

**LBRIS**

We know  
books

GABRIELA POLEAC



HOMO LUDENS ÎN ERA NEW MEDIA –  
UN JOC COLECTIV AL PERSUASIUNII  
ȘI AL REȚELEI

**t...**

**TRITONIC**

Tritonic Books

București | 2026

Gabriela Poleac  
**HOMO LUDENS ÎN ERA NEW MEDIA –  
 UN JOC COLECTIV AL PERSUASIUNII ȘI AL REȚELEI**

Copyright © Gabriela Poleac  
 Copyright © TRITONIC 2026 pentru ediția prezentă.  
 Toate drepturile rezervate, inclusiv dreptul de a reproduce fragmente din carte.

TRITONIC

Str. Coacăzului nr. 5, București  
 e-mail: editura@triton.ro  
 www.triton.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](http://www.cnatdcu.ro/wp-content/uploads/2011/11/A2_Panel41.xls)

Colecția Comunicare Media este coordonată de lect. univ. dr. Bogdan Hrib.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

POLEAC, GABRIELA

**Homo ludens în era new media : un joc colectiv al persuasiunii și al  
 rețelei** / Gabriela Poleac. - București : Tritonic Books, 2026

Conține bibliografie

ISBN 978-606-749-865-3

316,77

Coperta: Alexandra Bardan  
 DTP: Ioan Dorel Radu  
 Editor: Rebeca Cojocaru  
 Comanda nr. CM01/2026  
 Bun de tipar: Februarie 2026  
 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 .....	7
<i>Distincții conceptuale</i> .....	10
<i>Cuvântul autorului</i> .....	12

### Capitolul I

#### **HOMO LUDENS: DE LA TEORII TRADIȚIONALE LA VIZIUNI MODERNE** ..... 15

1. Viziunea lui Huizinga asupra <i>homo ludens</i> .....	15
2. Caillois și teoria jocului .....	36
3. Potențialul jocului la McGonigal .....	53
4. Hiperrealitatea lui Baudrillard și hyperspectacolul digital ....	63
5. Retoricile jocului la Sutton-Smith .....	82
6. Concluzie .....	95

### Capitolul II

#### **CONCEPTE ȘI METODOLOGII DE ANALIZĂ A JOCULUI VIRTUAL** ..... 97

1. Concepte fundamentale .....	97
1. <i>Rețeaua</i> .....	98
2. <i>New media</i> .....	104
3. <i>Conexiunea</i> .....	112
4. <i>Interacțiunea om-calculator</i> .....	118
5. <i>Comunicarea mediată de calculator</i> .....	126
2. Ipostaze ale jocului .....	145

### Capitolul III

#### **INFLUENȚERII ȘI JOCUL PUTERII** ..... 149

1. Actorii puterii digitale .....	150
-----------------------------------	-----

1. Microcelebrități .....	154
2. Influenceri .....	163
2. Instrumentele influenței digitale .....	170
1. Expertiză .....	174
2. Autenticitate .....	182
3. Tehnici de influențare .....	192
4. Selfie-uri .....	208
3. Impactul asupra rețelei .....	212
1. Încrederea colectivului digital .....	213
2. Influența arhitecturii sociale .....	218
3. Rolul rețelei în obținerea puterii .....	223
4. În sfârșit, o definiție .....	231
Capitolul IV	
<b>REȚEAUA ȘI JOCUL DIVERSITĂȚII</b> .....	235
1. Comportamentul colectiv în rețea .....	235
1. Legături și noduri digitale .....	244
2. Atributele rețelei .....	258
2. Arhitectura ludică a rețelei .....	271
1. Componente de bază .....	276
2. Mecanisme interactive .....	289
3. Designul persuasiv al dinamicii online .....	299
<b>În loc de concluzii</b> .....	315
<b>Mulțumiri</b> .....	319
<b>BIBLIOGRAFIE</b> .....	321

