
Put iz autokracije u demokraciju koči *medio-kracija* u sprezi s *media-kracijom*

STJEPAN MALOVIĆ*

Sažetak

Put iz autokracije u demokraciju prolazi kroz *medio-kraciju*. Tranzicijske zemlje, osobito postsocijalističke, izuzetni su mediokriteti. Znaju kako se prerušiti i od komunista postati veliki demokrati, dok su u isto vrijeme nacionalisti, koji dakako sutra mogu postati internacionalisti. Mediokriteti imaju vitalnu snagu, oni opstaju jer su sposobni služiti s istom količinom entuzijazma sve moguće vladare. Nemaju svojih vlastitih ideja, ali su spremni slijediti ideje onih na vlasti.

Media-kracija je glavni akter u tom čudnom procesu tranzicije. Autor uspoređuje poziciju medija u SAD gdje su mediji izuzetno razvijeni, no imaju problema s korporativnim novinarstvom te su suočeni s etičkim dilemama, i njihovu poziciju u postsocijalističkim državama.

Ključne riječi: autokracija, demokracija, *medio-kracija*, *media-kracija*, mediokriteti, postsocijalističke države

Moć medija

Ozbiljniji čitatelji novina, a pogotovo bankarski stručnjaci su se smrznuli kada su u nedjelju navečer, 14. travnja 2002., na prvoj stranici prvog izdanja visokonakladnog *Jutarnjeg lista* ugledali uz veliku fotografiju Ivice Račana, predsjednika Vlade RH, najavu koja je govorila kako su uočene nepravilnosti još u nekim bankama, poput Privredne i Splitske banke. A to je bilo upravo kada se činilo kako je skandal s malverzacijama u Riječkoj banci pri kraju! Još ozbiljniji medijski analitičari bili su uvjereni kako će u ostalim regionalnim izdanjima, a pogotovo u zagrebačkom, ta senzacionalna izjava "izletjeti" iz novina.

* Dr. sc. Stjepan Malović je docent na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

No, ne samo što se to nije dogodilo već je na Hrvatskoj televiziji, u udarnim terminima, emitiran oglas koji je bombastično najavljivao sutrašnje novine s tom viješću!

U svakoj "normalnoj" zemlji u ponedjeljak ujutro počeo bi stampedo na bankovne šaltere. Bankarski stručnjaci su se već počeli spremati na takvu invaziju. Ali, ponedjeljak je osvanuo miran, bez gužvi. Život je tekao kao da se ništa dogodilo nije. A, da, došlo je do burnih konferencija za tisak, političkih skupova, reagiranja na premijerovu izjavu. Premijer nije zaniijekao istinitost svoje izjave, a doznali smo da su on i guverner Narodne banke, na strogo zatvorenom radnom sastanku vodećih ljudi vladajuće koalicije, te podatke rekli onako usput, na kraju sastanka, na odlasku, tračajući malo što se događa u hrvatskim bankama. Skandal je buknuo, ali njegov utjecaj na stvarni život bio je gotovo nemjerljiv, naročito ne mjerilima slobodnog tržišta, burze i financijskog tržišta.

Repovi političkog skandala vukli su se u javnosti, mediji su objavljivali svakojake reakcije, pa je tako svjedok cijele priče, premijer, sretno izjavio kako su hrvatski građani visokosvjесni, jer nisu pohrlili u banke i ispraznili sefove. Milan Gavrović, ugledni gospodarski komentator, cinički je primijetio kako se ne radi o "svijesti" građana, kako nitko ne uzima premijera ozbiljno, čak i kada daje šokantne izjave.

Ova priča, koja bi bila smiješna da se ne radi o vrlo ozbiljnim događajima, paradigmatična je za vjerodostojnost medija u Hrvatskoj.

Možemo li povući paralelu s tekstem o Watergate aferi koju je objavio svojedobno *Washington Post* i koji je i danas vrhunski primjer utjecaja medija na politički život? Ne baš, iako se to moglo pretvoriti u hrvatski Watergate pod nekim drugim okolnostima. Poslužimo se benignijom paralelom, koju je objavila Louis Banks. Davnog 28. ožujka 1979. godine na Washington Channel 4 ugledala je cijev nečega za što se ispostavilo da je obično sušilo za kosu. Glas voditelja dramatično je rekao: "To nije pištolj i ne izbacuje metke, ali je jednako ubojito oružje!" Gotovo cijeli sat, bez stanki za reklamu, TV postaja je uvjerala kako su vlakna stakloplastike u sušilu u kombinaciji sa azbestom opasna te da uzrokuju rak. Američki mediji su sljedećeg dana zdušno zgrabili priču, raspalili je na velika zvona, a proizvođači sušila su se suočili s bijesom građana, medijskom osudom, gubitkom tržišta...

