



MATERIÁL

Každá karta obsahuje název a popis specifických uživatelů internetu – tvůrců a/nebo šířitelů dezinformací. Karty rozstříhejte. Pro každou skupinu žáků si připravte jednu sadu karet.



LÉČITELÉ-EZOTERICI

Nemoci a bolesti vnímají jako následek narušených magických čaker nebo jako důsledek špatného postavení hvězd. Místo medicíny založené na vědeckém poznání doporučují léčivé kameny či pití horké vody. V mnoha případech jim ale jde čistě o byznys a snaží se prodat co nejvíce „magických“ krystalů nebo „život měnících seminářů“.



DOBŘÉ DUŠE

Když se dozví o nějakém nebezpečí, tak cítí jako svou povinnost varovat před ním své blízké a ochránit je. „Varovné“ zprávy, často přicházející e-mailem či sdílené na sociálních sítích dalšími dobrými dušemi, hned bezmyšlenkovitě předávají dále. Neověřují je, a tak se mohou podílet na šíření nespolehlivých anebo vyloženě nebezpečných informací.



KAZATELÉ „PRAVDY“

Mají jasno: kdo je dobrý, kdo je zlý, kdo za čím stojí, kdo co zatajuje, co se údajně chystá. O svých názorech se snaží každého přesvědčit – v hospodě nebo na rodinné grilovačce mají vždy nějaké šokující téma k hovoru a cítí se důležitě. Někdy jsou obětí konspiračních teorií, o kterých nepochybuji, někdy konspirace a fake news i aktivně vytváří a šíří.



LOVCI LAJKŮ

Na sociálních sítích jsou jako doma a snaží se získat co nejvíc lajků a upoutat na sebe pozornost. Vědí, že na sociálních sítích mají největší odezvu články s chytlavými titulky, které ve čtenářích vyvolávají zvědavost, vztek nebo strach. Právě takové články šíří a netrápí se tím, že k pravdě mají někdy hodně daleko.



OBCHODNÍCI

Jejich hlavním cílem je vydělávat. Skandální odhalení a konspirace publikují hlavně kvůli tomu, že vědí, že přitáhnou čtenáře. Čím více lidí klikne na odkaz a dostane se na jejich web, tím více lidem se zobrazí na webu umístěná reklama a tím více peněz oni získají od inzertentů. Jdou za ziskem za každou cenu a často obchodují se strachem čtenářů.



ZBRKLÍ NOVINÁŘI

Snaží se čtenářům pomoci zorientovat se v množství zpráv. I na ně se ale každý den valí kupa informací a v redakci cítí tlak, aby zprávy přinesli rychleji než konkurence a aby publikovali co nejvíce článků. Pak občas něco přehlédnou, nedostatečně ověří nebo špatně přeloží a nepřesnost je na světě.



PROPAGANDISTÉ

Jejich cílem je ovlivnit veřejné mínění ve prospěch určitého názoru, politického proudu (či celého režimu), nebo naopak v neprospěch jiného. Nezastávají se před ničím – najmou armádu internetových trollů, vytváří falešné účty, publikují fake news a ovlivňují tak volby a nálady ve společnosti. Když se jim to nedaří, účelově vypouští spoustu lživých informací, aby lidé měli dojem, že „pravdu nelze najít“.



POLITICI-POPULISTÉ

Jde jim o moc a vliv – politiku berou jen jako prostředek, jak je získat. Lidem naslibují hory doly, hlavně že je budou následovat. Často nejprve působí na emoce, vyvolají v lidech vztek nebo strach a pak se staví do role zachránců – třeba že zastaví nebezpečné uprchlíky. Hlásí se k „obyčejným lidem“, jejich život je však ve skutečnosti nezajímavý.



VTIPÁLCI

Chtějí být vtipní a sklízet lajky a uznání za svoje fórký. Buď sami vytváří koláže a vtipy, anebo je aspoň šíří. Dělalí si přitom legraci ze všeho a ze všech – i z dezinformátorů. Jenže občas jejich vtipy lidé nepochopí a považují je za skutečnost. A tak nechtěně přispívají k šíření nepravdivých zpráv.