STYRELSEN FOR
UNDERVISNING OG KVALITET

Vejledning til Mediefag A

Vejledning til læreplanen

Undervisningsministeriet

Indhold

Introduktion: Sådan bruger du vejledningen **4**
Brug vejledningen som opslagsværk **4**
Orienter dig i andre centrale materialer på ministeriets hjemmesider **4**

1. Identitet og formål **5**

2. Faglige mål og fagligt indhold **5**
2.1 Faglige mål **6**
Teori og analyse 6
Praksis 7
Skriftlighed 11
2.2 Kernestof **12**
2.3 Supplerende stof **13**
2.4 Omfang **14**
Undervisningsbeskrivelsen (UVB) 14

3. Tilrettelæggelse **16**
3.1 Didaktiske principper **16**
3.2 Arbejdsformer **16**
Skriftlighed 16
Skriftlig rapport 19
Eksamensprojektet 19
Produktioner med anvendelsesperspektiv 20
Mulighed for praktikperiode 21
Besøg på uddannelser, virksomheder og/eller institutioner 21
3.3 It **22**
3.4 Samspil med andre fag **22**

4. Evaluering **23**
4.1 Løbende evaluering **23**
4.2 Prøveform **24**
Eksaminationstider 24
Prøven i eksamensprojektet 24
Rapportskabelon 25
Prøven i det teoretisk-analytiske stof 28
4.3 Bedømmelseskriterier **31**
Bedømmelsen af eksamensprojekt og rapport 31
Bedømmelsen af analyse og perspektivering af eksamenscitatet 32
Samlet bedømmelse 33
Karaktergivning med 7-trinsskalaen 33

Introduktion: Sådan bruger du vejledningen

Dette kapitel introducerer dig til vejledningen og dens relation til læreplanen og andre centrale styredokumenter og materialer, som du som underviser skal orientere dig i.

I denne vejledning udfolder Styrelsen for Undervisning og Kvalitet læreplanens intention og tydeliggør, hvordan læreplanen skal forstås.

Vejledningen præciserer, kommenterer, uddyber og giver anbefalinger vedrørende udvalgte dele af læreplanens tekst, men indfører ikke nye bindende krav.

Det kan være en god idé at have læreplanen åben ved siden af dig, mens du læser vejledningen. Du finder læreplanen på uvm.dk/gym-læreplan.

Brug vejledningen som opslagsværk

Du behøver ikke at læse vejledningen fra ende til anden. Brug den gerne som et opslagsværk. Du kan orientere dig i vejledningens indhold i indholdsfortegnelsen eller benytte søgefunktionen i dokumentet til at finde det indhold, du søger. Husk at prøve med forskellige søgeord.

Orienter dig i andre centrale materialer på ministeriets hjemmesider

Denne vejledning er en vejledning til læreplanen i Mediefag A – men det er ikke den eneste vejledning, du skal bruge for at undervise i faget. Det er vigtigt, at du også orienterer dig i styrelsens øvrige vejledningsmateriale til din undervisning.

Undervejs i denne vejledning finder du derfor henvisninger til indhold, du bør orientere dig i på uvm.dk, emu.dk og i prøvebanken.dk.

1. Identitet og formål

Se vejledning til mediefag c og b

Nærværende vejledning er en specifik vejledning til lokale studieretninger med mediefag på a-niveau og beskæftiger sig udelukkende med de elementer, der er særlige for a-niveauet, ligesom det er disse forhold, der uddybes i vejledningens øvrige tekst. A-niveauet indeholder, foruden de specifikke mål for a-niveau, de samme faglige mål og kernestof som hhv. c- og b-niveau. Det er derfor nødvendigt, at man orienterer sig i vejledningen til mediefag c og b som supplement til nærværende vejledning.

2. Faglige mål og fagligt indhold

Afsnittet om faglige mål er læreplanens vigtigste afsnit. Undervisningen skal altid have de faglige mål for øje; du skal tilrettelægge undervisningen, kernestof og supplerende stof, så de opfylder de faglige mål gennem de tekster, temaer eller emner, eleverne møder.

Særligt for A-niveau

Hele nedenstående gennemgang af de faglige mål og indhold forholder sig udelukkende til de elementer af mediefag, der er særligt for a-niveau (se understregede dele af "Særligt for A-niveau" i de røde bokse).

2.1 Faglige mål

Teori og analyse

Særligt for A-niveau

- anvende viden om filmiske virkemidler i forbindelse med analyse af film, tv og nyere medier, herunder for teknisk-æstetiske forhold inden for et særligt studeret område
- redegøre for produktionsforhold i forbindelse med film, tv og nyere medier – nationalt og internationalt
- anvende viden om målgrupper, kommunikation, tværmedial markedsføring og mediestrategi i forbindelse med analyse af film, tv og nyere medier

Særligt studeret område (teori)
Underviser og elever vælger sammen et teknisk-æstetisk område, som holdet vil fordybe sig særligt i, fx lys, lyd eller klipning. Inden det valgte område opnår elevernes en mere grundig og udbygget viden – såvel teoretisk-analytisk som praktisk (se mere om det særligt studerede område under 2.1 Faglige mål, praksis).

Produktionsforhold – nationalt og internationalt (teori)
Det er væsentligt at have en forståelse for de forhold, som levende billeder produceres under, heriblandt finansiering, organisering, produktion og distribution af både film, tv og nyere medier – i Danmark såvel som internationalt. På filmområdet gælder det de grundlæggende betingelser, som produktionen af spillefilm og dokumentarer er underlagt: I Danmark og Europa er forskellige statslige støtteordninger ofte afgørende for produktionen, mens markedsstyringen i store filmproducerende lande som fx USA er altdominerende. På tv-området er kendskabet til public service-modellen samt rammerne for kommercielt tv i Danmark og internationalt centralt.

Tværmedial markedsføring og mediestrategi (teori)
Digitaliseringens betydning for medieproduktion et omdrejningspunkt når det gælder nyere medier. Det er vigtigt, at eleverne har kendskab til nye medieformater og -genrer, deres tværmediale samspil på forskellige platforme, streaming og fremkomsten af nye, store medieselskaber/-tjenester, som har været med til at ændre medielandskabet.

Det er vigtigt, at eleverne bliver bevidste om den betydning, målgrupper/segmenter har for den indholdsmæssige og æstetiske udformning af medieproduktioner, herunder hvordan der kommunikeres til forskellige målgrupper/segmenter. I den sammenhæng har eleverne brug for kendskab til segmenter i samfundet (fx Minerva-modellen) og grundlæggende redskaber til målgruppe- og kommunikationsanalyse, så de kan gøre sig kvalificerede tanker om og arbejde konkret med disses betydning for udformningen af en audiovisuel medieproduktion.

Dertil kommer, at mange medieproduktioner, og deres ledsagende paratekster, lanceres i tværmedialt samspil på flere platforme, som dels kan understøtte produktionernes udbredelse, dels kan tiltrække flere, evt. også forskellige, modtagere/målgrupper. Det er vigtigt, at eleverne bliver bevidste om, hvordan dette komplekse samspil kan bruges strategisk, når medieproduktioner markedsføres og distribueres. Man kan fx udvælge et af de værker, man har arbejdet med i et teoretisk-analytisk forløb, og undersøge, hvordan det er blevet markedsført – herunder hvordan paratekster, spin-off-produkter (som computerspil), merchandise, events mm. spiller sammen: Hvilke(n) målgruppe(r), henvender de sig til og

hvordan? På hvilken måde udnyttes de forskellige medieprodukters/platformes særlige styrker og begrænsninger? Hvad ser ud til at have været styrende for den bagvedliggende mediestrategi?

Praksis

Særligt for A-niveau

- i grupper planlægge, gennemføre og distribuere medieproduktioner og kampagner
- demonstrere teknisk-æstetisk viden inden for et særligt studeret område
- anvende mediefaglige værktøjer i præproduktionsfasen, herunder manuskriptskrivning, målgruppeanalyse og mediestrategi
- skabe medieproduktioner med en genre- og mediemæssig spredning. Både fakta og fiktion skal være repræsenteret, mindst en af produktionerne skal være anvendelsesorienteret og udarbejdet i samarbejde med en lokal ekstern partner, mindst en skal være mediefagligt formidlende og mindst en skal udarbejdes i samspil med et andet fag i studieretningen
- designe en lokal, tværmedial mediekampagne i samarbejde med en ekstern aktør
- forholde sig analytisk og kritisk til produktionsprocessen, egen produktion og den anlagte mediestrategi samt beskrive alternative løsninger.

Kampagner

Viden om indholdet i præproduktions-, produktions- og postproduktionsfasen, anvendelse af procesorienterede delprodukter samt at kunne indgå i en intern rollefordeling er en del af det praktiske og produktionsorienterede arbejde i mediefag. Det er også et eksplicit mål, at eleverne bliver i stand til at samarbejde og indgå i faglig dialog om udarbejdelsen af deres produktion. Det er ligeledes et mål, at eleverne kan medtænke distributionskanal og modtagerforhold i mediefagligt formidlende produktioner samt indgå i et frugtbart samarbejde med en eller flere eksterne partnere i løbet af en produktionsproces, fx i forbindelse med kampagne-produktioner. I den forstand mimer mediefag i en lille skala et grundvilkår ved den måde, medieproduktioner og -kampagner bliver til på i den professionelle branche.