## INTRODUCERE

Complexitatea științei comunicării este un fapt recunoscut, iar analiza acesteia din perspectivă ludică adaugă un strat suplimentar de dificultate cercetării de față. La prima vedere, studierea jocului pare o activitate frivolă, fără prea multă relevanță academică. Totuși, jocul este încărcat de semnificații diverse, iar *new media* nu a făcut decât să amplifice multilateralitatea acestuia. Când am început să examinez în mod critic lumile jocului, amploarea și populația acestor lumi păreau mult mai măsurabile și mai ușor de înțeles. Însă, dezvoltând cât mai adânc subiectul, am constatat faptul că industria ludică este enormă, mobilă, omniprezentă și dinamică. Astfel, discuțiile din cadrul acestei lucrări încearcă să surprindă doar un mic fragment dintr-un fenomen masiv, așa cum este specific, în mare parte, lucrărilor științifice din sfera academică.

Nicio cercetare nu poate spera să explice toate avantajele și dezavantajele culturii jocurilor, deci nici actuala lucrare nu este în acest sens exhaustivă. Menționez că prezentul manuscris reprezintă prima parte a unei investigații mai ample, derivată din teza mea de doctorat, și se concentrează asupra dimensiunii colective a jocului digital – asupra modului în care persuasiunea, rețeaua și arhitectura digitală configurează experiența ludică în mediul online. Complexitatea deplină a fenomenului – în special dinamica individuale de autoprezentare și formele de interacțiune semiotică mediată de interfața digitală – va fi explorată în profunzime într-un

## Capitolul I

---

### ***HOMO LUDENS: DE LA TEORII TRADIȚIONALE LA VIZIUNI MODERNE***

#### **I. Viziunea lui Huizinga asupra *homo ludens***

Înainte de a observa cum anume *new media* a schimbat jocul, consider că sunt necesare câteva clarificări conceptuale. În primul rând, cine este *homo ludens*? Potrivit cercetărilor revoluționare ale lui Huizinga (1949, 1998, 2018), cultura „se naște și se dezvoltă în și ca joc”, iar termenul de *homo ludens* a fost folosit pentru a descrie „omul care se joacă”. Această teorie pune jocul înaintea dezvoltării culturale, fiind demonstrată în cercetarea lui Huizinga prin suficiente argumente care să îi susțină teza. De la jocurile copiilor până la activitățile care preced diverse ritualuri, termenul de „joc” este analizat atât din perspectiva semantică, cât și din perspectiva semiotică. Viziunea rezultată servește ca punct de plecare esențial pentru studierea jocurilor și a comportamentelor ludice ca elemente constitutive ale civilizației și ale culturii. Totuși, nu este corect să vorbim despre o singură cultură, ci despre mai multe tipuri de culturi. Atunci, cultura digitală (Gere, 2009), evidențiată odată cu proliferarea noilor media s-ar naște, la fel, din joc? În acest caz se poate vorbi despre jocurile sociale puse la dispoziție de noile medii de comunicare. Internetul a deschis accesul către posibilitățile de comunicare simultane, indiferent de loc sau spațiu. Rețelele de socializare, prin care se construiesc

grupuri cu interese/dorințe/activități/amintiri comune, pun la dispoziție astfel de „jocuri”. Totuși, ce este jocul?

Pentru această lucrare, definiția dată de Huizinga conceptului de joc stă la baza ipotezei propuse încă de la început, conform căreia jocul clasic se regăsește în noile media, mai ales în cadrul rețelelor de socializare, influențând astfel cultura și societatea contemporană. Observăm că definiția jocului la Huizinga poate fi ușor transpusă în încercarea de a descrie fenomenul rețelelor de socializare: „rezumând caracteristicile formale ale jocului putem să îl denumim o activitate liberă care se află în mod conștient în afara vieții «obișnuite», fiind «neserioasă», dar în același timp absorbind jucătorul într-un mod intens și total” (Huizinga, 2018, p. 13).

Fiind una dintre cele mai pertinente teorii privind natura jocului și rolul ludicului în cultura și societatea umană, teza formulată de Johan Huizinga (2018) se află la temelia lucrării de față. Pentru Huizinga, jocul nu este doar o simplă formă de distracție, ci un fenomen vital care precedă cultura. Astfel, în viziunea lui Huizinga asupra *homo ludens*, jocul este plasat în centrul procesului de formare a oricărei culturi, elementul ludic fiind prezent în toate manifestările culturale, de la religie și drept până la artă și război.

