

LBRIS

We know
books

ANCA VELICU

COPIII ȘI TEHNOLOGIILE DIGITALE ÎN PERIOADA COVID-19

ȘCOALA ONLINE, RISCURILE INTERNETULUI ȘI
MEDIEREA PARENTALĂ

t...

TRITONIC

Tritonic Books

București - 2023

Anca Velicu

Copiii și tehnologiile digitale în perioada Covid-19.

Școala online, riscurile internetului și medierea parentală

Copyright © Anca Velicu

Copyright © TRITONIC 2023 pentru ediția prezentă.

Toate drepturile rezervate, inclusiv dreptul de a reproduce fragmente din carte.

TRITONIC

Str. Coacăzilor nr. 5, București

e-mail: editura@tritonice.ro

www.tritonice.ro

Tritonic București apare la poziția 18 în lista cu Edituri de prestigiu recunoscut în domeniul științelor sociale (lista A2) (CNATDCU):

http://www.cnatdcu.ro/wp-content/uploads/2011/11/A2_Panel41.xls

Colecția Sociologie este coordonată de prof. univ. dr. Gabriel Jderu.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

VELICU, ANCA

Copiii și tehnologiile digitale în perioada Covid-19 - Școala online, riscurile internetului și medierea parentală / Anca Velicu. - București :

Tritonic Books, 2023

Conține bibliografie

ISBN 978-606-749-676-5

316

Coperta: Alexandra Bardan

DTP: Ioan Dorel Radu

Editor: Rebeca Cojocaru

Comanda nr. SOC 08/2023

Bun de tipar: Noiembrie 2023

Tipărit în România

Orice reproducere, totală sau parțială, a acestei lucrări, fără acordul scris al editorului, este strict interzisă și se pedepsește conform Legii dreptului de autor.

CUPRINS

Introducere	9
Contextul istoric: pandemia de Covid-19	9
Copiii și media: o (foarte) scurtă introducere	14
Digitalizarea educației în România: strategii și cifre	16
Prezentarea cărții	20
Ce își propune cartea?	20
Cui se adresează cartea?	20
Metodologia culegerii datelor	23
Structura cărții	33
Încadrări teoretice	35
Teoria mediatizării și abordarea figuratională	35
Modelul <i>EU Kids Online</i>	46
Folosirea tehnologiilor digitale în context educațional sau despre „școala online” în pandemia Covid-19	56
Școala în perioada pandemiei Covid-19. Rezultate ale studiilor internaționale	59
Școala la distanță în regim de urgență sau când școala are loc prin <i>social media</i>	68
Creionarea contextului: acces și competențe digitale	68
Participare și instrumente folosite în școala la distanță în regim de urgență	72
Școala la distanță sau școala de acasă? Despre rolul părinților ...	77
Constelații de actori	78
Practici de comunicare	91
<i>Media repertoire</i> : dispozitive și aplicații folosite	96

Concluzii de etapă: perspectiva familiei asupra școlii la distanță în perioada lockdown-ului	101
Anul școlar 2020–2021: prelungirea pandemiei și organizarea sistemului educațional în vederea învățământului la distanță	106
Pregătirea anului școlar 2020–2021	109
Practici pedagogice folosite în anul școlar 2020–2021	120
Adaptarea evaluării și a notării	127
Participarea activă a elevilor la ore, o provocare majoră	128
Lărgirea comunităților de profesori și extinderea colaborării	131
Școala hibridă, între speranță și realitate	132
Riscuri și oportunități ale folosirii tehnologiei digitale în școala la distanță	133
Abordarea elevilor vulnerabili sau cu cerințe educaționale speciale	139
Provocările școlii la distanță pentru copiii care trăiesc în sărăcie	140
Elevii cu cerințe educaționale speciale	142
Căi alternative de sprijinire a elevilor vulnerabili în perioada pandemică	147
Posibilități de îmbunătățire a educației din România pe baza experienței din anul școlar 2020–2021	152
Îmbunătățirea educației într-o potențială situație similară	152
Îmbunătățirea educației pe termen lung: școala post-pandemie	156
Câteva concluzii și recomandări privind procesul de digitalizare a sistemului educațional românesc	157
Folosirea tehnologiilor digitale și starea de bine a copiilor și a familiei	162
Riscurile și oportunitățile internetului în perioada pandemiei	162
Rezultate ale studiilor internaționale despre riscurile internetului în perioada Covid-19	166
Evoluția oportunităților online în pandemie pentru copiii din România	169
Evoluția riscurilor online în pandemie pentru copiii din România	174
Folosirea excesivă a internetului	176