Ima li pouke? Zašto su mediji u SAD-u izazvali buru na mnogo benignijem slučaju? Možete li zamisliti predsjednika Busha kako javno posumnja u poslovanje Chase Manhattan Bank? Dakako, moć medija nije svuda jednaka, ali je u svakom slučaju znakovito kako vjerodostojnost varira i kako građani različito reagiraju.

Sprega medio-kracije i media-kracije

Gdje su korijeni kredibiliteta medija i kako se oni razvijaju?

“Postalo je jasno da je rastuća moć medija u uvjeravanju postala središnja sila u razvitku američkih institucija”, naglašava Louis Banks i kaže: “Mi smo, ustvari, postali ono što se može nazvati *novosti-kracija* (*newsocracy*).”¹

Louis Banks smatra kako je moć suvremenih medija veća nego bilo koji poznati instrument političkih ili društvenih snaga u demokratskom društvu. Mediji imaju pravo istražiti bilo koju pojavu u društvenom životu i postaviti javno pitanje o njenoj valjanosti. To nije preispitivanje slobode medija, već je karakteristika društva u kojem se opće vrijednosti mjere Prvim amandmanom.

Tako je to u razvijenom svijetu. Što se pak događa u burnim postsocijalističkim zemljama u kojima je Watergate poznatiji kao filmsko ostvarenje negoli kao novinarsko postignuće?

Put iz autoritarnih političkih sustava, kakvi su svi oni iz kojih smo potekli mi, današnji žitelji postsocijalističkih zemalja, prema demokraciji nije ni lagan, ni jednostavan, a vrlo je polagan i bolan. Negdje su rezovi bili uspješni, kako to objašnjava Mart Laar, bivši predsjednik Vlade Republike Estonije: “Uklonili smo staru gardu... u pitanju je bila njihova komunistička prošlost, a ne njihove godine.”² Otpušteno je 40% upravnog aparata, a dovedeni su mladi ljudi. Prosječna dob zaposlenika Središnje banke je 35 godina. Upravitelji približno 90% uspješnih poduzeća mlađi su od 35 godina. Bilo je neophodno djelovati brzo i temeljito kako snage koje su se suprotstavile promjenama ne bi imale prilike okupiti i zaustaviti reformu. “Ako u svojim reformama zastanete na pola puta, sve će muke biti bez rezultata”,³ zaključuje Laar.

Ovo je *success story* prema američkim mjerilima. Realnost tranzicije i muke postsocijalističkih zemalja sasvim su druge prirode. Brzih rezova nije bilo previše, a i ono što se na brzinu napravilo imalo je drukčiji efekt.

Na putu iz autokracije u demokraciju uskrsele su brojne prepreke, a jedna od njih je *medio-kracija!*

Mediokriteti su došli na svoje. U postsocijalizmu plivaju kao ribe u vodi. Prijelazna razdoblja kao da su izmišljena za mediokritete. Komunistički sustav stvarao je mediokritete u neograničenim količinama i u svim strukturama vlasti. Pad komunizma i stvaranje novih država koje su pokušavale izgraditi demokratske sustave mediokriteti su objeručke dočekali i priklju-

1 Banks, Louis: “The Rise of the Newsocracy”, objavljeno u: *Impact of Mass Media*, uredili Ray Hiebert i Carol Reuss, Longman, New York, 1985, str. 16.

2 *Temelji slobodnih društava*, Center for Civil Society in Suotheastern Europe, Zageb, 1997, str. 133.

3 *Ibid*, str. 133.

čili se novoj vlasti kao prokušani kadrovi, "izvorni" demokrati, koji su bili žrtve komunizma, a eto, tek sada mogu doći do izražaja.

Dakako, mediokriteti u novoj vlasti su primjenjivali iste, dobre, stare metode vladanja stečene u komunističkoj mladosti, pa tako nije rijetkost da su negdašnji partijski ideolozi, *danas* lideri demokratskih stranaka.

