა აქცენტი მიმდინარე მოვლენების ანალიზსა და სამომავლო პერსპექტივების დანახვაზე კეთდება, განსაკუთრებით არჩევნების კონტექსტში. რიგ ნომრებში ცალკე რუბრიკა ეთმობა საპრეზიდენტო კანდიდატებს და მათი საარჩევნო კამპანიის აღწერა-ანალიზს, რასაც პოზიტიური შეფასება უნდა მიეცეს, რადგან საარჩევნო მართონის ინტენსიური გაშუქება პოზიტიურ გავლენას ახდენს ამომრჩევლის ინფორმირებულობაზე წინასაარჩევნო პერიოდში.

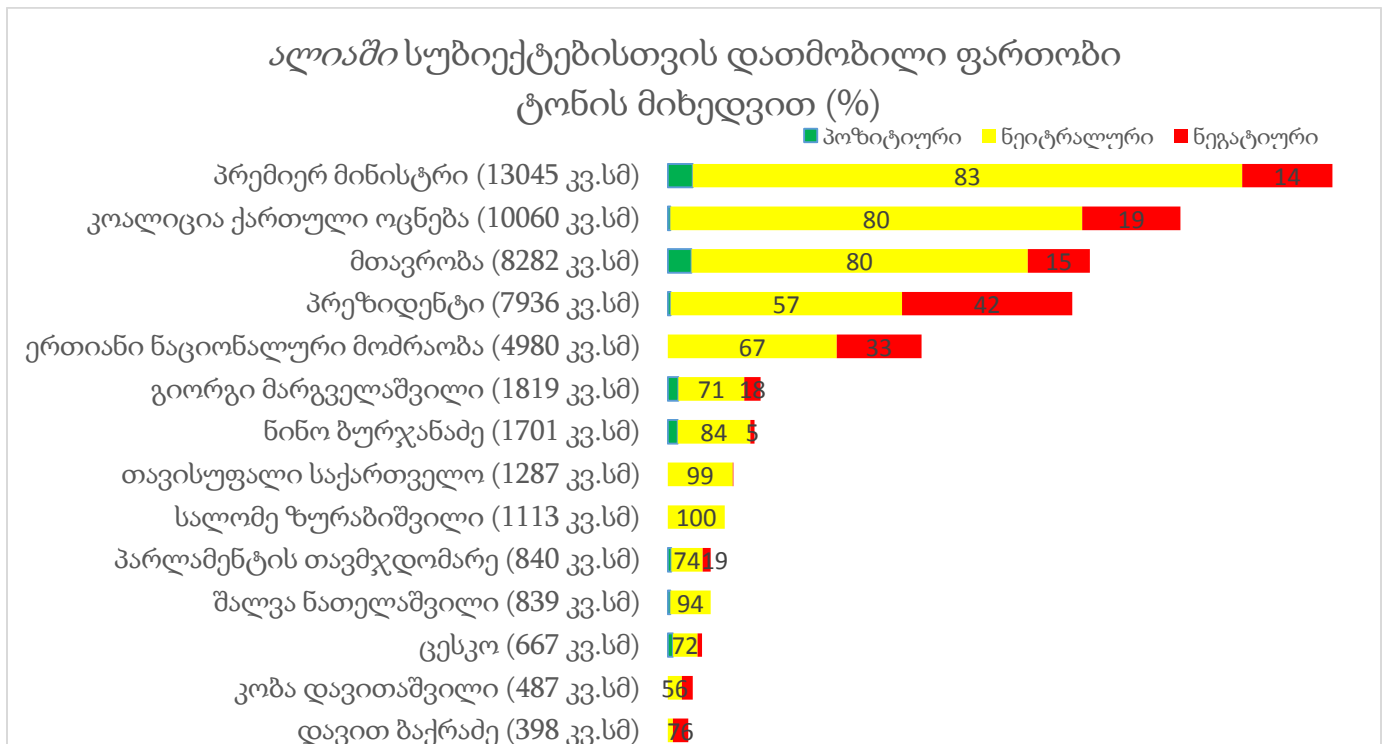
ჟურნალისტიკის/სტატიის ენა „ახალ ვერსიაში“ უმეტესად ნეიტრალურია, მაგრამ გვხვდება შემთხვევები, როდესაც ჟურნალისტიკან უპატივცემულო, გარკვეულწილად ცინიკური დამოკიდებულება იგრძნობა პიროვნებისა თუ თემის

მიმართ. მაგ.: პრეზიდენტობის კანდიდატი ნინო ბურჯანაძე მოხსენიებულია, როგორც „ქალბატონი „ბელა ჩაო“, ხოლო „ლეიბორისტული პარტიის“ ლიდერი შალვა ნათელაშვილი კი - როგორც „რობინ ჰუდი“.

