

TOLKA OCH PRODUCERA

Stöd för analys av medieinnehåll och för att utveckla mediekritisk tänkande och mediekunskaper.

Hur kan medieinnehållet tolkas av olika personer?

På vilka olika sätt kan man reagera på medieinnehållet du producerat?

Vilka möjligheter ger mediekritik och medieläskunnighet?

Material: Sällskapet för mediefostran
© 2016-2017

Läs mer:
www.mediakasvatus.fi/tuotajatulkitse



1. VEM HAR PRODUCERAT INNEHÅLLET OCH VARFÖR?

Någon står alltid bakom medieinnehållet! Är den en enskild person, en grupp, en organisation, ett enskilt företag eller en myndighet? Hur kan detta avgöras?

Vilken betydelse har tidpunkten för när innehållet har publicerats?

Hur och var hittade du medieinnehållet?

Verkar innehållet genomtänkt eller spontant?

Vilka motiv kunde upphovsmannen ha haft för att publicera innehållet?

Hurdana reaktioner förväntar innehållets skapare sig att innehållet väcker?

För vem har medieinnehållet producerats?

2. HUR FÅNGAS DIN UPPMÄRKSAMHET OCH UPPEHÅLLS DITT INTRESSE?

Mängden av medieinnehåll som vi möter dagligen är enorm. Alla vill få sina röster hörda och att deras innehåll når publiken. Därför använder man olika effektmedel för att nå vissa målgrupper på olika plattformar. Det är också en viktig kompetens att förstå vilka slags medieinnehåll vi själva dras till och att känna igen de knep som används för att fånga vår uppmärksamhet.

Råkar bilderna tilltala just dig? Eller verkar en nyhets rubrik så otrolig att du känner att du bara måste klicka på länken? Är medieinnehållet fullt av fascinerande ny information om ett ämne som intresserar dig?

3. VILKA VÄRDEN OCH PERSPEKTIV KOMMER FRAM I INNEHÅLLET?

Det finns många utgångspunkter för producerande av medieinnehåll. Även om personen som publicerat innehållet strävar efter en neutral utgångspunkt, ligger alltid någon agenda och värderingar bakom innehållet i och med att varje medieinnehåll strävar efter att övertyga betraktaren.

Representerar innehållet åsikterna hos en viss grupp, organisation eller person? Känns det som att innehållet också representerar dig? Eller hjälper videon/bilden/artikeln dig att hitta nya synpunkter? Har du någon gång ändrat din åsikt efter att ha sett ett visst slags medieinnehåll? När då?

4. HUR KAN MEDIEINNEHÅLLET TOLKAS AV OLIKA PERSONER?

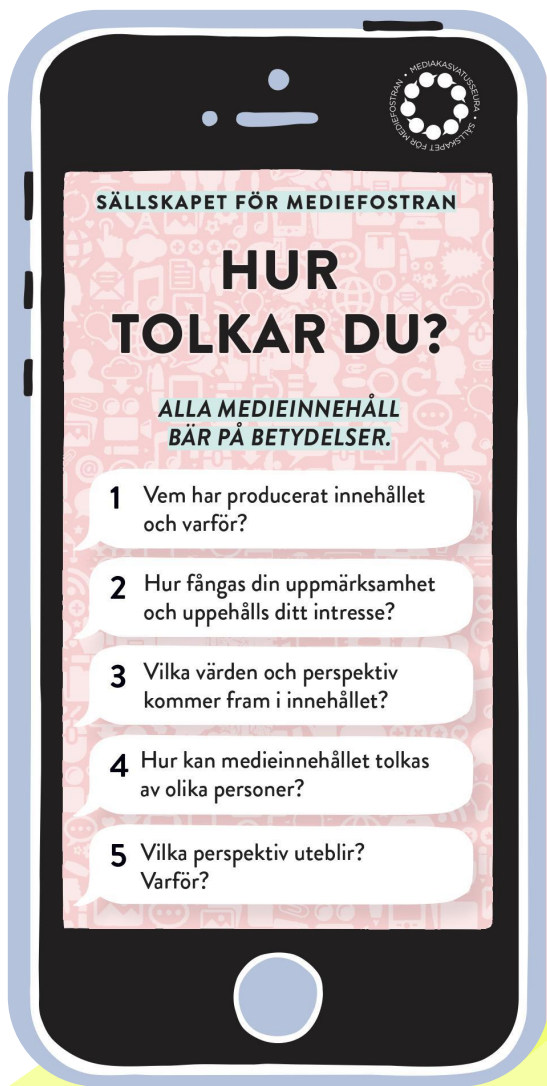
Människor tolkar och förstår meddelande och medieinnehåll utgående från sitt eget perspektiv. Tolkningen grundar sig på upplevelser, kulturell bakgrund och vän- eller familjekretsens värderingar.