Særligt studeret område (praksis)

Det særligt studerede område er et felt inden for mediefags praktiske del, som indebærer fordybelse i et specifikt teknisk-æstetisk aspekt, hvor eleven kan demonstrere sin viden, dels gennem håndtering af udstyr til at løse mindre praktiske opgaver, dels teoretisk. Området vekselvirker med den teoretisk-analytiske undervisning i mediefag og giver eleverne mulighed for at beskæftige sig mere dybtgående med et teknisk-æstetisk felt, som de opnår et grundigere kendskab til (fx lyd, lys eller klipning).

Med betegnelsen *teknisk-æstetisk* henvises der til, at den enkelte elev både skal arbejde med teoretisk viden og have mulighed for at arbejde kreativt og praktisk med områdets *tekniske* og *æstetiske* aspekter ved hjælp af mediefagligt udstyr (se " Eksempel på elementer i arbejdet med lys som særligt studeret område" herunder).

Eksempel på elementer i arbejdet med lys som særligt studeret område

Der er mange muligheder for at arbejde praktisk og teoretisk med et særligt studeret område. Området er i eksemplet lagt i slutningen af 5. semester og begyndelsen af 6. semester, så det ligger helt op til og kan inddrages i eksamensprojektet. Elementerne i forløbet kan naturligvis byttes rundt, alt efter om man foretrækker en induktiv eller en deduktiv tilgang.

- Mediefaglige lærebøger bruges til at gennemgå/repetere **centrale lysbegreber**.
- Der arbejdes med **analyse af indstillinger/scener** fra film, dokumentarer eller serier, hvor lyssætningen er markant. Der kan både benyttes levende billeder og framegrabs, hvor begreber og effekt af belysningen fastholdes og analyseres.
- Repetition/introduktion til **lysudstyr**, fx LED-lamper, filtre, farvetemperatur, reflektorskærme og flamingoplader samt de **kamerafunktioner**, der har betydning for lyssætning. Herunder fx klassiske belysningstyper (som trepunktbelysning) og spændingsskabende modlysbelysning, kantlys, sidelys, skygger, Rembrandt-belysning, hårdt lys, blødt lys og brug af practicals.
- Der laves **copycats af indstillinger/scener** fra film, dokumentarer eller serier, hvor eleverne i par eller små grupper får trænet forskellige former for lyssætning og deres forskellige udtryk.
- Produktion af **lysmanuskript**, **lysstoryboard** og **floorplaner med fokus på lyssætning** til enkelte scener i eksamensprojektet. Dvs. at eksamensgrupperne vender tilbage til de scener i deres manuskript, hvor lyssætning spiller en central rolle, og skriver uddybende kommentarer til, *hvordan* de vil arbejde med lyssætningen – og *hvorfor*. Det kan tegnes og illustreres, hvordan lys skal spille ind på karakterer, objekter og locations ifm. lysstoryboard. Desuden kan grupperne gennem arbejdet med floorplaner drøfte, hvordan de teknisk kan realisere deres lyssætning. Grupperne kan med fordel give peer-respons til hinanden.
- Eksamensgrupperne **træner og eksperimenterer** med forskellige former for lys, herunder lyssætning, de ønsker at bruge i forbindelse med eksamensprojektet.

Holdet og underviseren vælger sammen, hvilket teknisk-æstetisk område der skal arbejdes særligt med, og alle på holdet arbejder således med det samme område. Valg af område kan med fordel finde sted efter, at eleverne har opnået de grundlæggende erfaringer med fagets praktiske dimension, og derfor i højere grad vil være i stand til at se mulighederne i og betydningen af det særligt studerede område i forbindelse med medieproduktion.

Arbejdet med det særligt studerede område placeres, så eleverne kan udnytte deres praktiske og teoretiske viden om området i forbindelse med eksamensprojektet.

Omfanget af det særligt studerede område forventes at være ca. 15 timer. Det kan evt. afvikles som hel- eller halvdagskurser, workshops kombineret med besøg udefra eller på anden måde, så der gives tid til fordybelse, afprøvning og eksperimenter ud fra stilladserede øvelser og på egen hånd.

Målgruppeanalyse og mediestrategi
Kendskab til delingsværktøjer, samt til forskellige distributionskanaler, er nødvendigt for at kunne distribuere egne medieproduktioner og vælge, hvilken distributionskanal der er mest hensigtsmæssig i forhold til produktionen, fx baseret på målgruppeovervejelser,

kommunikationssituation og markedsføringsmæssige forhold såsom branding. I den forbindelse er det desuden nødvendigt at kende til og medtænke basale medieetiske og ophavsretsmæssige aspekter.

Det er centralt, at elevernes arbejde stilladseres via procesorienterede delprodukter. I takt med at eleverne bliver fortrolige med medieproduktion, vil det være oplagt, at de selv overvejer og tænker valg af mediefaglige værktøjer med ind i deres præproduktion. Det er et krav, at der arbejdes med manuskriptskrivning, og i den forbindelse bør eleverne lære at beherske de formelle formateringskrav til manuskripter. Men eleverne kan også lave fx synopsis, pitch, treatment, storyboard, moodboard, floorplan og/eller lys- eller lydmanuskripter/-storyboards. Det er oplagt at bruge (online)programmer i hele eller dele af dette arbejde, og i forbindelse med eksamensprojektet kan delprodukterne samles og deles elektronisk i en portefølje, der kan støtte eleverne til eksamen.

I præproduktionen skal eleverne tillige arbejde med både målgruppeanalyse og mediestrategi. Eleverne kan bruge forskellige segmenteringsværktøjer såsom Minerva-modellen, Gallup Kompas eller Conzoom og/eller konkretisere idealmodtageren ved at udarbejde personaer og/eller brugerscenarier. Også analyse af kommunikationen ifm. professionelle medieproduktioner/-kampagner med samme målgruppe kan hjælpe i arbejdet.

På a-niveau er det et krav, at eleverne skal kunne anlægge en mediestrategi. I beskrivelsen af denne må kampagnens mål fremgå klart. Der skal tillige redegøres for de planlagte medieproduktioner og paratekster, samt på hvilke(n) platform(e) og hvornår disse skal distribueres. Det er centralt, at eleverne forstår, at timing har betydning for en kampagnes succes. En beskrivelse af de anvendte formater/genrer, produktionernes varighed og 'den røde tråd', der skal binde dem alle sammen, bør også fremgå. Eleverne kan desuden overveje, om modtagerne skal stimuleres til at interagere og/eller bidrage som prodUSERS eller ej. Sidst, men ikke mindst, er det hensigtsmæssigt at skitsere, hvem i gruppen der har hovedansvar for planens forskellige dele og disses deadlines. Det er en god ide, at gruppen udarbejder flowcharts eller modeller, der giver et grafisk overblik over deres mediestrategi.

Produktioner med mediemæssig spredning

Mængden og varigheden af produktioner kan variere, men der fremstilles mindst én fakta-produktion, én fiktionsproduktion, én anvendelsesorienteret produktion i eksternt samarbejde, én mediefagligt formidlende produktion og én produktion i studieretningsregi. Disse kan evt. kombineres på forskellig vis. Fx kan et anvendelsesorienteret spot for en lokal forening eller virksomhed udarbejdes i et flerfagligt forløb sammen med et andet relevant studieretningsfag. Eller en 'behind the scenes'-dokumentar kan tælle som både fakta og mediefagligt formidlende, hvis den har fokus på at skildre, hvordan man mediefagligt arbejder i præproduktions-, produktions- og/eller postproduktionsfasen.

I forbindelse med eksamensprojektet kan der frit vælges genre/format, så længe kravet om *"tre sammenhængende medieproduktioner"* honoreres. Det er et krav, at alle gruppens medlemmer har deltaget i udarbejdelsen af alle produktionerne. Eksamensprojektets samlede længde må ikke overstige 15 minutter (se "Eksempler på medieproduktioner" herunder).

