

O PERSPECTIVĂ SUBIECTIVĂ DESPRE ROLUL PROFESORULUI
IOAN DRĂGAN ÎN MODELAREA UNUI DOMENIU EMERGENT –
ȘTIINȚELE INFORMĂRII ȘI COMUNICĂRII – ȘI ÎN ÎNFIINȚAREA
CENTRULUI DE STUDII MEDIA ȘI NOI TEHNOLOGII
DE COMUNICARE (CSMNTC)

VALENTINA MARINESCU*

ABSTRACT

A SUBJECTIVE PERSPECTIVE ON THE ROLE OF PROFESSOR IOAN DRĂGAN
IN SHAPING AN EMERGING FIELD – INFORMATION AND COMMUNICATION
SCIENCES – AND IN ESTABLISHING THE CENTER FOR MEDIA STUDIES
AND NEW COMMUNICATION TECHNOLOGIES (CSMNTC)

This article offers a subjective perspective on the role of Professor Ioan Drăgan in shaping the field of communication and media studies in Romania, with a particular focus on the establishment and development of the Center for Media Studies and New Communication Technologies (CSMNTC) at the University of Bucharest. Following 1989, Romania witnessed significant transformations in both its academic and media landscapes. Professor Ioan Drăgan played a key role in institutionalizing the study of communication, first through the Laboratory “Media, Communication and Culture” at the Institute of Sociology of the Romanian Academy, and later, through the creation of CSMNTC in 2000. Conceived as a platform for research, training, and innovation, the Center embodied Professor Ioan Drăgan’s conviction that “social facts are constituted and exist by virtue of communication processes.”

Keywords: CSMNTC; sociology of communication; Romania.

În peisajul academic românesc, domeniul comunicării și al studiilor media a cunoscut o dezvoltare constantă după 1989. Unul dintre principalii artizani ai acestui proces a fost profesorul universitar Ioan Drăgan, inițial din poziția de director al Institutului de Sociologie al Academiei Române, proaspăt reînființat

* Ph.D., Professor, Faculty of Journalism and Communication Sciences, University of Bucharest, e-mail address: vmarinescu9@yahoo.com.



în ianuarie 1990. Prin munca sa de cercetare, formare și coordonare de programe academice, Profesorul Ioan Drăgan a reușit să pună România pe harta studiilor internaționale în domeniul științelor comunicării.

Cariera lui Ioan Drăgan a fost marcată de o implicare constantă în cercetarea sociologică. În cadrul Institutului de Sociologie al Academiei Române, Profesorul Drăgan a înființat Laboratorul „Media, comunicare și cultură”¹, un nucleu de cercetare interdisciplinară în perioada de tranziție post-comunistă, când România își redefinea nu doar peisajul mediatic, dar și sistemul de cercetare academică în domeniul științelor sociale.

Astfel, într-un peisaj academic în continuă transformare, Profesorul Ioan Drăgan se impunea, prin structurile instituționale pe care le crea, drept una dintre personalitățile de referință în domeniul științelor comunicării din România.

În 2000, Profesorul Drăgan își încetează activitatea în cadrul Institutului de Sociologie și se afiliază Facultății de Sociologie și Asistență Socială a Universității din București unde, în același an, înființează Centrul de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare (CSMNTC), cu scopul declarat de a crea „un spațiu integrator pentru cercetare, formare și inovare în domeniul comunicării” (Drăgan, 2004, p. 8). O idee care fundamentează interpretarea profesorului Drăgan asupra schimbărilor sociale și culturale poate fi următoarea: „Faptele sociale se constituie și există în virtutea unor procese comunicaționale” (Drăgan, 2004, p. 15).

Centrul a fost văzut de la început ca având misiunea de a funcționa drept o platformă de cercetare, formare și schimb de idei între mediul academic și profesioniștii din mass-media. Într-o Românie abia ieșită din comunism, în care mediul jurnalistic și spațiul public se redefineau, CSMNTC era văzut și funcționa ca un punct de observație privilegiat asupra transformărilor în curs.