ალია

გაზეთი „ალია“ მიმდინარე პოლიტიკურ მოვლენებზე აქვეყნებს როგორც ნიუსებს, ისე ინტერვიუებს, ანალიტიკურ სტატიებსა და ჟურნალისტის საავტორო სვეტებს. არჩევნების მოახლოებასთან ერთად საარჩევნო თემატიკა აქტუალური გახდა ამ გამოცემისთვისაც. თუ წინა საანგარიშო პერიოდში აქცენტი სამ საპრეზიდენტო კანდიდატზე კეთდებოდა ახლა მათი რიცხვი გაიზარდა ისევე, როგორც იმატა არჩევნების თემაზე გამოქვეყნებული სტატიების რაოდენობამ.

ამ საანგარიშო პერიოდშიც ყველაზე მეტი ყურადღება ბიძინა ივანიშვილს, კოალიცია „ქართულ ოცნებას“ და მთავრობას ეთმობა. პრემიერის მიერ სექტემბრის პირველ ნახევარში გაკეთებულ განცხადებებს ვრცელი სტატიები მიემდგნა „ალიაშიც“ ისევე, როგორც სხვა გაზეთებში.



გამოცემაში კოალიცია „ქართული ოცნების“ მიმართ ნეიტრალური ტონი ჭარბობს, თუმცა კოალიციაში შემავალ პარტიებს შორის „რესპუბლიკური პარტიის“ მიმართ მკვეთრად ნეგატიური დამოკიდებულება ვლინდება. მას გაზეთის ერთ-ერთი

ჟურნალისტი „რესპებს“ უწოდებს და არაერთგზის ადანაშაულებს პოლიტიკურ ოპონენტებთან გარიგებაში, თუმცა ამ ტიპის სტატიებში ინფორმაცია გადამოწმებული და დაზუსტებული არ არის.

პრეზიდენტი და „ერთიანი ნაციონალური მოძრაობა“ კვლავ რჩებიან კრიტიკის ერთ-ერთ მთავარ ობიექტებად „ალიას“ ფურცლებზე. ჟურნალისტები კრიტიკასაც სცილდებიან და პრეზიდენტისა და საპარლამენტო ოპოზიციის ლანძღვა-შეურაცხყოფაზეც გადადიან, რაც ნეგატიურად უნდა შეფასდეს, ვინაიდან ემოციური გამონათქვამები (პოზიტიური იქნება ის თუ ნეგატიური) არ ემსახურება მკითხველის ინფორმირებას, არამედ ორიენტირებულია კონკრეტული განწყობის შექმნაზე. გადაუმოწმებელი ნეგატიური ინფორმაცია კი შემდეგ შესაძლებელია, გავრცელდეს, როგორც უტყუარი ფაქტი და მოხდეს საზოგადოების შეცდომაში შეყვანა.

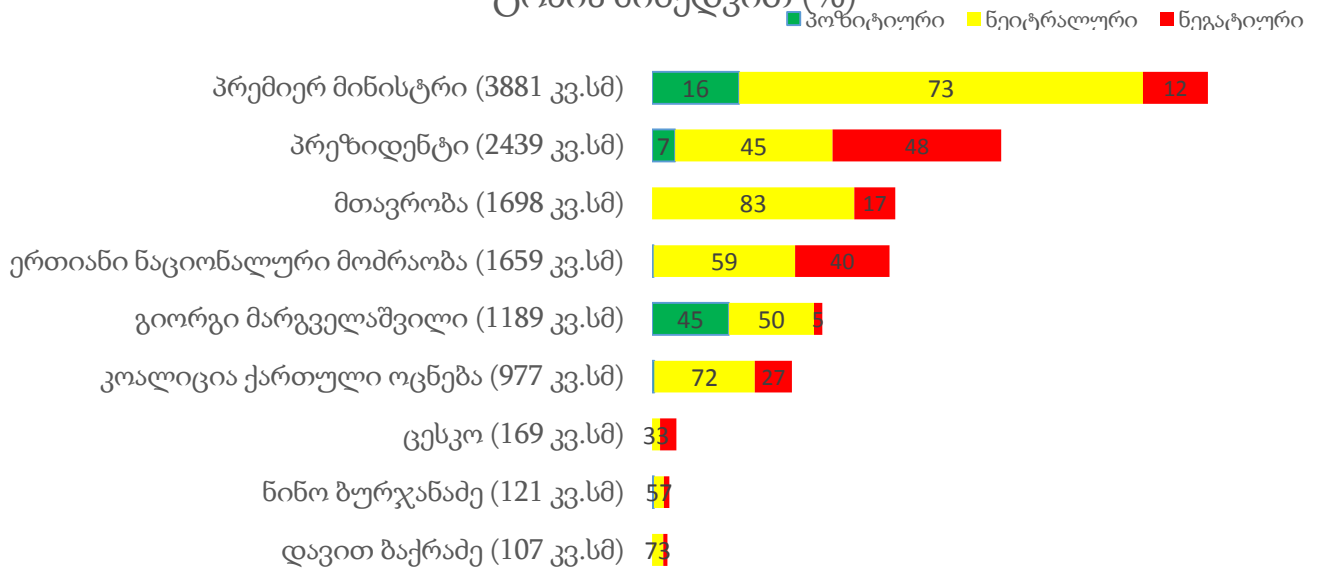
სტატიებს „ალიაში“ თითქმის ყოველთვის ახლავთ ფოტო, რომელიც დამატებით ინფორმაციას აწვდის მკითხველს, თუმცა ზოგიერთ შემთხვევაში ფოტო ინფორმაციის ნაცვლად სტატიის ზოგად განწყობას იმეორებს და არის პოზიტიური ან ნეგატიური, ასეთ დროს საქმე გვაქვს ფოტოთი მანიპულირების შემთხვევასთან.