Eksempler på medieproduktioner

Der er mange muligheder mht. produktionsforløb i mediefag. Nedenfor gives nogle eksempler inden for de formater, der kan arbejdes med på a-niveau:

- Fiktionsproduktioner kan fx bestå af forskellige korte audiovisuelle fiktionsformater, såsom kortfilm, webserier, anslag, titelsekvenser og/eller auteur- eller genre-efterligninger m.m.
- Faktaproduktioner tager udgangspunkt i den virkelighed, der omgiver os og kunne fx bestå af nyhedsindslag, human postcards, portrætfilm, jeg-dokumentar, reklamer, oplysningskampagner og/eller en genreøvelse inden for en af dokumentarens undergenrer.
- Anvendelsesorienterede produktioner er et meget bredt begreb, men kunne være reklamer, spots, kampagner, præsentationer af organisationer, instruktionsvideoer m.m.
- Lokale partnere kan både være offentlige institutioner, private virksomheder eller interesseorganisationer og/eller en eller flere af de eksterne samarbejdspartnere, der i øvrigt indgår i studieretningsforsøget. Det vil sige, at samarbejdet også kan bestå i, at en lokal mediepartner (fx Station Next, DR, TV2, TAW eller Filmby Århus) hjælper med selve produktionen og ikke selv er aftager af den anvendelsesorienterede medieproduktion.
- Mediefagligt formidlende produktioner kan bestå af videoessays (anmeldelser, analyser m.v.) eller produktioner, hvor eleverne formidler viden om de filmiske virkemidler, en genre, instruktør, tv-, film- eller teknologihistorisk periode/udvikling eller andet mediefagligt stof.
- Produktioner i samspil med et andet studieretningsfag er helt oplagt studietursproduktioner. Ellers afhænger mulighederne selvfølgelig af den konkrete studieretning. I samarbejde med engelsk A kan der fx laves valgreklamer i forbindelse med valg i England, USA eller andre engelsktalende lande. Der kan produceres videoessays med analyser af skønlitterære tekster, sange, taler eller adaptioner. I samarbejde med informatik kan der fx laves animationsfilm, små spil eller videoessays/explainers om it-sikkerhed, algoritmer og big data. I samarbejde med billedkunst kan der arbejdes med fx production design og farvelære, animerede dokumentarer eller stop motion-film.

Tværmedial kampagne med ekstern aktør

Arbejdet med tværmediale mediekampagner er naturligt beslægtet med udarbejdelsen af mediestrategier. En tværmedial kampagne forstås som en strategisk tilrettelagt og koordineret indsats, der over et (afgrænset) tidsrum informerer eller skaber opmærksomhed om fx en sag, en organisation eller en virksomhed på flere platforme/kanaler.

Kampagnen bør appellere til en eller flere veldefinerede målgrupper. Konkrete eksempler på tværmediale kampagner i mediefag kunne være en række spots – eller mere diskret branded content – for en lokal forening. Denne målrettes en afgrænset målgruppe og distribueres via flere forskellige medieplatforme. I udformningen af kampagnen opsøger og bruger eleverne viden om platformenes forskellige funktioner, typiske brugere, genrer/formater, indhold, stiltræk mm, men også mere almen teori om mediestrategi og mediers påvirkning. De kan også undersøge og lade sig inspirere af professionelle medieproduktioner og/eller bruge studieretningens eksterne samarbejdspartnere som vidensressource. Elevernes kampagneplanlægning kræver koordinering og timing, så der skabes et kredsløb med størst mulig effekt. Der kan fx arbejdes med flow charts og/eller modeller, der skaber overblik.

Eleverne kan også overveje, om kampagnen skal indbyde til interaktion med eller ligefrem bidrag fra modtagerne, dvs. prodUSER-adfærd.

At *"eleverne skal kunne designe"* betyder, at kampagnen ikke nødvendigvis skal realiseres i praksis. Man kan fx imitere et udbud, hvor de forskellige produktionsgrupper efter oplæg og opdrag fra den lokale eksterne aktør – forening, virksomhed, institution, organisation eller myndighed – pitcher hver deres kampagne, hvorefter der gives respons og evt. kåres en vinder. Kampagnerne kan helt eller delvist realiseres efterfølgende – internt eller eksternt.

En optimal lokal ekstern partner er en, der indvilger i at give eleverne et oplæg med klare ønsker til formål, målgrupper og evt. tidligere erfaringer. Eventuelle "do's & don'ts" er også gode for eleverne at kende til: Skal de lægge sig i forlængelse af partnerens allerede eksisterende grafiske udtryk og/eller audiovisuelle branding? Eller netop ikke? Er der fx ord, genregreb eller paralleller, som partneren ikke ønsker at blive associeret med og derfor uden videre vil diskvalificere et kampagneforslag? Den eksterne partners oplæg bør suppleres af elevernes egen research – både før og efter.

Det er en fordel, hvis den eksterne aktør vil medvirke i pitches og/eller give feedback på de færdige kampagneplaner. Alle disse elementer kan understøtte elevernes motivation.

Det er også en mulighed, at forskellige produktionsgrupper arbejder med forskellige eksterne partnere. De kan evt. selv vælge og opsøge disse.

Kritisk og analytisk stillingtagen til egen proces, mediestrategi og produktioner – og alternative løsninger
Dette indebærer, at eleverne trænes i at betragte deres egen proces, medieproduktion og mediestrategi med en kritisk-analytisk distance, der sætter dem i stand til at påpege svagheder og styrker.

Det er vigtigt, at de med basis i deres mediefaglige viden kan fremsætte konkrete forslag til ændringer og forbedringer, samt forklare produktionsprocessens betydning for deres resultat. Med produktionsprocessen menes både præproduktion, produktion, postproduktion og distribution.

Skriftlighed

Særligt for A-niveau
Skriftlighed anvendes i en række forskellige skriftlige mediefaglige fremstillingsformer, herunder manuskriptskrivning, opgaver med fokus på analyse og rapporter i tilknytning til praktisk produktion med dokumentation, refleksion og brug af mediefaglig teori.

Eleverne har brug for skriftlighed i en række forskellige sammenhænge: Nogle er rettet mod praksis, andre mod teori og analyse.

Til den teoretisk-analytiske dimension af mediefag hører opgaver med fokus på analyse af levende billeder. Her kan eleverne fx trænes i fagets terminologi og formidling af mediefaglig viden gennem analyser af enkeltcitater, komparative analyser og tværmediale medietekster.

I forhold til den praksisrettede skriftlighed er det et eksplicit krav, at der arbejdes med manuskriptskrivning. Her kan der gøres brug af skabeloner eller programmer online, der hurtigt hjælper eleverne med at lære manuskriptskrivningens formelle regler. Læsning og undersøgelse af (dele af) professionelle manuskripter kan med fordel løbende integreres i

undervisningen. Mange manuskripter til særligt filmklassikere og auteurfilm er tilgængelige online eller i bogform.

Det er vigtigt at have øje for, at det ikke kun er de i læreplanen nævnte typer af skriftlighed, der kan indgå i mediefag. Også fx idegenerering, pitches, treatments, karakterbibler, dialogskrivning, storyboards, produktionsplaner, udarbejdelse af taglines og andre typer af paratekster i forbindelse markedsføring/distribution rummer mediefaglig skriftlighed. Desuden på det teoretisk-analytiske felt eksempelvis mediefaglig formidling som manuskripter til videoessays og podcasts, anmeldelser og andre mediefaglige paratekster.

Rapportskrivning
Der skal desuden arbejdes med at skrive rapporter – og dele af rapporter – hvor eleverne dokumenterer, reflekterer og teoretiserer over deres praksis en central del af skriftligheden. Træning af rapportgenren, dens formalia, karakteristika og opbygning, knyttes til de medieproduktioner, som eleverne udarbejder (læs mere om arbejdet med rapporten under pkt. 3.2 Arbejdsformer og se "Eksempel på rapportskabelon" under pkt. 4.2 Prøveform)

2.2 Kernestof

Særligt for A-niveau
- et særligt studeret teknisk-æstetisk område
- produktionsforhold i film, tv og nyere medier – nationalt og internationalt
- tværmedial markedsføring og mediestrategi
- produktionstilrettelæggelse, herunder arbejde med mediefaglige værktøjer og udarbejdelse af manuskript, målgruppeanalyse og mediestrategi
- medieetik, basal ophavsret og digital kildekritik

Særligt studeret område (kernestof)
Gennem fordybelsen i arbejdet med et særligt teknisk-æstetisk område, fx lyd, lys eller klipning, som vælges på holdet, opnår eleverne et sikkert teoretisk-analytisk og praktisk kendskab til grundlæggende aspekter af området. Det teknisk-æstetiske område involverer at mediefagligt udstyr kommer i anvendelse med et både teknisk og æstetisk sigte, der giver eleverne mulighed for at udtrykke sig kreativt og kunstnerisk.

Produktionsforhold – nationalt og internationalt (kernestof)
Dette betyder, at produktionsforhold for både spillefilm og dokumentarer, tv og nyere medier, anskues fra flere vinkler.

Det kunne være en økonomisk vinkel, som vedrører produktion under statslige støtteordninger og på kommercielle betingelser; en organisatorisk som vedrører medieproduktion under forskellige organisatoriske og institutionelle former fx mediekonglomerater, nationale medieinstitutioner, film- og produktionsselskaber. Det kunne også være en produktionsorientret, som vedrører forskellige måder at producere levende billeder på, fx ENG, SNG, EFP og studieoptagelser, samt centrale roller i forbindelse med filmproduktion. Endeligt kunne det også være en distributionsorienteret som fx involverer digitaliseringens betydning for udviklingen af nye medieformater og -genrer samt for tværmedial produktion på forskellige medieplatforme.