Plod uspješnog mediokriteta je, umjesto demokracije, *medio-kracija*, čudni hibrid komunizma, tranzicije i rudimentarne demokracije. *Medio-kratske* države nikle su na karti postsocijalizma poput gljiva poslije kiše. Izvana imaju sve atribute demokracije, zaklinju se kako više nema autokracije, ali demokracija se razvila nije, pa zapravo vlada *medio-kracija*.

Kakve to veze ima s medijima? Mnogo, jer bez medija ne bi bilo ni *medio-kracije*. Paradoks? Baš i ne. Bez slobodnih medija nema prave demokracije. Mediji u autokraciji imali su posve jasnu i određenu ulogu – promicati politiku vladajućih. A u *medio-kraciji*? Uloga medija je također veoma značajna, ali i specifična. Stvorila se jedna (ne)principijelna koalicija političara i novinara. Jedni druge trebaju, ali si i pomažu. Glavna politička snaga u *medio-kraciji* je – *media-kracija!* Mediji u suradnji s određenim političkim snagama utječu na stvaranje javnog mnijenja, potpomažu "svoje" političare, a sotoniziraju one druge, manipuliraju činjenicama, vješto stvaraju društvenu klimu na štetu "svojih", a sapunaju dasku drugima.

Media-kracija je nikla u brojnim postsocijalističkim zemljama koje još uvijek nisu na listama međunarodnih organizacija zemalja sa slobodnim medijima.

Što je vlast slabija, to je *media-kracija* jača. Pobjedničke koalicije od više stranaka tipičan su primjer za djelovanje *media-kracije*. Svaki član vladajuće koalicije ima svoje medije. Još bolje rečeno, mediji su izabrali koje članove koalicije će podupirati. I ne samo to: iz sjene se podupire svrgnuta vladajuća stranke, za svaki slučaj, da se ne zaboravi ako i kada se jednom vrati na vlast. To se odlično vidi u uređivačkoj politici tih medija.

A čitatelji? Oni su zbunjeni, ne znaju više kome vjerovati, pa ne začuđuju istraživanja javnog mnijenja prema kojima se političarima, medijima i sudovima najmanje vjeruje⁴.

Sve to ugrožava image medija, koji umjesto da su borci za istinu i demokraciju, postaju dio prljavih političkih igara.

Takva uloga medija može se uočiti i po još jednom pokazatelju. U autokraciji mediji su podijeljeni na dva suprotstavljena tabora: provladine i protuvladine medije. U demokraciji su mediji uglavnom neovisni. Ako i kada podržavaju neke stranke, to ne utječe na njihovu informativnost, već se uočava u stajalištima koja zastupaju.

Media-kracija u mediokratskim društvima vidljivo podržava pojedine stranke ili političke struje i centre moći. Bivši provladini mediji rasporedili su se po strankama, a bivši protuvladini su se našli na sto muka. Nestao je

4 Alborghetti, Igor, "EU o Hrvatskoj", *Globus*, broj 591, Zagreb, 2002, str. 23.

njihov nekadašnji neprijatelj broj jedan. Na vlast su došli oni "dobri", bivši protivnici bivše vlasti. Što činiti kada više nema "najslađeg" protivnika? Protiv koga se boriti?

Srećom, mediokriteti nove vlasti učinili su svoje. Bivši protuvladini mediji i danas su (uglavnom) protuvladini mediji. Ne samo zato jer smatraju da treba kritizirati vlasti, ma kakva ona bila, već i stoga što nijedna vlast nije imuna na kritike. *Medio-kracija* im daje materijala koliko vole. A *media-kracija* napada samo one druge, ali ne i svoje, pa tako bivši-sadašnji i budući protuvladini mediji ne mogu izgubiti. Njihov najdraži neprijatelj im stoji na raspolaganju, a kolege *media-kriteti* im ostavljaju otvorene ruke.

