

EDUCAȚIA ÎN EPOCA MASS-MEDIA: IMPLICAȚII ALE CONSUMULUI DE MASS-MEDIA ASUPRA COPIILOR ȘI ADOLESCENȚILOR

Dorin Opriș, dr. hab., prof.univ.

Universitatea „1 Decembrie 1918”, Alba Iulia, România

dorin_monica@yahoo.com

ID ORCID: 0000-0002-2646-7122

EDUCATION IN THE MASS MEDIA AGE: IMPACT OF MASS MEDIA ON CHILDREN AND ADOLESCENTS

Education in the age of mass media: Implications of media consumption on children and teenagers. The article aims to provide new theoretical foundations and research perspectives, given the unprecedented spread that the mass media has recently known. The almost unanimous interest shown for the information they provide, in contexts and at low costs, raises many questions for the educational system. First related to the impact of the models they promote on the development of the person, especially of children and adolescents. The decisive factor in the impact that mass media has on new generations is related to ease of use, followed by the satisfaction or joy it offers to the consumer.

1. Preliminarii

Articolul de față reia și dezvoltă aspecte analizate anterior [1] legat de impactul mass-media asupra educației copiilor și adolescenților. Ne propunem să oferim noi fundamentări teoretice și perspective de cercetare, dat fiind faptul că răspândirea fără precedent pe care o cunoaște în ultima perioadă mass-media, interesul aproape unanim manifestat pentru informațiile pe care le oferă în contexte și la costuri facile ridică numeroase întrebări legat de impactul [2] modelelor pe care le promovează, deopotrivă asupra dezvoltării persoanei, în special a copiilor și adolescenților. Implicațiile noilor realități se observă în schimbările în plan axiologie din viața acestora și ridică întrebări deopotrivă pedagogiei, psihologiei, științelor comunicării, dar și bioeticii și domeniului medical, pentru cazurile grave de dependență sau depresie înregistrate tot mai frecvent [3]. Cercetări recente vorbesc nu doar de modificări în structura valorică a persoanei și

a societății, concluziile merg până la a se argumenta problemele majore în formarea personalității și în obținerea de performanțe școlare și mai apoi profesionale [4]. Factorul decisiv în impactul pe care îl are mass-media asupra noilor generații este legat de utilizarea facilă, urmat de satisfacția sau de bucuria pe care o oferă consumatorului [5].

Pe măsură ce mass-media schimbă din ce în ce mai radical lumea în care se formează și pentru care se pregătesc actualele generații de copii și adolescenți, sunt necesare analize teoretice și cercetări educaționale tot mai complexe care să le ofere teoreticienilor și practicienilor din spațiul educațional elementele necesare racordării abordărilor din domeniul didacticii la anumite realități și preocupări care definesc unic [6], particularizat, viața copiilor și a tinerilor. Cercetări recente arată că tehnologiile media tradiționale, cum sunt televizorul, calculatorul sau consolele video, înregistrează un declin pronunțat în ceea ce privește utilizarea lor de către copii și tineri, în raport cu tehnologiile mobile, între care se numără în special tabletele, dispozitivele mobile cu jocuri video și telefoanele inteligente. Totodată, tot mai puțini copii și adolescenți sunt interesați să vizioneze emisiuni TV în dormitor, în schimb utilizează din ce în ce mai mult Internetul prin intermediul calculatorului sau al altor dispozitive mobile [7]. Aceste noi situații și contexte de comunicare facilitează utilizarea în comunicare a rețelelor de socializare sau mesageria instantanee, iar provocările cărora este chemată familia să le facă față devin din ce în ce mai complexe și greu de gestionat [8]. Dacă la toate acestea adăugăm și multitudinea de elemente care fac dificilă evidențierea factorilor perturbatori ai comunicării pe coordonatele clasice ale acesteia [9], înțelegem nevoia unor investigații educaționale ample, care să indice soluții aplicabile la nivelul disciplinelor de învățământ.