Tværmedial markedsføring, mediestrategi og målgruppeanalyse
Dette område implicerer viden om tværmedialitet som fænomen, og de muligheder det giver i forhold til markedsføring og branding af sager, begivenheder og produkter såvel udenfor som inden for film-, tv- og mediebranchen. Herunder om, hvordan markedsføring kan tilrettelægges tværmedialt med brug af flere medier og på flere medieplatforme, og hvordan bl.a. paratekster kan understøtte markedsføring. Kendskab til både forskellige medieformaters og medieplatformes særlige styrker og begrænsninger er derfor centralt i forbindelse med dette kernestofområde. Hertil kommer viden om, hvordan man strategisk kan tilrettelægge sin lancering og mediedistribution for at opnå den størst mulige effekt på modtageren. Det gælder både i forbindelse med fagets teoretisk-analytisk arbejde, men er også helt centralt i elevernes eget arbejde med at udvikle, producere og distribuere medieproduktioner og -kampagner.

Eleverne må medtænke kommunikationssituation og målgruppe/segment samt distributionskanal, både når de forholder sig til professionelle audiovisuelle formater og når de laver deres egne medieproduktioner og det afsluttende eksamensprojekt. Det kan fx ske gennem analyse og refleksion over, hvordan indholds-, form- og genremæssige træk i den enkelte produktion målrettes den ønskede målgruppe/segment.

Digital kildekritik
Digital kildekritik giver eleverne kompetencer til at forholde sig kritisk, når de anvender digitale medier. Eleverne lærer at være opmærksomme på forhold, der kan have indflydelse på en digital kildes værdi (fx afsenderforhold, etik og ophavsret, den kontekst kilden indgår i, en hjemmesides politiske tilhørsforhold), for på den baggrund at vurdere den digitale kildes brugbarhed. Dette kunne fx være i forbindelse med et teoretisk forløb om dokumentarisme, en genre eller en instruktør eller som optakt til en online-søgning efter analyser af en bestemt film. Her kunne man diskutere en eller flere kilders lødighed mht. at fremskaffe kvalificeret faglig viden.

Opmærksomhed på digital kildekritik udvikler elevernes evne til at forstå, analysere, perspektivere og kritisk vurdere det digitales komplekse indflydelse på vores liv. Samtidig udvikler digital kildekritik elevernes evne til, selvstændigt og nuanceret, at arbejde med og udtrykke sig effektivt gennem brug og inddragelse af digitale hjælpemidler, således at de bliver aktive og reflekterende deltagere i det digitale samfund.

2.3 Supplerende stof

Supplerende stof kan indgå både i forbindelse med den teoretisk-analytiske dimension af faget og med den praktisk-produktionsmæssige.

Det er en del af mediefags formål, at eleverne skal have et internationalt udsyn og blik på levende billeder. Engelsksprogede film, tv og nyere medier benyttes naturligt i faget, både af historiske grunde, fordi især den amerikanske populærkultur spiller en dominerende rolle i mediebilledet, men også fordi elevernes erfaringsverden ofte har en tæt tilknytning til netop disse medieprodukter. Det kan være relevant at brede det kulturelle og geografiske perspektiv ud, så de medieprodukter, der arbejdes med i undervisningen, repræsenterer en større global diversitet. Man kan eksempelvis sætte fokus på, hvad der sker, når fortællinger i levende billeder remakes til andre og nye (inter)nationale kontekster, man kan undersøge forskelle og ligheder i filmsprog, genrer, produktionsforhold etc. på tværs af nationale grænser, lave

historiske nedslag, som highlighter forandringer i forholdet mellem nationalt og internationalt (hvordan filmen i stumfilmsperioden havde en international karakter, hvor blot mellemtekster blev skiftet ud, og frem til i dag, hvor de store streamingaktører også satser på - ikke-angelsaksiske - nationale produktioner).

Netop det forhold, at der er tale om en lokal studieretning med mediefag A, som involverer samarbejdspartnere fra nærområdet, betyder, at de lokale muligheder og perspektiver er med til at rammesætte den enkelte skoles studieretning. De lokale perspektiver på film, tv og nyere medier kan indgå både teoretisk-analytisk og praktisk-produktionsorienteret alt efter hvilke lokale aktører og medieinstitutioner, der samarbejdes med. Den lokale tilknytning understreges bl.a. af, at en af de medieproduktioner, holdet skal producere, er en lokal, tværmedial mediekampagne i samarbejde med en ekstern aktør.

Særlige muligheder på A-niveau

- I undervisningen indgår en præsentation af uddannelses- og karrieremuligheder inden for medieområdet.
- Besøg på uddannelser, virksomheder og/eller institutioner, der arbejder med film-, tv- og medieproduktion, indgår på A-niveau som en del af fagets aktivitetsformer.
- Mulighed for praktikperioder i en medieinstitution eller medievirksomhed. I så fald kan en sådan praktikperiode erstatte en medieproduktion (jf. pkt. 3.2 Arbejdsformer).

Medieområdets globale karakter gør det i nogle tilfælde vanskeligt at finde dansksproget materiale. I undervisningen indgår materiale på engelsk eller andre fremmedsprog.

2.4 Omfang

250-300 sider

Det primære materiale i mediefag er helt overvejende levende billeder, både i form af citater, større dele af værker samt hele værker, som dækker både film, tv og nyere medier samt fakta, fiktion og blandingsgenrer.

Det supplerende materiale er fx lærebogstekster, anmeldelser, artikler, videoessays og teori, der omhandler, forklarer og analyserer mediestof og levende billeder. Da en stor del af det supplerende materiale ofte er levende billeder, skal der foretages et rimelighedsskøn i forbindelse med de enkelte elementer eller materialer, som anvendes.

Undervisningsbeskrivelsen (UVB)

Undervisningsbeskrivelsen er en obligatorisk beskrivelse af din undervisning, som du skal færdigredigere ved afslutningen af undervisningen. Når du angiver omfanget i undervisningsbeskrivelsen, bør det fremgå, hvordan du har vægtet det faglige stof i undervisningsforløbet.

Særligt studeret område og mediefaglig kontekst i UVB

Det særligt studerede område og de kontekster, der har været behandlet i tilknytning til det/de teoretiske forløb, skal indskrives så de fremgår tydeligt af undervisningsbeskrivelsen. Dette gøres både af hensyn til eleverne på holdet og censor.

Undervisningsbeskrivelse

Find skabelon til undervisningsbeskrivelser på uvm.dk.

3. Tilrettelæggelse

Når du tilrettelægger din undervisning, skal du opfylde en række krav. I dette kapitel finder du de krav, der er til undervisningens organisering, arbejdsformer, fagets forhold til IT og fagets samspil med andre fag.

3.1 Didaktiske principper

Se vejledning til mediefag c og b på uvm.dk

3.2 Arbejdsformer

Antal forløb

Der planlægges og gennemføres

- 5-6 teoretisk-analytiske forløb udover introduktionsforløbet
- mindst 6 medieproduktioner i grupper, hvoraf den ene er eksamensprojektet

Skriftlighed

På mediefag A bruges skriftligheden i såvel arbejdet med teori og analyse som det praktisk-produktionsmæssige arbejde. Eleverne lærer at dokumentere og formidle deres arbejdsprocesser og medieprodukter, analyser og teoretiske viden på skrift, fx i rapportgenren, som indgår i eksamen i mediefag, og de bruger skrift til udformning af manuskripter, kampagneplaner mm. (se i øvrigt pkt. 2.1 Faglige mål, skriftlighed)

Faglig formidling
Træningen af elevernes evne til mediefaglig formidling kan fx have form af anmeldelser af medietekster eller en klasse-blog i forbindelse med et teoretisk-analytisk forløb. Mediefaglig formidling på skrift kan også trænes ved, at eleverne arbejder med manuskripter til videoessays med næranalyser, undersøgelser af genrer, formater, instruktører, teknisk-æstetiske greb eller historiske perioder/fænomener. I den forbindelse er det oplagt at se og drøfte de meget forskellige typer af videoessays, der er populære på fx YouTube og Vimeo. Disse varierer meget i struktur og sprog fx i brug af tekstskilte, voice over og mediefaglig terminologi. Skriftlig mediefaglig formidling kan også være manuskripter til fx 'Honest Trailers', audiovisuelle tutorials eller podcasts, som eleverne kan arbejde med i grupper eller individuelt.

Næranalyse og mediefaglig terminologi
Til den mundtlige prøve i mediefag A samt i studieretningsopgaver og -projekter indtager næranalysen en prominent plads. Det er derfor centralt, at eleverne trænes i dette samt oplever, hvordan den mediefaglige terminologi skærper deres medieforståelse, præcision og formidlingsevne. I starten kan eleverne fx skrive om citater, der allerede er analyseret i fællesskab eller i grupper i timerne, så de kan fokusere på selve den skriftlige formidling af analysen. Såvel længden og sværhedsgraden af citater som krav til individuel mestring kan gradvist optrappes.

Det er en god ide at vise eleverne autentiske eksemplariske eleveksempler fra tidligere opgaver. Det kan både være fortrinlige og mindre vellykkede besvarelser. Sidstnævnte kan de fx få til opgave at forbedre. Eleverne har også gavn af – og gerne sammen med underviseren - at dekonstruere og diskutere en eller flere af holdets bedste besvarelser, evt. i anonymiseret form, i forbindelse med peerfeedback eller tilbagelevering fra underviseren. Også genafleveringer på baggrund af underviserens feedback kan være lærerige.

