

Bojan Ključar*

*doktor političkih nauka i izvršni direktor Centra za slobodne
izbore i demokratiju (CeSID) iz Beograda*

TV debate u Srbiji posle 2012. godine: demokratska fasada ili platforma za dijalog?

Apstrakt

U radu se analizira da li su TV debate posle 2012. godine podstakle politički dijalog i ponudile kredibilnu platformu za jednak politički tretman političkih stranaka u kontekstu okruženja u kojem je politička konkurencija neravnopravna, a mediji pristrasni prema vladajućoj stranci. Predmet rada je detaljna analiza 22 izborne debate „Reč na reč” u pogledu njihovog tematskog okvira, ravnopravnosti učesnika, uticaja (kroz studiju slučaja izbora 2022. godine), razlike između parlamentarnih i predsedničkih debata i uloge debata u širem medijskom okruženju. Autor ispituje da li su debate podstakle promene u medijskom okruženju i da li su dovele do unapređenja medijskog okruženja. Specifično, cilj je bio utvrditi da li su ove debate mogle da obezbede kredibilnu platformu za politički dijalog ili su demokratska fasada, kako ih karakteriše deo kritički orijentisane javnosti. Analiza uzima u obzir kontekst da prava i suštinska opozicija postoji i da nema sistematskih opstrukcija za njen rad i učešće na izborima, ali da je dominacija vladajućih stranaka u pogledu resursa i mogućnosti da utiču na dezintegrišuće procese u opoziciji dovela do nejednakog tretmana i nepoštene političke konkurencije.

Ključne reči:

izbori, izborne kampanje, mediji, političke stranke, TV debate

* bojan.klucar@cesid.rs

UVOD

Debatni programi su sastavni deo modernih izbornih kampanja, uz redovno izveštavanje, plaćene sadržaje (spotovi, iznajmljeni termini) i razne druge specijalizovane sadržaje (hronike, tok šou programe i sl.). Iako su sa razvojem digitalnih tehnologija debate moguće i neretko se realizuju na digitalnim platformama, one su i dalje dominantno televizijski proizvod. Razloga je više, a svakako su najvažniji tradicija, uticaj televizije na publiku i važnost vizuelnih elemenata (slika) u debatnim sadržajima. Digitalne tehnologije su, međutim, esencijalno važne u druga dva elementa: promocija debata i uključivanje publike. Zato su приметni veliki naponi u savremenoj literaturi u istraživanju procesa vizuelizacije na mrežama i digitalnim platformama, kao i „mešanja” TV debata sa drugim kanalima komunikacije, poput SMS poruka i paralelne komunikacije na fejsbuku (*Facebook*) i Tviteru (*Twitter*). Ujedno, debate su važne jer one obuhvataju onaj deo programa koji je kreiran od strane novinarske profesije, bez stranačkih intervencija. Drugim rečima, prednosti debata u odnosu na druge izborne sadržaje su što se radi o sadržajima koji: (1) nisu direktno zavisni od političkih stranaka, već sadrže snažnu novinarsku intervenciju, kao i relevantan sadržaj za informisanu izbornu odluku, (2) pružaju platformu za predstavljanje političkih pozicija, (3) ostavljaju mogućnost za kvalitetniji politički dijalog i sučeljavanje različitih stavova i (4) proširuju mogućnost za unapređenje političke kulture.¹

Imajući u vidu razvoj političke komunikacije i nastanak televizije, TV debate kao koncept u kampanjama ne mogu biti davnašnjeg datuma i u literaturi se obično vezuju za debate 1960. godine između Džona Kenedija (*John F. Kennedy*) i Ričarda Niksona (*Richard M. Nixon*).² Pedantni hroničari, ipak, navode da su prve debate bile one u primarnim izborima republikanaca (*primary campaigns*) i to davne 1948. godine u Oregonu između Djuia (*Thomas Dewey*) i Stasena (*Harold Stassen*), odnosno osam godina kasnije na Floridi između demokrata Stivensona (*Adlai Stevenson*) i Kefauvera (*Estes Kefauver*).³ Republikanska debata je prenošena putem radija, dok za demokratsku debatu nije sačuvan ni video ni transkript iako je prenošena od strane ABC.⁴ Dalji povratak u prošlost (u 1858. godinu) će pokazati da su debate, prilagođene

¹ Bojan Klačar, „Zašto su važne izborne debate?” u Bojan Klačar (ur.), *Priručnik za organizaciju izbornih TV debata*, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID), Beograd, 2017, str. 14.

² Premda se u javnosti često govori o jednoj debati, ukupno su organizovane četiri debate, počev od 26. septembra (prva) do 21. oktobra 1960. godine (četvrta).

³ William L. Benoit, *Political Election Debate – Informing Voters about Policy and Character*, Lexington Books, 2014, p. 31.

⁴ *Ibid.*, p. 31

tom vremenu, postojale i u trci za Senat (iz države Ilinoj) između Linkolna (*Abraham Lincoln*) i Dagleasa (*Stephen Douglas*).⁵ Ovi podaci sugerišu da i kratak pogled na istoriju debata u startu sugeriše da su one nastale u Americi, da su u toj zemlji veoma uticajne i da se najznačajnija literatura povezuje sa američkim okruženjem i, posebno, sa američkim predsedničkim izborima. Kako zbog blizine tako i zbog uticaja i preklapajućeg prezidencijalizma, američki trendovi se odavno spuštaju ka zemljama Centralne i Južne Amerike. Danas se debate organizuju u Kanadi, Francuskoj, Nemačkoj, Grčkoj, Holandiji, Novom Zelandu, Izraelu, Australiji, Južnoj Koreji, Španiji, Tajvanu, Ukrajini, Velikoj Britaniji i brojnim drugim državama.⁶ Od 2014. godine organizuju se debate između kandidata za mesto predsednika budućeg saziva Evropske komisije (*Spitzenkandidaten process*). Na globalnom planu, mreža „Međunarodne debate“ (*Debates International*), koja okuplja grupe i organizacije koje organizuju debate u sopstvenim državama, procenjuje da se danas u 93 države organizuju debate.⁷

Vraćajući se na uvide iz literature, a pozivajući se na nemačka iskustva 2002–2009. godine, zaključuje se da debate privlače publiku i obezbeđuju širok auditorijum i čak imaju mobilisajući efekat na građane (inače) manje zainteresovane za politiku.⁸ Dodaje se da „TV slike imaju mnogo veći uticaj na gledaoce u pogledu percepcija ličnosti kandidata i ukupne evaluacije ponašanja kandidata tokom debate”⁹ i da je uticaj TV debata izražen veliki zbog vizuelizacije i specifičnosti koje ima televizija kao najuticajniji medij političke komunikacije.¹⁰

⁵ William L. Benoit, *Political Election Debate – Informing Voters about Policy and Character*, Lexington Books, 2014, p. 45.

