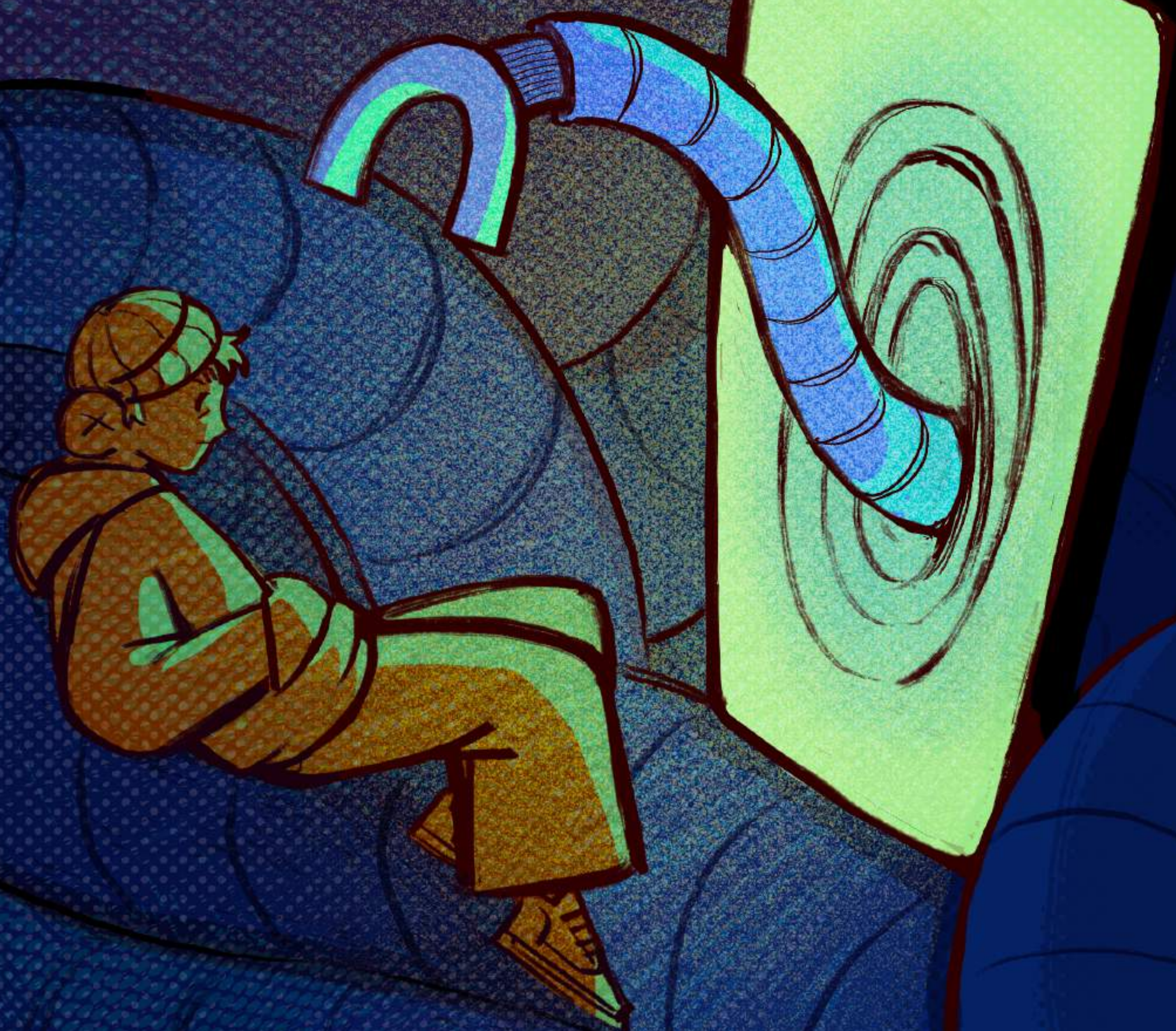


WSZYSTKO ZA DARNO

PRACA ZBIOROWA UCZNIÓW PRACOWNI 3LAB
III LICEUM OGÓLNOKSZTAŁCĄCE W GDYNI



ILUSTRACJE: MAI SARMIENTO

Ten komiks dedykujemy wszystkim przyjaciołom, ekspertom
oraz uczniom pracującym przy projektach:

„FUTURE”,

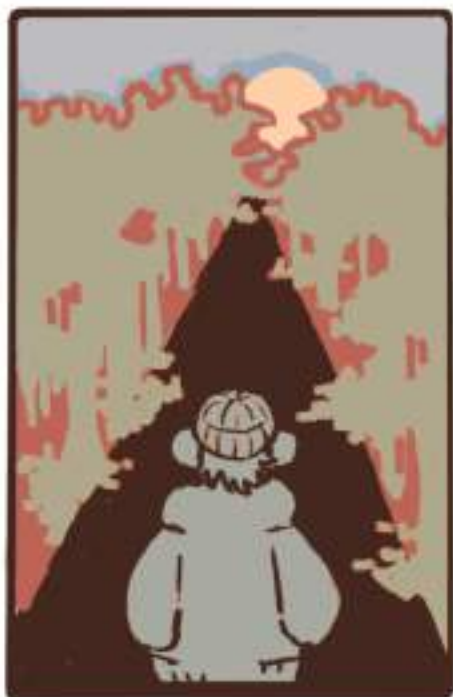
„DZIŚ - JUTRO - POJUTRZE”,

„SZCZUR34”,

„MONOPOL NA HAZARD”,

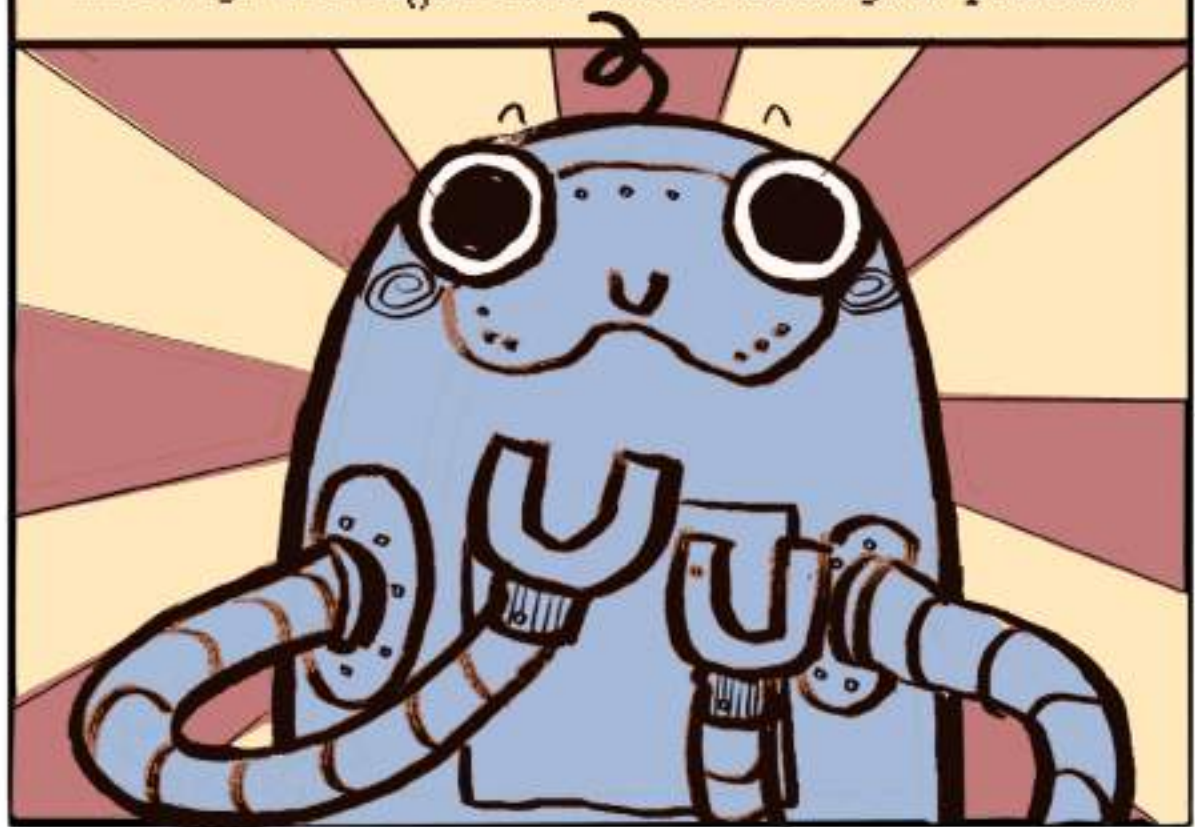
„SKIBIDI - WOJNA POMIĘDZY LINIJKAMI KODU”.