Odată cu dezvoltarea mediilor digitale și a tehnologiilor informaționale, milioane de utilizatori au văzut în jocurile digitale cea mai bună formă de a folosi noile dispozitive interactive. Pe măsură ce tot mai multe sisteme de hardware și software sunt produse, jocurile continuă să provoace cercetătorii din domeniu, iar dată fiind popularitatea acestora, studiul ludicului a evoluat astfel încât, „astăzi, jocurile digitale reprezintă o forță culturală semnificativă, cu un rol important în viața oamenilor, în special a acelor care trăiesc în țările industrializate” (Măyră, 2018, p. 4).

Încă de la Huizinga (2018, p. 48) se știe că „jocul nu este viața «obișnuită» sau «propriu-zisă», ci o ieșire din ea, într-o

sferă temporară de activitate cu tendință proprie”. Elementul jocului care constă în „a pretinde” (*make-believe*) este înrădăcinat în adâncul sufletului uman și este responsabil pentru absorbția totală a individului în acțiuni ludice și pentru continuitatea acestuia de-a lungul timpului. Pe măsură ce jocurile s-au mutat de pe străzi și de la mesele din sufragerie în diferite sisteme și rețele de calculatoare, activitatea asociată spiritului ludic și-a modificat caracterul sau, cel puțin, a dobândit dimensiuni diferite. De asemenea, implicarea într-o activitate de joc digital înseamnă în mod necesar să te joci cu tehnologia. Prin urmare, studiul jocului trebuie să ia în considerare atât caracterul particular al jocului, cât și elementele generale care influențează relația om-calculator.

Huizinga identifică mai multe trăsături fundamentale ale jocului, printre care se evidențiază *libertatea*, *separarea*, *regulile*, *tensiunea*, *ficțiunea* și *seriozitatea*. Caracterul *liber* al jocului derivă din faptul că „jocul se situează în afara procesului de satisfacere nemijlocită a nevoilor și poftelor” (Huizinga, 2018, p. 49). Deși jocul pare a fi neesențial pentru supraviețuire, acesta stă la baza formării culturii umane. Mai mult, Huizinga vede în libertatea jocului o caracteristică unică pentru dezvoltarea armonioasă a individului.

Putem corela această independență față de nevoile de bază ale individului cu piramida propusă de Maslow. În modelul arhicunoscut, Maslow (1943) creează o ierarhie a nevoilor umane în funcție de complexitatea acestora. În timp ce nevoile fiziologice și de securitate se află la baza piramidei, fiind fundamentale pentru supraviețuire, jocul pare a se plasa în afara piramidei, nesatisfăcând în mod direct nevoile de bază, ci contribuind, mai degrabă, la îndeplinirea nevoilor superioare. Spre exemplu, prin interacțiune și competiție „sănătoasă”, jocul poate crea un mediu de apartenență, în care indivizii își pot cultiva nevoile de stimă și autoactualizare. Conform lui Huizinga, prin natura sa liberă, jocul conduce la dezvoltarea

individului și, pe cale de consecință, a societății. Astfel, deși activitatea ludică pare a fi separată de nevoile imediate și pragmatice ale omenirii, este totuși profund conectată cu omul. De altfel, Huizinga admite că „jocul devine un acompaniament, un complement, o parte a vieții în general” (2018, p. 49).

