

Сања Јевтовић Чановић  
Министарство одбране Републике Србије

## МЕДИЈСКИ СИСТЕМ ШВЕДСКЕ: У КОРАК СА ЕКОНОМСКИМ И СОЦИЈАЛНИМ СТАНДАРДИМА

**Сажетак:** У раду је критички анализиран медијски систем Шведске у контексту социо-економских, друштвено-политичких и историјских прилика у овој нордијској земљи. Познато по социјалном и економском благодинању, баштините традицију слободе штампе загарантовану Уставом већ скоро два и по века, Шведска данас представља добар пример високог нивоа остварених медијских слобода у јавном комуницирању. Предмет анализе јесу нормативне основе у оквиру којих функционише медијски систем у овој скандинавској земљи, затим медијски комплекс у њему, као и најзначајнији аџенси који утичу на функционисање медијског система. Имајући у виду да Шведску, као ни остатак света, нису мимоишли процеси глобализације и дигитализације, сагледано је како се и на који начин ова земља суочава са новим изазовима.

**Кључне речи:** Шведска, медијски систем, нормативне основе, медијски комплекс, аџенси медијског система, глобализација, дигитализација.

## 1. Медијски систем – одређење појма

Са интензивирањем људске комуникације и техничко – технолошким претпоставкама које су довеле до усложњавања процеса размене информација и појаве медија масовног комуницирања половином 19. века, комуницирање је почело да се промишља са становишта опште теорије система. У том контексту, систем се одређује као „динамички, међузависни скуп елемената, који се налазе у развојној интеракцији“. (према: Милетић, 2014: 7). Сем унутрашње интеракције међу елементима, сваки систем је у интеракцији и са другим системима. Кроз призму наведене теорије, људски универзум могуће је посматрати као најшири, глобални систем унутар којег се налазе три подсистема: природни, социјални и технички. Наведени делови представљају подсистеме глобалног система, али уједно представљају и системе за своје структуралне елементе, тако да је одређење да ли је нешто систем или подсистем, како примећује Милетић - релативно. (Ибид.)

Појавом медија масовног комуницирања, због сложености самог процеса, масовним комуникацијама почињу да се баве организације. Посматрајући медије масовног комуницирања као *conditio sine qua non* модерног друштва, и имајући у виду чињеницу да се на њихове информације ослањају готово сви субјекти - од појединаца и институција до влада, није необично што Лоример каже да представљају „виталну карику у систему информисања, који обухвата све равни друштва и друштвене управе“. (Лоример, 1998: 63).

Као основне одреднице масовног комуницирања у литератури се најчешће наводе да је оно увек посредовано неким обликом технологије, нужно је јавно, организовано и институционализовано, што претпоставља да је под неким обликом друштвеног утицаја и контроле и коначно, постоји јасна подела улога између комуникационог центра и публике. У улози пошиљаоца, односно оног ко представља извор поруке, најчешће се појављују сложене организације, а у процес дистрибуирања садржаја до великог броја реципијената на више места, такође се укључују једна, или чешће - више организација.

У таквим околностима, комуницирање се дакле промишља у контексту теорије система, па је могуће пронаћи различите синтагме које се неретко употребљавају као синоними: медијски систем, информационо – комуникациони систем, систем масовног комуницирања, и др. Под *медијским системом* Милетић подразумева „нормативно одређен, динамички и међузависни сплет различитих друштвених субјеката (институција, организација, асоцијација), медијских организација са деловима (мас)медија у себи – тзв. медијски комплекс, и реципијената

медијских садржаја, чије је интеракцијско одредиште јавно комуницирање, у савремености највећим делом артикулисано у форми масовног комуницирања“. (Милетић, 2014: 8). Мирољуб Радојковић и Бранимир Стојковић *информационо – комуникациони систем* дефинишу као посебан систем веза и „органа“ којим протичу информације“ и који заправо представља „скуп посебних институција, канала, и активности помоћу којих групе специјалиста, на друштвеним нормама утемељен начин, информишу јавност о деловању појединаца, група, институција и организација. Његова сврха је омогућавање масовног приступа информацијама и транспарентност власти и других организација у друштву“. (Радојковић, Стојковић, 2004: 6). Слично, Врег сматра да информацијско – комуникацијски подсистем - иако релативно аутономан - никако није аутохтон и самосталан организам који функционише независно од других делова друштва, већ је у односу функционалне међузависности са другим подсистемима и омогућава информацијску повезаност друштва и свих његових делова. Појам информацијско – комуникацијског система „обухваћа цјелокупан комуникацијски процес са свим његовим елементима. Информацијско – комуникацијски подсистем представља све облике човјековог комуницирања – од интраперсоналног и интерперсоналног до масовног, од тисковног до електронског, од вербалног до визуалног и умјетничког комуницирања“. (Врег, 1975: 222,223).

Комуницирање се, како смо видели у наведеним одређењима, промишља као део ширег, социјалног система, подразумевајући да између њега и тог ширег система, као и њега и других делова система постоји интеракција и међузависност, те да је реч о организованој структури јер постоји наглашена улога одређених институција.

Једноставније речено, сваки медијски систем настаје у одређеном друштвено - историјском контексту, држави или другом организованом облику заједнице људи и опредељен је политичким, економским, технолошким и другим карактеристикама управо тог друштва у датом времену.

Као основни заједнички структурални елементи различитих медијских система најчешће се наводе *нормативне одреднице, груштивени субјекти* који имају највећи потенцијал да утичу на функционисање медијског система (агенси медијског система), продукциони подсистем односно *медијски комплекс, рецејцијски подсистем*, те *јавно комуницирање* које се остварује као интеракција између професионалних комуникатора и грађана (према: Милетић, 2014).