კვირის პალიტრა

„კვირის პალიტრა“ ამ საანგარიშო პერიოდში წინა ერთი თვის მსგავსად ორიენტირებულია მკითხველისთვის ანალიტიკური მასალის მიწოდებაზე. ნიუსების ფორმატში გამოცემა ფარავს ყველა მიმდინარე სიახლეს, თუმცა ვრცელი სტატიებით ეხმაურება მხოლოდ კვირის ყველაზე მნიშვნელოვან მოვლენებს. ყველა ნომერში წარმოდგენილია ინტერვიუ სხვადასხვა ექსპერტთან, რომლებიც პოლიტიკურ პროცესებს აანალიზებენ. გარდა ამისა, ქვეყნდება საავტორო სვეტები, სადაც ჟურნალისტები აფასებენ მოვლენებს და საკუთარ დასკვნებსაც უზიარებენ მკითხველს. მრავალფეროვანი ტიპის სტატიების შეთავაზება მკითხველისთვის პოზიტიურად უნდა შეფასდეს, ვინაიდან მკითხველს საშუალება ეძლევა სხვადასხვა ადამიანის ნააზრევს გაეცნოს და თავადაც გააანალიზოს წამოჭრილი საკითხი.

საარჩევნო პროცესების გააქტიურება „კვირის პალიტრის“ ფურცლებზეც ჩანს, თუმცა ამ ეტაპზე ყველაზე აქტიურად გაშუქებულ სუბიექტად ბიძინა ივანიშვილი, მიხეილ სააკაშვილი და მთავრობა გვევლინებიან. ეს დაკავშირებულია აგვისტოს მეორე ნახევარსა და სექტემბრის დასაწყისში მიმდინარე მოვლენებთან როგორც იყო მე-9 არხის გაყიდვა, პრემიერის წერილი, მისი პრესკონფერენცია, ჭელაში მომხდარი ინციდენტი და ა.შ., სადაც ეს სამი სუბიექტი უფრო აქტიურად ფიგურირებდნენ, ვიდრე რომელიმე საპრეზიდენტო კანდიდატი.

კვირის პალიტრაში სუბიექტებისთვის დათმობილი ფართობი
ტონის მიხედვით (%)



საპრეზიდენტო კანდიდატებს შორის ყველაზე მეტი ფართობი გიორგი მარგველაშვილს, ნინო ბურჯანაძესა და დავით ბაქრაძეს დაეთმო. დანარჩენ სუბიექტებს, რომლებიც დიაგრამაზე არ არიან წარმოდგენილნი, სუბიექტებისთვის დათმობილი მთლიანი ფართობის 1%-ზე ნაკლები დაეთმო.