Diferitele nevoi umane sunt abordate de Maslow în funcție de categorii specifice, cum ar fi nevoile fiziologice de bază, de siguranță, de apartenență, de stimă și de autoactualizare. Totuși, odată cu transformarea culturală declanșată de tehnologiile digitale în lumea postmodernă, teoria lui Maslow a fost regândită. Schimbările în percepția nevoilor în cultura socială transformată cu tehnologiile digitale sunt observate în ierarhia nevoilor digitale Maslow 2.0, discutate în lucrarea lui Yildiz (2021), în care este prezentată o clasificare a „nevoilor digitale”. În piramida propusă de autor, rețelele de socializare își fac drum până în vârf, atingând ultima treaptă care caracterizează nevoia actualizării de sine prin aplicații precum LinkedIn sau YouTube. Constatăm că rețelele de socializare precum Facebook, WhatsApp și Messenger ajung să îndeplinească nevoia de apartenență pentru utilizatorii social media, iar aplicațiile precum Instagram, TikTok sau Snapchat joacă un rol din ce în ce mai important în împlinirea nevoii de stimă.

De-a lungul timpului, satisfacerea trebuințelor omenirii a contribuit la evoluția acesteia. Istoria este încărcată de exemple legate de modalitățile în care nevoile de libertate, autonomie, siguranță și egalitate au condus către numeroase războaie și acțiuni politice prin care aceste necesități au fost satisfăcute (Johnson, 2018, p. 21). Totuși, nevoia de delectare a omului, corespondentă în mare măsură jocului, nu a fost analizată atât de profund, ludicul fiind un domeniu de interes pentru antropologi și, mai nou, pentru specialiștii în comunicare. În acest sens, Steven Johnson, autorul *bestsellerului* internațional *Wonderland: cum a creat jocul lumea modernă*, se ocupă de analiza puterii jocului, susține: „căutarea plăcerii se dovedește

a fi una dintre primele experiențe care țin o pânză globală de cultură comună, din care numeroase fire își au originea în afara Europei occidentale” (Johnson, 2018, p. 22).

Analizând modul în care plăcerile derivate din diferite jocuri au schimbat felul în care lumea arată la momentul actual, cercetătorul accentuează ideea conform căreia jocul este „patul germinativ al multor inovații care, în cele din urmă, se dezvoltă în forme mult mai robuste și mai semnificative” (Johnson, 2018, p. 25). Acest lucru se datorează atribuțiilor jocului de a experimenta în mod *liber* noi reglementări, de a intra într-o lume în care imaginația este singura limită. „Atunci când se depășește limita modificării de stare, apar noi posibilități, unele pe care nu vi le-ați imaginat niciodată reflectând asupra stării anterioare” (Johnson, 2018, p. 217). Conform autorului, descoperirile provenite din acțiunile ludice au dus, până la urmă, la formarea noilor tehnologii în care jocul domină. De la jocurile virtuale în care utilizatorii trebuie să își creeze o nouă identitate și să învețe să „trăiască” într-o altă lume, până la jocurile sociale puse la dispoziție de rețelele de socializare *online*, ludicul stăpânește activitățile digitale, punându-și amprenta asupra dezvoltării culturale. Astfel, ideile propuse de Johnson sunt aplicații moderne ale teoriilor lui Huizinga despre joc ca fundament al culturii. Putem remarca faptul că activitățile ludice continuă să modeleze și să redefinească societatea contemporană, așa cum Huizinga a sugerat că au făcut-o întotdeauna în istorie. Prin natura sa liberă, jocul oferă un spațiu în care participanții pot experimenta noi idei, fără consecințele stricte ale realității cotidiene. Acest lucru este esențial pentru inovație, deoarece permite testarea unor concepte care, în alte contexte, ar putea fi considerate riscante sau chiar imposibile.

Spațiul ludic este unul al libertății. Așa cum în joaca lor copiii scapă de restricțiile temporale, fizice, financiare sau orice alte restricții resimțite atunci când se transportă într-o

lume guvernată de dorință, imaginație și posibilități, la fel și utilizatorii rețelelor de socializare au parte de un hyperspectacol atunci când accesează platformele digitale. Astfel, în și prin jocul la care se înscriu de bunăvoie, utilizatorii social media exersează noi identități, noi reguli de a participa la comunitate și noi funcții ale puterii.