⁶ *Ibid.*, p. 51.

Aleksandra Krstić, „TV dueli kandidata za predsednika Srbije od 2002. do 2012. godine”, u Milan Jovanović i Dušan Vučićević (ur.), *Kako, koga i zašto smo birali, Izbori u Srbiji 1990–2020. godine*, Službeni glasnik, Institut za političke studije i Fakultet političkih nauka, 2020, Beograd, str. 430.

⁷ *Debates International*. Available from <https://www.debatesinternational.org/> (Accessed July 31, 2023).

⁸ Jürgen Maier & Thorsten Faas (2011), “‘Miniature Campaigns’ in Comparison: The German Televised Debates, 2002–09”, *German Politics*, 20(1): 75–91.

⁹ Aleksandra Krstić, „TV dueli kandidata za predsednika Srbije od 2002. do 2012. godine”, nav. delo, str. 429–434.

¹⁰ Miles L. Patterson, Mary E. Churchill, Gary K. Burger & Jack L. Powell, “Verbal and nonverbal modality effects on impressions of political candidates: Analysis from the 1984 presidential debates”, *Communication Monographs*, 1992, 59, pp. 231–242, p. 241.

Ključni uvidi iz literature i globalne prakse o značaju TV debata imaju svoju refleksiju i u Srbiji. Debate organizovane na Javnom medijskom servisu (RTS) posle 2012. godine, i koje ispunjavaju osnovne kriterijume globalno važnih principa i pravila u organizaciji istih (pre svega, pravila koja proističu iz standarda američkih debata¹¹ i mreže „Međunarodne debate”), snažno su novinarski intervenisane, tematske, sa striktnim pravilima moderacije i vremena koje imaju kandidati/predstavnici političkih stranaka, promovišu dijalog bez nadvikivanja i upadanja u reč, omogućavaju značajne rejtinge i, posledično, imaju bitan uticaj na izbornu odluku. Tezu o značajnom uticaju na izbornu odluku treba razumeti kroz uticaj televizije kao najuticajnijeg medija u političkoj komunikaciji i posebno u Srbiji gde su zadržani visoki (prosečni) procenti dnevnog zadržavanja i vitalnost TV na tržištu oglašavanja (u proseku, više od polovine medijskog tržišta odlazi na TV). Srbija je godinama u vrhu po gledanosti TV programa, gledanost TV programa je najčešće veća od pet sati, a od 2003. do 2008. godine gledanost je bila manja od pet sati dnevno, ali nikada nije pala ispod četiri i po sata.¹² Debate se, takođe, emituju u udarnim terminima koji su veoma gledani na javnom servisu (podaci u nastavku). Međutim, TV debate u Srbiji posle 2012. godine treba razumeti i analizirati u specifičnom kontekstu i, shodno tome, određenim dodatnim specifičnostima i važnošću koje imaju. Dve odrednice konteksta su posebno važne za razumevanje uloge koju imaju TV debate. Prvi, stagnacija, pa potom nazadovanje u demokratskim standardima posle 2014. godine: Srbija je po nekim indeksima krhka ili manjkava demokratija, sa silaznim trendovima (Indeks demokrati-

Bojan Klačar, „Analiza okvira poruka u političkom oglašavanju na televiziji u kampanjama za parlamentarne izbore u Srbiji od 2000. do 2016. godine”, doktorska teza, Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, 2020.

Winfried Schulz, „Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept”, *European Journal of Communication*, 2004, 19: 1, pp. 87–101.

- ¹¹ Ovde se misli na standarde koje je uspostavila Američka komisija za predsedničke debate (*The Commission on Presidential Debates, CPD*), koja je osnovana 1987. godine s ciljem sponzorstva i produkcije predsedničkih i potpredsedničkih debata u Americi, kao i sprovođenja istraživačkih i edukativnih aktivnosti u vezi s debatama.
- ¹² Ipsos Strategic Marketing, *Analiza medijskog tržišta u Srbiji*, Beograd (dostupno preko <https://www.rem.rs/uploads/files/izvestaji%20o%20nadzoru/Analiza%20medijskog%20trzista%20u%20Srbiji%20IPSOS%20avgust%202015.pdf>), 2015; Danko Kardović, *TV u 2020. Summa Summarum*, Direct Media United Solutions, Beograd, januar 2021.

je EIU¹³, odnosno Bertelsmanov indeks transformacije¹⁴), dok je, po Freedom hausu (*Freedom House*), posle 2019. godine Srbija postala „delimično slobodna” ili hibridni (mešoviti) režim¹⁵, a po V-Dem institutu iz Geteborga, Srbija je jedna od 10 zemalja s najvećim padom u demokratskim standardima.¹⁶ Drugi element važan u razumevanju značaja debata jesu medijske slobode i medijski pluralizam koji su, takođe, u padu posle 2014. godine, i pad se posebno reflektuje u velikoj pristrasnosti medija bliskih Vladi Srbije i snažnom uticaju državnih ili paradržavnih resursa na njihov rad, pritiscima na novinare i polarizaciji (političkoj i medijskoj) dva najsnažnija medijska igrača na tržištu (Telekom Srbija i Junajted medija), koja i distribuiraju i proizvode sadržaj. Sumirajući zašto su TV debate važne u kontekstu Srbije posle 2012. godine, mogu se izdvojiti četiri najvažnija razloga:

- 1) Debate su važne za birače u Srbiji jer je debatnih formata veoma malo i teško se gradi kultura političkog dijaloga, pa su formati koji se bave prioritetima građana značajni za izbornu odluku;
- 2) Struktura populacije, u kojoj je za publiku stariju od 50 godina i koja iznadprosečno participira na izborima TV ubedljivo najuticajnije medij političke komunikacije;
- 3) Debate su uglavnom deo programske šeme RTS kao javnog servisa koji sve vreme od 2012. godine drži prvo mesto u gledanosti na totalu i ujedno je medij od najvećeg poverenja;
- 4) U polarizovanoj atmosferi i medijskom okruženju, uz izraženu pristrasnost mejnstrim medija zvaničnim vladinim politikama, debate su esencijalno važne za demokratske procese i davanje jednakih šansi opoziciji u odnosu na predstavnike vladajuće koalicije.