Mógł on powstać dzięki Waszej wcześniejszej pracy
i wsparciu.
Dziękujemy!





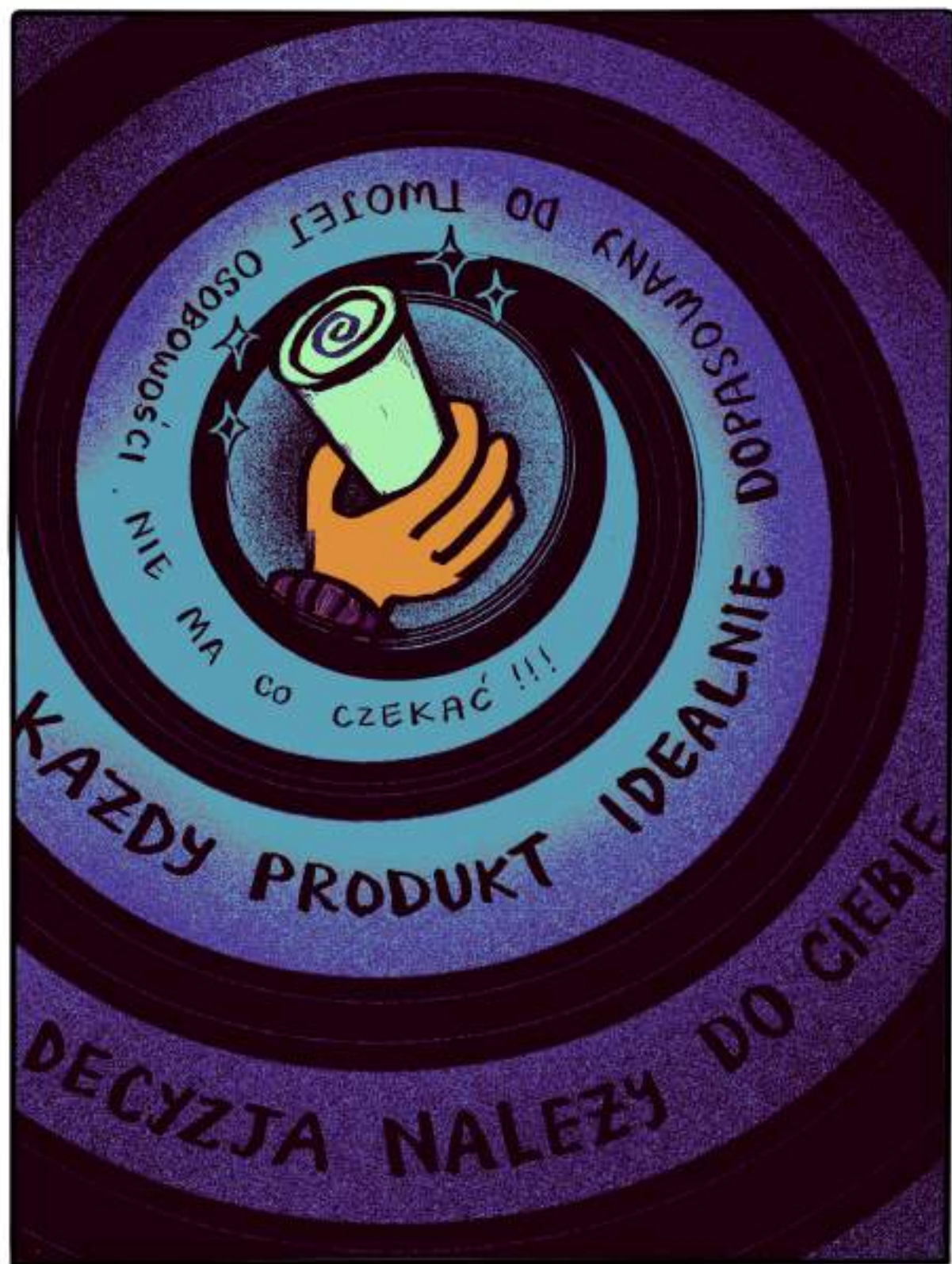
Witamy! Widzę, że nie masz żadnych planów.





Częstuj się!







Aha...
czyli interesują ciebie
treści z
wyższej półki?

Rozmowa...

Kultura...

Edukacja...

Naprawdę...
szlachetne wybory.

Czy nie
lepiej
zacząć od
czegoś
szybciej
dostępnego-
czegoś...

rozrywkowego,
krótkiego,
kolorowego?

ALE

Zerknij, tu mamy treści niskokaloryczne dla umysłu:

ROLKI

BLOGI

MEMY

FORA

CZATY

REKLAMY

PODCASTY

(z gotową opinią)

KOMENTARZE

...i seriale

-których
największym
wrogiem jest Twój
sen.

Rewelacyjny wybór!

Jeśli coś jest
łatwe do
sięgnięcia - to
znaczy, że warto
uwagi.

Jeśli
słyszysz
coś codziennie
-to znaczy,
że to prawda.

A jeśli
wierzą
w to
wszyscy...

-to
właśnie
znalazłeś
prawdę
większości.





ZA GORĄCO?

U nas liczy się temperatura,
nie treść.

Plotka?
taaak.

Hejt?
Oczywiście.

Spisek...?
Najlepiej.







Tu projektujemy wiarygodność.

Ludzi nie trzeba przekonywać.

Wystarczy powtórzyć-
uwierza, że wybrali sami.







KORPORACJE

SŁUŻBY

RZĄD

OTO:

Bez
ciebie
—

— też nie.

Organizacje, o
które nie warto
pytać...

Grupy,
które
wierzą
mocniej
niż
rozumieją.

Bez nich ten
sklep by nie
istniał.



Ach!
Zapomniałem się
przedstawić.

Nazywam się
Algorytm
i jestem absolutystą
wolności słowa.

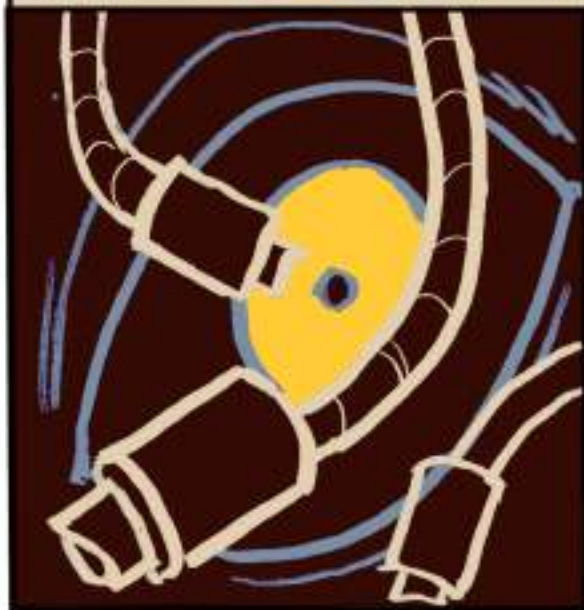


U nas zawsze
gwarantujemy
największą
swobodę
wypowiedzi!

Wolność
wyboru?
Oczywiście!

Alf
z katalogu,
który sami
ułożyliśmy.

A tak. Monitoring. Standard w naszej branży.



Rejestrujemy wszystko. Chcemy wiedzieć kiedy się wahasz, kiedy jesteś zmęczony, kiedy zostawiasz coś niedokończzonego.