Američka iskustva

Je li *media-kracija* planetarna pojava ili je to, ipak, samo specifičnost tranzicijskih zemalja? Američka iskustva bogata su primjerima koja narušavaju sjaj medijskih sloboda. Najžešći kritičar korporativnog novinarstva i medijskog monopola, Ben Bagdikian, kaže:

"Moć medija je politička moć. Formalni američki politički sustav korijen je tako da odgovara aforizmu Lord Actona prema kojem moć korumpira, a apsolutna moć korumpira najviše. Moć medija nije izuzetak. Kada pedeset muškaraca i žena, šefova svojih korporacija, nadzire više od polovice informacija i ideja koje dopiru do 50 milijuna Amerikanaca, onda je vrijeme za Amerikance da preispitaju svoje institucije iz kojih svakog dana primaju sliku svijeta."⁵

A ta slika svijeta je loša, smatra James Fallows: "Sve se više prikazuje slika svijeta uglavnom kao depresivni spektakl negoli kao životna djelatnost u kojoj građani mogu i moraju biti angažirani."⁶

Poruke koje šalju mediji privlače pažnju na javna zbivanja samo ako politika može biti zabavna barem poput ostalih vijesti iz svijeta spektakla, od skandala slavnih do ljudskih melodrama uprizorenih u dnevnim medijskim priložima. "Ozbiljni" mediji vide da je to bitka u kojoj ne mogu pobijediti.

"Što će manje Amerikanci biti zainteresirani za javni život, to će manje biti zainteresirani za novinarstvo, u bilo kojem obliku", zaključuje Fallows.⁷

A što je s ulogom medija kao psa čuvara demokracije? I nismo li, na primjeru američkih medija, govorili kako je novinarstvo "četvrta vlast"? James Curran nije previše optimističan. Jest, ima cijeli niz slavnih primjera iz svjetskog tiska gdje su mediji odigrali ključnu ulogu, ali to je donkihotski, prevladani i zastarjeli model. On pripada dobu kada su mediji imali za

5 Bagdikian Ben, *The Media Monopoly*, Beacon Press, Boston, 1990, str. xxiii

6 Fallows, James, *Breaking the News: How the Media Undermine American Democracy*, Pantheon Books, New York, 1996, str. 8.

7 *Ibid.*, str. 8.

prvenstvenu zadaću kritičko preispitivanje uloge državnih organa, doba kada su bili iznimno politizirani.

“Većina modernih medija posvećena je zabavi, a tek manji dio informativnih emisija posvećen je političkim vijestima”⁸, objašnjava Curran. A zabava omogućuje da se bolna svjetska i domaća zbivanja prikažu posve drukčije. No, kada su se američki mediji suočili s tragičnim događajem kao što je teroristički napad 11. rujna 2001. godine, onda su i kriteriji naglo promijenjeni. Najprije je stradala etika, pa su tako mediji odjednom bili preplavljeni govorom mržnje, da bi zatim došlo do svijesti kako su godine “zabavljanja” publike stvorile jednu nerealnu sliku svijeta, pa se tako o muslimanima ne zna gotovo ništa, iako žive tu negdje u susjedstvu, a još manje o tome što se uistinu događa u svijetu.

Bolni tranzicijski primjeri

Tranzicijske zemlje su ipak važnije za razmatranje, jer *media-kracija* se tu nalazi na svom plodnom tlu i pliva kao riba u moru *mediokritetskih* društava.

Iskustva svih zemalja su slična, a pozitivni primjeri uglavnom potvrđuju tezu kako je uspješna sprega *medio-kracije* i *media-kracije*. Pregled medijske slike europskih zemalja i načina kako su prešli put iz autoritarnog ili totalitarnog sustava u demokratski vrlo je ilustrativan. Generalni zaključak mogao bi glasiti: što je zemlja snažnija, s većom i bogatijom kulturnom, državnom i gospodarskom tradicijom, to je lakša tranzicija. Tome su najbolje svjedočili autori zbornika *Exit from censorship*, koji su na svom prošlogodišnjem skupu u Tirani prikazali stanje medija u svojim zemljama. Krenimo redom, kronološki, poštujući vrijeme kada se pojedina zemlja oslobodila totalitarizma i krenula prema demokraciji.

Španjolska je jedan od pozitivnih primjera; prošla je trnoviti put od Francove diktature do uspješne, demokratske zemlje.

“Stari, autoritarni režim dokazao je kako bez pravih vrijednosti nema budućnosti, pa je tako proces europskih integracija pokazao da nema budućnosti bez demokracije. Novinarstvo i novinari postali su jedan od najboljih pokazatelja kako se to postiže”⁹, tvrdi Jaume Guillamet, profesor Sveučilišta u Barceloni. Ključni procesi u tranziciji, prema njegovom mišljenju, jesu promjena zakonodavstva i omogućivanje slobode medija, promjena stajališta i prakse novinara i promjena strukture medija.