Sub conducerea Profesorului Drăgan, CSMNTC a îmbinat activitatea de cercetare fundamentală cu programe de formare academică avansată. Dintre aceste programe putem aminti: Programul doctoral: „Paradigme sociologice, tehnologice și semiotice ale comunicării” – adresat tinerilor cercetători interesați de media și tehnologie; Masteratul „Comunicare și Opinie Publică” la Facultatea de Sociologie și Asistență Socială (Universitatea București) și care a fost transformat ulterior în Masteratul francofon „Médias, Communication et Société”, în parteneriat cu universități din Franța și Elveția (la aceeași facultate); o serie de colocvii internaționale franco-române pe teme subsumate cercetării media și comunicării de masă, precum comunicarea politică, cultura audiovizuală, etica media și impactul digitalizării (vezi articolul lui A.G. Costantinescu din acest număr al revistei).

Ca teme de cercetare și contribuții științifice sub conducerea profesorului Drăgan, CSMNTC a desfășurat proiecte cu impact național și internațional: Influența mass-mediei asupra comportamentului electoral (Drăgan, 2001); Impactul evenimentelor globale – un studiu asupra modului în care presa românească

¹ Actualmente Laboratorul Sociologia Comunicării și a Spațiului Public.

a relatat atentatele din 11 septembrie 2001; Tineret și media – cercetări privind influența televiziunii și a internetului asupra valorilor și stilurilor de viață ale adolescenților din București (Drăgan, 2005; pentru mai multe amănunte, vezi articolul Liviei Ștefănescu și cel al Ancăi Velicu din acest număr omagial); Evoluția audiovizualului românesc (2000–2002) – raport asupra transformărilor legislative și tehnologice din media națională.

Dincolo de aceste date succinte ale activității CSMNTC, merită amintite o serie de secvențe care sunt de natură subiectivă, fiind legate de modul în care am văzut activitatea Centrului din anul înființării până în 2006. Proaspăt transferată eu însămi de la Institutul de Sociologie la Facultatea de Sociologie și Asistență Socială, în perioada 2000–2006 am ajutat la organizarea și funcționarea CSMNTC.

Înființarea CSMNTC a fost posibilă prin finanțarea oferită de un grant al Băncii Mondiale pe care profesorul Drăgan l-a câștigat în 1999. Grantul de la Banca Mondială venea după o perioadă de patru ani când, sub conducerea sa, la Institutul de Sociologie au fost finanțate multe cercetări. În perioada dificilă 1996–2000 (criză, șomaj, inflație), de exemplu, Laboratorul „Media, comunicare și cultură” a putut desfășura cercetări cu ajutorul următoarelor granturi: 1996–1998 – Proiectul „Mass media și campania electorală” (Ministerul Tineretului și Cercetării Științifice – Grant No. 641530337/1996); 1996–1998 – Proiectul „Influența exercitată de mass media asupra comportamentului electoral” (finanțat de CNCSU – Grant No. 1427/1996); 1998–2000 – Proiectul „Modele ale consumului de media” (finanțat de CNCSU – Grant No.103/1998). Nu pot spune ce alte proiecte de cercetare au mai fost finanțate în aceeași perioadă la Institutul de Sociologie, dar este evident că proiectele anterior-amintite nu au fost unice, singulare.

Cred că organizarea, punerea în funcțiune a CSMNTC – primii ani – a fost o sarcină dificilă. Centrul a primit un sediu în clădirea Facultății de Sociologie și Asistență Socială din Bulevardul Schitu Măgureanu 1, clădirea comună cu Teatrul Bulandra, o cameră la etajul 5. La început a fost un spațiu gol pe care a trebuit să îl populăm cu obiecte și cu oameni. Achiziția de mobilier, calculatoare, dulapuri, scaune etc., instalarea lor, punerea lor în funcțiune a durat doi ani – 2000–2002. Tot doi ani a durat până când a absolvit prima generație de masteranzi din cadrul programului „Comunicare și Opinie Publică”. Cu alte cuvinte s-a lucrat pe mai multe „fronturi” la construcții simultane. În fapt, în acel context, principala calitate a Profesorului Drăgan – pe care oricine a putut să o vadă la lucru în acei ani – a fost capacitatea de a organiza echipele de muncă, cu sarcini și atribuții clare pentru fiecare membru. De exemplu, în achiziția de produse, în instalarea echipamentelor s-a bazat pe studenții masteranzi și pe doctoranzi. Societatea românească fiind atunci abia la începutul revoluției aduse de calculator și internet și instinctul (care nu l-a trădat) i-au dat de înțeles că tinerii de până în 30 de ani sunt cei care pot vedea cel mai bine în ce direcție este