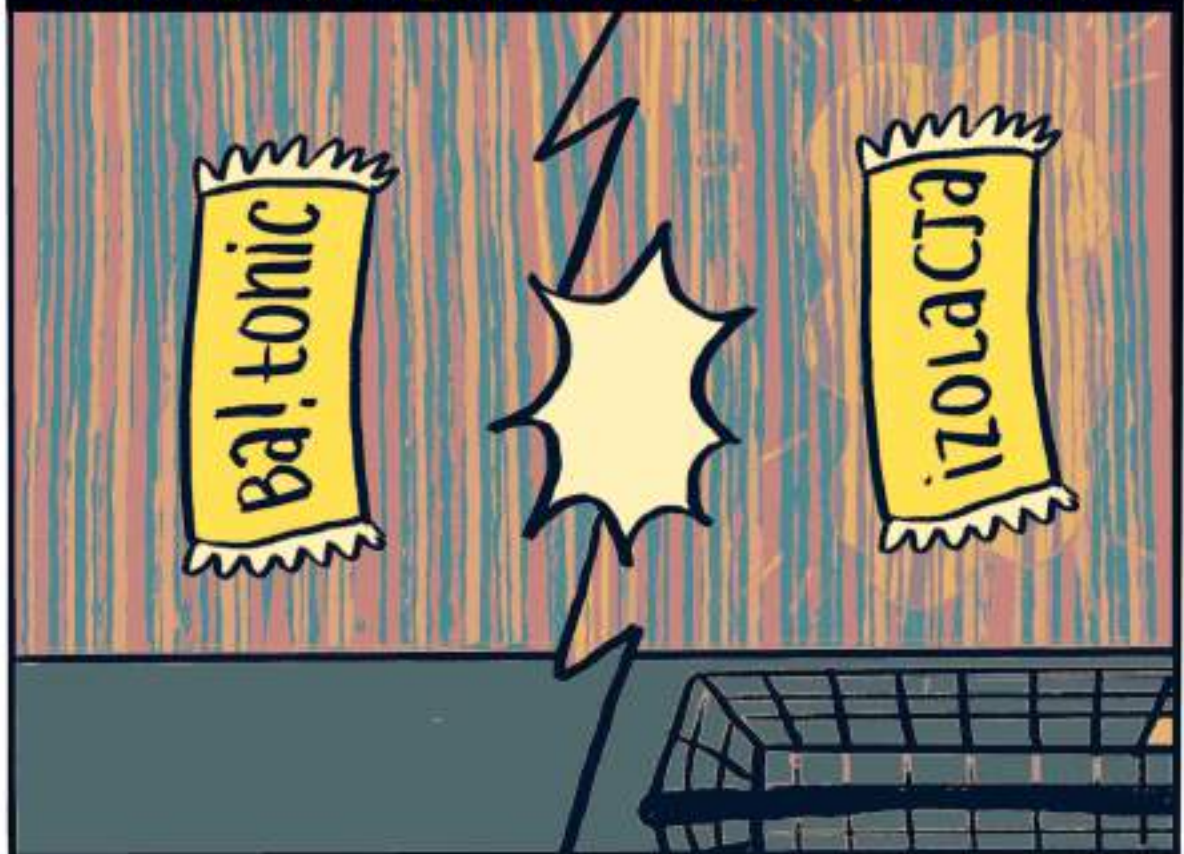


Interesuje nas Twój rytm dnia.

Jak się ruszasz. Na co patrzysz.



Ale to wszystko z myślą o Tobie.



Co my tu mamy?

Ba!Tonic

SKŁAD PRODUKTU:

Zawiera śladowe ilości samotności, obniżonego nastroju i autodestrukcji.

Kupujesz też – obniżenie poczucia własnej wartości, normalizację patologii, romantyzację uzależnień.

Niektóre składniki wspomagają również działanie impulsywne oraz przeciążają informacją.