Један од најважнијих елемената према којем се одређује степен демократије у јавном комуницирању једног друштва у најширем смислу као слобода изражавања и слободног протока информација, свакако да представљају *нормативне одреднице* којима је регулисано његово

функционисање. С тим у вези, није неважно да ли у једном друштву преовлађују обичајне, законске или етичке норме на којима се заснива јавно комуницирање. Почеци савремене правне регулативе медијског система, утемељене на законским нормама сежу до 19. века, и дневног листа као првог медија масовног комуницирања са једне, и појаве масовног друштва са друге стране. Упоредо са експанзијом и других медија масовног комуницирања, развијао се и процес *регулације*, да би средином 20. века доживео кулминацију у готово свим државама како капиталистичког тако и социјалистичког друштвеног уређења. Премда је одређени степен законске регулативе јавног комуницирања неопходан, имајући у виду интерес државе али и јавности, са убрзаним развојем електронских медија, и нарочито појавом новог медија – компјутерске мреже, строг законски нормативизам показао се недовољним и неадекватним, те се крајем 20. века јавила потреба за претежним ослањањем на професионална правила изведена из етичких норми, односно за *саморегулацијом*. Правно регулисање јавног комуницирања засновано је на уставним одређењима, системским законима, прописима којима се регулишу друге области живота, те различитим подзаконским актима. Као допуна поменутом, појављују се етичке норме које настају у професионалним кодексима различитих субјеката јавног комуницирања. Међуоднос правних и етичких норми, доминација једних или других представља један од кључних критеријума за процену демократије у јавном комуницирању, слободе медија и карактера медијског система (Ибид.).

Под *ајенсима* односно елементима који одлучујуће утичу на медијски систем Радојковић и Стојковић подразумевају „друштвене институције и друштвене групе које захваљујући својој важности за систем као целину, или својој улози унутар информационо – комуникационог система – имају активну улогу у процесу друштвеног комуницирања“. (Радојковић, Стојковић, 2004: 47). Као најважнији агенси најчешће се наводе држава, политичке партије, различите груштвене групе, религијске организације, мањине и професионалне групе комуникатора.

Поделу медијских система начинили су 1956. године Сиберт, Петерсон и Шрам који, на основу улоге медија у друштву, разликују демократске - у оквиру којег препознају либерални (The Libertarien) и друштвено одговоран модел (The Social Responsibility model) и недемократске у оквиру којег су сврстали ауторитативни (The Authoritarian) и совјетски комунистички модел (The Soviet Communist Model). Наведену класификацију преузео је и француски теоретичар Клод Жан Бертран (Claude – Jean Bertrand). (према: Вељановски, 2012: 29).

Поменућемо и поделу медијских система коју су с почетка 2004. дали Денијел Халин и Паоло Манћини. Ови аутори, имајући у виду

развој медијског тржишта, политички паралелизам (political parallelism) у смислу односа између медија и политичких партија, затим развој новинарског професионализма, те степен и природу утицаја државе, медијске системе деле на три главна модела: медитерански или поларизован плуралистички модел (Polarized Pluralist Model), којем припадају системи Француске, Грчке, Италије, северно/централни европски или демократско корпоративни модел (Democratic Corporatist) – у које убраја Аустрију, Белгију, Данску, Финску, Немачку, Холандију, Норвешку, Шведску и Швајцарску и северно атлантски или либерални (Liberal Model), којем припадају Велика Британија, САД, Канада и Ирска. (према Hallin, Mancini, 2004).

Имајући у виду облик власништва, начин управљања, финансирања и контроле уређивачке политике, Милетић разликује *четири модела медијских организација*: партијско – државни, профитно-комерцијални, модел јавне службе и цивилни модел. Кад је реч о медијским системима, настојећи да избегне „идеолошки нормативизам“ на којем су засновани претходно приказани приступи, исти аутор разликује етатистички, тржишни, етатистичко-тржишни и друштвено цивилни модел. (према Милетић, 2014).

## 2. Шведска – географске, социо-демографске, економске и политичке карактеристике

Краљевина Шведска налази се у северној Европи на Скандинавском полуострву, са излазом на Балтичко море. Припада групи нордијских земаља међу којима су и Норвешка, Финска, Данска и Исланд, са којима дели историјску и друштвену повезаност. Према последњим подацима, у Шведској живи близу 10 милиона становника, што и не представља велики број имајући у виду да је према величини рангирана као трећа највећа држава у Европској унији. Најгушће су насељена подручја у југо-источном делу и градови. Око 85% становништва живи у урбаним деловима. Број становника Шведске у сталном је порасту, чему је највише допринео, посматрајући кроз историју, константан прилив досељеника. Према подацима из 2014. године, око 20% становника ове нордијске земље има досељеничко порекло. Најскорији досељеници су данас, као и широм Европе, избеглице из Сирије. Шведску карактерише умерена клима, а земља обилује брзим планинским рекама и чистим језерима.

Последњих година, у званично секуларној држави (од 2000. године), процењује се да већина становништва припада протестантској вероисповести – око 60%, премда се Шведска сврстава у земље са највећом при-

хватљивошћу атеизма. С тим у вези, региструје се пораст броја неодређених по питању вероисповести (близу 30%)<sup>1</sup>.

Службени језик је шведски али становници једнако добро познају и енглески језик.

Када се помиње новија историја Шведске, један од најважнијих података је тај да од почетка 19. века, дакле у претходних 200 година, ова земља није учествовала у ратовима, па се с правом тврди да данас максимално ужива у плодовима своје војне неутралности и дугогодишњег мира.

Богата природним ресурсима - дрвом, водама и рудом гвожђа, и обилно ослоњена на њих, са развијеном телекомуникационом, аутомобилском и фармацеутском индустријом, Шведска данас представља једну од водећих економија у свету. Успону привреде и економије, умногоме је допринела и отвореност Шведске након Другог светског рата за ангажман радника из различитих земаља (Финске, Немачке, Грчке, Италије, бивше Југославије), а који су правно и платежно третирани једнако као и сами Швеђани.