În ceea ce privește timpul petrecut în fața dispozitivelor electronice care susțin comunicarea, acesta crește odată cu vârsta adolescenților, ceea ce arată deopotrivă un mai mare volum de timp liber, cât și lipsa de supraveghere de către părinți a copiilor care utilizează mass-media. Faptul că adolescenții se arată foarte pricepuți în utilizarea mijloacelor tehnice moderne îi determină adesea pe părinți să acorde mai puțină atenție modului în care aceștia le utilizează, cât și informațiilor pe care ei le preiau, iar această modificare survine în special după ce copiii trec de vârsta de 11 ani, care corespunde cel mai adesea momentului accederii de către aceștia în ciclul gimnazial. Datele arată că, în conformitate cu teoria cognitivu-

lui social, exista încă înainte de perioada restricțiilor pandemice recente o puternică tendință a adolescenților de a copia comportamentul mediatic al părinților, ceea ce sugerează nu doar tendința de imitare sau de petrecere în acest mod, împreună cu copiii, a timpului liber, ci și faptul că părinții constituie până la o anumită vârstă principalul factor de modelare a comportamentului copiilor în ceea ce privește utilizarea mass-media [10]. Datele noastre arată faptul că timpul suplimentar petrecut de preadolescenți și adolescenți alături de părinți în lockdown-ul cauzat de COVID-19 nu a contribuit la creșterea unității familiei, date fiind în special preocupările diferite ale membrilor acesteia, în activitatea desfășurată online de acasă. Cercetări recente arată faptul că este necesară și o analiză în bază de gen, datele arătând faptul că interesul pentru utilizarea mass-media nu este egal distribuit [11].

2. Mass-media și comunicarea în familie

Văzută ca microsistem, familia constituie un puternic factor educativ, chiar dacă folosirea pe scară tot mai largă a noilor tehnologii schimbă modul tradițional în care membrii acesteia interacționează. Rolul important în alfabetizarea copiilor și în dezvoltarea abilităților cognitive ale acestora pe care îl au tehnologiile mass-media poate să devină factor perturbator pentru dezvoltarea lor socio-emoțională, în condițiile în care copiii și adolescenții au acces la elemente de educație informală și nonformală în dizarmonie cu etapa de înțelegere și cu capacitatea de a selecta informațiile, în care se află. Posibilitatea tot mai facilă pe care o au actualele generații de elevi de a comunica în scris sau chiar verbal prin Internet, cu persoane din diferite locuri ale lumii a făcut ca modul de înțelegere a familiei tradiționale și a grupului de persoane din vecinătate, inclusiv din spațiul școlar, să se schimbe radical. Grupul de prieteni se poate extinde acum cu ușurință pe tot globul, iar respectivele interacțiuni pot crea nu doar conexiuni cu familiarități profunde, dar susțin o extindere multiculturală în fața căreia familia copiilor poate ajunge într-o anumită dificultate, date fiind dificultățile inerente de înțelegere a valorilor unei lumi tot mai globalizate.

Utilizarea mijloacelor media în cadrul familiei poate să facă mai dificilă comunicarea în cadrul acesteia și dezvoltarea fizică a copiilor, date fiind noile coordonate de viață, nu doar în mediul urban, conform cărora mișcarea și jocurile în aer liber alături de colegi și prieteni devin din ce în ce mai reduse și puțin atractive pentru adolescenți. Devine important de cercetat corelația dintre interesul tot mai scăzut pentru sport și mișcare al

copiilor și al adolescenților și creșterea numărului de emisiuni și relatări din mass-media despre sport și sportivi cu rezultate foarte înalte, promovare ce poate să inhibe implicarea actualelor generații de elevi în activități recreative sportive realizate în familie sau în grupurile lor de prieteni, fără pretenții sau aspirații de performanță. O altă cauză, complementară acesteia, poate să fie creșterea costurilor pe care le implică activitatea sportivă, chiar și fără pretenții de rezultate notabile în domeniu.

Una dintre noutățile aduse de dezvoltarea tehnologiilor informatice este apariția și utilizarea pe scară largă a sistemului multitasking, în special multitasking-ul media, care face ca modificările în planul capacității de concentrare pe o sarcină unică să fie semnificative. Astfel, la adolescenți, mai ales, se constată o scădere a capacității de interacțiune în cadrul familiei, urmată de dificultăți în realizarea unei singure sarcini de lucru, la școală și mai apoi la locul de muncă [12], cauza principală fiind formarea deprinderii de a trece în mod constant de la o sarcină de lucru la alta, fără un motiv legat de performanța școlară sau profesională.