Debate u Srbiji treba analizirati i u širem medijskom kontekstu jer su mediji i ponašanje medija u eri višestranačja jedan od prioriternih problema i razlog zbog čega izbori u najvećem broju izbornih ciklusa nisu bili poštteni,

¹³ Economist Intelligence Unit (EIU), *Democracy Index 2022*. Available from <https://www.eiu.com/n/campaigns/democracy-index-2022/> (Accessed July 31, 2023).

¹⁴ Bertelsmann’s Transformation Index, *BTI 2022 Country Report – Serbia*. Available from https://bti-project.org/fileadmin/api/content/en/downloads/reports/country_report_2022_SRB.pdf (Accessed July 31, 2023).

¹⁵ Freedom House, *Freedom in the World – Serbia*. Available from <https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2022>; *Nations in Transit – Serbia*. Available from <https://freedomhouse.org/country/serbia/nations-transit/2022> (Accessed July 31, 2023).

¹⁶ V-Dem institute, *Democracy Report 2022 – Autocratization Changing Nature?*, Available from https://v-dem.net/media/publications/dr_2022.pdf (Accessed July 31, 2023).

nitni su izborni učesnici imali jednake medijske uslove. Pojedini autori ističu da „tokom 12 izbornih ciklusa za republički parlament i 11 izbora za predsednika Republike, najuticajniji mediji nikada nisu funkcionisali u korist birača, obezbeđujući im adekvatne informacije neophodne za slobodan politički izbor”.¹⁷ Sasvim je razumljiva onda velika pažnja koju ima RTS kao godinama najuticajniji medij TV političke komunikacije, i debate koje oni organizuju i emituju.

Dakle, osnovno istraživačko pitanje u ovom radu jeste da li su debate podstakle politički dijalog i ponudile kredibilnu platformu za jednak politički tretman u kontekstu okruženja u kojem je politička konkurencija neujednačena – prava opozicija postoji i nema sistematskih opstrukcija za njen rad i učešće na izborima, ali je dominacija vladajućih stranaka u pogledu resursa i mogućnosti da utiču na dezintegrišuće procese u opoziciji dovela do nejednako tretmana i nepoštene političke konkurencije.

METODOLOŠKI PRISTUP

Istraživanje će obuhvatiti debate „Reč na reč”, koje se od 2012. godine emituju na javnom medijskom servisu (RTS). Obuhvatiće samo debate emitovane u sklopu nacionalnih kampanja, za narodne poslanike i predsednika Republike Srbije. Autor je odabrao ove debate jer one jedine mogu da ispune većinu kriterijuma važnih za debatni sadržaj: da su tematske i koncipirane kao predstavljanje političkih pozicija stranaka i kandidata, s rigidnom moderacijom i striktno vođenim vremenom.

Kao metoda je korišćena analiza sadržaja i komparativna metoda. Metodologija obuhvata sledeće elemente u analizi: tematski okvir, ravnopravnost učesnika, uticaj (studija slučaja 2022. godine), razlike između parlamentarnih i predsedničkih debata i uloga debata u širem medijskom okruženju (da li su debate podstakle promene u medijskom okruženju i/ili dovele do unapređenja).

¹⁷ Jovanka Matić i Snježana Milivojević, „Tri decenije izborne komunikacije”, u Milan Jovanović i Dušan Vučićević (ur.), *Kako, koga i zašto smo birali, Izbori u Srbiji 1990–2020. godine*, Službeni glasnik, Institut za političke studije i Fakultet političkih nauka, 2020, Beograd, str. 347.

DEBATE „REČ NA REČ” U SRBIJI

Različitih debatnih formata je u Srbiji bilo još od početka višestranačja 1990. godine, kao i predsedničkih duela od predsedničke kampanje 1997. godine, ali je tek 2012. godine uveden strukturiran, tematski i vremenski omeđen format, pripremljen u skladu sa principima američkih TV debata i primenjiv za sve nivoe izbora, od nacionalnih do lokalnih. RTS i CeSID, kao utemeljitelji ovih debata, do sada su organizovali nekoliko desetina debata, kako izbornih (koje su predmet ovoga rada) tako i neizbornih, koje su se bavile krupnim nacionalnim i regionalnim politikama. Najveći broj organizovanih debata je bio studijski tip, s moderatorom, ali su neke nacionalne, regionalne, kao i neke beogradske debate organizovane van studija, u državnim ili gradskim prostorima i uz učešće publike koja je mogla da postavi pitanja (*town hall style*).

Ukupno su organizovane 22 izborne debate na nacionalnom nivou – 21 parlamentarna debata uoči izbora 2012, 2014, 2016, 2020. i 2022. godine i jedna predsednička uoči drugog kruga predsedničkih izbora 2012. godine. Od 2012. do 2016. godine je važio princip da učestvuju samo stranke s parlamentarnim statusom, dok je naknadno promenjeno – na pritisak vanparlamentarnih stranaka – da u debatama učestvuju sve relevantne političke stranke i organizacije. Osam debata je organizovano uoči parlamentarnih izbora 2022. godine, što je najveći broj debata organizovan u jednom izbornom ciklusu.

R. broj	Datum	Nivo izbora	Učesnici	Vrsta debate i tematski okvir
1.	19/04/2012	Parlamentarna debata (3 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	<p>Sedam parlamentarnih lista: DS (S. Homen), SNS (M. Đurić), LDP (B. Đurić), SRS (A. Martinović), DSS (M. Radović), URS (Z. Stanković) i SPS (M. Krkobabić).</p>	<p>Moderator, u studiju (bez publike). Tri teme: stranke i stranački život, zdravlje, borba protiv korupcije.</p>
2.	26/04/2012	Parlamentarna debata (3 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	<p>Sedam parlamentarnih lista: DS (B. Đelić), SRS (I. Ninić), URS (V. Senić), LDP (I. Andrić), SNS (J. Tabaković), DSS (N. Popović) i SPS (D. Bajatović).</p>	<p>Moderator, u studiju (bez publike). Ekonomika debata (privreda, smanjenje nezaposlenosti i javni dug).</p>
3.	03/05/2012	Parlamentarna debata (3 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	<p>Sedam parlamentarnih lista: DS (B. Stefanović), SRS (N. Šarović), URS (S. Grubješić), LDP (B. Đurić), SNS (J. Joksimović), DSS (S. Samardžić) i SPS (S. Đukić Dejanović).</p>	<p>Moderator, u studiju (bez publike). Evropske integracije, Kosovo i životni standard.</p>
4.	16/05/2012	Predsednička debata	<p>Dva predsednička kandidata: B. Tadić (DS) i T. Nikolić (SNS)</p>	<p>Moderator, u studiju (bez publike). Osam tematskih blokova: spoljna politika, Kosovo, ekonomija, razvoj institucija, borba protiv korupcije, bezbednost, socijalna politika, obrazovanje i EU.</p>