Јака економија, развијена привреда, напредан високо – технолошки сектор и квалификована радна снага обезбедили су Швеђанима све до данашњих дана висок стандард и социјалну политику на којој им завиде становници широм света. Са просечним животним веком од 82 године, према подацима из 2016. године, Шведска се убраја међу земље са најдужим животним веком становника. Систем социјалне заштите карактерише велика брига о најмлађима кроз обезбеђено место у вртићу за сву децу од 1. до 5. године, бесплатно школовање, књиге и осигуран дечији додатак. Сви становници Шведске имају добро организовано здравствено збрињавање. У пензију се одлази са 65 година живота. Систем образовања је подељен на три нивоа од 6. до 16. године, а након деветог разреда, 90% Швеђана наставља даље школовање. Средње и високо образовање се финансирају кроз порезе.

Процент писмених људи је близу 100% што ће рећи да неписмени у Шведској готово да не постоје. Величина улагања у научна истраживања двоструко је већа од просека.

Будући да је шведска управа организована на три нивоа – националном, регионалном и локалном, сваки ниво тежишно је оријентисан на одређене ресоре. Тако, тежишни задатак на регионалном нивоу је брига о здравству, док је на локалном нивоу акценат на предшколском и школском збрињавању, социјалним услугама и нези старијих особа.

Формално гледано, Шведска је уставна монархија, са парламентарним демократским начином управљања. Државу води Влада на челу са премијером, док краљ има протоколарну и симболичку улогу. Највиши

<sup>1</sup> [www.worldatlas.com/articles/religious-beliefs-in-sweden.html](http://www.worldatlas.com/articles/religious-beliefs-in-sweden.html)

правни акт Шведске је Устав. Највећи законодавни орган представља скупштина чијих 349 чланова изгласавају премијера који потом одређује министре. Избори су на 4 године, а право гласа имају сви грађани старији од 18 година, као и досељеници који у земљи бораве најмање три године.

На регионалном нивоу, Шведска је подељена на 21 провинцију чију управу поставља влада. На локалном нивоу, постоји 290 општина. Шведска је чланица Европске уније од 1995. године, тако да њени грађани гласају сваке пете године и за парламент ЕУ. На изборима у Шведској учествује више партија организованих у два коалициона блока – Коалиција левог и Коалиција десног центра као и странка екстремних десничара - Шведске демократе. Међу 349 посланика у шведском парламенту висок проценат, готово половину (око 45%) чине посланице женског пола.

На последњим изборима у септембру 2018. године највећи број гласова освојила је владајућа Коалиција левог центра предвођена Социјалдемократском партијом са 40,6% (Сосијалдемократе, Партија левице и Партија зелених), док им је „за петама“ Алијанса десног центра са 40,3% (Модератори, Хришћанске демократе, Либерална партија). Трећа највећа странка према резултатима ових избора је екстремно десничарска антиимигрантска партија Шведске демократе са 17,6% гласова која је у односу на претходне изборе остварила скок од готово 5%. Деценијама се на челу владе у Шведској смењују странке левог и десног центра, а последњих година најчешће је на власти Социјалдемократска партија. Након четворомесечних преговора, у јануару 2019. је формирана мањинска влада левог центра са премијером Стефаном Ловеном из редова Социјалдемократа и коју чине представници досадашње владајуће Социјалдемократске партије и Партије зелених.

### **3. Особености медијског система Шведске**

Друштвени контекст који карактерише снажна економија, развијена привреда, високи социјални издаци, непостојање неписмених, али и дуга традиција слободе штампе, оквир је у којем се развија медијски систем који се, посматрајући власничку структуру може сврстати у етатистичко – тржишни модел јер постоји коегзистенција медијских организација у државном и приватном власништву. Према категоризацији коју су предложили Милетић и Милетић, имајући у виду досегнути степен механизма саморегулације и снажну подршку државе наставку тог процеса, непостојање цензуре, изражену реалну бригу за јавни интерес, перманентно усаглашавање правних и законских регулатива са бројним и разноврсним етичким нормама, затим баланс јавног интереса и нади-

руће комерцијализације, шведски медијски систем се, заједно за онима из осталих нордијских земаља, карактерише као најприближнији друштвено - цивилном моделу. (Милетић, Милетић, 2011).

Према подели медијских система коју су дали Халин и Манћини, Шведска припада демократско – корпоративном моделу који карактерише развијено новинско тржиште, политички паралелизам, релативно аутономно телевизијско емитовање, високо изражен професионализам и институционализована саморегулација, те снажан утицај државе кроз субвенције штампе и развијен модел јавног сервиса. Истодобно, аутори су регистровали и приближавање тогх система либералном моделу<sup>2</sup>.

### *Нормативне одреднице*

Данашња медијска регулатива Шведске има основ у њиховој неколико векова дугој традицији слободе штампе. Ова нордијска земља с правом се поноси чињеницом да је од 2. децембра 1766. године званично постала прва земља на свету у којој је слобода штампе заштићена Уставом. Тада је донешен закон (Freedom of the Press Act) према којем је забрањена цензура (изузев у вези са религиозном тематиком) као и принцип слободе приступа информацијама од јавног значаја који подразумева објављивање и читање записника, аката и других списа парламента и владе.<sup>3</sup> Закон о слободи штампе, који важи и данас, ступио је на снагу 1949. године.

Током два и по века Уставом гарантованог права на слободу штампе, развијао се и особен систем саморегулације.

Медијски систем Шведске данас је најопштије регулисан највишим правним актом – Уставом. Шведски Устав састоји од четири основна закона (The Fundamental Laws) који представљају највишу нормативну регулативу: Закона о систему управљања, Закона о краљевском наслеђивању, Закона о слободи штампе и Закона о слободи изражавања (јовора).