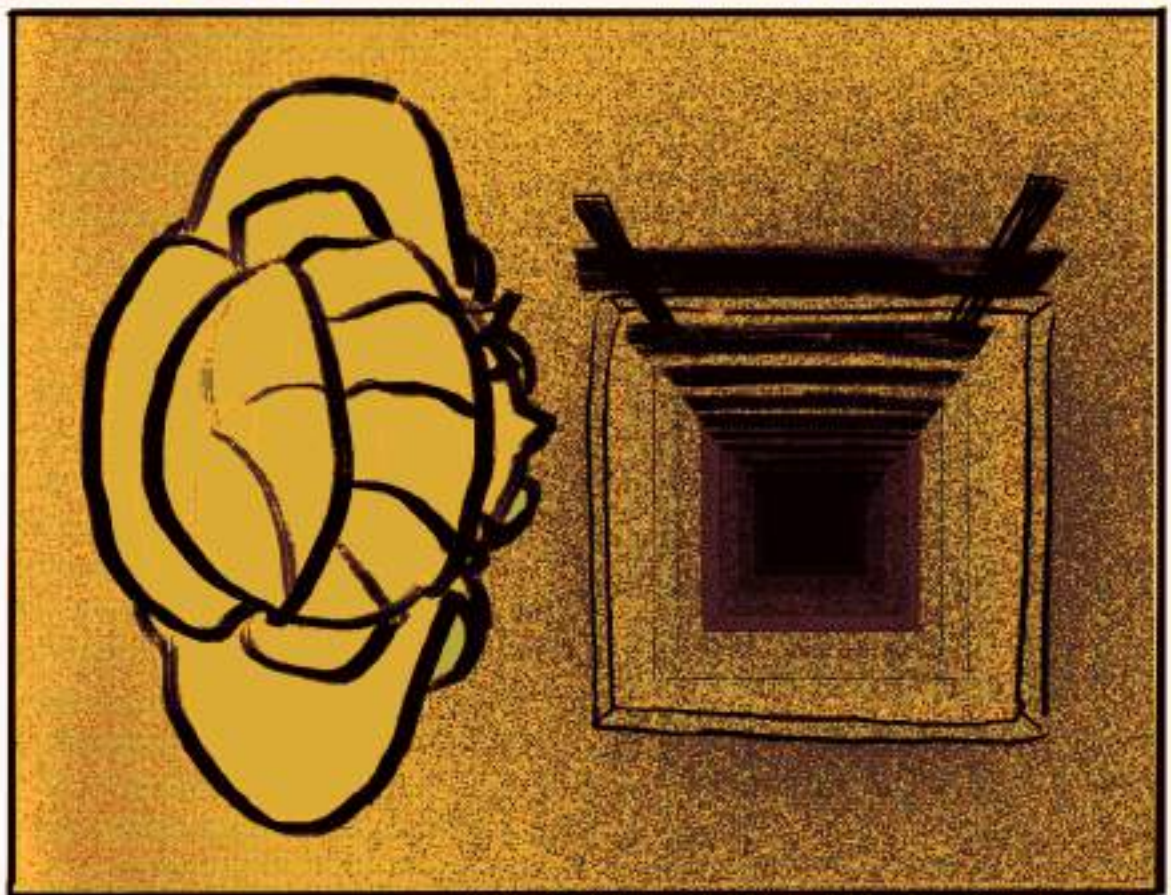


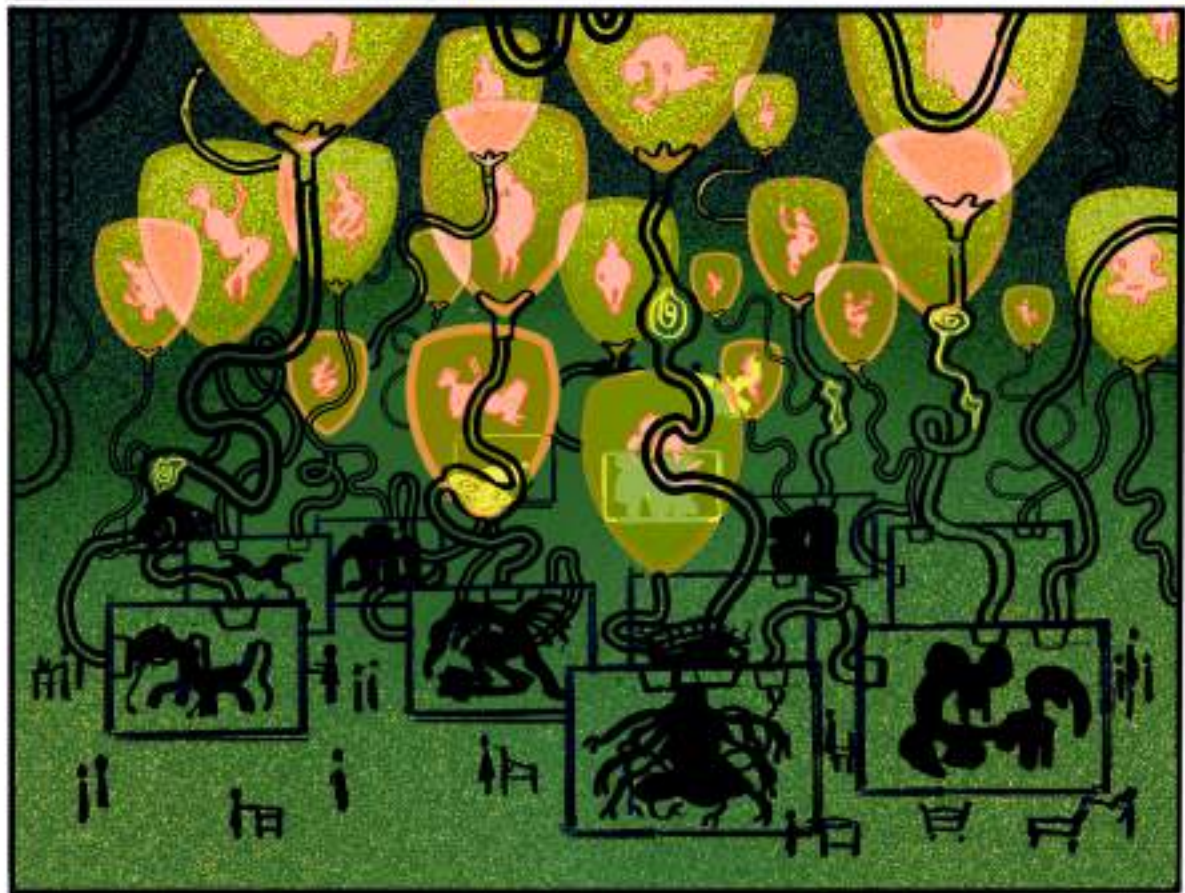


Jak chcesz!
Ale pamiętaj...

Dzięki nam
zawsze możesz
być tym, kim.....

.....my
chcemy
żebyś
był.











to wszystko jest
za darmo!



Jeżeli chcesz wiedzieć więcej...



Droży Państwo, wobec rozpowszechniających się zagrożeń poniżej progu wojny i potrzeby budowania odporności społecznej warto poszukiwać różnych form dotarcia do obywateli, w tym zwłaszcza do młodych ludzi. To właśnie oni z jednej strony stanowią ważny kapitał strategiczny i demograficzny każdego nowoczesnego państwa, będąc naturalnym motorem innowacji, rozwoju gospodarczego oraz transformacji społecznej Polski, z drugiej strony są jednocześnie grupą szczególnie podatną na współczesne wyzwania. Ich unikalna sytuacja życiowa – wchodzenie w dorosłość, budowanie tożsamości oraz intensywne korzystanie z technologii – generuje nowe, nieznane wcześniej ryzyka, zwłaszcza w obszarze cyberzeczywistości.

Współczesny świat wymaga od młodych ludzi funkcjonowania w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości, nasyconej zagrożeniami hybrydowymi, w tym „walką o umysły”, oraz filtrowania gigantycznej ilości informacji bez wypracowanych mechanizmów obronnych. Szczególną rolę przypada tutaj edukacji dla bezpieczeństwa. Ten przedmiot kształcenia ogólnego buduje odporność społeczną poprzez rozwijanie świadomości w zakresie obronności państwa oraz przygotowanie obywateli do przewidywania i zapobiegania kryzysom, a w razie konieczności – właściwego reagowania w sytuacjach zagrożenia. Jednak, gdy rzeczywistość bywa niejednoznaczna, a sposób komunikacji generacji Alfa i Z tak drastycznie różni się od poprzednich pokoleń, tylko młodzi wiedzą, jak skutecznie dotrzeć do rówieśników, czego doskonałym przykładem jest komiks „Wszystko za darmo”.

Media społecznościowe i inne elementy cyberzeczywistości stanowią obecnie główne środowisko życia społecznego młodych ludzi, ale niosą ze sobą poważne, systemowe zagrożenia. Wyzwania te przestały być wyłącznie problemem psychologicznym, a stały się bezpośrednim zagrożeniem dla bezpieczeństwa narodowego, personalnego i ekonomicznego państwa. Transformacja cyfrowa sprawiła, że przestrzeń online jest nowym teatrem działań przestępczych, wywiadowczych i manipulacyjnych ukierunkowanych na najmłodszych obywateli. Współczesna walka o umysły młodych ludzi porzuciła tradycyjne formy propagandy na rzecz niewidzialnych, zautomatyzowanych procesów psychologicznych w sieci. Podmioty realizujące cele dezinformacyjne, polityczne lub komercyjne stale adaptują swoje metody tak, aby omijać naturalną czujność młodego pokolenia. To, co w internecie jest atrakcyjne i „za darmo”, w rzeczywistości opłacane jest tym, co najcenniejsze – naszym czasem i zdrowiem, a skutkuje uzależnieniem, manipulacją, a w skrajnych sytuacjach – działaniem destrukcyjnym.

Warto podkreślić, że komiks ten nie tylko diagnozuje podatność młodzieży na cyberzagrożenia, ale stanowi wręcz klucz do ich umysłów. Współczesne manipulacje bazują przecież na precyzyjnym targetowaniu, danych, emocjach oraz algorytmach sztucznej inteligencji. Publikacja ta uświadamia, że wojna kognitywna trwa nieprzerwanie, a walka o świadomość młodego pokolenia wykorzystuje coraz nowsze, niezwykle atrakcyjne i niezauważalne kanały dotarcia. Ostatecznie komiks staje się instrukcją, pokazuje bowiem, jak skutecznie rozmawiać z młodymi, jak budować ich wewnętrzną odporność i jak chronić ich przed zagrożeniami, które kuszą pozorem darmowej atrakcyjności.

Zasada „MŁODZI DLA MŁODYCH” nie tylko buduje nadzieję, ale i wskazuje realny kierunek działań. Pozwala wierzyć w nadejście społeczeństwa odpornego na manipulacje, fake newsy oraz kampanie dezinformacyjne. W erze konfliktów hybrydowych ochrona ludzkich umysłów przed wrogiem wpływem psychologicznym nie jest kwestią drugorzędą. To fundamentalny, niematerialny element obrony narodowej oraz suwerenności naszego państwa.

–dr hab. Ilona Urych, prof. ASzWoj

Koordynatorka zmiany podstawy programowej przedmiotu edukacja dla bezpieczeństwa w szkole podstawowej (2025 r.) i ponadpodstawowej (2026 r.)

Drodzy
nastolatku

Komiks, „Wojna o umysły” pokazuje świat, w którym internet, a szczególnie media społecznościowe są narzędziem wpływu na to, jak myślimy, czujemy i co wybieramy.

Masz poczucie, że w sieci wszystko jest „za darmo”? Możesz za darmo oglądać, przeglądać, skrolować, lajkować, hejtować, komentować. Za tą możliwość płacisz jednak czymś niewidzialnym i trudnym do zmierzenia: swoim czasem, uwagą i emocjami, danymi na temat swoich zachowań, relacji z drugim człowiekiem, czy faktycznymi danymi osobowymi, które ostatecznie definiują twoje potrzeby i pragnienia, profilując je w zaciszu działających na zapleczu wielkich serwerów.

Przez łatwość dostępu do pseudo-darmowych treści nie trudno zacząć myśleć, że życie też powinno być szybkie, łatwe i przyjemne – bez wysiłku i wyczekiwania rezultatów w dalekiej przyszłości.