Situații neplăcute sau deranjante întâlnite de copii online	178
<i>Cyberbullying</i> -ul	178
Riscuri legate de conținutul generat de utilizatori	180
Abuzul de date personale	182
Discuții și concluzii cu privire la dinamica riscurilor online în perioada lockdown-ului	183

Medierea parentală sau despre a fi părinte în lumea digitală actuală	186
Contextul general al provocărilor pe care criza Covid-19 le-a ridicat părinților	186
Părintele, mediator al folosirii tehnologiei digitale de către copil	188
<i>Parenting</i> -ul digital și atitudinea părinților față de tehnologiile digitale în perioada lockdown-ului	192
Dinamica practicilor de mediere parentală a părinților din România în timpul lockdown-ului	194
Mediere parentală dincolo de cifre: strategii, practici, îndoieli și motivații	199
Câteva concluzii despre medierea parentală	218
Gânduri de final	221
Bibliografie	227
Anexe	243
Anexa 1	243
Anexa 2	247

IBRIS | We know books

cat asupra perioadei martie-iunie 2020 și a urmărit perspectiva copiilor și a familiilor acestora (în special părinții) asupra modului în care a avut loc ceea ce am numit școala la distanță în regim de urgență (vezi mai jos explicațiile), în timp ce în a doua parte interesul a fost pe modul în care s-a desfășurat anul școlar 2020–2021, abordat de această dată din perspectiva sistemului educațional. Ultima secțiune are în centrul ei folosirea tehnologiilor digitale de către copii în context domestic în scopuri personale în perioada lockdown-ului impus în primăvara anului 2020, interesul fiind pe starea de bine a copiilor și a familiilor acestora. Și de această dată avem două părți care împreună cumpun imaginea despre starea de bine: în prima parte vom vorbi despre modul în care folosirea tehnologiilor digitale în această perioadă a determinat schimbări în riscurile și oportunitățile întâlnite de copii pe internet. Cea de-a doua parte urmărește dacă și în ce mod s-au modificat percepțiile și atitudinile părinților cu privire la impactul utilizării tehnologiilor digitale de către copii cum anume, dacă a fost cazul, și-au adaptat aceștia practicile de mediere parentală pentru a răspunde noilor percepții. Vom încheia cartea cu câteva reflecții mai personale la final de pandemie.

ÎNCADRĂRI TEORETICE

Există multiple încadrări teoretice care pot fi folosite pentru analiza și înțelegerea practicilor de utilizare a media digitale. Dat fiind interesul nostru în această carte – de a analiza dinamica / transformările pe care aceste practici le-au suferit în perioada pandemiei de Covid-19 și de a analiza această problemă în relație cu copiii – am ales să folosim teoria mediatizării și modelul teoretic dezvoltat în cadrul proiectului *EU Kids Online* (Livingstone et al., 2011 și Livingstone et al., 2015). Teoria mediatizării ne va ajuta să înțelegem cum anume repertoriul mediatic folosit în aceasta perioadă de către indivizi, în general, a transformat modul de a fi al acestora în societate, în timp ce modelul *EU Kids Online* are ca scop să dea seama de specificul interacțiunii copiilor cu media.

Teoria mediatizării și abordarea figurațională

Considerat de către unii cercetători (vezi Couldry, 2014) ca punând bazele unei noi teorii sau chiar a unei noi paradigme în științele sociale (depășind astfel granițele oarecum limitate ale studiilor media și științelor comunicării), criticat de alții ca fiind (doar) un concept, util de folosit dar care nu se ridică la valoarea explicativă a unei teorii (vezi Deacon și Stanyer, 2014; 2015), conceptul de „mediatizare” – cu varianta ulterioară de „mediatizarea profundă” (Couldry și Hepp, 2017; Hepp și Hasebrink, 2017, Hepp, 2020) – ne apare ca deosebit de util în explicarea proceselor care au afectat societatea în