5.	21/02/2014	Parlamentarna debata (3 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Sedam parlamentarnih lista: DS (V. Todorić), NDS (S. Homen), DSS (M. Milutinović), LDP (N. Milić), SNS (N. Selaković) , URS (V. Petrović) i SPS (N. Jovanović) .	Moderator, u studiju (bez publike). Pravosuđe, borba protiv korupcije i borba protiv kriminala.
6.	28/02/2014, Niš	Parlamentarna debata (3 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Sedam parlamentarnih lista: DSS (M. Vojnić Marković), URS (S. Stojanović Plavšić) , NDS (Lj. Radević), DS (D. Milišavljević), SNS (Z. Lončar) , SPS (Z. Radovanović) i LDP (S. Pešić).	Moderator, pitanja moderatora i pitanja publike. Zdravstvo, Zakon o radu i oporezivanje viših plata u javnom sektoru.
7.	07/03/2014, Novi Sad	Parlamentarna debata (3 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Sedam parlamentarnih lista: DSS (M. Aligrudić), URS (S. Grubješić) , DS (N. Vučković), NDS (N. Stojadinović), SNS (M. Đurić) , LDP (I. Andrić) i SPS (D. Bajatović) .	Moderator, pitanja moderatora i pitanja publike. Kosovo, spoljna politika i evropske integracije.
8.	13/03/2014	Parlamentarna debata (3 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Sedam parlamentarnih lista: DSS (N. Popović), URS (V. Vasić) , NDS (G. Radosavljević), DS (D. Nikezić), LDP (B. Đurić), SNS (J. Joksimović) i SPS (D. Bajatović) .	Moderator, u studiju (bez publike). Ekonomska debata (zaduživanje, uvoz/izvoz, nezaposlenost).
9.	19/04/2016	Parlamentarna debata (1 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Pet izbornih lista: SNS (M. Jovanov) , DS (V. Pavićević), DSS/Dveri (S. Rašković Ivić), LS (B. Stefanović) i NS (M. Parović).	Moderator, u studiju (bez publike). Evropska unija, poljoprivreda, natalitet.

10.	20/04/2016	Parlamentarna debata (1 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	Pet izbornih lista: SPS (Ž. Obradović) , SRS (N. Šarović), LDP (Č. Jovanović), Zaveznici (M. Đurđević, Stamenkovski) i DJB (A. Stevanović)	Moderator, u studiju (bez publike). Evropska unija, poljoprivreda, natalitet.
11.	21/04/2016	Parlamentarna debata (3 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	Sedam izbornih lista: SNS (A. Martinović) , DS (B. Pajtić), SPS (D. Bajatović) , DSS/ Dveri (B. Obradović), SRS (N. Šarović), SDS (B. Tadić) i DJB (S. Radulović)	Moderator, u studiju (bez publike). Bezbednost i migrantska kriza, nezaposlenost, odnosi u regionu.
12.	28/05/2020	Parlamentarna debata (2 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	Šest izbornih lista: SPS (S. Đukić Dejanović) , SRS (A. Šešelj), SVM (E. Kovač) , UDES (B. Đurić), DSS (I. Matović) i ZS (M. Stamatović).	Moderator, u studiju (bez publike). Posledice pandemije.
13.	10/06/2020	Parlamentarna debata (šest predstavnika opozicije, niko od predstavnika vlasti)	Šest izbornih lista: POKS (M. Čikiriz), UDES (G. Čomić), DSS (M. Jovanović), 1 od 5 miliona (V. Reković), NS (A. Movsesijan) i LDP (Č. Jovanović).	Moderator, u studiju (bez publike). Ekonomija, pandemija, spoljna politika, odnosi u regionu i odnosi s Kosovom.
14.	11/06/2020	Parlamentarna debata (2 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	Šest izbornih lista: SNS (V. Orlić) , SPS (D. Bajatović) , SPAS (A. Šapčić), SRS (A. Šešelj), PSG (P. Grbović) i DJB (S. Radulović).	Moderator, u studiju (bez publike). Zapošljavanje, javna preduzeća, spoljna politika i odnosi s Kosovom.
15.	22/02/2022	Parlamentarna debata (2 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	Četiri izborne liste: SRS (A. Šešelj), SSP (D. Nikezić), SPS (D. Bajatović) i SNS (S. Mali) .	Moderator, u studiju (bez publike). Inflacija, privreda i pomoć građanima posle pandemije.

16.	01/03/2022	Parlamentarna debata (2 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Šest izbornih lista: DJB (S. Radulović), Zavetnici (M. Đurđević Stamenkovski), DSS (M. Jovanović), DS (Z. Lutovac), SPS (S. Paunović) i SNS (V. Đukanović) .	Moderator, u studiju (bez publike). Spoljna politika, neutralnosti i odnosi s NATO-m.
17.	08/03/2022	Parlamentarna debata (2 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Šest izbornih lista: DJB (H. Adrović), Dveri (B. Obradović), NDBG (B. Đorđević), SVM (E. Kovač) , SNS (D. Kisić Tepavčević) i SPS (S. Đukić Dejanović) .	Moderator, u studiju (bez publike). Rodna ravnopravnost i natalitet.
18.	15/03/2022	Parlamentarna debata (2 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Šest izbornih lista: SPP (E. Numanović), DS (D. Rakić), SRS (M. Ristić), NS (A. Movsesijan), SPS (V. Đukić) i SNS (D. Grujić) .	Moderator, u studiju (bez publike). Zdravstvo, odlazak medicinskih radnika.
19.	22/03/2022	Parlamentarna debata (2 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Šest izbornih lista: ZS (M. Stamatović), NS (M. Aleksić), Moramo (Đ. Miketić), Dveri (B. Obradović), SPS (D. Bajatović) i SNS (V. Orlić) .	Moderator, u Domu Narodne skupštine (bez publike). Litijum.
20.	24/03/2022	Parlamentarna debata (2 predstavnik vlasti i 4 predstavnik opozicije)	Šest izbornih lista: DSS (M. Jovanović), UZPS (S. Ristić), Zavetnici (M. Đurđević Stamenkovski), SRS (A. Šešelj), SPS (V. Odalović) i SNS (I. Simić) .	Moderator, u Domu Narodne skupštine (bez publike). Rat u Ukrajini, odnosi s Kosovom i Zajednica srpskih opština.