Ideer til teoretisk-analytisk skriftlighed

PRÆPRODUKTION: Replikøvelse (på klassen)

- Et kærestepar har en samtale. Den ene ønsker at slå op, den anden gør ikke**…** I skal skrive en kort scene, hvor konflikten formidles som undertekst. Deres følelser og tanker må altså ikke fremgå direkte af replikkerne. Diskuter jeres løsning med naboen.

PRÆPRODUKTION: Karakterportræt (serie af hurtige skrivesekvenser på klassen)

- Skriv et kort ydre signalement af jeres karakter. Skriv en liste på 10 ting, som karakteren ejer. Beskriv: Hvad er det værste og det bedste, der kan ske for personen? Sammenlign jeres portrætter i gruppen.

ANALYSE: Næranalyse (på klassen eller hjemme)

- Skriv en næranalyse på 5000 anslag. Start med en kort præsentation (inkl. instruktør, årstal og genre) og en motivation for valg af film. Gå derefter om bord i næranalysen. Husk en kort afrunding.

MEDIEFAGLIG FORMIDLING: Nørdehjørnet (på klassen eller hjemme)

- Skriv et manuskript til et videoessay på 3 min/2400 anslag, der formidler dit særligt studerede område. Du må max bruge fem eksempler.

Medie- og kommunikationsteori
Eleverne skal inddrage og anvende mediefaglig teori i forbindelse med egen praktiske produktion. Dette arbejde kan med fordel påbegyndes tidligt i forløbet med enkle teoretiske rammer eller begreber, som er bestemt af underviseren, og efterfølgende stilladseres således, at kompleksitetsgraden forøges, og elevernes selvstændighed i valg og brug af teori trænes. Medie- og kommunikationsteori er et komplekst og dynamisk felt, der undersøger og analyserer forskellige aspekter af film, nyere medier og andre former for visuel kommunikation. Herunder aspekter af medieproduktion, -distribution og -reception. I denne sammenhæng skal teori forstås bredt og kan eksempelvis være: Receptionsteori,

kognitionsteori, narrativ teori, genreteori, stilteori, filmæstetisk teori, teori om mediers betydning for hverdagsliv, kultur og samfund.

Dokumentation af og refleksion over egen praksis, proces og produkt
Den skriftlige dokumentation har fokus på formidlingen af, hvordan der er arbejdet med praksis, dvs. med fremstillingen af egne medieproduktioner i de forskellige faser fra præproduktion over produktion og postproduktion til distribution og lancering. Hvilke mediefaglige værktøjer er anvendt – hvornår, hvorfor og med hvilket resultat? Har processen og produktet/produkterne forandret sig undervejs – hvorfor og hvordan? Hertil knytter sig refleksioner, hvor eleverne gruppevis evaluerer og genovervejer deres medieproduktions kommunikative, dramaturgiske, æstetiske og distributionsmæssige valg. Hvad er lykkedes – og hvorfor? Hvad kunne være gjort anderledes? De kan inkludere overvejelser fra en (lille) publikumsscreening: Hvordan reagerede modtagerne/målgruppen, hvad reagerede de på, hvorfor og hvilke ændringer kunne det give anledning til?

Refleksion kan også være mindre individuelle opgaver fx ved et skoleårs begyndelse, hvor eleven reflekterer over, hvad han/hun har lært af det foregående skoleårs praktiske produktioner i fht. præproduktion, produktion, postproduktion og distribution – og evt. med udgangspunkt heri udarbejder fremadrettede 'notes to self'. Også produktionsgruppers eller hele holdets refleksioner fx i et fælles digitalt dokument kan skriftligt støtte kontinuiteten i den praksisrettede faglighed.

Mediefaglige delprodukter

Elevernes planlægning af de praktiske produktioner støttes via research, brugen af produktionsplaner og forskellige delprodukter. Der kan fx arbejdes med mundtligt pitch, pitchboard, skriftlig synopsis, moodboard, storyboard (evt. baseret på fotos) og/eller floorplan. Skabeloner til disse kan findes online. Det overordnede formål er at sikre såvel omhu i planlægningen som elevernes aktive anvendelse af mediefaglig viden. Eleverne kan integrere delprodukter eller uddrag heraf i deres indledende oplæg til den afsluttende gruppeeksamen.

Manuskript

Det er et eksplicit krav, at der arbejdes med manuskriptskrivning. Også her kan der gøres brug af skabeloner eller programmer online, der hurtigt hjælper eleverne med at fange genrens koder og regler. Arbejde med professionelle manuskripter kan også integreres i den teoretisk-analytiske del af undervisningen, så man fx først læser en scene i manuskriptet og dernæst ser og analyserer den realiserede scene. Mange manuskripter til særligt filmklassikere og auteurfilm er tilgængelige online eller i bogform.

Målgruppeanalyse og mediestrategi

I arbejdet med målgruppeanalyse og mediestrategi kan eleverne introduceres for forskellige analyseværktøjer fx Minerva-modellen, Persona-metoden og/eller Conzoom med henblik på at fastlægge en mediestrategi for en produktion: hvem skal den målrettes mod, hvad er vigtigt for målgruppen, hvilket indhold vil være mest rigtigt at lægge vægt på, og hvilken filmisk æstetik vil være mest effektiv at anvende, hvor og hvornår skal lanceringen foregå? Arbejdet med målgruppe og mediestrategi kan med fordel organiseres i en vekselvirkning mellem paradigmatiske, teoretiske eksempler, fx reklamekampagner for Kims Chips, Suzuki-biler og/eller Carlsberg øl, og elevernes egen udvikling af en kampagne for en lokal samarbejdspartner.

Formidling af mediefaglig viden

Praktisk arbejde med formidling af mediefaglig viden kan antage flere skikkelser, men alle indebærer en eller anden form for redigering samt bevidst arbejde med såvel billed- som lydside. Det kan være videoessays om et værk, en instruktør, en genre eller en specifik scene, fx som opsamling på en analyse af et værk eller afrunding af et længere forløb. Der findes paradigmatiske eksempler på fx det danske site www.16-9.dk og den engelsksprogede Vimeo-kanal *Every Frame a Painting* (https://vimeo.com/channels/everyframeapainting). Der kan også produceres 'film de filmiske virkemidler'-øvelser, hvor eleverne illustrerer og formidler fagets grundlæggende terminologi til en bestemt målgruppe fx et nystartet hold på C-niveau. Man kan også bede eleverne om at formidle nuancerne i ét filmisk virkemiddel som fx kamerabevægelser, underlægningsmusik eller lyssætning, fx i arbejdet med det særligt studerede område. Egne lyd- og/eller billedoptagelser kan med fordel indgå. I forbindelse med mediefagligt formidlende produktioner kan der arbejdes med målgrupper og diskuteres egnede medieplatforme og distributionskanaler samt disses betydning for produktionens stil, indhold og varighed.

Skriftlig rapport

Det endelige eksamensprojekt i mediefag ledsages af en skriftlig grupperapport, som præsenterer eksamensprojektet, hvorfor det kollaborative aspekt af skriveprocessen bør stilladseres og trænes.

Delelementer fra rapporten kan med fordel introduceres og indøves tidligt i undervisningsforløbet, så eleverne bliver fortrolige med den og får arbejdet med og udbygget deres kendskab til de muligheder, den rummer (læs mere om den skriftlige eksamensrapport og se "Eksempel på rapportskabelon" under pkt. 4.2 Prøveform).

Skriftlighed i gymnasieskolen
Man kan læse mere om skriftlighed og det udvidede skriftlighedsbegreb i gymnasiet og i fagene på EMU

Eksamensprojektet

Gruppens eksamensprojekt må have en samlet varighed på max 15 minutter og består af tre sammenhængende dele, samt eventuelle skitser, hvor alle gruppens medlemmer har deltaget i produktionen af alle delene. I tilknytning til projektet udarbejdes en grupperapport.

Hovedproduktionen er i levende billeder, men de andre produktioner kan antage forskellige former og kan fx være sidestillede, såfremt der laves en serie, eller de kan udgøre paratekster til hovedproduktionen. I forbindelse med valg af produktioner, som indgår i eksamensprojektet, sikres det, at projektet samlet set kan honorere bedømmelseskriterierne for denne del af eksamen, jf. 4.3 Bedømmelseskriterier. Alle gruppens medlemmer deltager aktivt i udarbejdelsen af alle produktioner og man bør, i denne sammenhæng, sikre alle gruppemedlemmers mulighed for at få hands-on i forbindelse med udarbejdelsen.