perioada pandemiei de Covid-19 (vezi Velicu, 2022a). Venit mai degrabă pe filiera teoreticienilor de limbă germană²⁶, dar resimțit ca necesitate de teoreticienii media de pe întregul glob, mediatizarea vrea să dea seama de „consecințele vaste pe care media le are asupra vieții de zi cu zi și asupra organizării practice (sociale, politice, culturale, economice) și, în particular, consecințele omniprezentei răspândiri a conținuturilor și platformelor media în toate contextele și practicile de zi cu zi” (Couldry și Hepp, 2013, p. 191). În condițiile în care, arată cei doi autori citați, la trecerea dintre secole (anii '90 ai secolului anterior și primii ani din secolul XXI-lea) pare să se fi ajuns la o blocadă în studiile comunicării, cu trei direcții divergente de cercetare (analiza textuală, abordarea politico-economică a producției media și analizele audiențelor) care nu găseau teren comun de dialog, dar nici nu reușeau singure să dea seama de întrebări fundamentale ale societății – cum ar fi „de ce media contează atât de mult (și din ce în ce mai mult)?” (ibidem, p. 192) – apariția conceptului integrator de „mediatizare” are șanse, prin multidimensionalitatea lui, să ofere un nou punct de plecare în dezbateri, punct care, foarte important în contextul istoric, reușește să dea seama de evoluția galopantă a tehnologiilor informației și comunicării la care asistăm în acea perioadă și care continuă și astăzi. Astfel, defi-

²⁶ Cuvântul le sună ciudat nativilor de limbă engleză, pentru care „medierea” era un concept mai natural; aproape toți cercetătorii care au adoptat teoria sau paradigma mediatizării (Lundby, Livingstone, Lunt, Couldry, Hepp, Hasebrink, pentru a numi doar câțiva) reiau argumentele pentru care a fost adoptat acest concept, în defavoarea celui de mediere propus deja în 1988 de Altheide și Snow și reluat și reintrodus în studiile media în 2005 de Silverstone (vezi și Livingstone, 2009). Atragem, de asemenea, atenția că mediatizarea ca teorie nu trebuie suprapusă peste folosirea cuvântului mediatizare din limba română (care desemnează „acoperirea” de către media a unui eveniment). Pentru o bună prezentare a teoriilor mediatizării în limba română, recomandăm lucrarea „Problemele publice. O perspectivă comunicatională” a Mădălinei Ciocea (2022).

nit ca meta-procesul²⁷ societal care descrie „schimbările care apar atunci când modurile de comunicare sunt transformate datorită unor schimbări a uneltelor și tehnologiilor comunicării” (Lundby, 2014, p. 3), mediatizarea nu trebuie să fie considerată ca o transformare liniară a societății (în logica cercetărilor despre „efectele media”), ci trebuie înțeleasă ca o „meta-categorie” care vizează înțelegerea multi-cauzală a dinamicii transformărilor sociale ale lumii în care trăim, transformări care apar prin diverse forme de mediere a comunicării (Couldry, 2014). Altfel spus, în locul oferirii unei (sau unor) explicații care să lege univoc schimbările din media de transformările culturale din societate, mediatizarea oferă o înțelegere a interrelaționării celor două, a modului cum se întrețes și se influențează reciproc, într-o relație dialectică, deoarece, așa cum explică Couldry și Hepp (2017), „nu putem teoretiza media și comunicarea ca pe niște influențe ‘externe’ asupra culturii și societății, pentru simplul fapt că sunt parte integrantă din acestea”.

Cu ambiții atât de mari, teoria mediatizării a avut și are încă parte de dispute la fel de mari în interiorul ei. Căci, de exemplu, de unde anume vorbim despre procesul mediatizării pe parcursul istoriei, ținând cont de faptul că medierea comunicării este parte constitutivă a umanității însăși? În timp

²⁷ Krotz (2009, 2014) propune să vedem mediatizarea ca meta-proces, alături de alte meta-procese ca globalizarea, individualizarea sau comercializarea. Dar, ideea asupra căreia insistă și Lundby (2014, p. 24), acest „meta” nu înseamnă un proces care se impune ca o supra-structură (cum este cazul cu globalizarea), ci este un proces care se regăsește și poate fi înțeles atât de la „bază”, din practicile individuale, cât și ca „proces al proceselor” (Krotz, 2014). În aproape același sens, Livingstone și Lunt (2014) propun ideea că mediatizarea este „analiza secundară a practicilor de mediatizare”, care nu se mai apleacă asupra unui element singular din procesul medierii comunicării – cum ar fi asupra textului (ca studiile din tradiția analizelor textuale) sau asupra procesului de producere a conținutului și a relațiilor de putere pe care acest proces le pune în scenă – ci privește și caută să înțeleagă dinamica transformativă în ansamblu.