21.	29/03/2022	Parlamentarna debata (2 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	Šest izbornih lista: DJB (S. Radulović), UZPS (D. Đilas), SDS (B. Tadić), Dveri (B. Obradović), SPS (D. Bajatović) i SNS (V. Orlić) .	Moderator, u Domu Narodne skupštine (bez publike). Nafta, hrana i inflacija.
22.	31/03/2022	Parlamentarna debata (2 predstavnika vlasti i 4 predstavnika opozicije)	Šest izbornih lista: Zavetnici (M. Đurđević Stamenkovski), UZPS (M. Tepić), DSS (M. Jovanović), Moramo (N. Zelenović), SPS (Đ. Milićević) i SNS (G. Vesić) .	Moderator, u Domu Narodne skupštine (bez publike). EU, odnosi s Kinom, SAD i Rusijom.

Tabela 1. Parlamentarne i predsjedničke debate „Reč na reč” u Srbiji u periodu 2012–2022 (izvor: autor i www.rts.rs)

* Boldovano su označeni predstavnici vlasti.

Skoro sve debate su bile parlamentarne (21), a samo jedna predsednička, ona od 16. maja 2012. godine kada su uoči drugog kruga debatovali T. Nikolić i B. Tadić. Drugim rečima, za deset godina je Srbija imala samo jednu kandidatsku debatu i to jeste, premda legalno, demokratski deficit. Najveći broj debata je organizovan uoči izbora 2022. (ukupno osam) i to je posledica brojnih sastanaka i okruglih stolova koji su organizovani s ciljem unapređenja izbornih uslova. U prethodna četiri ciklusa (2012–2020) ukupno je organizovano u proseku između tri ili četiri debate.

Iznad su izlistani važni detalji u vezi sa 22 izborne debate „Reč na reč” i o tim nalazima će autor diskutovati u nastavku teksta, s ciljem da istraži da li su debate podstakle politički dijalog i ponudile kredibilnu platformu za jednak politički tretman u kontekstu okruženja u kojem je politička konkurencija nejednako predstavljena u medijima.

RAVNOPRAVNI U NERAVNOPRAVNOM MEDIJSKOM OKRUŽENJU

U ovom delu autor će se zadržati samo na parlamentarnim debatama, budući da naredno poglavlje govori o deficitima u organizaciji predsedničkih debata. Ključno istraživačko pitanje ovde jeste koliko su debate „Reč na reč” omogućile uslove za ravnopravnom debatom između predstavnika vlasti i opozicije. Uzorak za analizu su 21 parlamentarna debata u periodu između 2012. i 2022. godine, a kategorije koje su uzete u obzir su: broj učesnika u debatama, zastupljenost predstavnika vlasti i opozicije, zastupljenost lidera stranaka (čime bi debate dobile na dodatnom kredibilitetu), zastupljenost političkih stranaka, tematski okvir i njegova relevantnost u odnosu na dati kontekst i očekivanja opozicione javnosti.

U 21 različitoj debati na parlamentarnom nivou učestvovalo je ukupno 130 političara (predstavnika stranaka). Principi organizovanja ovih debata podrazumevaju da organizatori pozivaju političke stranke, a da konkretna imena delegiraju same stranke. Od 130 političara njih 46, ili 35%, su bili članovi vladajuće stranke, dok je 84 političara, ili 65%, pripadalo nekoj (tada) opozicionoj stranci. Vladajuće stranke su bile DS, URS, PUPS i SPS (uoči izbora 2012), odnosno SNS, SPS i SVM od 2014. do 2022. godine. Samo je SPS bila uvek vladajuća stranka u ovom periodu pa su imali najviše debatera: ukupno 19, što je za jedan više od drugoplasiranog SNS (18). DSS (danas Novi DSS) je na trećem mestu sa 12 učesnika, DS na četvrtom sa 11, a potom slede LDP (devet), SRS (osam) i SDS (nekada NDS u kampanji 2014) sa šest učesnika. Iz vlasti je u 10 debata bilo po dva učesnika i u osam po tri učesnika (kada su bila četiri predstavnika opozicije). U samo jednoj debati vlast nije imala predstavnika. Takođe, nikada se nije desilo da vlast ima više predstavnika nego opozicija. Iako se radilo o debatama na najgledanijoj televiziji i u udarnom terminu

(*prime time*), vodeće stranke nikada nisu delegirale lidere koji su tada bili i predstavnici vlasti (Tadić, Dinkić, Dačić, Vučić). Ni opozicija najčešće nije slala lidere, pa je tako ukupno 28 političara uzelo učešća u ovim debatama a da su istovremeno bili i stranački lideri. Tu se najviše ističu Miloš Jovanović i Milica Stamenkovski Đurđević, koji su učestvovali u po četiri debate.

Tematski okvir je obuhvatao relativno uzak krug tema. Na vrhu se nalazi spoljna politika, koja je na različite načine bila prisutna u 10 debata, a realno je taj broj i veći pošto je EU kao tema bila zastupljena u još pet debata. Ekonomija, privreda i regulatorni okvir za privredu se nalazi na drugom mestu (u devet debata), dok se pitanja životnog standarda, nezaposlenosti i cena nalaze na trećem mestu (u osam debata). U šest debata se razgovaralo o Kosovu, u pet o EU i u četiri o zdravstvu. O korupciji i borbi protiv kriminala se debatovalo ukupno tri puta, a o strankama i unutrašnjem političkom životu, kao i pravosuđu se debatovalo samo jednom i to 2012. godine. Važna je napomena da se ovde kao kriterijum uzimao tematski okvir predložen unapred, a učesnici debata su nalazili načine da otvaraju različite teme i koje nisu bile formalno na agendi.

Diskusija o ovim rezultatima pokazuje da su se organizatori debata držali balansirano pristupa koji je najčešće uključivao barem dva predstavnika vlasti (stožerna stranka i manji koalicioni partneri) i većinsku, ali programski raznorodnu opoziciju – od desnog do levog spektra. Nedostatak je što je, napuštanjem principa da učestvuju samo parlamentarne stranke (posle 2014), gotovo nemoguće naći način kako koherentno odabrati učesnike zbog izražene fragmentacije u stranačkom sistemu. Ta nekoherentnost se „oseća” u debatama i time vladajuće stranke imaju prednost u doslednosti i konzistentnosti poruka jer učestvuju u skoro svim debatama, dok se sve ostale stranke u određenoj meri rotiraju. Iako postoji čist način za odabir učesnika, shodno podršci koju imaju u istraživanjima javnog mnjenja, taj princip se nije koristio zbog nepoverenja stranaka u istraživače i njihove projekcije. Drugo, fragmentacija političkog života utiče na pravljenje kompromisa kod organizatora u broju učesnika. Iskustva moderatora debata Zorana Stanojevića jasno pokazuju da bi debate sa četiri učesnika imale više smisla, ali, zbog nezadovoljstva iz moguće potpredstavljenosti nekih stranaka, organizatori su često birali modele sa šest ili sedam učesnika. Takvi modeli su manje atraktivni, monotoniji su, moderator teže upravlja s većim brojem ljudi, što posledično utiče na doseg i uticaj debata. Debate nisu privukle ključne lidere u tom trenutku, što je procena samih stranaka, a ne zasluga organizatora. Međutim, važni stranački ljudi su uvek bili prisutni u debatama i pokazalo se kao pravilo da veći nivo učesnika znači veći kvalitet debate i donosi veću gledanost/uticaj (konkretni podaci su u nastavku, u studiji slučaja). Ovaj format debata je ostao dosledan rigidnom formatu, što je bila jedna od najvećih zamerki opozicije posle 2016. godine, i koji odgovara više onima koji brane svoju poziciju jer opoziciji sužava prostor da se bavi i pitanjima van agende. Ipak, pravila se nisu menjala od početka i kao takva su poznata svima i svima su jednaka.