Слобода штампе је дакле у Шведској важно демократско право којем је у Уставу посвећен цео један део (The Freedom of the Press Act). У члану 1. овог дела Устава који је на снази од 1949. године каже се: “Слобода

<sup>2</sup> <https://epdf.tips/download/comparing-media-systems-three-models-of-media-and-politics-communication-society.html>

<sup>3</sup> Након 1766. године Шведска доживљава праву експанзију кад је реч о објављивању чланака о политичким темама, па се бележи да је њихов број нарастао чак 700 пута у односу на број пре доношења овог закона. Од 1766. године забележено је у неколико наврата кршење принципа слободе штампе и приступа информацијама од јавног значаја као што је нпр. период током Другог светског рата када је коалициона влада, из страха од „компромитовања“ шведске неутралности, контролисала штампу и одузимала писани материјал.



штампе гарантује право сваком грађанину Шведске да слободно објављује писани материјал, без претходног ометања државних или других јавних органа као и то да потом неће бити кривично гоњен због садржаја, изузев пред надлежним судом успостављеним законом, нити кажњен, изузев због садржаја који је у супротности са израженом одредбом закона, донешеном у циљу чувања јавног реда, а без спречавања информација ка јавности“<sup>4</sup>

Према Уставу, свако је слободан да у писаној форми објављује информације какве жели, без страха да ће их неко прегледати и цензурирати, уз једини услов да поштује закон. То значи да није дозвољено објављивати материјал са погрдним и увредљивим речима, расистичким коментарима или публиковање фотографија са елементима сексуалног насиља. Исто важи и уколико се процени да публикација доводи у опасност државу и друштво од велеиздаје и шпијунаже.

У истом делу Устава садржане су и одредбе о приступу информацијама од јавног значаја, засноване на принципу јавности. Принцип јавности односи се на то да рад органа власти треба да буде транспарентан. То значи да „свако има право увида у јавна документа која се шаљу у или из Владе и других органа власти уз правило да се сва документација мора регистровати код органа власти – у својству примаоца“<sup>5</sup>. Принцип јавности даје чиновницима право да медијима саопште информације, а да за то не буду кажњени нити се сме водити истрага о саопштавању података што нам говори о високом степену отворености владиних институција и чиновника према медијима и јавности.

Основни закон о слободи изражавања (The Fundamental Law on Freedom of Expression) регулише слободу изражавања у аудио-визуелним медијима - на радију, филму, телевизији, веб сајтовима и слично и датира из 1991. године. То практично значи да свако може слободно изразити сопствено мишљење о чему год хоће на радију, телевизији и интернету. Подробно је описано и шта није дозвољено (нпр. увредљив речник или јавна увреда друге особе). Основни закон о слободи изражавања, посматрајући одреднице, кореспондира са Законом о слободи штампе.

Осим медијских организација и компанија, према одредбама овог закона, и приватним лицима је омогућено аплицирање за сертификат о уставној заштити веб сајтова, уз услов постојања јасне уредничке одговорности.<sup>6</sup> То значи да веб сајтови који садрже форуме нису покри-

<sup>4</sup> Према <http://www.riksdagen.se/globalassets/07.-dokument-lagar/the-constitution-of-sweden-160628.pdf>

<sup>5</sup> <http://www.riksdagen.se/en/how-the-riksdag-works/democracy/the-constitution/>

<sup>6</sup> Ibid.

вени овим законом јер њихов садржај лако може бити измењен. Према Уставу, није дозвољено унапред контролисати садржаје који се емитују на аудио – визуелним медијима, са изузетком филмова намењених емитовању у биоскопима. У овом случају, Владин орган - Шведски савет за медије - задужен је за тријажу филмова по основу старосне доби гледалаца којима су они намењени.

Регулацију електронских медија обавља Владина Агенција за радио и телевизијско емитовање (Swedish Radio and Broadcasting Authority). Под њеном ингеренцијом је одобрење лиценци и регистравање оних који желе радио и телевизијске фреквенције, интернет и кабловску дистрибуцију. Агенција прописује стандарде емитовања програма и може да санкционише оне који угрожавају прописана правила и закон.<sup>7</sup> Друга Владина агенција одговорна за спровођење медијских прописа је Шведска комисија за емитовање (Swedish Broadcasting Commission) одговорна за контролу спровођења програмске политике медија регулисане Основним законом о слободи изражавања, Радио и телевизијским документом из 1996. године, као и другим прописима. Комисија контролише усклађеност програма са наведеним законима и лиценцом одобреном од стране Владе. Под надзором ове комисије је и емитовање страних програма који се емитују путем сателита (што је регулисано прописима ЕУ). Регулација јавних сервиса (Swedish Television, Swedish Radio, Swedish Educational Broadcasting) подразумева посебну пажњу у вези са сценама насиља, секса, употребом наркотика, те садржаја у којима је заступљена родна и етничка дискриминација<sup>8</sup>. Јавни сервиси су у обавези да понуде квалитетан и разноврстан програм, укључујући и задовољење потреба мањинских група и гледишта. На јавним сервисима није дозвољено рекламирање.

Дуга традиција слободе штампе изнедрила је широк систем разноликих саморегулативних тела, посебно у сфери штампаних медија, а чије препоруке данас примењују и електронски медији. Кроз историју, етичка правила су креирали појединачни медији као и различита новинарска удружења.

Ради илустрације, Шведски етички кодекс за штампу, радио и телевизију (Swedens Code of Ethics for Press, Radio and Television) залаже се, поред слободе изражавања и за промовисање одговорног понашања медија. С тим у вези, подстиче се истинито и објективно информисање, навођење проверених извора информација, аутентичне фотографије и назначивање њихових евентуалних обрада. Према овом кодексу, илустрације би требало да буду примерене. Наслови би требало да одра-

<sup>7</sup> <http://www.pressreference.com/sw-ur/Sweden.html>

<sup>8</sup> Ibid.