ce unii, precum Krotz (2009, 2014), propun să recunoaștem acest paralelism constitutiv dintre cele două și să vorbim de mediatizare ca proces universal în timp și spațiu, alții, precum Hjarvard (2013, 2014), propun că vorbim despre mediatizare doar cu privire la societățile puternic industrializate sau „saturate mediatic” de tipul celor occidentale, de la sfârșitul secolului XX, începutul secolului XXI. Couldry și Hepp (2017) propun soluții intermediare, vorbind despre o istorie a mediatizării societății care datează de „doar” aproximativ 600 de ani și care poate fi înțeleasă ca o succesiune de patru valori care trebuie să fie înțelese la nivel transcultural²⁸. În această retrasare a istoriei din perspectiva mediatizării, cei doi avertizează că accentul nu trebuie pus pe „aparitia” unui anumit medium de comunicare care ar fi (singur) responsabil de producerea unor transformări la nivel de societate, ci pe transformările sociale structurale pe care un întreg ansamblu mediatic – prin inter-relaționarea dintre diferitele media pe care le cuprinde – le generează, ansamblu care la rândul lui este modificat de interrelaționarea cu societatea respectivă. Cele patru valori de mediatizare de care vorbesc cei doi sunt: valul mediatizării mecanizate (care, în Europa, începe cu apariția tiparului și care duce la publicarea de cărți, ziare, pamflete sau afișe, dar care coexistă cu scrisul de mână, potențându-se reciproc în multe situații), cel al electrificării (care duce cu gândul în primul rând la radio și televiziune, ca media reprezentative, dar al cărui ansamblu mediatic cuprinde telegraful și telefonul – în fapt, primele dezvoltate în ordine cronologică în acest val fiind nu media de masă, ci media interpersonală etc.), al digitalizării (cel mai des identificat cu dezvoltarea compute-

²⁸ Așa cum exemplifică Hepp (2020), prin această cerință se înțelege necesitatea de a nu extinde înțelegerea modului în care are loc interrelaționarea dintre organizațiile media din Europa occidentală cu societatea în care funcționează la modul în care organizațiile media din America de Sud, de exemplu, influențează și sunt influențate de societatea respectivă.

rului, a internetului și a telefonului mobil) și cel al datificării, aflat în fază emergentă, care pare să fie parte din valul digitalizării, dar care se diferențiază și devine „val” sau fază de sine stătătoare prin transformările pe care le impune în modul în care producem cunoaștere și modul în care contribuie la constituirea sau definirea sinelui, a colectivităților și a organizațiilor (Couldry și Hepp, 2017) sau, într-o altă formulare, datificarea este procesul prin care media digitale nu mai sunt doar tehnologii care mediază comunicarea, ci devin un mijloc de producere a „datelor” ca produs adiacent al comunicării și diferit de aceasta (Hepp et al., 2017). Ultimele două valori corespund, potrivit autorilor citați, procesului de mediatizare profundă. Mediatizarea profundă, descrisă ulterior pe larg de Hepp în cartea cu același titlu, „prezintă o provocare pentru cercetările asupra mediatizării în măsura în care trebuie să încorporeze analiza algoritmilor, a datelor și a infrastructurii digitale” (Hepp, 2020, p. 6). Două implicații majore aduce cu sine paradigma mediatizării profunde: pe de o parte, schimbarea perspectivei de la actorul individual la „actorii supra-individuali” sau la „constelațiile de actori” care își construiesc identitatea situațional, prin practicile de comunicare puse în joc (teoria fiind în acest sens tributară sociologiei practicilor); pe de altă parte, necesitatea de a considera acele practici de comunicare nu în mod segmentat, pentru fiecare medium în parte, ci luând în considerare folosirea repertoriilor mediatic care înseamnă ansamblul mediatic pe care o constelație de actorii îl folosește în practicile care o definesc. Asistăm astfel la o privire transmedia (Hepp et al., 2017), sau, în termenii lui Madianou și Miller (2013) „polimedia”.