Na kraju, kada je reč o tematskom okviru, tu su zamerke kritičara opravdanije jer su teme, iako suštinski važne, zaobilazile pitanja unutrašnje politike i stranačkog života, ljudskih prava i borbe protiv korupcije. Organizatori su teme skoro po pravilu birali shodno tome šta su glavni prioriteti građana, gde su dominirali ekonomski i socijalno-ekonomski aspekti, kao i pitanje Kosova i članstva u EU. U debatama je spoljna politika bila najviše zastupljena i to nije bez osnova imajući u vidu spoljnopolitički kontekst i poziciju Srbije (plus je dodatno generisan ukrajinskim ratom), ali se čini da je postojao prostor za većim sadržajem iz unutrašnje politike. Unutrašnja politika je potencijalno snažniji teren za opoziciju, posebno senzitivne teme poput afera, borbe protiv korupcije i slično, dok je spoljna politika polje u kome su podele između stranaka manje vidljive.

Ocene da su debate samo fasada i fingiranje dijaloga, dakle, teško mogu da prođu uvide iz analize ovih debata jer vlast nije bila favorizovana ni u broju učesnika ni u privilegovanoj poziciji. Limiti su vidljivi u druga dva segmenta, od kojih je jedan povezan sa samim debatama i organizatorima, a drugi je van njihovog dometa i odgovornost je opozicije. Tematski okvir olakšava nastupe vladajuće koalicije u meri da lakše mogu da odbrane svoju poziciju kod manje kontroverznih, premda i dalje suštinski važnih tema. Tekuće teme iz unutrašnje politike i stranačkog života mogle bi da nađu snažniju refleksiju u debatama. Drugo, fragmentacija opozicije smanjuje njihov kontinuiraniji i konzistentniji nastup, budući da se opozicija mora da rotira (i organizacijski i ljudski), kao i da su njihove pozicije drugačije i neretko usitnjene do nivoa da građani ne mogu da prepoznaju razlike. Ukрупnjavanje opozicije bi ove debate učinilo kvalitetnijom platformom za dijalog, a opoziciju snažnijim i kompetentnijim akterom.

Ono gde se prepoznaje suštinski problem nisu same debate već činjenica da debate nisu praćene drugim kvalitetnim sadržajima, niti medijskim okruženjem koje podstiče ravnopravnost izbornih učesnika. Tako posmatrač i izbora 2022. godine navode da je „medijska scena polarizovana, a različitost stavova ograničena uskim dometima medija koji nisu blisko povezani sa vladajućim strankama“, kao i da „uticajni privatni TV kanali sa nacionalnom frekvencijom podržavaju politike vlade, što utiče na agendu javne diskusije i narušava nadzornu ulogu medija”.¹⁸ I u izveštaju iz 2020. godine nije bitno drugačije jer se notira da je „medijsko okruženje nazadovalo tokom poslednjih godina, a raznolikost stavova u medijima je ograničena” i da „nekoliko privatnih medijskih kuća sa alternativnim i kritičkim stavovima ne predsta-

¹⁸ Kancelarija OEBS-a za demokratske institucije i ljudska prava (KDILJP), *Predsednički i vanredni parlamentarni izbori 3. april 2022. Konačni izveštaj*, Varšava, 2022, str. 20.

vljaju efikasnu protivtežu zbog ograničene pokrivenosti”.¹⁹ U takvom okruženju debate ne mogu da budu generator promena, niti presudan faktor za informisanu izbornu odluku bez obzira na njihov nemali uticaj. Istovremeno, očekivanja javnosti, a posebno opozicije su velika jer se radi i o uticajnom mediju i formatu, pa su debate postale mesto i opravdanih i manje opravdanih kritika.

DEFICIT PREDSEDNIČKIH DEBATA

Demokratski deficit u predsedničkim kampanjama jeste izostanak debata predsedničkih kandidata u prvom krugu bez obzira što javni servis nema formalnu obavezu da to učini (ta obaveza postoji za drugi krug), niti što takve prakse nije bilo ni pre 2012. godine. Drugi razlog, budući da nema pravne obaveze, jeste sama odluka aktuelnog predsednika Srbije Aleksandra Vučića da ne podstiče ili promovise učešće u takvim debatama (na nekoj komercijalnoj televiziji, na primer) jer to nije u njegovom političkom interesu. Taj politički interes nije, kako se to često navodi, „strah od susreta sa političkom konkurencijom” nego njegova procena da bi na taj način legitimizovao konkurenciju kao svoje najveće protivnike, što je u nesaglasju s njegovim nastupima nedodirljivog kandidata i sigurnog pobednika u prvom krugu. Posle 2012. godine su, dakle, održana dva predsednička ciklusa (2017. i 2022. godine) i u oba je vodeći kandidat osvojio više od polovine glasova. Izostanak debata u prvom krugu utiče na kvalitet medijske prezentacije predsedničkih kampanja jer građani ostaju uskraćeni za jedini format u kome su se direktno mogli sučeliti političke pozicije predsedničkih kandidata. Suočavanje drugačijih političkih pozicija, s jednakim vremenom i na ključne prioritete građana, neretko je važan preduslov za informisanu izbornu odluku.