Multitasking-ul rămâne însă o soluție pentru odihna sau relaxarea cerebrală, ceea ce, în condițiile unei dezvoltări corespunzătoare a funcției executive, poate susține obținerea unor performanțe superioare la nivel universitar. Rămâne de analizat și care sunt efectele pe care le au în timp asupra copiilor reclamele persuasive prezentate în special pe rețelele de socializare sau la posturile de televiziune, în condițiile în care aceștia sunt fascinați de imaginile audio-video extrem de atractive și cu durată redusă.

3. Consumul de mass-media și sănătatea copiilor și adolescenților

Un important domeniu de cercetare este legat de relația dintre timpul petrecut de copii în fața ecranului, la televizor, calculator, telefon etc., și riscul de obezitate dezvoltat de aceștia înspre finalul adolescenței și la maturitate. Alături de modificările pe care le impune pentru învățarea clasică, de tip formal și nonformal, prin modificările la nivel psihologic pe care le aduce, timpul petrecut la fața ecranului se constituie într-o componentă importantă și în ceea ce privește dezvoltarea copiilor și a tinerilor, legat de perspectivele asociate sănătății acestora, în contextul în care ei sunt foarte interesați de reclamele la alimente prezentate la posturile de televiziune, în condițiile în care identificarea pericolului obezității nu constituie o prioritate la aceste vârste.

Cercetări independente realizate în diferite țări, inclusiv în România, arată faptul că posibilele corelații între interesul copiilor pentru reclamele

care prezintă, în special la televizor, dar și pe Internet, diferite produse alimentare și apariția obezității la aceștia pornesc de la ceea ce este numit „mesajul celor 10 secunde” al unei reclame la un produs alimentar, care este în măsură să modifice decisiv alegerile pe care le fac copiii. La acestea se adaugă cu succes la adolescenți anunțurile, știrile, emisiunile, reportajele care promovează sau construiesc „eroi”, pe baza unui repertoriu preponderent mitologic și cu promovarea unei totale libertăți de exprimare și acțiune [13].

Una dintre întrebările pe care și le pun părinții este legată de dorința copiilor de a imita comportamentele unor persoane care apar în reclame sau emisiuni televizate, în contextul în care un control riguros asupra timpului și tipului de emisiuni pe care aceștia le vizionează se dovedește extrem de dificil, mai ales după vârsta de 11-12 ani. Prin urmare, nu poate să surprindă adoptarea unor modele de vestimentație neadecvate vârstei copiilor, mai ales în cazul în care anumite persoane cu popularitate ridicată în rândul adolescenților se implică pe termen lung în reclame legate de acest aspect. Una dintre cheile de înțelegere a acestui context o reprezintă o mai bună cunoaștere a rolului pe care îl au tehnologiile media, în raport cu instituțiile mass-media în sine, dată fiind și preocuparea acestora din urmă de a utiliza pe scară largă reclame pe o bază puternic emoțională.

Puterea de influență a reclamelor publicitare asupra copiilor de diferite vârste [14], inclusiv asupra consumului de alcool și droguri de către copii și tineri a fost dovedită de numeroase cercetări. Datele arată că interdicțiile parțiale ale reclamelor publicitare la tutun și alcool ar putea determina reduceri de aproximativ 12-13 puncte procentuale ale consumului, iar reducerea totală a acestora ar conduce la diminuări cu aproximativ 23-24%. Cu toate acestea, dată fiind capacitatea mass-media de a acoperi din punct de vedere tehnologic spații ample, în elaborarea de noi campanii publicitare sunt speculate în permanent noile interese sau preocupări ale publicului țintă, în contextul în care finanțările pentru noi reclame cresc pe măsura derulării campaniilor de prevenire a consumului de alcool, tutun sau droguri. Contra-publicitatea poate fi și ea eficientă dacă este suficient de adaptată așteptărilor publicului țintă. Dificil se dovedește, de asemenea, efortul de conștientizare a pericolului privind consumul acestor substanțe. Dat fiind faptul că în SUA drogurile sunt permise în anumite condiții, cercetările arată faptul că interesul tinerilor pentru reclamele la acestea se menține la cote ridicate. Direcțiile de cercetare pe această problematică nu pot să

eludeze identificarea eficacității programelor de alfabetizare a elevilor în ceea ce privește rolul și posibilele interese ale mass-media în societatea contemporană [15].

