

LISTA 1 – „Sprzeczne sygnały”

- ogląda filmiki o zdrowym jedzeniu
- lajkuje memy o fast foodach
- wyszukuje „czy energetyki są zdrowe”
- zapisuje przepisy, ale ich nie klika
- ogląda treningi tylko do połowy
- obserwuje influencera „antyfit”

Algorytm: *zdrowie / dieta / waga*

Ryzyko: presja wyglądu mimo braku realnej intencji

Możliwe reklamy i treści:

- suplementy diety i „spalacze tłuszczu”,
- aplikacje do liczenia kalorii,
- diety „bez wyrzeczeń”,
- napoje energetyczne w wersji „fit”,
- programy treningowe „dla początkujących”.

Komentarz edukacyjny: algorytm ignoruje sprzeczności i skupia się na temacie „ciało / zdrowie”.

LISTA 2 – „Zbieracz treści”

- ogląda fragmenty streamów, ale rzadko do końca
- zapisuje filmy „na później”, ale do nich nie wraca
- obserwuje zarówno gamerów, jak i twórców edukacyjnych
- korzysta z Discorda głównie do rozmów
- wyszukuje „jak się nie rozpraszać”
- wyłącza powiadomienia aplikacji

Algorytm: *gaming / młody użytkownik*

Ryzyko: zalew treści rozrywkowych mimo prób ograniczania

Możliwe reklamy i treści:

- sprzęt gamingowy (słuchawki, klawiatury, fotele),
- nowe gry i dodatki DLC,
- płatne subskrypcje (battle pass, premium),

- reklamy platform streamingowych,
- kursy „produktywności” i aplikacje focus.

Komentarz edukacyjny: algorytm wzmacnia rozrywkę, mimo prób ograniczania bodźców.

LISTA 3 – „Podglądacz luksusu”

- ogląda reelsy z drogimi autami
- nie lajkuje, tylko przewija bardzo wolno
- zapisuje film „ile kosztuje utrzymanie auta”
- wyszukuje „czy leasing się opłaca”
- obserwuje konto o oszczędzaniu pieniędzy
- często czyta komentarze zamiast postów

Algorytm: *aspiracje finansowe*

Ryzyko: reklamy kredytów, inwestycji, „szybkich zysków”

Możliwe reklamy i treści:

- leasingi, kredyty, raty „0%”,
- kursy inwestowania i kryptowalut,
- reklamy „jak szybko zwiększyć dochód”,
- luksusowe marki w wersji „na start”,
- aplikacje finansowe i tradingowe.

Komentarz edukacyjny: algorytm może pchać w stronę ryzykownych decyzji finansowych.

LISTA 4 – „Emocje między wierszami”

- ogląda treści o emocjach, ale bez reakcji
- wyszukuje „czy to normalne że...”
- zapisuje posty, których nikomu nie wysyła
- obserwuje twórców psychologicznych i satyrycznych
- reaguje tylko na treści ironiczne
- często korzysta z trybu nocnego aplikacji

Algorytm: *wrażliwość emocjonalna*

Ryzyko: treści pogłębiające niepokój lub smutek

Możliwe reklamy i treści:

- aplikacje do medytacji i „samopomocy”,
- Coaching emocjonalny,
- testy osobowości i quizy psychologiczne,
- treści „motywacyjne”,
- reklamy terapii online (różnej jakości).

Komentarz edukacyjny: algorytm nie odróżnia ciekawości od realnego kryzysu.

LISTA 5 – „Z pozoru zwykły użytkownik”

- sprawdza pogodę kilka razy dziennie
- korzysta z map tylko w weekendy
- wyszukuje „co robić w pobliżu”
- ogląda vlogi z małych miast
- zapisuje posty o wydarzeniach lokalnych
- udostępnia zdjęcia z opóźnieniem

Algorytm: *lokalne życie / mobilność*

Ryzyko: śledzenie lokalizacji i targetowanie lokalne

Możliwe reklamy i treści:

- wydarzenia i atrakcje w okolicy,
- restauracje, bary, kina,
- reklamy lokalnych sklepów i usług,
- oferty transportowe i mapowe,
- promocje „blisko Ciebie”.

Komentarz edukacyjny: lokalizacja staje się bardzo cenną daną reklamową.

LISTA 6 (BONUSOWA) – „Research czy problemy osobiste?”

- wyszukuje „objawy depresji u nastolatków”
- ogląda filmy o zaburzeniach odżywiania

- zapisuje posty o presji rówieśniczej
- czyta artykuły o hejcie w internecie
- ogląda materiały edukacyjne o zdrowiu psychicznym
- wyszukuje „jak pomóc koledze w kryzysie”
- nie lajkuje ani nie komentuje tych treści

Możliwa interpretacja algorytmu:

osoba w kryzysie emocjonalnym, podatna na treści i reklamy związane z „samopomocą”.

Rzeczywistość:

research do szkoły / projekt edukacyjny / chęć pomocy komuś innemu.

Możliwe reklamy i treści:

- aplikacje „wsparcia psychicznego”,
- płatne kursy radzenia sobie z emocjami,
- coaching i pseudo-terapię,
- treści wzmacniające narrację kryzysową,
- reklamy „szybkiej pomocy”.

Kluczowy wniosek: algorytm nie zna intencji użytkownika.