U periodu koji obuhvata ova analiza organizovana je samo jedna predsednička debata i to ona između tada aktuelnog predsednika Tadića i izazivača Nikolića i to 16. maja 2012. godine. Važno za razumevanje ove debate jeste činjenica da je Nikolićev SNS na parlamentarnim izborima 6. maja, iako pobednik, ostvario lošiji rezultat od projektovanog i da je njemu (Nikoliću) ova debata bila od suštinske važnosti. Po ocenama stručne javnosti koja je organizovala ovu debatu, Nikolić se u ovoj debati dobro snašao (ankete su išle u prilog Tadiću), što je mogao da bude važan dodatak drugim strateškim odlukama (posebno je važna odluka o povlačenju s mesta predsednika SNS) između dva kruga koje su mu na kraju, 20. maja, u drugom krugu i obezbedile trijumf nad Tadićem. Debatu su organizovali RTS i CeSID i emitovana je uživo

¹⁹ Kancelarija OEBS-a za demokratske institucije i ljudska prava (KDILJP), *Parlamentarni izbori 21. jun 2020. Konačni izveštaj*, Varšava, 2020, str. 16–17.

s početkom u 20 časova na Prvom programu javnog servisa. Emitovanju je prethodilo potpisivanje usaglašenog protokola o debati. Teme koje su bile na agendi su: spoljna politika i Kosovo, ekonomija, razvoj institucija, borba protiv korupcije, bezbednost, socijalna politika, obrazovanje i EU.

UTICAJ DEBATA: STUDIJA SLUČAJA 2022. GODINE

O uticaju TV debata se često govori u političkoj javnosti (nastupi predstavnika vlasti i opozicije) i među ekspertima (izveštaji domaćih i međunarodnih posmatrača), pa deo javnosti smatra da uticaj nije veliki zbog rigidnog i „monotonog“ formata, a drugi deo je sklon precenjivanju. Te ocene su zavisne od pozicije s koje nastupaju, pa je nezadovoljstvo predstavnika opozicije uglavnom veće. Istina je da ove debate imaju bitan uticaj shodno rejtinzima koje imaju i da su odlična platforma za sve izborne učesnike i u tom pravcu se može navesti nekoliko razloga. Najpre, RTS je najuticajniji medij političke komunikacije, odnosno medij koji je godinama najgledanija televizija.²⁰ Drugo, debate se emituju u udarnom terminu (*prime time*), čime se obezbeđuje doseg, odnosno gledanost (o čemu će više reći biti u nastavku). Treće, RTS se u debatama, kroz jasnu moderaciju, postavlja neutralno i distancirano prema učesnicima, čime se ostavlja autonoman prostor za sve intervencije predstavnika političkih stranaka. I četvrto, ovakav format debata je dostupan samo u debatama „Reč na reč“, jer formati na komercijalnim televizijama izgledaju drugačije i retko su u prilici da okupe na jednom mestu sve relevantne aktere (predstavnici vlasti ne idu na određene antivladine medije, dok predstavnici opozicije ne idu na vladi bliske medije).

Na primeru izbora iz 2022. godine autor pokazuje uticaj debata „Reč na reč“ kroz doseg, odnosno gledanost. Osnovna teza autora jeste da ove debate u startu mogu da računaju na relativno visoku gledanost, ali da bolji rejtinzi direktno zavise od izbora govornika i njihovog nastupa i delimično tajminga za odabir teme. Ovo je značajnije za opoziciju nego vlast, jer vlast svakako ima daleko više mejnstrim kanala putem kojih može da komunicira sa svojim biračima. U *Tabeli 2* su izlistani rejtinzi, učešće u gledanosti (*Share*) i doseg (*Reach*) svih osam debata u 2022. godini na total populaciji.²¹ Od osam emi-

²⁰ Radio-televizija Srbije, *Decenija televizijske dominacije: RTS najgledaniji i u 2020. godini*, RTS, Beograd, 30.12.2020, dostupno preko <https://www.rts.rs/rts/rts-predstavlja/najnovije/4206121/decenija-televizijske-dominacije-rts-najgledaniji-i-u-2020-godini.html>

²¹ Rejting je prosečan broj ili procenat populacije koji gleda određeni program u određenom intervalu. Učešće, odnosno šer (*Share*) je udeo u gledanosti određenog

tovanih debata, njih četiri su imale doseg veći od 800.000 na total populaciji. Najveći doseg među njima je imala debata od 1. marta, koju je gledalo skoro milion ljudi i u kojoj je bilo šest učesnika, među kojima čak četiri stranačka lidera (lideri Zavetnika, DS, DSS i DJB). Druga debata po uticaju je ona emitovana 15. marta, koja se bavila zdravstvom i odlascima medicinskih radnika, što je očito prepoznato kao tema od javnog značaja (dobra procena tajmin-ga). Debata od 22. februara, iako nije bila liderska, imala je takođe visok profil učesnika (Mali, Nikezić, A. Šešelj i Bajatović) i dodatno dobro upoznatih sa ekonomijom, što je bila centralna tema te debate. Na kraju, treću debatu iz ovog ciklusa (8. mart) gledalo je 875.000 ljudi, bavila se ženama i rodnom ravnopravnošću i imala relevantne učesnice, državno ili stranački dobro upoznate sa ovom temom. Na petom mestu, sa 794.000 gledalaca, je debata od 29. marta, u kojoj su učestvovali visokopozicionirani stranački lideri, s tim što je ova debata, iako peta po doseg, bila druga po udelu gledanosti sa 13,1%.

Debata	Rejting	Učešće (Share, SHR)	Doseg (Reach)
Druga debata (01.03)	7,3%	17%	988.000
Četvrta debata (15.03)	5,2%	12%	908.000
Prva debata (22.02)	5,9%	13,6%	893.000
Treća debata (08.03)	4,7%	11%	875.000
Sedma debata (29.03)	5,3%	13,1%	794.000
Osma debata (31.03)	5,0%	11,9%	751.000
Peta debata (22.03)	4%	9,4%	733.000
Šesta debata (24.03)	3,4%	8,3%	710.000

Tabela 2. Gledanost parlamentarnih debata „Reč na reč”
u Srbiji u kampanji 2022. godine
(izvor: Bojan Klačar i Emilija Orestijević, *Oko izbora 23*)²²

programa od onih koji gledaju TV u tom trenutku. Doseg je broj osoba koje su bile izložene određenoj poruci. Svi podaci se gledaju u odnosu na neku ciljnu grupu koja je u ovom slučaju total populacija.

²² Bojan Klačar i Emilija Orestijević, „CeSID i predizborna kampanja”, u Bojan Klačar (ur.), *Oko izbora 23*, CeSID, Beograd, 2022, str. 23.