Hur skulle dina familjemedlemmar, grannar eller vänner tolka medieinnehållet? Hur avviker din tolkning från deras?

5. VILKA PERSPEKTIV UTEBLIR? VARFÖR?

Det ryms bara en viss mängd perspektiv i en minut lång video eller i en bild. Det finns alltså alltid något som har uteslutits från innehållet. Ibland är begränsningen medveten och emellanåt omedveten.

Vilka perspektiv har uteslutits från just detta medieinnehåll? Vissa medieinnehåll presenterar medvetet endast ett perspektiv. Kan du komma på andra aspekter man borde beakta i ämnet? Hittar du mer information någon annanstans?



1. VAD ÄR DITT BUDSKAP OCH VAD VILL DU UPPNÅ?

Till vem producerar du medieinnehållet? Vem vill du att hittar innehållet och blir intresserad av det? Hur tror du att de reagerar? Vem vill du att inte ser medieinnehållet och varför?

2. EN HURURDAN BILD BRYGGER DU AV DIG SJÄLV OCH AV ÄMNET DU BEHANDLAR?

Från vilket perspektiv behandlar du ämnet? Skulle det finnas andra perspektiv som du kunde ha valt? Hurdan bild av ämnet får en person som hör om ämnet för första gången genom medieinnehållet du producerar? Hur skulle en expert eller en annan person som känner till ämnet väl tolka ditt medieinnehåll?

3. VEM NÅR DU?

Vem vill du nå med innehållet och varför? Hur vet du att medieinnehållet når den publik du önskar? Vilka knep använder du för att sprida medieinnehållet du producerat? Vem önskar du att inte hittar medieinnehållet? Hur gömmer du medieinnehållet från dem?

4. VAD LÄMNAR DU OSAGT OCH VARFÖR?

Finns det något som du tycker inte är värd att berätta om ämnet? Vad gör du med den informationen? Begränsar du medieinnehållet på något sätt till exempel då du publicerar det i olika kanaler eller distribuerar det till olika publik?

5. PÅ VILKA OLIKA SÄTT KAN MAN REAGERA PÅ MEDIEINNEHÅLLET DU PRODUCERAR?

Medieinnehållet du producerar kan väcka olika känslor och reaktioner hos personer som innehållet når. Hurdan reaktion önskar du att medieinnehållet väcker? Om du mötte kritik mot ditt innehåll, hur skulle du själv reagera? Olika medieinnehåll väcker varierande känslor. Hurdan internet- och mediekultur vill du stöda med innehåll du producerar?

MER IDÉER!

Hur skulle du förklara eller öppna upp ämnet du behandlar i din medieprodukt till någon som är mycket äldre eller yngre än du? Hur skiljer sig dessa förklaringar från varandra?

Varför är mediekritik och medieläskunnighet viktigt?

Vilka följder kan det ha om medieinnehåll inte granskas kritiskt?

Vilka möjligheter ger mediekritik och medieläskunnighet?

Kan medieläskunnighet stöda utvecklingen av andra kunskaper, vilka?

Hur kan materialet användas inom olika läroämnen och inlärningsmiljöer samt i fenomenbaserat lärande?

Hur kan frågorna utnyttjas i ungdomsarbete eller på bibliotek?

Kan frågorna användas som övning i informationssökning?