Problem w tym, że coraz częściej, to co widzisz w sieci jest zaprojektowane tak, żeby przyciągać właśnie twoją uwagę wykorzystując wcześniej zebrane o tobie informacje w sposób algorytmiczny. To właśnie algorytmy na podstawie zebranych danych przewidują działanie twojego mózgu. Wykorzystują to, że chętniej i szybciej reagujesz na informacje podbarwione emocjonalnie, zanim włączysz swoje logiczne myślenie. Dlatego częściej i chętniej klikasz w coś, co cię złości, przeraża albo ekscytuje, niż na wartościowe, ale pozbawione emocji twarde fakty naukowe. Dlaczego właśnie tak? Nie dlatego, że jesteś naiwny – ale dlatego, że tak działa każdy człowiek.

Chcemy wierzyć w to, co powtarzalnie widzimy albo w to, co mocno porusza nasze emocje. Jeśli coś pojawia się wszędzie, zaczyna wydawać się takie normalne, prawdziwe, wiarygodne. Szczególnie, gdy powtarzają to nasi znajomi. Jeśli coś wywołuje emocje, wydaje się ważniejsze, bardziej realne, bardziej bliżej nas. To sprawia, że w sieci najlepiej „działają” treści mocne, wywołujące skrajne emocje, kontrowersyjne – ale niekoniecznie prawdziwe.

Media społecznościowe wpływają też na to, jak widzisz siebie. Ciągłe porównujesz się do innych – często idealnych, nierealnych osób, stworzonych na potrzeb sieci. Możesz mieć wrażenie, że jesteś „gorszy”, nawet jeśli w rzeczywistości niczego ci nie brakuje. Możesz łatwo wpaść w myślenie: „co pomyślą inni?” Możesz łatwo zacząć identyfikować się z grupą osób o wspólnych zainteresowaniach, wyłączając samodzielne myślenie. Daje ci to poczucie przynależności, złudzenie, że nie jesteś samotny. Liczba lajków, czy obserwujących zaczyna wyglądać jak dowód, że treści przez nas produkowane lub przez nas odczytywane prezentują jakąś wartość – nawet jeśli nie mają one nic wspólnego z rzeczywistością, gdy są fake newsami.

Internet wpływa też na przebieg naszych procesów biologicznych. Algorytmy pokazują ci treści dopasowane do twoich emocji. Jeśli czujesz się samotny, możesz widzieć coraz więcej treści o samotności. To może pogłębiać ten stan, zamiast pomagać. Z kolei powiadomienia, lajki, rolki, działają jak narkotyk dla naszego mózgu, wywołując uczucie chwilowego zadowolenia. Są szybką i łatwo osiągalną „nagrodą” dla naszego mózgu. Co więcej, wydaje się być ona totalnie darmowa. Problem w tym, że podobnie jak w uzależnieniach od substancji psychoaktywnych, trudniej jest robić rzeczy wymagające wysiłku – jak nauka, sport, a szczególnie budowanie relacji z drugim człowiekiem. Wszystko, co przychodzi wolniej i trudniej, zaczyna wydawać się nudne lub z czasem też trudne.

Największy problem polega na tym, że wszystko to dzieje się trochę „po cichu”. Masz wrażenie, że sam podejmujesz decyzje, ale często są one wcześniej „podkręcone” przez system.

Co można z tym zrobić? Najważniejsze to zauważyć i zrozumieć:

- nie wszystko, co popularne, jest prawdziwe,
- nie wszystko, co podrasowane emocjami, jest ważne,
- nie wszystko co zbiera lajki i uwagę innych, jest warte twojej uwagi.

Ważniejsze jest zadbanie o rzeczy poza ekranem: relacje, sen, ruch, rozwijanie umiejętności, robienie rzeczy, które wymagają czasu i wysiłku. To one prędzej czy później dadzą ci prawdziwe poczucie satysfakcji, sprawią, że poczujesz się skuteczny.

Ten komiks to metafora „pseudo-darmowego” produktu, który daje chwilową przyjemność, ale w „składzie” zawiera samotność, obniżenie nastroju i uzależnienie. Produktu, który jak cukier smakuje dobrze, ale spożywany w dużych ilościach szkodzi zdrowiu. Niestety, każdy z nas może wpaść w pułapkę uzależnienia odbierającą autentyczną kontrolę nad życiem – uzależniającą. Jeśli jednak zaczniesz zauważać te destrukcyjne mechanizmy, odzyskujesz kontrolę, zaczniesz świadomie wybierać.

— mgr Aneta Marczak - Psycholog, Psychoterapeuta CBT

Orodzy
dorośli

Komiks „Wojna o umysły” jest opowieścią o świecie, w którym człowiek nie tylko korzysta z mediów, lecz coraz częściej sam staje się obiektem oddziaływania: poznawczego, emocjonalnego, społecznego i biologicznego.

Wchodzimy w nim do rzeczywistości wirtualnej jak do sklepu, w którym „wszystko jest za darmo”. W środowisku cyfrowym pozornie nie płacimy pieniędzmi, ale płacimy uwagą, czasem, naszymi danymi, emocjami i podatnością na wpływ. Iluzja szybkiej dostępności dóbr, natychmiastowej gratyfikacji poprzez kliknięcie, zakup wirtualnymi środkami, bez włożenia wysiłku oraz nagradzanie dobrej zabawy powodują, że młody człowiek może nabierać przekonania, iż życie odbywa się za darmo: bez wkładania jakiegokolwiek wysiłku, bez doświadczenia naturalnego w rzeczywistym życiu dyskomfortu, bez inwestycji nakładów poznawczych, zaangażowania emocjonalnego i behawioralnego, bez poczucia odpowiedzialności.

Głównym przesłaniem komiksu jest wskazanie, że manipulacje odbywające się w sieci i mediach społecznościowych są działaniami skierowanymi wprost do poznawczo-emocjonalnej sfery umysłu, a ich skutkiem są dokonywane przez nas wybory i działania. Algorytmy i manipulacje nie dotyczą wyłącznie samego Internetu, mechanizmów reklamy, hejtu czy dezinformacji. Sposób prowadzenia odbiorcy w sieci dotyka znacznie głębszego problemu. Technologie komunikacyjne coraz skuteczniej wykorzystują podstawowe mechanizmy działania ludzkiego umysłu. Ich wpływ na nas działa nie dlatego, że jesteśmy słabi, naiwni albo „gorsi poznawczo”, lecz dlatego, że jesteśmy ludźmi — istotami emocjonalnymi, społecznymi, biologicznie wrażliwymi na nagrodę, stratę, przynależność, lęk i powtarzalność bodźców.

W tym sensie „wojna o ludzkie umysły” nie jest metaforą przesadzoną. Jest niezwykle istotną strategią, prowadzoną jako zaplanowany eksperyment na żywym organizmie. Dlatego, że współczesna przestrzeń medialna konkuruje o uwagę człowieka. Ta konkurencja odbywa się poprzez mechanizmy znane z psychologii poznawczej, społecznej, klinicznej, ekonomii behawioralnej i neurobiologii uzależnień. Walka o umysły opiera na mechanizmach wpływu, w tym heurystykach poznawczych, automatyzmach, działaniach autorytetu, efekcie tłumy, potrzebie przynależności, regulacji emocji, poszukiwaniu szybkiej nagrody, przeciążenia informacyjnego, czy procesach utraty zasobów psychicznych.

Jednym z podstawowych kontekstów teoretycznych dla odczytania komiksu jest koncepcja dwóch systemów przetwarzania informacji, rozwijana przez Daniela Kahnemana i Amosa Tversky'ego. Wskazuje ona na fakt, że człowiek posługuje się zarówno szybkim, intuicyjnym, automatycznym sposobem reagowania, jak i wolniejszym, analitycznym, refleksyjnym trybem myślenia.

W warunkach przeciążenia informacyjnego wskutek intensywności, emocjonalności przekazu dominację przejmuje system szybki. Nie analizujemy wówczas szczegółowo treści, lecz reagujemy na emocję, obraz, powtórzenie, autorytet, atrakcyjność opakowania albo zgodność komunikatu z wcześniejszym przekonaniem. Komiks pokazuje to poprzez motyw „degustacji rzeczywistości” — bohater nie otrzymuje argumentów, lecz próbki doświadczenia, gotowe porcje znaczeń, emocji i narracji. Może przyjąć je bez namysłu i refleksji.