*Separarea* jocului de realitatea obișnuită este observată de Huizinga în limitele pe care jocul le are atât în timp, cât și în spațiu. Mai mult, autorul remarcă: „Fiecare joc se mișcă înăuntrul spațiului său de joc, care este delimitat în prealabil, în mod material sau în închipuire, în mod expres sau ca de la sine înțeles” (Huizinga, 2018, p. 51). Această separare este crucială pentru înțelegerea funcției jocului și a impactului său profund asupra dezvoltării culturale. Activitățile de joc au un început și un sfârșit clar, ceea ce le diferențiază de fluxul continuu al vieții de zi cu zi. Această distincție spațială și temporală creează o oportunitate dedicată implicării concentrate, liberă de preocupările și de responsabilitățile obișnuite ale individului. Să luăm, spre exemplu, un meci de fotbal cu o durată clar stabilită, marcată de lovitura de începere și de fluierul final. Acest interval de timp definit stabilește perioada în care se desfășoară jocul.

În mod similar, jocul se desfășoară într-un spațiu clar desemnat. Granița spațială sugerează un context separat, în care regulile jocului au prioritate față de cele obișnuite. Terenurile de joacă, terenurile de sport sau chiar mediile virtuale de joc exemplifică astfel de spații, distincte de alte domenii ale vieții. Huizinga subliniază faptul că fiecare joc funcționează în cadrul propriului „spațiu de joc”, fie definit fizic, fie existent doar în imaginație. Însă, acest spațiu predefinit poate lua forma unei table fizice, cum ar fi o tablă de șah, sau a unui tărâm imaginat, cum ar fi cel al unui joc de rol. Odată cu dezvoltarea *new media*, spațiul de joc este transpus și în sfera digitală în care utilizatorii interacționează, intră

în diverse competiții sau aleg să se exprime într-o manieră ludică. Aceste spații virtuale pot fi exemplificate prin „fluxul de știri” (*newsfeed*) de pe Facebook sau Instagram, sau chiar de casele private de discuții (*chatbox*) din cadrul rețelelor de socializare.

Pe de altă parte, granița temporală pe care jocul o înlătură are de-a face cu ideea de pierdere a noțiunii timpului. În mediul *online*, Mary Aiken amintește de „efectul de distorsionare a timpului” (2019, p. 18) și propune un experiment pe care l-am încercat pe cont propriu: conectată *online*, am oprit afișarea timpului de pe ecran și am încercat să estimez cât timp a trecut de la momentul conectării. Rezultatele au fost diferite, în funcție de activitățile pe care le realizam în mediul *online*: dacă era vorba de socializare sau pur și simplu *scroll* pe diversele rețele de socializare, atunci timpul trecea mult mai repede, iar estimarea mea era prea mică (5 minute estimate, în loc de 15 minute reale); dacă, în schimb, era vorba de o activitate care necesita mai mult efort, cum ar fi sortarea referințelor sau realizarea unei teme pentru facultate, estimarea mea era prea mare (15 minute, în loc de 5 minute).

„Când privim mai atent comportamentul nostru *online*, devine foarte repede clar că în rețea nu acționăm în niciun caz cu scopul de a obține rezultate, ci pur și simplu ne pierdem timpul”, susține Catarina Katzer în capitolul scris despre pierderea noțiunii timpului (2018, p. 49). Această afirmație trebuie conectată cu descrierea cercetătoarei a situațiilor în care oamenii pierd timpul: „(...) acest fenomen apare atunci când ceva ne interesează în mod deosebit, când vrem să atingem un scop foarte clar, când cumpănim cum îl putem atinge sau când suntem deosebit de implicați sentimental sau emoțional” (Katzer, 2018, p. 50). Această descriere este ideală pentru a explica conceptul de plutire (*flow*) analizat de Csikszentmihalyi. Circumscrie unui „loc magic” în care timpul trece altfel, iar spațiul poate fi unul imaginar, jocurile

sunt caracterizate de starea de flux (*flow*) cercetată de Mihaly Csikszentmihalyi (1991, 2015). Starea de flux a fost descrisă ca fiind responsabilă de crearea experienței optime necesare pentru ca o persoană să se bucure de o activitate pe care o desfășoară. Mai exact, psihologul este de părere că fluxul este „starea în care persoanele sunt atât de profund implicate într-o activitate încât nimic altceva nu pare să mai conteze; experiența în sine este atât de plăcută, încât persoanele ar repeta-o cu orice preț, numai pentru plăcerea de a o face.” (Csikszentmihalyi, 2015, p. 13).