Vær opmærksom på, at der gælder en række særlige regler og rammer vedr. eksamensprojektet i mediefag A (se herunder):

Regler og rammer for eksamensprojektet i mediefag A

- Varighed af eksamensprojektet (inkl. rulletekster): 15 min. Overskridelse af længden indgår i helhedsvurderingen.
- Man kan ikke indstilles til eksamen i mediefag hvis man ikke har lavet et eksamensprojekt.
- Gruppestørrelse: max 5 personer, jf. læreplanens pkt. 3.2 Arbejdsformer. Der kan *ikke* gives lokal dispensation til større grupper til eksamen.
- Eksamensprojektet er en fri opgave. Foruden de formelle rammer, må underviseren således ikke bestemme, hvilket eksamensprojekt eleverne skal lave, men må selvfølgelig gerne vejlede herom.
- Eksamensprojektet skal være den sidste produktion i skoleåret, og skal være produceret i forbindelse med holdets eksamensprojektforløb.
- Eksamensprojektet i sin endelige form skal afleveres til underviseren inden offentliggørelsen af den endelige eksamensplan.
- Underviseren må ikke evaluere eksamensprojektet med eleverne af hensyn til en evt. eksamen.
- Underviserens faglige vurdering af eksamensprojektet og den dertilhørende proces, indgår i en evt. årskarakter.
- Individuel produktion: Skolens leder kan kun undtage en eksaminand fra gruppevis produktion og eksamination hvis særlige faglige eller pædagogiske forhold gør det nødvendigt.

Eksempler på eksamensprojekter i tre dele

- en kortfilm (fiktion) med tilhørende teaser/trailer samt 'behind the scenes' med fokus på at fremvise processen – alle dele målrettet specifikke medieplatforme
- en kampagne med flere spots for samme sag/produkt henvendt til forskellige målgrupper/medieplatforme
- en kampagne med en kortfilm (fiktion) og mini-dokumentar (fakta) om samme emne samt plakat og skitse til fysisk event
- en web-serie inden for fakta eller fiktion (fx hvor hvert afsnit består af 1-2 scener) med tilhørende trailer og cinemagraphs til brug på de sociale medier
- en web-serie med 'branded content' (som fx Fords webserie fra 2016) samt reaction-video
- en dokumentar (fakta) suppleret af en filmplakat, en GIF, en hjemmeside, en eller flere profilsider på et socialt medie
- en dokumentar (fakta) suppleret med en podcast (fakta) samt tilhørende soundscape og trailer

Arbejdet med flere sammenhængende produktioner stimulerer eleverne til at tænke i målgruppe, kommunikation, medieplatforme, tværmedialitet og mediestrategi. Det giver dem desuden mulighed for at integrere de kompetencer, de allerede mestrer på fx sociale medier. Herved bliver der gensidig overførselsværdi mellem mediefagsundervisningen og elevernes hverdagsliv.

Produktioner med anvendelsesperspektiv

Producerer eleverne film med anvendelsesperspektiv, bør research (såsom viden om sagen og målgruppen) og kommunikation med den modtagende part om ønsker til produktet indgå som en naturlig del af præproduktionen. Det er ligeledes vigtigt at afklare, om der er ting,

som aftageren *ikke* ønsker, så eleverne ikke oplever, at deres produkt efterfølgende diskvalificeres, fordi de har anvendt bestemte udtryk, genstande, locations, vinkler på sagen mm. Aftagerens feedback på produktet er både nyttig og motiverende for elevernes læringsproces, og det er derfor en god ide, hvis der tages højde for dét i den aftale, der laves. Det er ligeledes en styrke, hvis eleverne allerede fra starten ved, at deres produktion har mulighed for at blive en del af den aftagende parts kommunikation online eller i det offentlige rum (se tekstboksen "Eksempler på medieproduktioner" under pkt. 2.1 Faglige mål).

Produktioner, der møder flere krav

Det er muligt at flere af de ovenstående krav til typer af produktioner tænkes sammen i et enkelt forløb, således at fremstillingen af en enkelt medieproduktion møder flere bindinger på én gang. Det kunne fx være en mediefagligt formidlende produktion om nyhedsformidling, der også kunne dække kravet om tværfagligt samarbejde i en studieretning med eksempelvis samfundsfag.

Mindst en af ovenstående produktioner skal laves i samarbejde med et andet fag i studieretningen (se pkt. 3.4 Samspil med andre fag).

Mulighed for praktikperiode

Hvis eleven har mulighed for at komme i praktik hos en medieinstitution eller medievirksomhed, kan praktikken erstatte en af fagets produktioner. Fx kunne praktik hos et produktionsselskab, hvor den enkelte elev har deltaget i udfærdigelsen af en audiovisuel produktion, sikre at eleven således har opnået den viden og de færdigheder som en af ovenstående produktioner ellers ville have trænet. Et ophold hos en nyhedsredaktion kunne sikre, at kravet om det tværfaglige samarbejde bliver mødt vha. et samarbejde om nyhedsformidling med fx samfundsfag. Underviseren vurderer, hvorvidt elevens praktikophold har dækket fagets produktionsmæssige krav i et omfang, der kan erstatte en mediefagsproduktion.

Besøg på uddannelser, virksomheder og/eller institutioner

Nogle af mulighederne er besøg på mellem- og længerevarende uddannelser, der er målrettet arbejdet med og analyse af levende billeder, såsom medieskoler, mediehøjskoler og universiteter. Eleverne kan også have udbytte af at besøge produktionsselskaber, nationale eller regionale tv-stationer og filmstudier på studieture i Danmark eller, hvis det lader sig gøre, i udlandet. Professionelle film- og mediefolk eller film-/medie-studerende kan også inviteres til at besøge skolen og på den måde medvirke til brobygning mellem undervisningslokalet og virkeligheden.

3.3 It

Se vejledning til mediefag c og b på uvm.dk

3.4 Samspil med andre fag

Det faglige samspil i den lokale studieretning understreges af kravet om, at mindst en af de praktiske produktioner i mediefag udarbejdes i samarbejde med et andet fag i studieretningen.

Mediefag er desuden med i de flerfaglige forløb, der leder frem mod studieretningsprojektet. I det skriftlige produkt kan faget bidrage med en teoretisk-analytisk dimension, men også på andre måder.

I SRP, hvori kunstneriske fag eller innovative løsningsforslag indgår, kan en del af det anvendte materiale være et selvproduceret produkt, jf. læreplanen for studieretningsprojektets pkt. 4.2.3 Studieretningsprojektets skriftlige produkt. Såfremt der indgår selvproduceret materiale i studieretningsprojektet, skal materialet dokumenteres i det skriftlige produkt.

Rammer og vejledning for de større skriftlige opgaver
Find læreplan og vejledning til de støre skriftlige opgaver på uvm.dk/gym-læreplan

Her finder du også rammerne for arbejdet med hhv. selvproducerede produkter og innovative løsningsforslag i fx mediefag.

Når mediefag indgår i fagligt samspil, vil det ofte være med eksplicitte krav til inddragelse af faglige tilgange, metoder og analysestrategier. Der er en bred vifte af muligheder til rådighed, og valget vil være afhængigt af den faglige problemstilling, der skal undersøges. Eksempler er bl.a.: Næranalyse, genreanalyse, historisk analyse, komparativ analyse, kommunikationsanalyse, auteuranalyse, målgruppeanalyse, kønskritisk analyse, institutionsanalyse, tematisk analyse og receptionsanalyse.

4. Evaluering

Du skal give eleverne løbende, formativ evaluering, som de kan bruge til at fremme deres læring.

4.1 Løbende evaluering

I den løbende evaluering af elevernes faglige udvikling og standpunkt på mediefags a-niveau – både på teoretisk-analytiske og det praktiske felt – anvendes de samme principper og arbejdsgange som gælder for c- og b-niveau.

Evaluering af praktiske produktioner med eksterne aktører

Når der er tale om evaluering af praktiske produktioner med eksterne aktører, inddrages disse naturligt i flere forskellige dele af produktionsprocessen. En indledende forventningsafstemning, ideudvikling og snak om produkt kan fungere som feedforward. Den eksterne aktør kan ligeledes inddrages løbende, som konsulenter, gennem resten af præproduktionen, og som sparringspartner under selve optagelserne og i forbindelse med indledende rough cuts. Det vil ligeledes være en selvfølge at inddrage den eksterne aktør i den afsluttende evaluering af det endelige produkt.



Se i øvrigt vejledning til mediefag c og b på uvm.dk

4.2 Prøveform

Dette afsnit omhandler den mundtlige prøve i mediefag.

I mediefag afholdes én mundtlig prøve, som består af to dele i nævnte rækkefølge:

1) *Prøven i eksamensprojekt og rapport*. Her holder gruppen et oplæg og deltager i en uddybende samtale med eksaminator og censor. Der er ingen forberedelse til denne del af eksaminationen, da grupperne har skrevet rapport og forberedt oplæg hjemmefra.

2) *Prøven i det teoretisk-analytiske stof*. I denne del eksamineres eleverne individuelt i ukendt teoretisk-analytisk stof.

Elever, der er i gruppe sammen, eksamineres individuelt efter hinanden.

Eksaminationstider

Gruppedel: 30 minutter pr. eksaminand, dog max 120 minutter, uanset antallet af eksaminander i gruppen.
Individuel del: 60 minutter til forberedelse og 30 minutters eksamination.

Afsæt tid til votering efter gruppedel

I tidsrammen for gruppedelen henledes opmærksomheden på, at eksaminator og censor skal beregne god tid til at tale om elevernes individuelle præstation i forbindelse med bedømmelsen af eksamensprojekt, rapport og fremlæggelse/dialog umiddelbart i forlængelse af gruppedelen og inden den individuelle teoretisk-analytiske del.