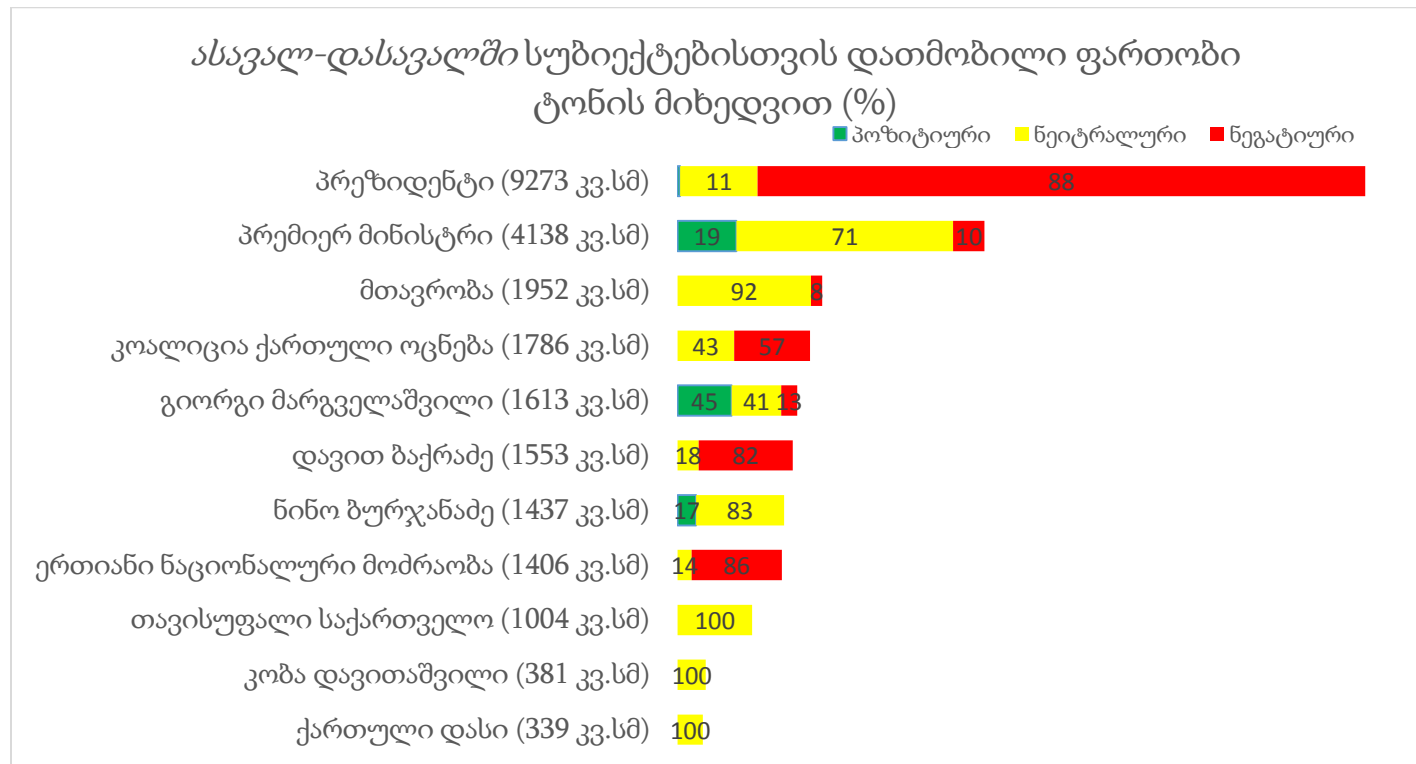
„კვირის პალიტრაში“ ფოტოთი მანიპულირების შემთხვევა არ გამოვლენილა. თითქმის ყველა სტატიას ახლავს ილუსტრაცია, თუმცა ისინი ნეიტრალურია და გარკვეულ ინფორმაციას აწვდის მკითხველს.

გამოცემის ჟურნალისტები ცდილობენ, იყონ ეთიკურები, მათ შორის საავტორო სვეტებშიც კი, სადაც სუბიექტების კრიტიკას არ სცილდებიან და არ არიან დაკავებულნი პოლიტიკოსების შეურაცხყოფით. მათი მხრიდან არ ვლინდება მიკერძოება რომელიმე პოლიტიკური პარტიისა თუ კანდიდატის მიმართ.

ასავალ-დასავალი

„ასავალ-დასავალი“ დატვირთულია ინტერვიუებითა და სტატიებით, სადაც მიმდინარე მოვლენების ანალიზს ხან რესპონდენტები, ხან კი ჟურნალისტები აკეთებენ. არჩევნების თემის განხილვა ამ გამოცემის ფურცლებზეც მიმდინარეობს, თუმცა ყურადღება ჯერ პრეზიდენტზე, მთავრობასა და პრემიერ-მინისტრზეა გადატანილი. ყველა სხვა გამოცემისგან განსხვავებით „ასავალ-დასავალი“ ყველაზე მეტ ფართობს უთმობს პრეზიდენტს, რომელიც ნეგატიურ კონტექსტში მოიხსენიება

თითქმის ყოველთვის როგორც რესპონდენტების, ისე ჟურნალისტების მხრიდან. მისთვის დათმობილი ფართობის 88% ნეგატიური ტონია.