4. Provocări ale mass-media asupra educației de mâine

Una dintre noile provocări aduse de extinderea rețelelor mass-media, în special după dezvoltarea tehnologiilor care asigură o viteză ridicată a traficului pe Internet, sunt jocurile video [16]. În abordarea comună, venită mai ales din partea părinților adolescenților și a persoanelor în vârstă, jocurile video sunt catalogate ca un real pericol pentru formarea în spiritul valorilor clasice a noilor generații. Cel mai adesea însă atitudinea tinerilor față de aceste jocuri este total diferită, pentru cei mai mulți dintre aceștia realitatea nu este bipolară, ca urmare a unor ample experiențe individuale, cu atât mai mult cu cât relaționarea cu modelele formative oferite de aceste jocuri nu se dovedește în egală măsură pozitivă sau negativă. Dacă la aceste realități se adaugă și faptul că școala valorifică din ce în ce mai mult potențialul formativ al acestor realizări din domeniul informaticii [17], inclusiv în manualele școlare editate în format electronic, înțelegem de este recomandat ca atenția cercetătorilor din domeniul științelor educației să se concentreze cu precădere asupra înțelegerii efectelor jocurilor video și a mecanismelor prin care unele dintre acestea pot susține învățarea, particularizat pe grupe de vârste, decât să se cantoneze pe analize privind oportunitatea reală a utilizării acestora în educație.

În ceea ce privește riscurile asociate utilizării mass-media până la vârsta maturității, la nivel european cercetările arată creșterea riscurilor la nivelul copiilor și adolescenților, în paralel cu accesul la nivel național la aceste resurse. Principalele temeri ale tinerilor, în contextul utilizării mijloacelor media, sunt legate de posibilele agresiuni cibernetice, urmate de cele privind interacțiunea cu persoane care își atribuie identități false. În foarte mică măsură, copiii sunt deranjați sau consideră o agresiune conținutul media care face trimitere implicită sau explicită la viața intimă. Pe de altă parte, în pofida riscurilor semnificative la care sunt expuși copiii și tinerii în fața unor produse media din această categorie, mai ales în cultura occidentală, se consideră că interzicerea completă a reclamelor sau blocarea accesului este de natură să obstrucționeze dezvoltarea acestora, mergându-se până la a se considera chiar că o astfel de inițiativă poate să limiteze oportunități pozitive pentru tineri.

5. Cercetările pedagogice privind impactul mass-media asupra copiilor și adolescenților și dezvoltarea unor programe educaționale și de sănătate publică

Dacă asupra pericolelor consumului de mass-media la copii și adolescenți punctele de vedere sunt diferite, familia, școala și companiile producătoare de publicitate aflându-se pe poziții destul de diferite, în ceea ce privește posibilele beneficii, punctele de vedere ale actorilor implicați sunt mult mai apropiate. În primul rând, se remarcă apropierea domeniilor de interes în ceea ce privește utilizarea mass-media în domeniul sănătății publice. Difuzarea prin intermediul mass-media a materialelor care prezintă pericolul fumatului, importanța unei alimentații echilibrate și sănătoase, modalitățile prin care tinerii pot să-și stabilească relații care să nu implice riscuri se constituie deopotrivă în realizări și deziderate în domeniul informării și formării prin aceste mijloace.

Un rol important în înțelegerea posibilităților de utilizare a mass-media în educație îl are identificarea caracteristicilor psiho-socio-culturale [18] ale principalelor grupuri de utilizatori ai acestor mijloace de comunicare în masă. În aparență facil, acest aspect rămâne permanent în atenția cercetătorilor, deoarece și tehnologia care susține domeniul este în continuă dezvoltare, fapt care implică nu doar schimbări în relația cu acestea a publicului consumator, ci și costuri financiare tot mai mari. Tot în planul perspectivelor de cercetare se află și aspecte precum rolul educativ prin care producțiile media oferă copiilor posibilitatea de a-și prezenta gândurile sau anumite aspecte care le definesc viața, precum și întrebările legate de menținerea unui echilibru între nevoia de informare a tinerilor și respectarea exigențelor privitoare la dezvoltarea lor normală.

Complexitatea unor astfel de cercetări și absența unor finanțări adecvate au făcut ca până acum să nu se înregistreze date actualizate și relevante privind efectul asupra copiilor și al tinerilor al materialelor livrate de mass-media, dar nici modul în care vocea acestora este luată în seamă în evaluarea respectivelor producții.