жавају суштину текста. Грешке би требало да буду благовремено исправљене, а исправка видно истакнута. Посебно су значајна настојања да се заштити приватност. Изузетак представља јасан интерес јавности. Извештавање о самоубиствима би требало да буду пажљива, а према жртвама криминала, насиља и несрећа би требало изразити одговарајући пијетет. Приказивање имена и слика требало би да буде такво да не узнемирава породицу Раса, сексуална оријентација, занимање, политичка и религијска одређења, уколико нису од значаја за тему, не би требало да се наглашавају. У Кодексу се истиче да препоруке о слободи штампе не треба да превазилазе границе прописане Законом о слободи штампе шведског устава<sup>9</sup>.

Кодекси понашања у нордијским земљама, како примећује Лоример, „узорни су по толерантности и непристрасности, а у складу су са снажним настојањем за поправљивошћу преступника“. (Лоример, 1998). Кодекс је прописан од стране *Pressens Samarbetsnämnd*, кровне организације издавача, асоцијација и новинарских удружења.

Оцену спровођења наведених препорука врше невладина тела: *Веће за медије* основано 1916. године (Swedish Press Council) и *Омбудсман за медије*, (институција успостављена 1969. године - Press Ombudsman). Њихов главни задатак је да обезбеде професионално новинарство, да омогуће објективно извештавање и представљају пример квалитетне институционализоване саморегулације.

Кад је реч о дигиталним платформама, уставна слобода штампе и изражавања на општем нивоу важе и за овај вид комуникација.

### *Регулација власништва*

Премда је дуго година власништво над медијима контролисала држава, (заправо била је власник највећег броја штампаних медија, телевизије и радија), последњих деценија, Шведска је, као и друге земље, суочена са трендом све већег броја медија у власништву релативно малог броја приватних власника - посебно кад је реч о телевизијама.

Очување културног плурализма као и покушај заштите од претеране комерцијализације представља један од националних приоритета, те је с тим у вези и податак да је емитовање телевизијског програма, у форми јавног сервиса који треба да буде у служби грађана, Шведска задржала све до деведесетих. Законом из 1991. године омогућено је постојање комерцијалних телевизија, а оним из 1993. године - и радио станица.

Данас у Шведској постоје бројне кабловске и дигиталне комерцијалне телевизије. Присутан је дуални модел - јавног сервиса и комер-

<sup>9</sup> Ibid.

цијални емитера. На јавном сервису, финансираном претплатом, није дозвољено рекламирање. Постоји више од 100 радио и телевизијских станица у приватном власништву, а највећи конкурент јавном тв сервису (SVT) је приватна телевизија TV 4.

У Шведској за сада нема закона који би ограничио власништво над медијима иако се с тим у вези у парламенту често воде дебате, а борба заговорника овог закона не престаје ни данас. Тако је, примера ради, још 1999. године *Веће за медијско власништво* (Media Concentration Committee) предложило увођење закона којим би се ограничило власништво и моћ медијских организација у Шведској над штампаним, радио и телевизијским организацијама, са изузетком јавног сервиса. Закон би се односио како на домаће тако и стране власнике, посебно кабловске провајдере. Противници доношења оваквог закона као аргумент навели су да би такав закон био у супротности са делом Устава који говори о слободи штампе.

Улога државе која је традиционално снажан агенс у медијском систему Шведске, данас је оличена у доста утицајном јавном сервису телевизије и радија, а затим и различитим, али све слабијим субвенцијама за мање тиражну штампу на регионалном и локалном нивоу. Премда је многа штампана издања директним новчаним дотирањем и пореским олакшицама спасла сигурне пропасти (овај систем је уведен 1971. године зарад подстицања плуралитета мишљења), под утицајем Европске комисије која је критиковала поступак као угрожавање слободног тржишта и конкуренције, држава је укинула субвенције новинама које излазе у већим градовима.

На новинском тржишту највећи власник је *Bonnier trycka* која у власништву поседује неколико најтиражнијих новина, затим *Mittmedia* која поседује 22 локална медија, норвешки *Schibsted* у чијем власништву су два дневна листа *Aftonbladet* и *Svenska Dagbladet*, као и *Stenbeck* у чијем власништву је новина *Metro*.

Кад је реч о радију, јавни сервис Шведски радио апсолутно је неприкосновен јер 75% од оних који слушају радио слушају баш тај радио програм. За сада постоје лиценце за две комерцијалне радио станице на националном нивоу (MTG Radio и Bauer Media), као и око 100 локалних лиценци чију већину контролише Bauer Media.<sup>10</sup>

Посматрајући телевизије, конкуренција јавном сервису су TV 4 у власништву Bonnier групе, TV 3, и Kanal 5 у власништву Modern Time Group (MTG). На телевизијском тржишту Bonnier група, MTG и Discovery Communications представљају највеће власнике и чине овај сегмент поприлично „власнички концентрисаним“.

<sup>10</sup> [www.medialandscapes.org/country/sweden/](http://www.medialandscapes.org/country/sweden/)

Имајући у виду власништво над штампаним и електронским медијима на регионалном нивоу, ситуација је слична - већина је у поседу малог броја власника. Како власничка трансформација законом није ограничена, овај процес се ни у Шведској као ни у многим другим земљама не може окарактерисати као потпуно транспарентан.<sup>11</sup>

Не постоји посебна регулација кад је реч о дистрибуирању вести на он лајн платформама. На снази су Основни закон о слободи штампе и слободе изражавања, уз мониторинг Шведске Агенције за радио и телевизијско емитовање као и Шведске комисије за емитовање.