Așadar, timpul și spațiul, noțiuni deosebit de subiective, sunt privite în mod similar atât de cercetătorii jocului, cât și de psihologii specializați pe mediul *online*. Începem să observăm deja cum cele două medii încep să se asemene. Astfel, „jocul” de pe rețelele de socializare este și el caracterizat de implicare profundă din partea participanților, lucru care duce la schimbarea percepțiilor spațiale și temporale ale acestora, dar și la instaurarea stării de flux. Oferind un teren propice pentru dezvoltarea jocurilor și dinamicilor sociale, aceste forme contemporane de joc mențin principiul de bază al jocului *separat* propus de Huizinga, deși se pot observa anumite nuanțe reflectate de progresele tehnologice ale erei digitale.

Totuși, după cum observă și Huizinga, chiar dacă jocul este separat de realitatea obișnuită, acest lucru nu înseamnă că jocul nu este caracterizat de ordine și de *reguli*. Ba chiar, Huizinga subliniază faptul că „jocul creează ordine, este ordine” (2018, p. 51). Conceptualizarea de către Huizinga a regulilor în joc subliniază rolul fundamental al acestora în crearea și menținerea structurii și integrității jocului. Autorul prezintă jocul ca pe un microcosmos al ordinii într-o lume altfel haotică, în care respectarea strictă a regulilor este crucială. Ordinea „absolută” impusă de regulile jocului nu este negociabilă; orice abatere nu numai că perturbă jocul, dar îi modifică fundamental natura, făcându-l lipsit de sens. Noțiunea de

„fair-play” este parte integrantă din această structură, subliniind dimensiunile morale și etice ale respectării regulilor. Mai mult, Huizinga pune în contrast două tipuri de comportament necorespunzător care poate apărea în contextul ludic: cel care trișează și cel care perturbă jocul. Individul care trișează, deși necinstit, operează totuși în cadrul regulilor jocului, recunoscând importanța acestora chiar dacă le subminează. În schimb, cel care ignoră regulile în totalitate distruge însăși esența jocului, negând valoarea acestuia și acordul comun subînțeleles care face jocul posibil.

În era noilor media, importanța regulilor de joc devine și mai pronunțată, deoarece mediile digitale și rețelele de socializare oferă spații inedite pentru activitățile ludice. Aceste reguli, fie că sunt codificate în software, fie că sunt stabilite ca linii directoare ale comunității, creează limitele în care se desfășoară jocul digital. Pentru *homo ludens*, jucătorul din acest context digital, respectarea regulilor asigură o experiență plăcută, care oferă oportunitatea dezvoltării creativității, interacțiunii și competiției. În lumile virtuale și în cadrul interacțiunilor din social media, regulile mențin „cercul magic” pe care Huizinga (2018, p. 53) îl descrie, un spațiu în care constrângerile normale ale societății sunt ridicate temporar, dar înlocuite de un nou set de reglementări care guvernează comportamentul.

*Tensiunea* sau „încordarea” pe care Huizinga o amintește ca fiind o altă caracteristică a jocului pare a intra în contradicție cu regulile și ordinea jocului:

„Încordarea înseamnă nesiguranță, hazard. Se face simțită o tendință spre destindere. Trebuie să *reușească* ceva, cu un anumit efort. (...) Activității numite *joc* – activitatea care prin ea însăși se află în afara domeniului binelui sau al răului – elementul de încordare este cel care îi conferă totuși un anumit conținut etic. Căci prin încordare se pune la încercare forța jucătorului: forța lui fizică, perseverența, dibăcia, curajul, răbdarea, și totodată și forța lui psihică, având în vedere că, în ciuda dorinței lui fierbinți

de a câștiga, jucătorul trebuie să se mențină în lăuntru limitelor permise, pe care le prescrie jocul.” (Huizinga, 2018, p. 52)