Dezvoltarea într-un ritm tot mai rapid a industriei cinematografice a făcut ca mediul educațional să-și pună problema eficienței integrării mesajelor formative ale unor campanii de informare sau prevenire, în aceste tipuri de producții. Percepția în prezent este că acest tip de mesaje nu reprezintă o soluție la problemele tinerilor, în schimb pot să se constituie în pretexte sau bază pentru conversațiile din familie [19], contribuind astfel la întărirea

relațiilor dintre părinți și copii. Creșterea volumului informațional cu care operează educația formală face ca tot mai mult școala să aștepte ajutorul familiei pentru susținerea copiilor în înțelegerea corectă și în realizarea unei selecții adecvate a conținutului media cu care intră în contact, efort cu atât mai necesar cu cât supraîncărcarea cu informații din mass-media îi pune pe copii și pe tineri în fața unei provocări majore atât în privința efectelor, cât și a înțelegerii corecte a conținutului. Se arată oportună cercetarea modului în care părinții sunt pregătiți să-i susțină și să-i monitorizeze pe copii în accesarea în siguranță și selectarea atentă a conținutului media pe care îl urmăresc. O cercetare în acest sens este cu atât mai utilă cu cât numărul de informații false și/sau cu un grad ridicat de violență vehiculate de mass-media contemporană este în continuă creștere, iar interacțiunea cu acestea în era digitală [20] poate să producă efecte negative majore în planul sănătății mintale. Cercetările noastre arată că, deși tinerii consumă constant produse mass-media, iar părinții cunosc starea reală de fapt și posibilele consecințe, totuși aceștia preferă să-și asume riscurile aferente, pentru a le asigura copiilor lor accesul la un conținut mediatic considerat nou și de divertisment.

Considerăm extrem de importantă demararea unui amplu set de cercetări educaționale care să investigheze măsura în care adolescenții sunt influențați de valorile și modelele cu care intră în legătură prin intermediul unor materiale din publicații scrise, site-uri sau de pe diferite rețele de socializare, precum și posibila influență a acestora asupra unor comportamente deviante înregistrate tot mai frecvent la respectiva vârstă [21]. De asemenea, este important de stabilit modul în care respectivele modele sau valori influențează negativ relațiile cu părinții ale copiilor și adolescenților, prin adoptarea în mod conștient sau nu a unor modele în discordanță cu principiile promovate în familie [22]. Nu în ultimul rând, retragerea treptată a elevilor de la activități extrașcolare, aspect care în opinia noastră este legat în mică măsură de restricțiile pandemice recente, indică o posibilă apariție a unor materiale și emisiuni care generează dependență față de „ecran”.

Concluzii

Articolul pornește de la asumția că utilizarea mass-media de către părinți oferă o puternică predicție privind interesul pe care, în viitorul apropiat, urmează să-l manifeste față de aceste mijloace copiii și tinerii. Astfel, particularitățile utilizării mass-media de către părinți reprezintă pentru

aceștia calea principală în identificarea și preluarea obiceiurilor adulților, care se cer (re)modelate astfel încât să nu perturbe formarea copiilor.

Datele lucrării de față considerăm că sunt utile deopotrivă profesioniștilor din spațiul investigativ al științelor educației, cât și celor care nu sunt familiarizați cu problematicile de substanță ale educației, dar care-și înțeleg tot mai bine calitatea de reali parteneri educaționali, prin implicarea în aspectele formative pe care școala nu poate să le gestioneze eficient.

Complexitatea problemelor pe care le implică impactul produselor media asupra copiilor și tinerilor, precum și viteza cu care apar modele și tehnologii noi în acest domeniu, fac dificilă delimitarea clară și rapidă a efectelor pozitive de sursele cu potențial negativ. Totodată, nevoia de noi cercetări în domeniu este sugerată și de limitele relației de parteneriat educațional școală-familie/părinte în ceea ce privește proiectarea și desfășurarea de programe educaționale care să valorifice în mod unitar potențialul formativ al noilor mijloace de comunicare.