Са појавом он лајн платформи, Шведска држава је подржала дигитализацију јавних сервиса. Услед критика Европске комисије да се на тај начин ремети „тржишна утакмица“, Шведска је прокламовала да јавни сервис на он лајн платформама треба да има „јасну повезаност“ са садржајима који се емитују на телевизији и радију, не прецизирајући шта се тачно под тим подразумева. С тим у вези, 2010. Шведска је увела тзв „тест вредности јавних услуга“ који подразумева да је потребно да јавни сервис Агенцији за емитовање (Swedish Broadcasting Agency) најаве планове о својим новим он лајн сервисима, што је изазвало доста критика. Оцењује се да имплементација овог теста представља најочигледнији пример утицаја Европске комисије на шведску медијску политику.<sup>12</sup>

#### 4. Шведска и ЕУ

Један од прокламованих циљева Владе - омогућавање грађанима пуног поштовања људских права у која спадају и слобода изражавања и слобода протока информација, поред Устава Шведске, других закона и прописа, у Шведској су заштићени бројним документима и правним актима на нивоу Европске уније - Европском конвенцијом о заштити људских права и слобода, различитим декларацијама, препорукама и директивама (Директива о аудиовизуелним медијским сервисима, Директива телевизија без граница, Конвенција о прекограничној телевизији..).

Последњих година актуелни су Креативни европски програм подршке (The Creative Europe support programme) и Стратегија о јединственом дигиталном тржишту (The EU digital single market strategy).<sup>13</sup>. Наведеним документима очигледно је тендирање европске медијске

<sup>11</sup> <https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-sweden-20110920.pdf>, str.55.

<sup>12</sup> Ibid., p 64

<sup>13</sup> Media policy in Sweden and EU, на сајту <http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/media-policy-sweden-and-eu>

политике ка стварању јединственог медијског тржишта. Већина тих докумената односи се на телевизију и последњих година на дигиталне медије. Основна идеја Стратегије о јединственом дигиталном тржишту јесте укидање регулаторних препрека и стварање јединственог дигиталног тржишта на територији земаља ЕУ. Креативни европски програм (од 2014. – 2020.) односи се на подршку европском аудио- визуелном, културном и креативном сектору широм Европе, у смислу освајања нове публике и развоја вештина неопходних за дигитално доба <sup>14</sup>.

Имајући у виду да је Шведска чланица ЕУ, у обавези је да поштује одлуке регулаторних тела ове организације и у медијској сфери што је понекада у колизији са препорукама и одлукама на националном нивоу. Тако, Шведска је 1998. покушала да забрани емитовање реклама за играчке намењених деци испод 12 година, образлажући то чињеницом да деца нису у стању да разликују рекламу од програма, али је овај став жестоко критикован од стране Европског суда правде који је установио да забрана може да се односи једино на емитере из Шведске, док за друге забрана не може да важи. Слично, обзиром да за стране медије није потребна посебна дозвола, Шведска је покушала да на изванредан начин ограничи њихов приступ. Међутим, Савет Европе је одлучио да страни медији у Шведској раде по законима те земље, али да нису предмет шведских закона. Како смо навели, под притиском Европске комисије, Шведска је ревидирала своје поступање према субвенционисању штампе.

## 5. Медијски комплекс

Шведски медијски систем заснован је на доминацији јавног сервиса посматрајући телевизију и радио, још увек релативно високим тиражима новина, али и снажном продору Интернета, он лајн издања и савремених дигиталних технологија. Међу традиционалним медијима, у Шведској је најугицајнији медиј телевизија. Следи радио, потом штампа.

У Шведској су данас регистроване 93 дневне и 74 периодичне новине, 169 телевизијских и 267 радијских станица.

Према истраживању NORDICOM-а из октобра 2018. године, телевизија је у просеку задржала највећи проценат корисника у односу на све остале медије и платформе – у свим узрасним групама, изузев код млађих од 25 година код којих преовлађује коришћење Јутјуб канала. Иако расте број претплатника на дигитална издања новина, он још увек није довољан да компензује пад броја претплатника на класична „па-

<sup>14</sup> Creative Europe Desk Sweden на сајту [www.kulturradet.se](http://www.kulturradet.se)

пирна“ издања, што наравно ствара финансијске проблеме због смањеног прихода од оглашавања. Варијације су изражене по узрасној доби те, очекивано, преко половине испитаника преко 65 година радије чита класична него дигитална издања новина, док испитаници млађи од 65 година у већем проценту користе онлајн издања. Кад је реч о радију, испитаници преко 45 година најчешће слушају класичан радио, док је у популацији млађих од 45 година, далеко најпопуларнији Спотифај.<sup>15</sup>

Шведска је земља у којој постоји дуга традиција читања новина. Почетком 21. века, 80% одраслих Швеђана изјавило је да свакодневно чита новине што је тада сврставало ову земљу у сам врх „новинских конзумената“, а у истом периоду излазило је близу 10.000 различитих публикација, међу којима 170 дневних новина, што представља релативно велики број имајући у виду број становника. Као разлози високих тиража локалних новина наведени су присуство тема од значаја за локалну заједницу као и то да је већина становника била претплаћена на јутарњу доставу<sup>16</sup>.

Данашње новинско тржиште карактерише доминација претплатника на јутарња локална и регионална издања, па се Шведска и даље може подичити високим бројем читалаца, иако је продаја новина и приход од оглашавања у кризи као и у многим другим земљама услед дигитализације и предоминације новог медија – интернетске мреже. Иако дакле бележи смањење читалачке публике, то смањење далеко је мање него у другим земљама, уз задржавање релативно стабилног нивоа читалаца претплатника на јутарња издања локалних новина, којих је највише међу старијом популацијом.

Да би се задржала разноликост медијске понуде, шведска Влада, упркос противљењу Европске комисије, не одустаје од инсистирања на пружању подршке опстанку појединих новина, рковођена јавним интересом, водећи рачуна о различитости њихових политичких становишта и трудећи се да обезбеди политички плурализам. Владино тело *Веће за субвенцију штампе* (Press Subsidy Board) обезбеђује средства за поједина штампана издања, и омогућава им да аплицирају за пореске олакшице. Финансирање од стране политичких партија, уведено још 70 тих година 20. века, а делом и услед критика Европске комисије, данас је осетно редуковано и има све мање утицаја на тржишне прилике.