Cei care, alături de Couldry și Hepp (2017), consideră că procesul de mediatizare are un început clar identificabil în istorie propun de asemenea niște dimensiuni caracteristice ale acestui fenomen. Astfel, conform lui Schulz (2004), mediatizării îi sunt caracteristice faptul că: 1. extinde comu-

nicarea, anulând barierele de timp și spațiu; 2. Propune modalități – alternative sau complementare – mediate pentru unele activități umane care anterior erau efectuate doar direct; 3. Face astfel irelevantă distincția anterioară dintre interacțiunea directă/ interpersonală și cea mediată (pentru că cele două devin intersanjabile sau funcționează într-un continuum indistinct); 4. Aduce astfel în logica interacțiunii mediate atât interacțiunile interpersonale, cât și pe cele instituționale. Couldry și Hepp (2016) accentuează și ei asupra aspectelor cantitative și calitative în înțelegerea mediatizării. Astfel, cantitativ, asistăm la o răspândire fără precedent a diferite media în întreaga societate (e.g. toate sectoarele și toate mediile sociale), lucru care face să nu mai putem vorbi în mod legitim de o sferă media separată de restul realității, ajungându-se la o amalgamare, în termenii lui Schultz (2004), sau la „epoca post-digitală”, în terminologia lui Coeckelbergh (2020). Aspectul calitativ înseamnă că societatea mediatizată este diferită structural, media având rol de in-formare (în sensul de punere în formă) în procesul de construcție mediată a realității. De altfel Couldry și Hepp (2016) își numesc această carte „*The Mediated Construction of Reality*” în semn de omagiu pentru cartea lui Berger și Luckmann („*The Social Construction of Reality*”, 1966) și o rescriere a acesteia pentru epoca actuală a mediatizării (vezi în acest sens și studiul Ciocea et al., 2019 în care se propune o adaptare a teoriei mediatizării pentru înțelegerea construcției mediatice a problemelor publice).

O abordare ușor diferită a mediatizării din perspectivă temporală este propusă de Livingstone și Lunt (2014) care concep mediatizarea ca proces cu diferite viteze / perspective temporale. Astfel, mediatizarea de lungă durată vorbește de transformările culturale, mediatizarea din ultimul secol dă seama mai ales de schimbările la nivel instituțional, în timp ce mediatizarea impusă de ultimele decenii este una socio-tehnologică.

În fapt, mai mulți teoreticieni propun cele trei perspective asupra mediatizării – culturală, instituțională și materială sau tehnologică – ca acoperind întreaga plajă de cercetări în acest domeniu (e.g., Lundby, 2014; Couldry și Hepp, 2013). Astfel, Lundby (2014), în capitolul introductiv la cartea „*Mediatization of communication*” al cărui editor este, încercând să traseze liniile de forță ale cercetărilor despre mediatizare, arată cum se declină la nivel teoretic, în fiecare dintre aceste perspective, conceptul de mediatizare.

Astfel, perspectiva culturală este, după cum arată Lundby (2014), înrădăcinată în teoriile socio-constructiviste (în linia inițiată de Berger și Luckmann, 1967) și se preocupă de modul în care *construcția comunicativă* (concept care, ulterior, cu cartea din 2017 a lui Couldry și Hepp, devine *construcția mediativă*) a realității este vizibilă sau se manifestă prin anumite procese media și cum, de asemenea, caracteristicile anumitor media influențează această construcție, aplecându-se atât asupra practicilor de folosire a media, cât și asupra celor de producție a media (Hepp, 2020).

Studiile mediatizării din perspectivă instituțională, pe de altă parte, se bazează pe teoria structurației (*structuration theory*, Giddens, 1984) precum și pe teoriile noului instituționalism și urmăresc transformarea (atât la nivel de funcție, cât și de practici) instituțiilor sociale ca urmare a aderării la logica media și a instituțiilor mediatice (cercetările lui Stig Hjarvard sunt reprezentative pentru această orientare, arată Lundby, 2014).