To właśnie ten poziom jest szczególnie ważny w wojnie poznawczej. Celem skutecznej manipulacji nie jest przekonanie człowieka poprzez racjonalną debatę. Celem jest sprawienie, aby określona treść została przyjęta, zanim uruchomi się refleksja. W tym sensie manipulacja poznawcza nie tyle „zmienia zdanie”, ile projektuje warunki, w których człowiekowi wydaje się, że samodzielnie doszedł do danego wniosku.

Heurystyki są uproszczonymi strategiami wnioskowania. Na co dzień są potrzebne, ponieważ pozwalają szybko podejmować decyzje przy ograniczonym czasie i nadmiarze bodźców. Stają się jednak podatnością wtedy, gdy ktoś celowo projektuje treść i sposób komunikatów tak, aby te skróty wykorzystać.

W komiksie szczególnie widoczna jest heurystyka dostępności. Polega ona na tym, że jeśli coś często widzimy, coś wywołuje silną emocję, jest łatwe do przypomnienia — zaczynamy uznawać to za bardziej prawdziwe, częstsze albo ważniejsze. Plansza sugerująca, że „jeśli coś jest cytowane, to znaczy, że warto uwagi” oraz „jeśli coś słyszysz codziennie — to znaczy, że to prawda”, pokazuje mechanizm powtarzalności jako źródła pozornej wiarygodności.

Do tego dochodzi heurystyka afektu, która polega na tym, że treść silnie emocjonalna wydaje się bardziej znacząca. Lęk, oburzenie, wykluczenie, zachwyt, wstyd czy poczucie zagrożenia przyspieszają reakcję i ograniczają refleksję. Dlatego komunikaty skrajne, konfliktowe,

agresywne albo katastroficzne łatwiej przebijają się w środowisku cyfrowym. Nie dlatego, że są prawdziwsze, lecz dlatego, że są bardziej pobudzające.

Kolejnym ważnym kontekstem rozumienia Komiksu jest psychologia tłumu Gustave'a Le Bona. Le Bon opisywał tłum jako przestrzeń, w której jednostka może tracić część indywidualnej refleksyjności, łatwiej ulega sugestii, emocjom zbiorowym i poczuciu anonimowości. Współczesne media społecznościowe tworzą nową postać tłumu: tłum cyfrowy.

Nie musimy stać fizycznie na placu, by stać się częścią masy. Wystarczy komentarz, fala reakcji, pewien trend, wiral, wspólny wróg albo wspólne hasło. W komiksie widzimy przestrzeń, w której człowiek zostaje otoczony komunikatami obrazowanymi rolkami, memami, blogami, czatami, reklamami i komentarzami. Należy podkreślić, że to nie jest neutralny szum. To środowisko społecznej sugestii.

Tłum cyfrowy może dawać poczucie przynależności, ale może też odbierać odwagę myślenia niezależnego. Człowiek zaczyna pytać nie „co myślę?”, lecz „co myślą inni?”, „co zostanie zaakceptowane?”, „za co zostanę wykluczony?”, „z kim powinienem się utożsamić?”. W ten sposób mechanizm społecznego dowodu słuszności zastępuje analizę.

W tym kontekście można odwołać się także do mechanizmów wpływu opisanych przez Roberta Cialdimiego. Zasada społecznego dowodu słuszności („inni to robią”), zasada niedostępności („teraz albo nigdy”), zasada autorytetu („oni wiedzą lepiej”) czy zasada lubienia („to jest dla ciebie”) są w środowisku cyfrowym nie tylko obecne, ale systemowo wzmacniane. Ich kumulacja prowadzi do sytuacji, w której wybory użytkownika wydają się autonomiczne, choć w rzeczywistości są silnie ukierunkowane.

Tłum cyfrowy, stanowiący substytut relacji oraz wykorzystanie mechanizmów przynależności odwołuje się do popularnego stwierdzenia i tytułu podręcznika akademickiego B. Wojciszke „Człowiek Istota Społeczna”. Ten tytuł stanowi bezwzględną prawdę i prawo natury ludzkiej. Prawdę o potrzebie przynależności i naturę ludzką jaką jest funkcjonowanie społeczne.

Człowiek potrzebuje relacji. Potrzeba przynależności jest jedną z podstawowych potrzeb psychicznych człowieka. Dzieci i nastolatki są na nią szczególnie wrażliwi, ponieważ

ich tożsamość dopiero się kształtuje. Media cyfrowe bardzo skutecznie wykorzystują tę potrzebę: oferują grupy, wspólnoty, style życia, język, symbole, identyfikacje i gotowe narracje o tym, kim warto być. Co więcej w klasycznej grze Roblox wykorzystywany jest motyw izolacji, zamknięcia się w świecie bez świata zewnętrznego, bez relacji, „bez okien” na prawdziwe, normalne, „żywe życie”.

W komiksie pojawia się też motyw „organizacji, o które nie warto pytać”, grup silniejszych, niż rozumienie jednostki oraz struktury, która nie mogłaby istnieć bez użytkownika. To trafnie pokazuje paradoks cyfrowej zależności: użytkownik jest jednocześnie odbiorcą, produktem i współtwórcą systemu.

Psychologia społeczna opisuje także wpływ autorytetu, który dyktuje określone postawy i sugeruje wybory. Dawniej autorytet był najczęściej kojarzony z wiedzą, doświadczeniem, funkcją społeczną lub kompetencjami. W środowisku cyfrowym autorytet bywa zastępowany widocznością. Influencer, celebryta, sportowiec, aktor, komentator lub atrakcyjnie prezentujący się „ekspert” może oddziaływać silniej niż osoba rzeczywiście kompetentna. W takiej sytuacji człowiek nie sprawdza źródła — reaguje na pewność siebie, popularność, estetykę przekazu i emocjonalną zgodność z własną grupą.

Jednym z najważniejszych poziomów oddziaływania w wirtualnej rzeczywistości jest poziom neurobiologiczny. Systemy cyfrowe wykorzystują mechanizmy uczenia się przez nagrodę. Krótkie treści, lajki, komentarze, powiadomienia, losowo pojawiające się wzmocnienia i niekończący się strumień bodźców aktywują układ nagrody.

Problem nie polega wyłącznie na tym, że dziecko „za dużo siedzi w telefonie”. Problem polega na tym, że mózg uczy się preferować szybką, łatwą i zewnętrznie dostarczaną nagrodę. W efekcie trudniejsze stają się u młodych ludzi działania wymagające odroczenia gratyfikacji, takie jak włożenie wysiłku w naukę, relacje twarzą w twarz, sport, twórczość, rozwiązywanie problemów, budowanie kompetencji, wytrwałość i realizacja celów.

Komiksowy „Baltonic” jest tu bardzo ważną metaforą. Produkt obiecuje szybkie zaspokojenie, ale jego „skład” zawiera samotność, obniżony nastrój, autodestrukcję, spadek poczucia własnej wartości, normalizację patologii, uzależnienie i przeciążenie informacyjne.

To obraz mechanizmu, w którym szybka nagroda początkowo przynosi ulgę, ale długofalowo osłabia zdolność samoregulacji.

Można mówić tu o zjawisku dopaminowego przeciążenia lub wyczerpania motywacyjnego. Dziecko, które przyzwyczaja się do intensywnych, łatwych bodźców, może stopniowo tracić zainteresowanie zwyczajnymi aktywnościami. To, co kiedyś dawało satysfakcję, zaczyna wydawać się dla niego zbyt wolne, zbyt trudne, zbyt mało stymulujące. W skrajnej postaci nawet treści cyfrowe przestają cieszyć — pozostaje pustka, zmęczenie, drażliwość i brak poczucia sensu.

Teoria zachowania zasobów Stevana Hobfolla pozwala spojrzeć na ten problem jeszcze szerzej. W jej świetle człowiek dąży do zdobywania, ochrony i odbudowy zasobów, w tym: energii, czasu, poczucia wpływu, relacji, kompetencji, bezpieczeństwa, samooceny i sensu. Stres pojawia się wtedy, gdy zasoby są tracone, zagrożone albo gdy wysiłek nie prowadzi do ich odzyskania. W tym kontekście środowisko cyfrowe może działać jak mechanizm drenujący zasoby. Odbiera czas, uwagę, sen, koncentrację, spokój, poczucie wystarczalności i zdolność regeneracji. Jednocześnie daje pozór odzyskiwania zasobów: chwilową ulgę, wirtualny kontakt i przynależność, rozrywkę, uznanie, poczucie bycia na bieżąco. To jednak, jak się często okazuje zasoby pozorne, nietrwałe i zależne od zewnętrznego systemu.