ZAKLJUČAK

Analiza debata posle 2012. godine pokazala je da su debate imale limitirani uspeh u kreiranju podsticajnijeg medijskog okruženja i da jedan format, profesionalno pripremljen i na najuticajnijem mediju, ne može da bude zamena za redovan novinarski rad i redovno izveštavanje medija tokom kampanje. Nalazi ne podupiru tezu da se radi o demokratskoj fasadi ili imitaciji procesa budući da su svi važni elementi debatnog programa bili prisutni i u debatama „Reč na reč”. Nalazi iz istraživanja nisu pokazali da je ravnopravnost učesnika ugrožena, ali se pokazalo da tematski okvir ne otvara u dovoljnoj meri neka važna unutrašnja pitanja, iz oblasti političkih procesa i stranačkog života. Bez obzira što su debate česta i kontinuirana platforma za politički dijalog, premda periodično narušavan hipersenzivnim narativom i raspravom, one nisu mogle da preuzmu ulogu koju bi novinari morali da imaju u svom redovnom radu, niti su mogle da nadomeste neravnopravnost vidljivu na komercijalnim medijima. Dominacija vladajuće stranke u pogledu resursa, nepoštovanje propisa od strane komercijalnih medija i slabo i pasivno regulatorno telo dovode do nejednakog tretmana izbornih učesnika koji ne može da promeni relativno dobar i sadržajan debatni program. To pokazuje da u izbornom procesu, pa samim tim i u izornoj komunikaciji, pojedinačni pokušaji ne mogu da promene celinu već da se napredak uočava samo kada svi akteri (mediji, izborni učesnici, regulator) promovišu podsticajno i pluralističko medijsko okruženje.

BIBLIOGRAFIJA

- [1] Benoit L. William, *Political Election Debate – Informing Voters about Policy and Character*, Lexington Books, 2014.
- [2] Bertelsmann’s Transformation Index, *BTI 2022 Country Report – Serbia*. Available from https://bti-project.org/fileadmin/api/content/en/downloads/reports/country_report_2022_SRB.pdf (Accessed July 31, 2023).
- [3] Debates International. Available from <https://www.debatesinternational.org/> (Accessed July 31, 2023).
- [4] Economist Intelligence Unit (EIU), *Democracy Index 2022*. Available from <https://www.eiu.com/n/campaigns/democracy-index-2022/> (Accessed July 31, 2023).
- [5] Freedom House, *Freedom in the World – Serbia*. Available from <https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2022>; *Nations in Transit – Serbia*. Available from <https://freedomhouse.org/country/serbia/nations-transit/2022> (Accessed July 31, 2023).
- [6] Ipsos Strategic Marketing, *Analiza medijskog tržišta u Srbiji*, Beograd, 2015, dostupno preko <https://www.rem.rs/uploads/files/izvestaji%20o%20nadzoru/Analiza%20medijskog%20trzišta%20u%20Srbiji%20IPSO%20avgust%202015.pdf>

- [7] Kardović Danko, *TV u 2020. Summa Summarum*, Direct Media United Solutions, Beograd, januar 2021.
- [8] Kancelarija OEBS-a za demokratske institucije i ljudska prava (KDILJP), *Predsednički i vanredni parlamentarni izbori 3. april 2022. Konačni izveštaj*, Varšava, 2022.
- [9] Kancelarija OEBS-a za demokratske institucije i ljudska prava (KDILJP), *Parlamentarni izbori 21. jun 2020. Konačni izveštaj*, Varšava, 2020.
- [10] Klačar Bojan, „Zašto su važne izborne debate?“ u Bojan Klačar (ur.), *Priručnik za organizaciju izbornih TV debata*, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID), Beograd, 2017.
- [11] Klačar Bojan, „Analiza okvira poruka u političkom oglašavanju na televiziji u kampanjama za parlamentarne izbore u Srbiji od 2000. do 2016. godine“, doktorska teza, Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, 2020.
- [12] Klačar Bojan i Emilija Orestijević, „CeSID i predizborna kampanja“, u Bojan Klačar (ur.), *Oko izbora 23*, CeSID, Beograd, 2022.
- [13] Krstić Aleksandra, „TV dueli kandidata za predsednika Srbije od 2002. do 2012. godine“, u Milan Jovanović i Dušan Vučićević (ur.), *Kako, koga i zašto smo birali, Izbori u Srbiji 1990–2020. godine*, Službeni glasnik, Institut za političke studije i Fakultet političkih nauka, 2020, Beograd, 429–449.
- [14] Maier Jürgen & Thorsten Faas (2011), “‘Miniature Campaigns’ in Comparison: The German Televised Debates, 2002–09”, *German Politics*, 20(1): 75–91.
- [15] Patterson Miles L., Mary E. Churchill, Gary K. Burger & Jack L. Powell, “Verbal and nonverbal modality effects on impressions of political candidates: Analysis from the 1984 presidential debates”, *Communication Monographs*, 1992, 59, 231–242.
- [16] Radio-televizija Srbije, *Decenija televizijske dominacije: RTS najgledaniji i u 2020. godini*, RTS, Beograd, 30.12.2020, dostupno preko <https://www.rts.rs/rts/rts-predstavlja/najnovije/4206121/decenija-televizijske-dominacije-rts-najgledaniji-i-u-2020-godini.html>
- [17] Schulz Winfried, “Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept”, *European Journal of Communication*, 2004, 19: 1, 87–101
- [18] V-Dem institute, *Democracy Report 2022 – Autocratization Changing Nature?* Available from https://v-dem.net/media/publications/dr_2022.pdf (Accessed July 31, 2023).
- [19] Matic Jovanka i Snježana Milivojević, „Tri decenije izborne komunikacije“, u Milan Jovanović i Dušan Vučićević (ur.), *Kako, koga i zašto smo birali, Izbori u Srbiji 1990–2020. godine*, Službeni glasnik, Institut za političke studije i Fakultet političkih nauka, 2020, Beograd, 347–399.

Bojan Klačar

TV DEBATES IN SERBIA AFTER 2012: DEMOCRATIC 'FACADE' OR PLATFORM FOR DIALOGUE?

Abstract

The paper analyses whether TV debates after 2012 elections enhanced political dialogue and offered a credible platform for equal political treatment of political parties in the context of an unequal political competition and biased media (towards the ruling party). The subject of the paper is a detailed analysis of 22 'Word on Word' election debates in terms of their issue framework, equality of participants, influence (through a case study of the 2022 election), the difference between parliamentary and presidential debates and the role of debates in the wider media environment. The author examines whether the debates encouraged changes in the media environment and whether they led to the improvement of media environment. Specifically, the purpose was to determine whether these debates could provide a credible platform for political dialogue or whether they are a democratic 'façade', as described by a part of the critically oriented public. The analysis takes into account the context that the opposition exists and that there are no systematic obstructions to its work and participation in the elections. On the other hand, the dominance of the ruling parties in terms of resources and the ability to influence the disintegrating processes in the opposition has led to unequal treatment and unfair political competition.

Keywords:

elections, election campaigns, media, political parties, TV debates.