În fine, a treia perspectivă asupra mediatizării (pe care Lundby (2014) pare să o construiască mai degrabă pentru a „aduna” studiile care nu se potrivesc în niciuna din perspectivele anterioare) este cea materialistă, care, înrădăcinată în teoria mediului de comunicare, are în centru modul în care proprietățile materiale ale mediului sunt responsabile pentru transformările sociale. Acest mod de teoretizare a mediatizării

este de altfel criticat (Deacon și Stanyer, 2015, parțial și Lunt și Livingstone, 2015) pentru media-centrismul și media-determinismul pe care îl implică. Acestor critici, Hepp și colegii (2017) le răspund în primă fază afirmând existența unei relații dialectice în care pe de-o parte media transformă practicile de comunicare prin acel proces de in-formare datorită posibilităților („*affordances*”) diferitelor media și, pe de altă parte, media sunt construite la rândul lor în cadrul practicilor de comunicare, prin investirea lor cu diferite semnificații și roluri specifice. Astfel, departe de a fi un proces unidirecțional de tip deterministic, relația dintre practicile de comunicare și media este una complexă și reciprocă. În teoretizările ulterioare însă, chiar autorii teoriei mediatizării tind să renunțe la această perspectivă materialistă propusă inițial, arătând că perspectiva culturală, prin conceptul de figurații comunicaționale care este dezvoltat în perspectiva studiilor socio-construiste (deci în perspectivă culturală), dă seama de dimensiunea materială a mediului (Hepp, 2020). Ba mai mult, Hepp (2020) se întreabă dacă nu cumva, cu adâncirea în valul datificării (pe care Couldry și Hepp în 2017 îl propuneau abia cu titlul de ipoteză, fiind la stadiul emergent) asistăm la o contopire a perspectivei culturale cu cea instituțională (mai exact o topire a celei din urmă în prima).

Deoarece analiza noastră asupra modului în care copiii au folosit tehnologiile digitale în perioada pandemiei de Covid-19 dă seama mai degrabă de transformările de la nivel micro, cel al familiei, și mezzo, cel al școlii sau al grupului de prieteni – și deci, conform tipologiei de mai sus, analiza va fi din perspectivă culturală²⁹ – vom detalia în continuare

²⁹ Nu negăm că se poate realiza și o analiză din perspectivă instituțională a transformărilor pe care le-a indus folosirea tehnologiilor digitale în perioada pandemică (mai ales prin mediatizarea care apare la nivelul instituțiilor educaționale), dar nu vom vorbi despre acest lucru decât incidental în această carte, focusul central fiind pe nivelul micro. La nivel mezzo, ne inte-

doar aparatul conceptual al acestei perspective. Mai exact vom discuta conceptul de figurații comunicaționale, care are la bază conceptul de „figurație” propus de Norbert Elias (1978) și care a fost propus și dezvoltat de Hepp, Couldry și Hasebrink (cei trei au scris pe parcursul anilor în diferite combinații) pentru a analiza transformările induse de procesul mediatizării (profunde).

Elias (1978), prin conceptul său de „figurație” (cu procesualitatea pe care acesta o implică), vrea să depășească viziunea reducționistă și statică în care fenomenele sociale erau considerate deasupra individului și opuse intereselor acestuia și care astfel nu reușea să dea seama de dinamica proceselor sociale. Figurația descrie, în concepția lui Elias, un mod de interrelaționare a indivizilor care produc în această interacțiune / proces un înțeles social. Altfel spus, aceste figurații, care au durate variabile în timp, nu au o existență în sine în afara indivizilor care le formează, dar, în același timp, constituie realități dincolo de simpla adunare a indivizilor³⁰, fiind definite de înțelesul comun pe care participanții li-l atribuie și care le orientează acestora comportamentul în interacțiunea pe care o pun în practică.

Plecând de la acest concept și adaptându-l societății (profund) mediatizate în care trăim, o seamă de cercetători (vezi Couldry și Hepp, 2013; Couldry și Hepp, 2017; Hepp și Hasebrink, 2017) au propus termenul de figurații comunicaționale pentru a „analiza complexitatea vieții noastre cu media” (Couldry și Hepp, 2017). Aceste figurații comunicaționale se formează la intersecția a trei dimensiuni, care se referă,

rezează mai degrabă modificările practicilor, motiv pentru care vom folosi același instrument conceptual al figurațiilor comunicaționale.

