



Mit solchen und vielen anderen Schlagzeilen sehen sich Kinder und Jugendliche je nach Medienkonsum tagtäglich konfrontiert, geben doch rund die Hälfte der 2022 im Rahmen der KIM-Studie befragten 6–13-Jährigen an, mehrmals pro Woche das Internet zu benutzen.

Im Artikel, der sich hinter der titelgebenden Schlagzeile verbirgt, wird ausgewiesen, dass es sich bei ihr um Fake News handelt, aber was ist mit anderen behaupteten Aussagen? Via Kettenmessages, Instagramstories und Tiktok-Videos werden im Sekundentakt Neuigkeiten verbreitet. Dabei bleibt kaum Zeit, sie auf ihren Wahrheitsgehalt einzuschätzen. Doch wie kann dieser überhaupt eingeschätzt werden?

Mögliche Antworten erarbeiten sich die Schülerinnen und Schüler im neuen Lerngegenstand «Medien wirken» des M&I-Lehrmittels von myDigit.



Fake News

Im Lernarrangement zu Fake News analysieren die Schülerinnen und Schüler (SuS) Nachrichten auf ihren Wahrheitsgehalt und lernen so fächerübergreifend, kritisch zu lesen und Wahrheit von Unwahrheit zu unterscheiden. Daraus resultieren eigene Fake News, die direkt im Browser mittels Anpassungen des HTML-Codes generiert werden. So verknüpfen die SuS spielerisch ihre Medien mit ihren Programmierkompetenzen.

Jetzt 3 Monate gratis testen!

Hier gehts zur Demolizenz →



Ich bin Isabelle, 34 Jahre alt, verheiratet und habe zwei Söhne. Seit 2014 bin ich Primarlehrerin und unterrichte 5. und 6. Klassen. Ich liebe meinen Beruf und die Arbeit mit den Kindern. Vor zirka acht Jahren habe ich auf Instagram begonnen, über mein Lehrerinnendasein zu berichten, und seitdem sind immer mehr Followerinnen und Follower dazugekommen.



Folge mir!

Wie soziale Medien funktionieren und wie Content-Creator aka Influencerinnen und Influencer arbeiten, erfahren die Schülerinnen und Schüler im Lernarrangement «Folge mir!». Isabelle Buser, den Lehrpersonen vor allem als f.r.a.u.l.e.h.r.e.r.i.n auf der Plattform Instagram bekannt, nimmt die Kinder mit auf die Entdeckungsreise durch die sozialen Medien. Auch hier ist das kritische Hinterfragen von Inhalten Trumpf, insbesondere Werbung wird nicht immer als solche wahrgenommen.