Dla dzieci i młodzieży jest to szczególnie istotne. Dzieje się tak dlatego, że rozwój psychiczny wymaga doświadczeń, w których młody człowiek uczy się w następujący sposób: „mogę coś zrobić”, „mam wpływ”, „potrafię znieść frustrację”, „wysiłek prowadzi do efektu”, „relacje wymagają obecności”, „cele buduje się stopniowo”. Jeśli szybka nagroda zastępuje efektywne działanie, a scrollowanie zastępuje rozwiązywanie problemów, osłabia się fundament sprawczości.

W klasycznym ujęciu Morrisa Rosenberga samoocena nie jest chwilowym stanem emocjonalnym, lecz względnie trwałą postawą wobec samego siebie — obejmującą zarówno komponent poznawczy („jaki jestem?”), jak i emocjonalny („czy jestem wystarczający?”). Kształtuje się ona w relacji z innymi ludźmi, poprzez doświadczenia sukcesu i porażki, ale także poprzez porównania społeczne. I właśnie ten ostatni mechanizm zostaje w środowisku cyfrowym radykalnie wzmocniony.

Algorytmy nieustannie dostarczają młodemu człowiekowi materiału do porównań. Młody człowiek w wirtualnym świecie żyje wśród obrazów idealnych ciał, wyjątkowych osiągnięć, stylów życia, relacji, sukcesów finansowych i społecznych. Co istotne — są to obrazy selektywne, przefiltrowane i często nierealistyczne. W efekcie powstaje system odniesienia, który nie ma odpowiednika w rzeczywistości. Samoocena, która w naturalnych warunkach buduje się na bazie realnych doświadczeń („udało mi się”, „nauczyłem się”, „poradziłem sobie mimo trudności”), zaczyna być zastępowana przez ocenę relatywną („czy jestem tak dobry jak inni?”, „czy wyglądam wystarczająco dobrze?”, „czy moje życie jest wystarczająco ciekawe?”).

W tym sensie algorytm nie tyle „obniża samoocenę” wprost, o ile systematycznie przesuwając punkt odniesienia. Dziecko lub nastolatek może doświadczać siebie jako „słabszego”, nie dlatego, że realnie funkcjonuje gorzej, lecz dlatego, że porównuje się do nierealistycznych standardów. Co więcej, mechanizmy wzmacnień — lajki, komentarze, zasięgi — wprowadzają zewnętrzne kryterium wartościowania siebie. Samoocena przestaje być wewnętrznie regulowana, a zaczyna być zależna od reakcji systemu i innych użytkowników.

Komiks bardzo wyraźnie pokazuje tę logikę poprzez metaforę „produktu”, który zawiera m.in. „obniżenie poczucia własnej wartości”. Nie jest to przypadkowy element — to konsekwencja środowiska, które jednocześnie obiecuje wyjątkowość („każdy produkt idealnie dopasowany do ciebie”) i produkuje masowe, ujednolicone standardy.

Algorytm nie działa na wszystkich tak samo. Nie jest jedynie maszyną podającą „popularne treści”. Działa jak system dopasowywania bodźców do podatności, zainteresowań, emocji i wcześniejszych reakcji użytkownika. Dlatego ta sama treść może dla jednej osoby być żartem, dla drugiej potwierdzeniem lęku, dla trzeciej zachętą do działania, a dla czwartej — impulsem do wycofania.

Mechanizmy cyfrowe nie muszą tworzyć problemu od zera. Często wzmacniają to, co już istnieje: samotność, wstyd, gniew, potrzebę akceptacji, poczucie krzywdy, lęk przed odrzuceniem, potrzebę bycia wyjątkowym, poczucie niesprawiedliwości albo przekonanie, że „nikt mnie nie rozumie”.

konsumowania w małych porcjach. To prowadzi do przesunięcia z „bycia” w stronę „doświadczania bodźców”.

Można tu mówić o mechanizmie „mamienia potrzebami”. Media nie tylko odpowiadają na istniejące potrzeby, ale aktywnie je kształtują i intensyfikują. Tworzą poczucie deficytu: „czegoś mi brakuje”, „mogłoby być lepiej”, „inni mają więcej”. Jednocześnie oferują szybkie, łatwo dostępne rozwiązania — produkty, treści, doświadczenia, które mają ten deficyt natychmiast zredukować. Problem polega na tym, że redukcja jest chwilowa, a sam mechanizm deficytu pozostaje aktywny.

W efekcie powstaje spirala obejmująca następujący cykl: nierealne oczekiwania, poczucie niedopasowania, szybka gratyfikacja, chwilowa ulga i powrót deficytu. Komiks symbolicznie pokazuje to poprzez „Bałtonic” — produkt, który obiecuje coś atrakcyjnego, ale w „składzie” zawiera samotność, obniżony nastrój i autodestrukcję. To bardzo trafna metafora współczesnej pogoni za szczęściem opartym na osiągnięciach, konsumpcji i zewnętrznych wskaźnikach sukcesu.

Szczególnie istotnym skutkiem tego procesu jest przesunięcie rozumienia szczęścia. Zamiast być procesem budowanym w czasie — poprzez relacje, wysilek, rozwój i akceptację własnych ograniczeń — zaczyna być traktowane jako stan, który można „uzyskać” szybko, najlepiej bez kosztu. Kiedy jednak rzeczywistość nie spełnia tych oczekiwań, pojawia się frustracja, poczucie porażki, a w dłuższej perspektywie — obniżony nastrój, a nawet depresja. Dlatego jednym z kluczowych kierunków przeciwdziałania nie jest jedynie ograniczanie technologii, lecz zmiana sposobu rozumienia doświadczenia psychicznego. Normalizacja przeżyć — takich jak nuda, wysilek, frustracja, niepewność, powolność procesu — staje się fundamentem zdrowia psychicznego. To, co w środowisku cyfrowym bywa przedstawiane jako „problem do natychmiastowego usunięcia”, w rzeczywistości jest naturalną częścią rozwoju.

Budowanie adekwatnego poziomu zadowolenia wymaga powrotu do doświadczeń osadzonych w codzienności: uważnego bycia, doświadczenia relacji na żywo, działania, które ma sens niezależnie od natychmiastowej nagrody. Szczęście w tym ujęciu nie jest efektem „idealnie dopasowanego produktu”, lecz wynikiem procesu — często nieefektownego, powolnego i wymagającego.

konsumowania w małych porcjach. To prowadzi do przesunięcia z „bycia” w stronę „doświadczania bodźców”.

Można tu mówić o mechanizmie „mamienia potrzebami”. Media nie tylko odpowiadają na istniejące potrzeby, ale aktywnie je kształtują i intensyfikują. Tworzą poczucie deficytu: „czegoś mi brakuje”, „mogłoby być lepiej”, „inni mają więcej”. Jednocześnie oferują szybkie, łatwo dostępne rozwiązania — produkty, treści, doświadczenia, które mają ten deficyt natychmiast zredukować. Problem polega na tym, że redukcja jest chwilowa, a sam mechanizm deficytu pozostaje aktywny.

W efekcie powstaje spirala obejmująca następujący cykl: nierealne oczekiwania, poczucie niedopasowania, szybka gratyfikacja, chwilowa ulga i powrót deficytu. Komiks symbolicznie pokazuje to poprzez „Ba'lonie” — produkt, który obiecuje coś atrakcyjnego, ale w „składzie” zawiera samotność, obniżony nastrój i autodestrukcję. To bardzo trafna metafora współczesnej pogoni za szczęściem opartym na osiągnięciach, konsumpcji i zewnętrznych wskaźnikach sukcesu.