Најтиражнији дневни листови на националном нивоу су новине таблоидне оријентације *Aftonbladet* и *Expressen* (са локалним издањем у Гетеборгу (*GT*) и Малмеу (*Kvallsposten*)), затим новине „озбиљније“ ори-

<sup>15</sup> <http://nordicom.gu.se/en/latest/news/swedes-and-internet-how-swedes-media-habits-are-changing>

<sup>16</sup> [www.bbc.co.uk/the\\_press\\_in\\_sweden](http://www.bbc.co.uk/the_press_in_sweden)

јентације *Dagens Nyheter* (у Стокхолму), *Goteborgs – Posten* (у Гетеборгу) и *Sydsvenskan* (у Малмеу). Ту је новина која се бесплатно дистрибуира *Metro*. На регионалном и локалном нивоу то су *Helsingborgs Dagblad*, *Dalarnas Tidningar* и *Nerikes Allehanda*.<sup>17</sup> Све ове новине, под притиском нових околности, данас имају и своја он лајн издања.

Премда се штампа, за разлику од ранијег периода, све мање директно повезује са утицајем политичких партија, новине се и даље описују терминима „независне либералне“ или „независно конзервативне“.

Кад је реч о радију и телевизијама, јавни сервис – Шведска телевизија (Sverige Television SVT) са дневним шером од готово трећине оних који гледају телевизију и Шведски радио (Sverige Radio SR) са шером од три четвртине слушалаца, и даље су на водећим позицијама по гледаности, односно слушаности.<sup>18</sup>

Према истраживању које је објавио Ројтерс институт за новинарство, штампани медији у Шведској међу најуспешнијима су на свету у увођењу претплате на своја дигитална издања. Криза условљена дигитализацијом одразила се на цену штампаних примерака новина, али и број запослених у овом сектору.<sup>19</sup>

С тим у вези, Влада је, крајем 2016. донела план за повећање субвенција штампаним медијима о чијој коначној имплементацији суд даје Европска комисија. Најтиражније новине бележе раст претплатника на онлајн издања. Тако је крајем 2017., највећи издавач *Aftonbladet* имао око 250 000 он лајн претплатника. Значајан раст броја претплатника бележи и *Svenska Dagbladet*.

Без обзира на популарност телевизије, висок техничко – технолошки и социјални стандард омогућио је Швеђанима масовну употребу нових технологија. Тако, данас се три од четири Швеђанина се о најважнијим догађајима информише користећи мобилни телефон, затим следе телевизија и радио и потом штампа.<sup>20</sup> Према истраживању Ројтерс института у 2018. години, највећи број испитаника (56%) изјаснио се да се о вестима инфо-

<sup>17</sup> [www.medialandscapes.org/country/sweden/media/print](http://www.medialandscapes.org/country/sweden/media/print)

<sup>18</sup> [www.medialandscapes.org/country/sweden](http://www.medialandscapes.org/country/sweden)

<sup>19</sup> О проблемима са којима се сусреће шведска медијска сцена услед дигитализације, говорила је у емисији Нови дан на ТВ Ен 1 29.11.2017. Гунила Шиндstrand, новинарка и уредница највеће шведске медијске групе „Миттмедиа“. Она је као највеће проблеме истакла проблем финансирања штампаних медија којима све више недостаје новац од класичног оглашавања, затим смањење броја новинара, као и то да је број претплатника у сталном паду. Навела је и као проблем да, јурећи профит и сензацију, све је мању сложености у новинарском извештавању, и да је слика одређеног проблема све чешће „црно – бела“. Снимак гостовања налази се на сајту <http://rs.n1info.com/Vesti/a345552/Gunila-Sindstrand-o-medijima-u-Srbiji-i-Svedskoj.html>

<sup>20</sup> [www.digitalnewsreport.org/survey/2018/Sweden-2018/](http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/Sweden-2018/)



рмисао путем јавног сервиса Шведске телевизије (Sverige Television SVT). Следе комерцијална TV 4 (52%), потом онлајн издање дневних новина Aftonbladet (46%), Шведски радио који је такође јавни сервис Sverige Radio SR (41%), онлајн издање новина Expressen (32%), а затим штампана издања регионалних и локалних новина. (22%). Тек потом следе штампана издања Metro (17%), Aftonbladet (15), Dagens Nyheter (11%)...<sup>21</sup>

Телевизија је дакле и даље најпопуларнији медиј, док су му „за петама“ радио и он лајн платформе. Јавном сервису, Public Sveriges Television (SVT), главни конкурент је телевизија у приватном власништву TV 4.

## 6. Шведска са изазовима новог медија

Некада претежно „новинска“ земља, Шведска се данас може окарактерисати као претежно „дигитална“ и „телевизијска“ земља у којој се процењује да 92% шведских домаћинстава има приступ интернету. Упркос његовом снажном продору и, следствено томе, кризи штампаних медија, ова земља је задржала релативно висок ниво читалачке публике, док су телевизијски и радио јавни сервис и даље су најутицајнији.

Основ за регулацију како традиционалних тако и дигиталних платформи представља Основни закон о слободи штампе и изражавања и велики број саморегулаторних тела.

Главне агенсе у том процесу дакле свакако представљају држава и то у крајње позитивном контексту обезбеђивања нормативних постулата који гарантују слободу усмене и писане речи, али и као чланица Европске Уније (чији су закони и препоруке, видели смо, каткад у нескладу са оним што сама Шведска сматра јавним интересом), затим и различита независна регулаторна тела која обезбеђују поштовање јавног интереса и досегнутих демократских права у овој области. Некада истакнут утицај политичких партија на уређивачку политику новина данас се не сматра толико израженим. Као важан агенс појављује се и неколицина власника медијских организација који имају тенденцију ка концентрацији медијског власништва.