bine să investim legat de noua lume care apărea. Astfel, mergând pe mâna tinerilor și pornind de la ideea că „suntem prea săraci să luăm lucruri ieftine”, s-a investit atunci în aparatură și infrastructură care să creeze cele mai bune condiții de cercetare. Prima stație grafică cumpărată atunci a fost extrem de scumpă, dar la fel de scump a fost și aerul condiționat instalat în 2001 (câți dintre noi aveau acasă atunci așa ceva?!) sau reportofioanele și camerele de filmat marca Sony. Cum la fel de scumpe au fost și cărțile aduse din străinătate de doctoranzii sau cercetătorii care au primit burse de mobilitate externă în această perioadă. Cu privire de cărți, înțelegerea era simplă: doctorandul sau cercetătorul primea o sumă de bani (drum, cazare, diurnă) pentru o deplasare pentru o perioadă de două săptămâni în străinătate și, simultan, primea o sumă de bani pentru a achiziționa cărți pe care să le aducă la Centru. Am avut o astfel de deplasare la *Centre for Communication and Information Studies*, University of Westminster și am adus atunci trei geamantane de cărți cumpărate de la Londra (cazarea a fost de tip B&B, iar partea legată de mâncare a fost salvată în mare parte de restaurantele tip „Eat as much as you can”).

Un al treilea „front” la care a început munca în aceeași perioadă a fost cel al publicării de lucrări cu rezultate din activitatea Centrului. În 2002 au apărut astfel, la editura Tritonic, „Paradigme Sociologice ale Culturii” (cu articole ai căror autori erau foști doctoranzi) și „Efectele comunicării – O perspectivă culturologică” (cu articole ale masteranzilor). Cred că a fost pentru prima dată (și, din păcate, una dintre puținele cazuri) când masteranzii și-au putut valorifica lucrările într-un volum publicat cu ISBN. Și aceasta pentru că o altă calitate a Profesorului Drăgan a fost cea a încrederii acordate ideilor noi, chiar celor neobișnuite, dacă ele aveau potențial și promiteau o dezvoltare ulterioară. În cazul sus-amintit, faptul că a permis ca masteranzii să aibă o „voce” a asigurat, printre altele, succesul masteratului „Comunicare și Opinie Publică” pe durata existenței acestuia.

Succesul CSMNTC în perioada în care am lucrat acolo, alături de profesorul Drăgan, a fost asigurat însă de muncă. Fără vacanțe și concedii, cel mai adesea muncind și în week-end, până seara târziu. Recepția celor patru calculatoare (noi pentru acea perioadă) și a stației grafice a însemnat pentru mine să plec de la o nuntă la ora 12 noaptea pentru a fi a doua zi odihnită și atentă la actele de predare-primire a aparaturii achiziționate. Știu că atunci nu a fost (chiar deloc) plăcut, dar, privind retrospectiv, pot spune că, trecând prin astfel de situații, am învățat să prioritizez activitățile, să mă organizez.

Într-o eră dominată de digitalizare și inteligență artificială, ideea profesorului Drăgan că „educația media nu mai este un lux, ci o necesitate civic-democratică” (Drăgan, 2004, p. 198) este mai actuală ca oricând. De-a lungul carierei, Ioan Drăgan a reușit să construiască nu doar un cadru teoretic solid pentru studiul comunicării în România, ci mai ales instituții. Deseori ne referim la activitatea academică a unei personalități strict din perspectiva ideilor, lucrărilor sale. Ideile pot căpăta patina timpului, lucrările pot fi contrazise sau contestate de alți autori –

de fapt așa este normal în cunoaștere. Puțini oameni de știință pun însă bazele unor instituții, puțini sunt cu adevărat „constructori”. Atât activitatea ca director al Institutului de Sociologie, cât și cea de director al CSMNTC ne spun că acest lucru a fost posibil.

Vă mulțumesc, Domnule Profesor!

BIBLIOGRAFIE

1. Drăgan, I. (2001). Comunicarea politică în România. București: Editura Comunicare.ro.
2. Drăgan, I. (2004). Sociologia comunicării. București: Editura Polirom.
3. Drăgan, I. (2005). Media și socializarea tinerilor. București: Editura Universității din București.
4. Drăgan, I. (2007). Comunicarea. Paradigme și teorii (2 vol.). București: RAO International Publishing Company.