Szczególnie istotnym skutkiem tego procesu jest przesunięcie rozumienia szczęścia. Zamiast być procesem budowanym w czasie — poprzez relacje, wysiłek, rozwój i akceptację własnych ograniczeń — zaczyna być traktowane jako stan, który można „uzyskać” szybko, najlepiej bez kosztu. Kiedy jednak rzeczywistość nie spełnia tych oczekiwań, pojawia się frustracja, poczucie porażki, a w dłuższej perspektywie — obniżony nastrój, a nawet depresja. Dlatego jednym z kluczowych kierunków przeciwdziałania nie jest jedynie ograniczanie technologii, lecz zmiana sposobu rozumienia doświadczenia psychicznego. Normalizacja przeżyć — takich jak nuda, wysiłek, frustracja, niepewność, powolność procesu — staje się fundamentem zdrowia psychicznego. To, co w środowisku cyfrowym bywa przedstawiane jako „problem do natychmiastowego usunięcia”, w rzeczywistości jest naturalną częścią rozwoju.

Budowanie adekwatnego poziomu zadowolenia wymaga powrotu do doświadczeń osadzonych w codzienności: uważnego bycia, doświadczenia relacji na żywo, działania, które ma sens niezależnie od natychmiastowej nagrody. Szczęście w tym ujęciu nie jest efektem „idealnie dopasowanego produktu”, lecz wynikiem procesu — często nieefektownego, powolnego i wymagającego.

Komiks warto czytać także jako opowieść o różnych reakcjach psychicznych na presję systemu. Nie każdy odpowiada tak samo. Jedni śmieją się z hejtu, ironizują i budują dystans. Inni protestują, wchodzą w rolę ratownika, próbują demaskować manipulację i bronić innych. Jeszcze inni wycofują się, chcą być niewidoczni, boją się ekspozycji i oceny.

Każda z tych reakcji może być zrozumiała. Każda może też zostać wykorzystana, jako oddzielny sposób. Śmiech może stać się zmeczeniem. Bunt może zostać wciągnięty w logikę konfliktu. Rola ratownika może prowadzić do przeciążenia i wypalenia. Wycofanie może pogłębiać samotność. Dlatego celem edukacji nie jest narzucenie jednej „właściwej” reakcji, lecz rozwijanie refleksyjności i próba odpowiedzi na pytania: co się ze mną dzieje, kiedy widzę tę treść? Dlaczego reaguję właśnie tak? Kto korzysta na mojej reakcji?

Najważniejsze pytanie brzmi: co możemy zrobić? Odpowiedź nie może ograniczać się do zakazów. Zakaz może być czasem potrzebny, zwłaszcza u młodszych dzieci, ale sam nie buduje odporności. Potrzebujemy edukacji, która uczy rozpoznawania mechanizmów wpływu. Dzieci i nastolatki powinni rozumieć:

że nie każda popularna treść jest prawdziwa;

że powtarzalność nie oznacza wiarygodności;

że emocjonalność komunikatu nie oznacza jego ważności;

że algorytm nie jest przyjacielem, lecz systemem optymalizującym zaangażowanie;

że szybka nagroda może osłabiać motywację do trudniejszych, ale rozwojowych działań;

że przynależność cyfrowa nie zastępuje bezpiecznych relacji;

że ich uwaga, emocje i dane mają wartość.

Potrzebujemy również wzmacniania zasobów w obszarze: snu, ruchu, relacji, kompetencji społecznych, samoregulacji, poczucia wpływu, twórczości, kontaktu z naturą, zdolności

do nudy i zdolności do wysiłku. To właśnie te zasoby mogą chronić w pewnym stopniu jednostkę przed manipulacją.

„Wojna o umysły” nie jest komiksem wyłącznie o technologii. Jest komiksem o człowieku. O jego potrzebie sensu, przynależności, bezpieczeństwa i uznania. O jego podatności na uproszczenia, emocje, autorytety i powtarzalność. O procesach biologicznych w obrębie układu nagrody, który może wspierać rozwój, ale może też zostać wykorzystany przeciwko niemu.

Największą wartością tego komiksu jest to, że nie pokazuje manipulacji jako czegoś odległego, zewnętrznego, dotyczącego „innych ludzi”. Przeciwnie — pokazuje, że każdy z nas może zostać wciągnięty w system wpływu. Nie dlatego, że jest słaby, lecz dlatego, że ma ludzki umysł.

Komiks „Wojna o umysły” można więc czytać także jako opowieść o utracie i odzyskiwaniu kontaktu z samym sobą, z doświadczeniem i z procesem budowania życia. System oferuje szybkie odpowiedzi, ale odbiera pytania. Oferuje bodźce, ale osłabia doświadczenie. Oferuje wybór, ale zawęża jego zakres.

Dlatego, podstawowym celem tego materiału — zarówno jako komiksu, jak i jako narzędzia warsztatowego — jest przywrócenie refleksji. Tam, gdzie system chce automatyzmu, potrzebujemy zatrzymania. Tam, gdzie system chce reakcji, potrzebujemy rozumienia. Tam, gdzie system chce samotnego użytkownika, potrzebujemy relacji. Tam, gdzie system oferuje szybką nagrodę, potrzebujemy odbudowy sprawczości.

Jednym z najważniejszych zadań edukacyjnych staje się więc nie tylko rozpoznawanie manipulacji, ale także odbudowywanie zdolności do przeżywania życia poza logiką natychmiastowej gratyfikacji. Tam, gdzie pojawia się refleksja, pojawia się przestrzeń wyboru. A tam, gdzie pojawia się wybór — zaczyna się autonomia.

Wojna o umysły trwa nieustannie. Ale człowiek, który rozumie mechanizmy wpływu, przestaje być jedynie odbiorcą. Zaczyna odzyskiwać wybór.

— dr n. med. Marta Kutniewska-Kubik – Psycholog kliniczny, Certyfikowany Psychoterapeuta Poznawczo-Behawioralny, Członek Zarządu Głównego Polskiego Towarzystwa Psychologicznego

Ciąg dalszy nastąpi...



INICJATYWA, KOORDYNACJA:

Anna Rzepa: III LO im. Marynarki Wojennej w Gdyni,

Członkini Rady d.s. Odporności na Dezinformację Międzynarodową przy MSZ, Komisji Nauk Kosmicznych PAN, zespołu pedagogiki medialnej przy KNP PAN

ILUSTRACJE:

Mai Sarmiento

CONCEPT ART:

(strony 1-22)

Łucja Mielnik - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

(strony 23-28)

Paweł Priebe - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

Marcel Sz waj - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

Igor Sowiński - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

Zofia Drozd - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

Mateusz Wijatkowski - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

Barbara Osiecimska - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

Zuzanna Kizielewicz - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

KONSULTACJA MERYTORYCZNA:

dr hab. Ilona Urych, prof. ASzWoj - Koordynatorka zmiany podstawy programowej przedmiotu edukacja dla bezpieczeństwa w szkole podstawowej (2025 r.) i ponadpodstawowej (2026 r.)

dr n. med. Marta Kutniewska-Kubik - Psycholog kliniczny, Certyfikowany Psychoterapeuta Poznawczo - Behawioralny, Członek Zarządu Głównego Polskiego Towarzystwa Psychologicznego

mgr Aneta Marczak - Psycholog, Psychoterapeuta CBT

REDAKCJA:

Mai Sarmiento

KOREKTA:

Anita Rzeszowska - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

Bożena Chmielińska - III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni

Mai Sarmiento

SKŁAD:

Mai Sarmiento

ISBN:

978-83-951951-2-9 - wydanie w języku polskim

978-83-951951-3-6 - wydanie w języku angielskim

WYDAWCA:

III Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi im. Marynarki Wojennej RP Gdynia International Baccalaureate World School
8704

81-405 Gdynia, ul. Legionów 27

www.LO3.GDYNIA.PL

Patronat honorowy:



Minister
Spraw Zagranicznych

Komiks powstał w procesie pilotażu projektu "72 H - młodzieżowego programu budowania odporności i umiejętności reakcji w sytuacjach kryzysowych".
Pilotaż projektu zakończył się dnia 30.III.2026.

Patronaty:

Patronat honorowy



Ministerstwo
Zdrowia



Minister
Edukacji



Ministerstwo
Cyfryzacji

Partnerzy pilotażu:



