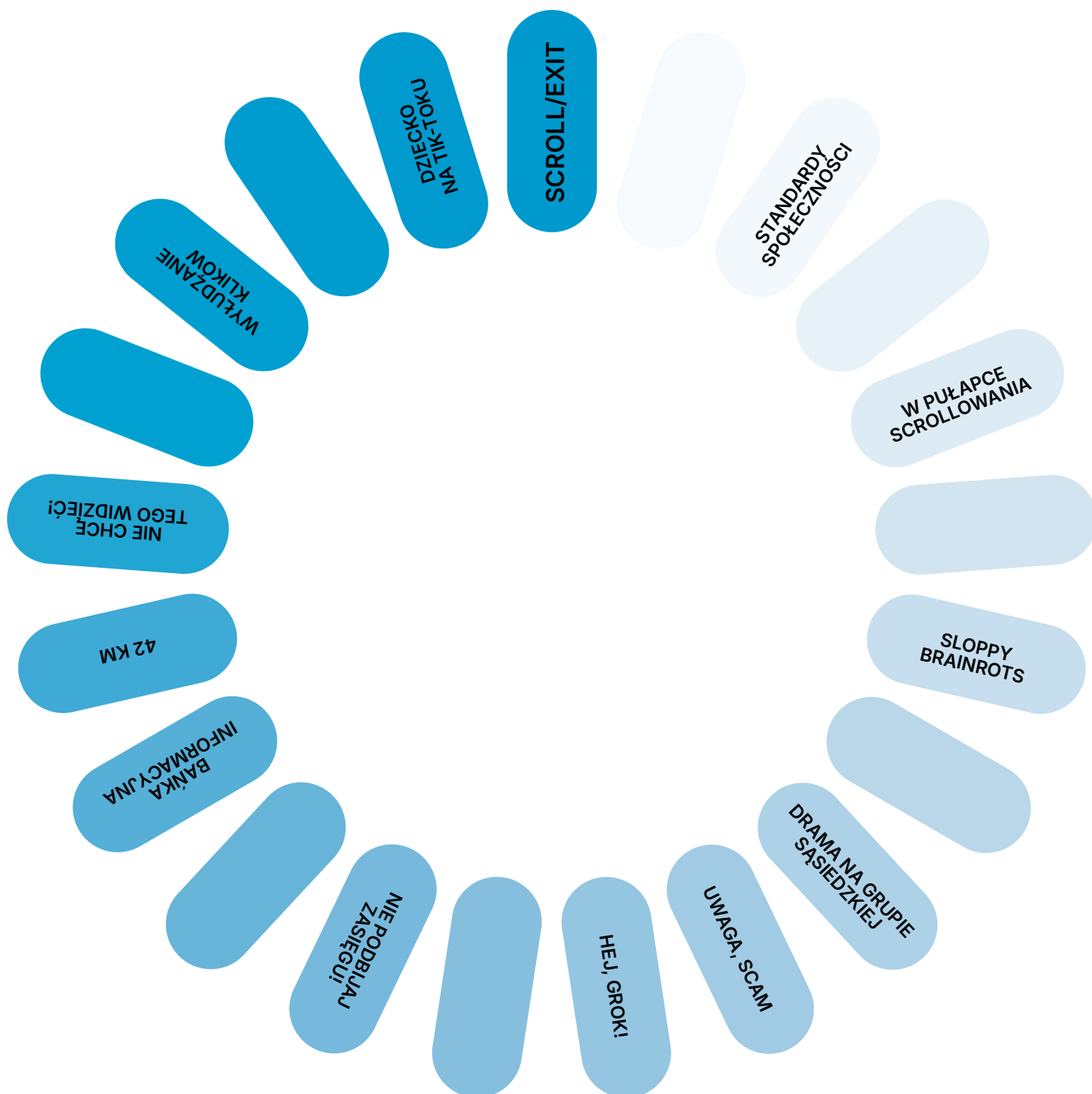




INSTRUKCJA

LICZBA GRACZY

3–5

ELEMENTY POTRZEBNE DO GRY

- plansza
- kostka i 2-4 pionki (weź z innej gry, zamiast pionków możesz użyć monet o różnych nominałach)

OPIS GRY

Waszym zadaniem jest wygrać z uzależniającym feedem. Wyjście z pętli nie jest takie proste, możesz poruszać się dookoła kilka razy. Rozgrywka kończy się dopiero w momencie gdy pierwsza osoba stanie na polu EXIT.

Uwaga, tylko 1 na 10 rozgrywek kończy się EXIT. Czy to będzie właśnie ten raz?

PRZYGOTOWANIE

Wybierzcie swoje pionki i ustawcie je na polu SCROLL. Grę rozpoczyna osoba, która ma najkrótszy czas używania telefonu w tym tygodniu lub możecie rzucić kostką. Decyzja należy do Was.