Prøven i eksamensprojektet

Eksaminanderne skal holde et indledende, fælles oplæg om projektet, således at det fælles oplæg ikke overskrider halvdelen af gruppens eksaminationstid.

Oplægget, i form af fx en PowerPoint-præsentation, forberedes hjemmefra, og eleverne anbefales at fordele taletiden ligeligt mellem sig, ligesom de bør koordinere deres oplæg. Gruppens oplæg kan eksempelvis have fokus på emner som: Valg af medie- og releasestrategi, herunder de enkelte medieprodukters sammenhæng; dramaturgi og anvendelse af filmiske virkemidler i de tre medieproduktioner; målgruppe-/segmentovervejelser samt valg af kommunikationssituation; ide- og karakterudvikling; redigeringsprincipper, valg og tilrettelæggelse af tværmedial markedsføring og valg af distributionskanaler; medieetiske og ophavsretslige problemstillinger; refleksioner over produktionsprocessen, herunder over hvad der er lykkedes og ikke er lykkedes ved produktionen med forslag til mulige alternativer. Det er vigtigt, at eksaminanderne ikke blot forholder sig beskrivende, men også forklarende til de valg og fravalg, der er foretaget i forbindelse med arbejdet med eksamensprojektet. Gruppen/eksaminanderne benytter præsentationsprodukter/-værktøjer i forbindelse med deres oplæg, eksempelvis powerpoint, framegrabs, screendumps fra redigeringsprogrammet og anden dokumentation, som kan vise, hvordan de har arbejdet med eksamensprojektet og de enkelte medieproduktioner.

Eksaminandernes indledende oplæg skal danne baggrund for en efterfølgende samtale om produktionen og rapporten. I denne samtale deltager gruppen, eksaminator og censor. Centrale temaer vil her være udformningen af eksamensprojektet, processen med at fremstille de enkelte medieproduktioner samt uddybende spørgsmål til elevernes indledende oplæg og rapport. Den uddybende samtale må højst vare halvdelen af eksaminationstiden.

Forud for eksamen skal censor have tilsendt holdets eksamensprojekter sammen med en angivelse af det optage- og redigeringsudstyr, grupperne har anvendt i forbindelse med eksamensprojektet. Af hensyn til bedømmelsen af produktionernes kvalitet er det nødvendigt, at censor har kendskab til, hvilket udstyr eleverne har haft mulighed for at arbejde med. Desuden fremsendes gruppernes rapporter.

Tidsfristen for fremsendelse af eksamensprojekter, angivelse af optage- og redigeringsudstyr samt rapporter følger eksamensbekendtgørelsen.

Drøftelse af projekt og rapport inden eksamen

Censor og eksaminator drøfter forud for eksamen gruppens/eksaminandens eksamensprojekt med fokus på kompleksitet og præcision i brugen af de filmiske og dramaturgiske virkemidler, sammenhængen mellem projektets enkelte dele samt sammenhængen mellem indhold, udformning, genre og målgruppe i de enkelte medieproduktioner, jf. 4.3 Bedømmelseskriterier. Desuden drøftes gruppens/eksaminandens rapport med fokus på projektpræsentation, inddragelse af relevant mediefaglig teori samt dokumentation af arbejdet med mediefaglige værktøjer, jf. læreplanens pkt. 4.3 Bedømmelseskriterier.

Rapportskabelon

Eksamensprojektet ledsages af en skriftlig rapport, som præsenterer eksamensprojektet, inddrager teori og i bilag dokumenterer brugen af og arbejdet med mediefaglige værktøjer undervejs i processen. Bilagene tæller ikke med i det samlede sidetal. Foruden de her nævnte indholdsmæssige krav til rapporten, kan en række andre aspekter og elementer udvælges og inddrages, således at den endelige rapport afspejler hver enkelt gruppes særlige eksamensprojekt (se "Eksempel på rapportskabelon" herunder).

Eksempel på rapportskabelon

Afsnit i rapporten	**Afsnittets indhold**
Forside	Indeholder eksamensprojektets titel, gruppemedlemmernes fulde navne, uddannelsessted, lærerens fulde navn, afleveringsdato og antal sider/anslag.
Indholdsfortegnelse	Giver overblik over rapportens afsnit.

Afsnit i rapporten	**Afsnittets indhold**
Indledning	Præsenterer og motiverer valg af eksamensprojekt, den grundlæggende ide, sammenhængen mellem projektets enkelte dele samt eventuelle samarbejdspartnere. Desuden en helt kort beskrivelse af, hvem i gruppen, der har haft hvilke roller i produktionsprocessen. Inspirationskilder til projektet kan også fremhæves her. Desuden forklares det kort, hvordan rapporten er bygget op.
Kommunikationsanalyse	Beskriver overordnet kommunikationssituationen, afsender, præmis og målgruppe samt valg af distributionskanal(er).
Genre	Der redegøres for den/de genre(r) der indgår i eksamensprojektet. Genrevalget kan fx knyttes til målgruppeanalyse og valg af distributionsplatform.
Dramaturgi og fortælleforhold	Der gives en redegørelse for arbejdet med dramaturgi og fortælleforhold i eksamensprojektets forskellige dele, fx kan der inddrages dramaturgiske modeller og fremdriftskomponenter.
Næranalyse af enkelte indstillinger/scener i eksamensprojektet	Her kan der demonstreres brug og begrundelser for valg af filmiske virkemidler i mindre dele af eksamensprojektet. Viden fra det særligt studerede område kan med fordel indgå.
Relevant mediefaglig teori	Her præsenteres mediefaglig teori, som kan forbindes til eksamensprojektet. Film- og medieteori er et komplekst og dynamisk felt, der undersøger og analyserer forskellige aspekter af film, tv, nyere medier og andre former for visuel kommunikation. Herunder forskellige aspekter af medieproduktion, -distribution og -reception. I denne sammenhæng skal teori forstås bredt og kan eksempelvis være: Receptionsteori, kognitionsteori, narrativ teori, genreteori, stilteori, filmæstetisk teori, teori om mediers betydning for hverdagsliv, kultur og samfund, teori om hvordan medier påvirker individ og samfund. Den relevante teori skal kort beskrives og eksamensprojektet skal tydeligt relateres til teorien, fx gennem inddragelse og brug af teoretiske begreber og/eller modeller.
Målgruppeanalyse	Hvordan er der arbejdet med at undersøge målgruppen nærmere? Hvilke metoder er valgt og hvorfor? Hvordan fremgår det af eksamensprojektets enkelte dele, at der er arbejdet bevidst med at henvende sig til målgruppen? Hvilke(n) distributionskanal(er) er valgt med henblik på at nå målgruppen?
Medie- og kampagnestrategi	Her kan den valgte medie- og/eller kampagnestrategi beskrives og begrundes. Herunder en handlingsplan for hvor og hvornår eksamensprojektets enkelte dele tænkes lanceret. En tidslinje kan indgå for grafisk at vise, hvordan distributionen er planlagt.

Afsnit i rapporten	Afsnittets indhold
Medieetiske aspekter og basal ophavsret	Her kan særlige problemstillinger af medieetisk og/eller ophavsretsmæssig karakter beskrives og diskuteres, såfremt det er relevant for (dele af) eksamensprojektet. Har problemstillingerne evt. haft konsekvenser for den endelige udformning af eksamensprojektet?
Perspektivering	Eksamensprojektet, eller dele af projektet, kan perspektiveres til en eller flere relevante kontekster.
Kritisk refleksion	Kan indeholde et analytisk og kritisk syn på produktionsprocessen, egen produktion og den anlagte mediestrategi samt beskrive alternative løsninger. Heri kan fx indgå reception/respons fra (repræsentanter fra) målgruppen.
Konklusion	Sammenfatter rapportens hovedpointer.
Litteraturliste	Oversigt over anvendte kilder i forbindelse med udformning af rapporten.
Bilag	Bilagene skal dokumentere arbejdet med produktionstilrettelæggelsen. Det kan eksempelvis være synopsis, treatment, moodboard, pitchdeck, karakterbibler, storyboard, floorplan, manuskript, produktionsplan. Det kan evt. kort beskrives og begrundes, hvordan der har været arbejdet med de forskellige mediefaglige præproduktionsværktøjer.

Rapportskabelonen rummer mange muligheder for, at grupperne kan tilpasse skabelonen til netop deres projekt. Det er vigtigt, at eleverne ikke bruger rapportskabelonen slavisk, men lærer at tilpasse skabelonen til deres specifikke medieprodukter. I løbet af de tre år må eleverne desuden opbygge forståelse for, at en rapport udvikler sig dynamisk i forhold til de nye erkendelser, man gør sig undervejs i produktionsprocessen. Disse erkendelser afspejler sig i den endelige rapport.

Målgruppen for eksamensrapporten er i første række censor og eksaminator, idet rapporten indgår i den mundtlige prøve. Men rapporten må gerne tænkes lidt bredere, så den ikke bliver indforstået, og så det sikres, at eleverne tydeligt forklarer og begrunder deres valg og fravalg. Eleverne bør derfor også målrette rapporten til den fagligt interesserede læser.