კანდიდატებს შორის გამოცემა აქცენტს აკეთებს საზოგადოებისთვის ნაცნობ სახეებზე, ხოლო ნაკლებად ცნობილი კანდიდატები მისი ყურადღების მიღმა რჩებიან. მათ უმრავლესობას ფართობი საერთოდ არ დაეთმო საანგარიშო პერიოდში, რასაც ნეგატიური შეფასება უნდა მიეცეს, ვინაიდან წინასაარჩევნო პერიოდში ამომრჩეველს კანდიდატების შესახებ მაქსიმალური ინფორმაცია ესაჭიროება ინფორმირებული არჩევანის გაკეთებისათვის. შერჩევითად მხოლოდ რამოდენიმე კანდიდატზე აქცენტის გაკეთება არათანაბარ პირობებში აყენებს სხვა კანდიდატებს, ხოლო ამომრჩეველი არასაკმარის ინფორმაციას იღებს.

გაზეთში გამოიყენება არაეთიკური გამონათქვამები და ხდება ფოტოთი მანიპულირება. განსაკუთრებით ხშირად ხდება ფოტოებით ნეგატიური განწყობის შექმნა პრეზიდენტზე ისეთ სტატიებში, სადაც ლექსიკური საშუალებითაც აკრიტიკებენ მიხეილ სააკაშვილს. პრეზიდენტს საკმაოდ ხშირად „მიშტლერად“ იხსენიებენ.

პრეზიდენტის გარდა აკრიტიკებენ ძველი მთავრობის წარმომადგენლებსაც. მაგ: „როგორც იქნა მთავარ პროკურატურას სააკაშვილის მდედრი ჯალათის ხათუნა კალმახელიძისა და ბლანჟიანი ცენტურიონის დიმიტრი შაშკინის არსებობა

გახსენდა“. ჟურნალისტი მოწოდებასაც აკეთებს, რომ ორივე მათგანის ადგილი ციხეშია. ასეთი მოწოდებებითა და გამოთქმებით „ასავალ-დასავალის“ ჟურნალისტები ხელს უწყობენ სიძულვილის გაღვივებას კონკრეტული სუბიექტების მიმართ. ძველი მთავრობის გარდა, „ასავალ-დასავალის“ ფურცლებზე მატულობს კრიტიკული გამოთქმები და დამოკიდებულება პრემიერ-მინისტრისა და მინისტრთა კაბინეტის მიმართ.

სტატიებს რიგ შემთხვევებში არ ჰყავთ იდენტიფიცირებადი წყარო და მოწოდებული ინფორმაციაც არ არის გადამოწმებული, თუმცა ჟურნალისტი ისე საუბრობს, როგორც უტყუარ ფაქტზე.

დასკვნა

დასკვნის სახით უნდა აღინიშნოს, რომ გამოცემების უმრავლესობა ცდილობს, იხელმძღვანელოს ჟურნალისტური ეთიკის ნორმებით და მკითხველს სანდო, ამომწურავი ინფორმაცია მიაწოდოს. გამოცემებში აისახება ყველა მიმდინარე მოვლენა მეტ-ნაკლები ანალიტიკური მასალით.

ანალიტიკური სტატიები არ გვხვდება მხოლოდ „24 საათში“, რომელიც ფაქტების გაშუქებით და ამ ფაქტზე სხვადასხვა კომენტარის წარმოდგენით შემოიფარგლება.

არაეთიკური გამოთქმებით განსაკუთრებით გამოირჩევა გაზეთი „ასავალ-დასავალი“, რომელიც გარდა იმისა, რომ დაუზუსტებელ ინფორმაციას ავრცელებს, იგი ასევე ნერგავს და აღვივებს სიძულვილს კონკრეტული ადამიანებისა თუ ადამიანთა ჯგუფის მიმართ. ამისათვის გამოცემა ტექსტთან ერთად ილუსტრაციასაც იყენებს.

საანგარიშო პერიოდში ყველაზე აქტიურად ყველა გამოცემამ ბიძინა ივანიშვილი გააშუქა, გარდა „ასავალ-დასავალისა“, სადაც ყველაზე მეტი ფართობი პრეზიდენტს დაეთმო და „ახალი თაობისა“, სადაც ყველაზე აქტიურად მთავრობა გაშუქდა. პრემიერ-მინისტრის გარდა ყურადღება ეთმობოდა პრეზიდენტს და მთავრობას.