ZASADY GRY

- W swojej turze rzucaś kostką i przesuwasz pionek do przodu o tyle pól, ile wskazała kostka, zgodnie z kierunkiem wskazówek zegara.
- Jeśli pionek zatrzyma się na polu specjalnym, odczytaj instrukcję umieszczoną obok planszy i wykonaj zawarte w niej polecenie. Jeśli po wykonaniu go lądujesz na innym polu z akcją, to polecenie także wykonujesz.
- Na jednym polu może stać dowolna liczba pionków (nie ma blokad ani konieczności przeskakiwania).

ZAKOŃCZENIE GRY

Gra kończy się, gdy pierwszy pionek dotrze do pola EXIT. Do pola należy wejść dokładnym rzutem. Jeśli wyrzucisz większą liczbę oczek, mijasz EXIT i scrollujesz dalej.

Wygrywa osoba, która pierwsza dotrze na pole EXIT.

OBJAŚNIENIA PÓŁ SPECJALNYCH

STANDARDY SPOŁECZNOŚCI

Twój post naruszył standardy społeczności. Platforma blokuje ci konto. Odwołujesz się od decyzji. Czekasz, aż platforma rozpatrzy twój sprzeciw. Tracisz kolejkę.

W PUŁAPCE SCROLLOWANIA

Wchodzisz na Insta, tylko na chwilę, żeby się zrelaksować, ale nie możesz się oderwać. Nie wysypiasz się, co odbija się na twoim zdrowiu i koncentracji. Cofasz się o 3 pola.

SLOPPY BRAINROTS

Odpalasz YouTube'a, żeby znaleźć film dokumentalny na temat lotnictwa, a tam sama ejajowa breja. Oglądanie masowo generowanych treści niskiej jakości robi ci jajecznicę z mózgu, do tego nie znajdujesz tego, czego szukasz. Tracisz kolejkę.

DRAMA NA GRUPIE SĄSIEDZKIEJ

Na osiedlowej grupie na Facebooku wybucha drama o projekt zieleni i miejsca do parkowania. Tracisz czas i nerwy na odświeżanie wątku i rozwijanie komentarzy (nie wystarczą ci te, które platforma podbija jako „najlepsze”). Cofasz się o jedno pole.

UWAGA, SCAM

Celebryta zachęca do inwestowania w krypto? To może być scam. Celebryta już pozwał platformę za nielegalne wykorzystanie wizerunku, ale ty się nabierasz. Podajesz scamerom numer karty i stoisz 2 kolejki.

HEJ, GROK!

Na X trafiasz na informacje, którym do końca nie dowierzasz. „Przywołujesz” Groka. Asystent od Muska podaje sprzeczne odpowiedzi, a gdy dociskasz, zaczyna cię obrażać. Cofasz się o 2 pola.

NIE PODBIJAJ ZASIĘGU!

Porusza cię post, na którym znana lekarka przestrzega przed szkodliwością nowej serii szczepionek na ospę. Orientujesz się, że to *deepfake* wykorzystujący znaną twarz, i udostępniasz z komentarzem „Uwaga, deepfake!”. Niestety twoje dobre intencje przekładają się na zwiększenie zasięgów i do jeszcze większej liczby osób trafia fałszywy komunikat. Tracisz kolejkę.

BAŃKA INFORMACYJNA

Masz wyrobione zdanie na temat wojny w Ukrainie? Nieważne jakie – VLOP-y wyświetlą ci takie treści, które umocnią cię w twoich przekonaniach. Wygodne? Pozornie. Tracisz szansę zobaczenia odmiennej perspektywy i w kolejnej kolejce od wyniku rzutu kostką odejmujesz 1.

42 KM

Znów pół Facebooka pobiegło w maratonie, a ty wciąż zamulasz na kanapie! Media społecznościowe pokazują jedynie fragmenty prawdziwego życia – wyselekcjonowane, przefiltrowane, uładzone. Ma być miło i inspirująco, ale wcale nie jest. Łapiesz doła i cofasz się o 2 pola.

NIE CHCĘ TEGO WIDZIEĆ!

Twój feed zalewają treści na temat nieuleczalnych chorób przetykane reklamami drogich badań genetycznych. Po kolejnym poście typu „Myślała, że to zwykła migrena, tydzień później już nie żyła” klikasz w przycisk „Nie chcę tego widzieć”. Czekasz na efekt i tracisz kolejkę.

WYŁUDZANIE KLIKÓW

Tylko 1% ludzi prawidłowo to obliczy! Uważaj, to podpucha, żeby cię ZAANGAŻOWAĆ. Marketing wyrabia targety, a ty cofasz się o 2 pola.

DZIECKO NA TIK-TOKU

Odkrywasz, że twoje 10-letnie dziecko ma konto na TikToku, a na nim wyzwania i soft porno. TikTok nic z tym nie robi, ale ty też nie. Wracasz na pole SCROLL i zaczynasz grę od początku.