Mediji u susjednom Portugalu danas, 26 godina nakon “Carnation Revolution”, žive u skladu s ritmom nesputanoga kapitalizma, smatra Manuel

8 Curran, James and Gurevitch, Michael, *Mass Media and Society*, Edward Arnold, London, 1991, str. 86.

9 *Exit from censorship*, EJTA, Tirana 2001, str. 8.

Anta, novinar *Ceniora* iz Lisabona. Od kontroliranih medija, uglavnom u vlasništvu države, došlo je do procvata *privatnog* novinarstva i gotovo 4000 novinara. No, oni sada muku muče s vlasnicima, mnogi su žrtve eksploatacije, njihovi se ugovori mogu trenutačno raskinuti, a uređivački odbori, zamišljeni kao zaštita slobode medija, praktički su prestali postojati.

Katharina Hadamik, znanstvenica Instituta za novinarstvo iz Dortmund, smatra kako su poljski novinari prešli put od emocionalnog shvaćanja novinarstva do pravog profesionalizma. "Ranijih godina izvještavanje je bilo nabijeno emocijama, optuživalo se svakodnevno i nije bilo jasnog razgraničenja između činjenica i stajališta. Trebalo je proći nekoliko godina dok novinari nisu naučili temelje profesije – iako ne svi – i shvatili kako je vrijeme bitaka prošlo te da u novom, demokratskom sustavu profesionalizam i nepristranost moraju prevladati osobna stajališta i želje."¹⁰ U Poljskoj je pluralizam bio nametnut "odozgo", ali ga je, srećom, nadjačalo tržište koje je donijelo drugačiju regulaciju, ali i probleme. Ušao je strani kapital, okrutni zakoni tržišta su prevladali, tako su nestali ozbiljni listovi, pa se sada traži od države da intervenira i pomogne njihovom opstanku. Burni događaji te isprepleteni ideološki, politikantski i tržišni uvjeti doveli su velikih smjena generacija u novinarstvu; otuda je obrazovanje profesionalnih novinara najvažnija zadaća u poljskom novinarstvu.

"Baršunasta revolucija" prekrila je velom slovačke medije, kojima je (ne)etičnost novinara rak-rana, misli Juraj Vojtek, profesor Sveučilišta u Bratislavi. Iskustvo tranzicije u Slovačkoj jest da treba stvoriti standardni demokratski okoliš, kako unutar medija, tako i oko njih, a da bi mogli biti zaista slobodni i profesionalni. "Istina je da su naši mediji slobodni, ali je isto tako istinito da je u njima puno neslobodnih ljudi"¹¹, zaključuje Vojtek.

Što se više ide na istok, to je stanje složenije, a utjecaj sirove političke snage veći. Albanija je bila pojam zaostale zemlje pod čvrstom diktatorskom stegom Envera Hodže, da bi danas krupnim koracima nadoknađivala ono što je propušteno desetljećima. Remzi Lani, direktor Albanskog medijskog instituta i jedan od kreatora mreže medijskih centara Jugoistočne Europe (SEENPM), ovako ocjenjuje stanje medija u regiji:

"Paradoksalno je da se slobodni tisak smatra jednim od najvažnijih dostignuća rastućih demokracija, a istodobno je njegov ugled u javnosti uglavnom negativan. Mišljenja sam da to ne znači kako se javnost umorila od slobode riječi, već da je to jasan znak da ljudi zahtijevaju odgovorniji tisak"¹², smatra Lani.

Odnos medija i politike u većini tranzicijski zemalja Jugoistočne Europe je vrlo slojevit, pun proturječnosti, ali i sasvim jasnog odnosa: političari

10 *Ibid.*, str. 27

11 *Ibid.*, str. 57

12 *Ibid.* str. 59.

želi utjecati na medije. Nema više izravne kontrole, cenzure i sličnih, poznatih načina kontrole medija, ali se pronalaze novi, efikasniji metodi njihova uštkavanja.

Bugari su prema istraživanjima raspoloženja javnosti u zemljama Ju-goistočne Europe jedina zemlja u kojoj se od svih institucija najviše vjeruje medijima.¹³ Pomaže li to novinarima u Bugarskoj? Lilia Raycheva, profesorica Sveučilišta Sv. Kliment Ohridski u Sofiji, kaže kako se u tranziciji uloga medija naglo povećala, a status novinara dobio sva obilježja, prava i odgovornost profesionalaca. Utjecaj novinara, kao javnih osoba, može se usporediti s utjecajem političara. Raycheva smatra kako su novinari iskoristili priliku i, dok su političari lutali, stvorili dobru poziciju za svoju ulogu u javnosti. Izgleda da su oni najbliži onome što se u teoriji naziva "četvrtim stupom vlasti". Raycheva smatra kako su od svih institucija upravo mediji najviše pomogli transformaciji u demokratski sustav.

U bivšoj Jugoslaviji stanje je znatno složenije, pa već opisana sprega *medio-kracije* i *media-kracije* važi za većinu novostvorenih država, s izuzetkom Slovenije, gdje nije sjajno, ali ipak bolje negoli u ostatku bivše YU.

Čekamo li Godota?

Tranzicija je, u cjelini gledano, teška i složena. Tranzicija i integracija Istočne Njemačke u bogatu i demokratsku Zapadnu Njemačku nije išla glatko, lagano i jednostavno, a neke dječje bolesti tranzicijskog procesa još su nazočne. Postsocijalističke zemlje nemaju zapadnog brata kao što je imala Istočna Njemačka i uz vrludanja svjetske politike, zamor donatora, nova krizna žarišta i žilav otpor *medio-kracije* teško je ubrzati proces demokratizacije.

Mediji dijele sudbinu svojih zemalja i ne mogu biti mnogo bolji, ali ni lošiji od svojih korijena. Pregled demokratizacije medija najbolje nam to pokazuje: najbolje je stanje u zemljama koje su se razvile u demokratska društva.

No, može li se taj proces odvijati bez medija? Može li tranzicija uspjeti ako mediji ne odigraju svoju ulogu? Može li javnost uopće znati što i kako treba mijenjati ako mediji ne upru prstom na negativnosti i ukažu na pravi put? Mogu li mediji *djelovati* bez dobro znanih postulata o istinitom, točnom, poštenom, uravnoteženom i nepristranom izvještavanju, kako to kaže Lance W. Bennet? Gdje su nestali ti i takvi mediji?

Čekaju demokraciju, valjda. Samo da ne dočekamo Godota.

13 Alborghetti, Igor, "EU o Hrvatskoj", *Globus*, broj 591, Zagreb, 2002.

Literatura

- Alborghetti, Igor, "EU o Hrvatskoj", *Globus*, broj 591, Zagreb, 2002.
- Anderson, James i Meyer, Timothy, "Mediated Communication, A Social Action Perspective", *Sage Publications*, Newsbury Park, 1988.
- Bagdikian, Ben, *The Media Monopoly*, Beacon Press, Boston, 1990.
- Banks, Louis, "The Rise of the Newsocracy", objavljeno u: *Impact of Mass Media*, uredili Ray Hiebert i Carol Reuss, Longman, New York, 1985.
- Bennet, Lance W., *News: the Politics of Illusion*, Longman, White Plains, 1996.
- Curran, James and Gurevitch, Michael: *Mass Media and Society*, Edward Arnold, London, 1991.
- Communication Culture in Transition*, uredila Nora Schleicher, Akademiai Kiado, Budapest, 2000.
- Downing, John, Mohammadi, Ali, Sreberny-Mohammadi, Annabele, *Questioning the Medija*, Sage Publications, Newbury Park, 1990.
- Exit from censorship*, EJTA, Tirana 2001.
- Fallows, James, *Breaking the News: How the Media Undermine American Democracy*, Pantheon Books, New York, 1996.
- McQuail, Dennis, *Mass Communication Theory*, Sage Publication, London, 1994.
- McQuail, Dennis, *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, Sage Publication, London, 1992.
- Temelji slobodnih društava*, Center for Civil Society in Suotheastern Europe, Zagreb, 1997.

Summary

Road from autocracy to democracy is passing by *mediocracy*. Transitional countries, especially post socialist, are masters in mediocrity. They know how to disguise themselves from communists to the big democrats, but being at the same time nationalists, which can turn next day to the internationalists. Mediocrities have a vital strength, they are born survivals, capable to serve with the same enthusiasm all possible leaders. They have no own ideas, but they are ready to follow ideas of the person who is in power.

The *media-cracy* is main player in that strange transitional process. Author is comparing the media landscape in USA, where media are very developed, but having problems of corporative journalism and facing with ethical dilemmas and post-socialists countries in Europe.