Ideea tensiunii jocului subliniată de Huizinga evidențiază un paradox: incertitudinea și riscul inerent jocului coexistă cu necesitatea regulilor și a ordinii. Această tensiune, care încorporează elemente de hazard și potențialul eșecului, cere participanților să exercite diverse forme de forță – fizică, mentală și etică. Astfel, jocul este caracterizat de elemente de imprevizibilitate care pun la dispoziția jucătorilor un spațiu în care le sunt testate și afișate atributele personale, precum perseverența, îndemânarea și răbdarea. Mai mult, Huizinga relevă și dimensiunea etică a jocului, element ce apare pe măsură ce jucătorii trebuie să respecte regulile jocului, în același timp cumpătându-și dorința de a câștiga. Dacă jocul clasic este afectat de paradoxul ordine-tensiune, ludicul prezent în cadrul rețelelor de socializare este marcat de o tensiune amplificată de imprevizibilitatea algoritmilor, dar și de fluiditatea interacțiunilor *online*. Platformele digitale care permit crearea de rețele de socializare amestecă adesea granița dintre joc și realitate, creând spații hibride în care regulile sunt dinamice, iar consecințele jocului se pot extinde dincolo de universul virtual.

Spre exemplu, putem sesiza tensiunea care caracterizează jocurile *online*. Competiția evidentă testează abilitățile jucătorilor și reflectă în mod clar viziunea lui Huizinga asupra jocului. Totuși, în lucrarea de față nu vom analiza ludicul prezent în cadrul jocurilor virtuale. De aceea, un exemplu mai relevant al tensiunilor ludice existente în *new media* poate fi modalitatea în care utilizatorii de social media își gestionează reputația creată prin profilul digital. Mai mult, algoritmi care stau la baza rețelelor de socializare modelează experiența utilizatorilor și influențează conținutului pe care aceștia îl văd. Astfel, *new media* nu doar că perpetuează, ci chiar complică noțiunea de tensiune propusă de Huizinga.

*Ficțiunea sau iluzia* jocului își are sursele în magia care înconjoară jocul, așa cum bine observă Huizinga:

„...sentimentul jucătorilor de a se afla împreună într-o situație de excepție, de a împărtăși în comun o problemă importantă, de a se deosebi în comun de ceilalți oameni și de a se sustrage în comun normelor obișnuite își extinde vraja dincolo de durata fiecărui joc în parte. (...) Caracterul jocului, de a crea o stare de excepție și de a diferenția, îmbracă forma sa cea mai izbitoare în secretul cu care îi place jocului să se înconjoare.” (Huizinga, 2018, p. 54)

Experiența comună care transcende viața „obișnuită” este promovată de către Huizinga ca esență a jocului. Totuși, trezirea unui sentiment de camaraderie în rândul jucătorilor se realizează prin recunoașterea în comun a „secretului” care învăluie jocul, fiind subliniată nevoia de acest element fantastic care impregnează experiența ludică. Mai mult, acest val al secretului, similar unei cortine de teatru care ascunde lumea actorilor de lumea spectatorilor, este văzut de Huizinga ca un separator al domeniului jocului de cotidian, permițând participanților să acceseze un univers guvernat de propriile reguli și norme, un tărâm al extraordinarului și al magiei.

Trecând de la observarea jocului clasic analizat de Huizinga la înțelegerea jocului din contextul noilor media, ne adresăm o întrebare relevantă: această iluzie a fanteziei, acest sentiment comun al trăirii unui secret, poate fi reprodus în domeniul virtual? Putem argumenta pentru susținerea acestei idei prin examinarea modului în care utilizatorii de social media își creează identități separate în mediul *online*. În acest sens, apariția funcției de avatar de la Meta reprezintă un studiu de caz relevant (Jain, 2020). Funcția introdusă de dezvoltatorii Meta nu doar că permite utilizatorilor să creeze avatare personalizate după propriul trup pentru a le utiliza pe platformele Facebook, Messenger și Instagram, ci relevă elementele de fantezie și de joc pe care Huizinga le aduce în