³⁰ Astfel de figurații pot fi, de exemplu, cele formate de jucătorii de cărți sau jocuri de echipă în care rezultatul final este jocul în sine, din care indivizii nu pot să lipsească, dar care este mai mult decât simpla adunare a respectivilor indivizi (care într-o altă figurație pot să „formeze” o petrecere).

toate, la „înțelesul” figurației: cadrul de relevanță (adică înțelesul comun care este împărtășit de participanții la respectiva figurație, înțeles care le orientează practicile), constelația de actori (care, fie că vorbim de actori individuali, corporativi sau actori colectivi, se referă la ființe umane³¹ legate între ele în cadrul figurației într-un anumit fel, având roluri specifice, deși nu neapărat imuabile) și practicile comunicative care la rândul lor sunt in-formate de un asamblaj de obiecte și tehnologii comunicaționale sau repertorii mediatice care acționează prin interrelaționare (care însă nu formează o dimensiune de sine stătătoare, ci influențează figurația în mod indirect, prin practici³²). Conceptul de figurație (și, prin asociere, cel de figurație comunicațională) are marele merit că transgresează diferențierea dintre nivelurile micro, mezo și macro ale societății. Astfel, la nivel micro putem regăsi și defini individul: „fiecare individ trăiește la intersecția diferitelor figurații și își dezvoltă identitatea prin narațiunea subiectivă despre sine pe baza implicării în aceste figurații” (Hepp, 2020, pp.102–103). La capătul celălalt, pentru a fi eficientă, abordarea figurațională trebuie să poată da seama și de societate per ansamblu, iar acest lucru, potrivit lui Couldry și Hepp (2017) se întâmplă în două moduri: fie prin relațiile dintre figurații, fie prin aranjamente purtătoare de sens („*meaningful arrangements*”).

³¹ Couldry și Hepp (2017) și ulterior Hepp (2020), rămânând fideli lui Elias, atrag de multe ori atenția asupra necesarei distincții dintre conceptul lor de figurație și cel de asamblaj, care ar fi permis punerea laolaltă a ființelor umane și a obiectelor (e.g. tehnologiilor digitale) în aceste configurații.

³² Într-o fază inițială a conceptului de figurație comunicațională, autorii considerau tehnologiile mediatice care erau folosite de constelația de actori în cadrul unei figurații ca fiind a patra dimensiune. S-a renunțat la ea pentru a răspunde la criticile de media-determinism și ca urmare a rafinării conceptual-teoretice, atunci când au realizat că teoria practicilor face deja referire la tehnologiile folosite – și anume la caracteristicile, acestora care permit sau nu anumite practici, precum și la asamblajele om-tehnologie de care trebuie să dea seama fenomenologia materialistă pe care autorii citați au propus-o.

Primul mod, la rândul lui, poate lua forme diferite, de la supra-punerea actorilor participanți în diferite figurații (cu implicații asupra relațiilor de putere dintre figurații), la figurații de figurații („*figurations of figurations*”, în care constelația de actori cuprinde figurații, ori actori colectivi sau corporativi, Couldry și Hepp, 2017, p. 73). În ceea ce privește aranjamentele purtătoare de sens ale figurațiilor, prin aceasta Couldry și Hepp (2017) înțeleg faptul că figurațiile nu doar coexistă în interdependență la nivelul societății, ci li se conferă un înțeles prin discurs, mai exact, pe de o parte, li se conferă o poziție în societate diferitelor figurații și, pe de altă parte, se instituie la nivel normativ acea poziție.

Așa cum ne amintește Hepp (2020) însă, pentru cercetările din perspectiva mediatizării, figurațiile nu sunt de interes în sine (și nici măcar în interrelaționările dintre ele), ci trebuie să ne aplecăm asupra transformărilor pe care acestea le suportă în timp, transformări la care Hepp se referă cu termenul de re-figurații. Aceste re-figurații trebuiesc gândite ca cercuri ale transformărilor iterative care au loc la nivelul societății ca urmare a tendințelor manifestate de procesul de mediatizare profundă – și anume, diferențiere, conectivitate, omniprezență, accelerarea inovației și datificarea (Hepp, 2020, p. 111). În sfârșit, există trei patternuri în care aceste re-figurații au loc: 1. Transformările care apar la nivelul interrelaționării dintre figurații; 2. Transformările care apar în structura/interiorul figurațiilor; 3. Transformările care se manifestă prin emergența a noi figurații (Hepp, 2020, p.116).

Analiza noastră asupra folosirii tehnologiilor digitale de către copii și familiile acestora în perioada pandemică va utiliza acest instrumentar conceptual pentru a înțelege transformările care au survenit în folosirea tehnologiilor digitale de către copii și familiile acestora în perioada 2020–2021.