Referințe bibliografice

1. Opriș Dorin. Educația copiilor și a adolescenților în epoca mass-media. Provoacă și perspective de cercetare. În: Octavian Moșin, Ioan Scheau, Dorin Opriș (editori). Educația din perspectiva valorilor. Tom XI: Summa Theologiae. București, Editura Eikon, 2017, pp.170-174.
2. UNESCO. 2022 Youth Report social media resources. In: <https://www.unesco.org/gem-report/en/2022-youth-report-social-media>. (accesat: 01.09.2022).
3. Fardiah Dedeh. Anticipating Social Media Effect: Digital Literacy among Indonesian Adolescents. In: International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research (IJMCER). 2021, Volume 3, Issue 3, pp.206-218.
4. Sunder Prem. Use and effects of mass-media on adolescent students. In: International Journal of Advanced Educational Research. 2018, Volume 3, Issue 2, pp.119-122.
5. Fauzi Muhammad Ashraf, Sulaiman Noor Suhani, Kasim Nur Muneerah, Harun Siti Aminah. Digital Addiction among Young Adolescent. Mitigating the Impact of Media Technological Adversity. In: Journal of Physics: Conf. Ser. 2019, pp.1-15. doi.org/10.1088/1742-6596/1529/5/052088.
6. Beyens Ine, Pouwels J. Loes, van Driel Irene, Keijsers Loes, Valkenburg Patti. The effect of social media on well-being differs from adolescent to adolescent. In: Scientific Reports. 2020, Nr. 10(1), pp.1-12. doi.org/10.1038/s41598-020-67727-7.

7. Opreș Dorin, Opreș Monica. Valori, modele și așteptări ale liceenilor din județul Alba. Ediție electronică. Cluj-Napoca: Editura Eikon, 2015.
8. Sisova Tatiana. Probleme și dificultăți în educarea copiilor. Îndrumar pentru părinți. București: Editura Sophia, 2012.
9. Crețu Vasile. Valențe religioase ale comunicării. În: Ortodoxia (București). 2004, Nr. 1-2, pp.171-195.
10. Opreș Dorin. Noile tehnologii ale informației și comunicațiilor în viața adolescenților. Provocări și șanse pentru mediile educaționale. În: Dorin Opreș, Ioan Scheau, Octavian Moșin (editori). Educația din perspectiva valorilor. Tom X: Summa Paedagogica. București: Editura Eikon, 2016.
11. Aldahdouh Tahani Z. Nokelainen Petri, Korhonen Vesa. Technology and Social Media Usage in Higher Education: The Influence of Individual Innovativeness. In: SAGE Open, 2020, Nr. 10(1). doi.org/10.1177/2158244019899441.
12. Ausubel David, Robinson, Floyd. Învățarea în școală. București: Editura Didactică și Pedagogică, 1989.
13. Bălășescu Mădălina. Mass media: reprezentari sociale si stereotipuri. București: Editura Tritonic, 2013.
14. Plăiaș Ioan. Comportamentul consumatorului. Deva: Editura Intelcredo, 1997.
15. Gheorghe V., Criveanu N., Drăgulinescu A. Efectele micului ecran asupra minții copilului. București: Editura Prodromos, 2007.
16. Ioan Cosmin. Mass-media în educația adolescenților. În: <https://madalin.info/mass-media-in-educatia-adolescentilor>. (accesat: 31.08.2022).
17. Diaconu-Popovici Răzvan. Utilizările tehnologiilor informaționale în educația tinerei generații. În: Plurilingvism și interculturalitate. Reprezentare (inter)culturală și performativitate. Studii și cercetări științifice. Seria Filologie. Bacău: Editura Alma Mater, 2014, pp.145-151.
18. Botoi Oliviu-Petru. Raportul dintre Religie și Morală în educația paideică a educației tineretului contemporan. În: Altarul Reîntregirii,. 2016, Nr. XXI (1), pp.543-558.
19. Buijzen M. The effectiveness of parental communication in modifying the relation between food advertising and children's consumption behaviour. In: British Journal of Developmental Psychology. 2009, Nr. 27, pp.105-121.
20. Keane, John. Mass-media și modernitatea. Iași: Editura Polirom, 2000.
21. Opreș Dorin. Educație și religie. Analize, reflecții, provocări. București: Editura Eikon, 2020.
22. Brudiu Răzvan. Dimensiunea ecesială a familiei. Provocări pastoral-misionare actuale: Ecclesia Domestica și Minimum Fidei. În: Oliviu Botoi, Răzvan Brudiu (editori). Educația creștină într-o cultură pluralistă: cum creștem copiii în lumea de azi. Alba Iulia: Reîntregirea; Stockholm: Felicitas, 2020, pp.287-306.