Са проблемима дигитализације, Шведска се захваљујући дугој традицији слободе штампе, развијеним механизмима саморегулације и високим социјалним и техничко – технолошким стандардом, видели смо, за сада успешно излази на крај. У Шведској постоји изражена свест о проблему концентрације медијског власништва, те се развијају различити пројекти којима се подстиче истраживачко новинарство, уз финансирање преко отворених извора и тзв „краудфандинга“. Фејк њуз, како

<sup>21</sup> Ibid.

се оцењује, у Шведској није питање које завређује већу пажњу. У Шведској је развијена свест о потреби медијске писмености још од најранијег узраста. Проучавање поруке, њеног извора, порекла, слике, те стицања вештине да се „чита између редова“ подстиче се на најнижим нивоима образовања.

Процењује се да ће број читалаца класичних медија и даље опадати али мање него у другим земљама, те да ће том виду информисања остати верна старија популација, док ће млађи све чешће бити на он лајн платформама. Очекује се даља имплозија дигиталних платформи.

Дуга традиција слободе штампе и говора изнедрила је обиље етичних норми које, добро балансиране са уставним и законским одредницама, доприносе једном од најдемократскијих медијских система у Европи.

Као илустрацију наведеног представља податак да је према резултатима различитих истраживања о степену медијских слобода, Шведска одлично котирана. У извештају Репортери без граница 2018, ова земља се, међу 180 земаља, нашла на високом другом месту, одмах иза Норвешке.<sup>22</sup>

Бродом, којим је на таласу новог медија заплвила већина европских земаља, са поприлично нејасном крајњом одредницом, Шведска за сада ценимо - добро управља.

### Литература:

- [1] Veljanovski, Rade (2012): *Medijski sistem Srbije*; Beograd: FPN, Čigoja.
- [2] Vreg, France (1975): *Društveno komuniciranje*; Zagreb: Centar za informacije i publicitet.
- [3] Lorimer, Rolend (1998): *Masovne komunikacije*; Beograd: Clio.
- [4] Милетић, Мирко (2014): *Структура и динамика медијског система Србије – хрестоматија*; Београд: Јасен.
- [5] Miletić, dr Mirko; Miletić mr Nevena (2011): *Medijski sistem i javne politike – teorijsko - metodološki okvir*, *Megatrend revija*, Vol.8 (2)Beograd, Megatrend univerzitet (str 281-299).
- [6] Radojković Miroljub и Stojković Branimir (2004): *Informaciono komunikacioni sistemi*; Beograd: Clio.
- [7] Tjurou, Džozef (2012): *Mediji danas Uvod u masovne komunikacije*; Beograd: Clio.

<sup>22</sup> <https://rsf.org/en/ranking>

### Вебографија<sup>23</sup>

- [8] Hallin Daniel C. and Mancini Paolo (2004): Comparing Media Systems Three Models of Media and Politics, Cambridge University Press, <https://epdf.tips/download/comparing-media-systems-three-models-of-media-and-politics-communication-society.html>,
- [9] World Health Organization, <https://www.who.int/countries/swe/en/>
- [10] The Constitution Sweden, <http://www.riksdagen.se/globalassets/07.-dokument--lagar/the-constitution-of-sweden-160628.pdf>,
- [11] Nord, Lars W. (2011): Mapping Digital Media: Sweden; Open Society Foundations, <https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-sweden-20110920.pdf>,
- [12] Nord, Lars W. (2008): Media, Politics and Market – Swedish media between politics and market, <http://zurnalai.vu.it/informacijos-mokslai/article/download/3346/2415>
- [13] McQuail Denis, (2009), Mass Communication Theory, SAGE, <http://docshare04.docshare.tips/files/28943/289430369.pdf>
- [14] The press in Sweden, [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk),
- [15] <http://worldpopulationreview.com/countries/sweden-population>,
- [16] <http://www.pressreference.com/Sw-Ur/Sweden.html>,
- [17] [www.medialandscapes.org/country/sweden/](http://www.medialandscapes.org/country/sweden/),
- [18] <http://nordicom.gu.se/en/latest/news/swedes-and-internet-how-swedes-media-habits-are-changing>,
- [19] <https://www.bbc.com/news/world-europe-17961251>,
- [20] [www.digitalnewsreport.org/survey/2018/Sweden-2018/](http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/Sweden-2018/)
- [21] <http://rs.n1info.com/Vesti/a345552/Gunila-Sindstrand-o-medijima-u-Srbiji-i-Svedskoj.html>
- [22] <https://rsf.org/en/ranking>

---

<sup>23</sup> Наведеним сајтовима приступљено је у периоду новембар 2018. - март 2019. године.

**Sanja Jevtović Čanović**  
*Ministry of Defence of the Republic of Serbia*

## **MEDIA SYSTEM OF SWEDEN: HAND IN HAND WITH THE ECONOMIC AND SOCIAL STANDARDS**

**Summary:** *In our work, the media system of Sweden was critically analysed, taking into account the socio-economic, political and historical circumstances of this Nordic country. Renowned for its social and economic welfare, Sweden has a long tradition of press freedom - guaranteed by its constitution almost two and a half century - and today represents a good example of achieving high standard of media freedom in public communication. We have analysed normative standards of this Scandinavian country whose framework is important for the functioning of the media system, the media complex and the most important agents influencing Swedish media system. Taking into account the fact that Sweden as well as the rest of the world hasn't been spared from the process of globalization and digitalization, we have considered the way how this country is facing the new challenges.*

**Keywords:** *Sweden, media system, normative standards, media complex, media system agents, globalization, digitalization.*