Der må meget gerne inddrages citater fra pensum i rapporten, hvor det er relevant, ligesom modeller, frame- og screenshots etc. kan indsættes for at understrege faglige pointer. Der skal i givet fald anvende mediefaglige billedtekster og tidskoder.

Det er også en fordel, at eleverne lærer at forholde sig informationsøkonomisk til rapportgenren og kan vurdere, hvilke dele af rapporten som med fordel kan afløses af multimodale rapportelementer, da *"op til 20 % af den skriftlige rapport kan afløses af multimodale rapportelementer"*. Nedenfor er indsat en tekstboks med ideer til multimodale elementer, som kan indgå i rapporten og erstatte skrift. Bemærk: Der findes ikke en

omregningsfaktor, som kan bruges til at beregne, hvordan multimodalt materiale ækvivalerer med skreven tekst. Omregningen er skønsmæssig og beror på det multimodale materiales kompleksitetsgrad.

Multimodale rapportelementer

Den praktiske og mundtlige formidling kan kombineres, hvis eleverne laver multimodale rapportelementer. I den skriftlige rapport, der udarbejdes i forbindelse med eksamensprojektet, kan op til 20 % afløses af multimodale rapportelementer. Det kan fx være i form af videoer, explainere, screencasts eller tutorials, hvor gruppen eksempelvis –

- Præsenterer sig selv og deres projekt.
- Forklarer relevant mediefaglig teori.
- Viser dramaturgiske modeller, kommunikationsanalyse, personas o.lign.
- Demonstrerer analyse af dele af produktionen.
- Præsenterer medie- og kampagnestrategi.
- Anlægger et receptionsperspektiv, fx med små interviews/voxpops med målgruppe repræsentanter, deltagerobservation.
- Perspektiverer egen produktion.
- Reflekterer kritisk og analytisk over proces og produkt og viser (eller beskriver) alternative løsninger.

Prøven i det teoretisk-analytiske stof

Prøvedelen i det teoretisk-analytiske stof er organiseret, så der er 60 minutters forberedelse og ca. 30 minutters eksamination.

Det forventes at elevens egen fremlæggelse varer 10-12 minutter, afhængigt af niveau, hvorefter eksaminationen bevæger sig over i 10-15 minutters samtale mellem elev og eksaminator. Tidsrammen er dog ikke et bindende krav og det er op til eksaminator at vurdere, hvornår det er hensigtsmæssig at bevæge sig fra fremlæggelse og over i samtalen i forbindelse med den enkelte eksamination,

Elevens eget oplæg skal dække både genre-, mediemæssige og dramaturgiske forhold og en næranalyse af det udleverede citat samt en perspektivering til selvvalgte mediefaglige kontekster og det materiale, der er blevet læst i forbindelse med undervisningsforløbene.

Den efterfølgende samtale mellem elev og eksaminator omhandler indledningsvist elementer af elevens fremlæggelse, der kræver uddybning. Samtalen kan dog også bevæge sig over i øvrigt stof fra undervisningen som det forventes, at eleven kan indgå i en faglig samtale om.

Eleven får udleveret et eksamenscitat og et vejledende ark. Eksamenscitatet skal være ukendt og består af en medieproduktion som eleven kan relatere til de(t) forløb og mediefaglige kontekster, der har været berørt i undervisningen, ligesom eksaminanden skal kunne perspektivere til det materiale, der er blevet læst i tilknytning til undervisningsforløbene. Citatet kan bestå af flere dele hvis dette virker formålstjenesteligt i sammenhængen.

Regler for eksamenscitater i mediefag

- Varighed i alt: max 7 minutter (og ikke én frame mere)
- Eksamenscitatet skal deles med eksaminanden på en måde så denne ikke kan kopiere det og tage det med ud af eksamenslokalerne efter endt eksamen.

- Eksamenscitaterne skal være forsynet med danske undertekster, hvis de er på et fremmedsprog.
- Eleven skal analysere hele citatet, ikke kun et uddrag heraf. Derfor må man heller ikke i eksamensspørgsmålet bede eleven om at lave næranalyse af et særligt uddrag.
- Citatet må ikke ledsages af framegrabs/shotlister osv. da disse kan være med til at påpege særligt interessante elementer eller steder i citatet og/eller indstillingerne. Da eksaminanden bl.a. prøves i sin evne til at udvælge særligt vigtige steder i citatet, er dette ikke tilladt.

Eksamenscitaterne skal i al væsentlighed skal dække de faglige mål og kernestoffet i mediefag. Citaterne fordeles skønsmæssigt efter forløbenes vægtning i undervisningen.

Det enkelte citat ledsages af vejledende spørgsmål og et ark, der indeholder de relevante credits, som fx titel, instruktør/tilrettelægger, årstal. Ved citater fra større medieproduktioner gives et meget kort resumé, så eleven kan se, hvilken sammenhæng citatet optræder i, herunder hvor i medieproduktionen citatet optræder. Forberedelsestiden skal tages i betragtning, når spørgsmål, credits, resumé og evt. bilag udformes. Det er vigtigt, at eleverne har den fornødne tid til at arbejde med selve citatanalysen.

Spørgsmålene, der ledsager eksamenscitatet, kan med fordel udformes med baggrund i bedømmelseskriterierne, således at eksaminanden har et klart indtryk af, hvad der forventes af citatanalysen (se eksempel på eksamensspørgsmål i "Skabelon til eksamensspørgsmål" herunder).

Skabelon til eksamensspørgsmål

Nr. X *Produktionsnavn* (Instruktør, produktionselskab/land, årstal)

Navn på forløb

Citatet varer xx minutter og er hentet fra begyndelsen af filmen.

Du skal:

- Lave en analyse af de genre-, mediemæssige og dramaturgiske forhold
- Lave en næranalyse af de filmiske virkemidlers anvendelse, herunder demonstrere viden inden for det særligt studerede område
- Lave en perspektivering til selvvalgte mediefaglige kontekster, herunder perspektivere til relevant materialet fra undervisningen

Det er netop eksaminandens evne til at give en fyldestgørende udredning for bedømmelseskriterierne, der skal vurderes. Derfor bør det også udelukkende være disse, der stilles krav om i eksamensspørgsmålet, også for ikke at komme til at lægge unødigt tidsmæssigt pres på eksaminanden. I denne sammenhæng bør man være særligt opmærksom på, at eksaminanden har god mulighed for at lave en perspektivering til selvvalgte mediefaglige kontekster og relevante dele af det gennemgåede stof.

Eksaminator laver et antal eksamenscitater, således at der altid vil være mindst 4 citater at vælge imellem for eksaminanden. Det enkelte eksamenscitat må højst anvendes 3 gange. Alle eksamenscitater skal ligge fremme fra første prøvedag.

Forud for eksamen skal censor have tilsendt eksamenscitater, ark med credits og spørgsmål samt eventuelle bilag. Tidsfristen herfor følger prøvebekendtgørelsen (se boksen "Prøvebekendtgørelsen" herunder), hvoraf øvrige regler for afholdelse af prøver også fremgår.

Prøvebekendtgørelse

Den almene prøvebekendtgørelse fortæller om de regler, der udgør det overordnede grundlag for afholdelse af prøver og eksaminer.

Læs om generelle regler om prøver og eksamen på uvm.dk.

4.3 Bedømmelseskriterier

Det er de faglige mål i mediefag (se pkt. 2.1 Faglige mål i læreplanen), der lægges til grund for vurderingen af eksaminandens præstation.

Eksamenskarakteren er en helhedsvurdering af elevernes mediefaglige kunnen baseret på elevens præstation i hhv. den praktiske del af prøven og den teoretisk-analytiske del af prøven. De to dele vægtes lige.

Bedømmelsen af eksamensprojekt og rapport

De specifikke kriterier for bedømmelsen af prøven i den praktiske del finder du herunder.

De tre medieproduktioner

- De tre medieproduktioner skal utvetydigt kommunikere deres præmis til modtagergruppen og til de forevisningssituationer, medieplatforme og kontekster, de er produceret til. Produktionernes ide skal være gennemarbejdet og med den nødvendige research, således at indholdet virker helstøbt og overbevisende. Det skal klart fremgå, hvorledes de enkelte medieproduktioner er forbundet med hinanden.
- De tre medieproduktioner skal fungere efter hensigten. De skal afspejle bevidsthed om brug af genre/format og med en sammenhængende, klar stil og konsekvent brug af filmiske virkemidler. Varigheden af både produktioner og disses enkelte scener skal være hensigtsmæssig, således at tempo og fremdrift er afstemt efter hver enkelt produktions præmis, formål og den valgte medieplatform, og så tilskueren involveres efter hensigten.
- Medieproduktionerne skal afspejle, at der er arbejdet konsekvent med dramaturgien. En klassisk narrativ fortælling, der følger de velkendte skabeloner i sin struktur, er blot en af flere muligheder.
- De tre medieproduktioner skal vise, at gruppen har arbejdet med omhu og sans for detaljer ved optagelse og redigering. Produktionens enkelte indstillinger skal vise, at der er arbejdet bevidst med placering af kamera, lys, farver, rum og bevægelse. Lydsiden skal stå i et præcist forhold til billedsiden og afspejle, at der er arbejdet i detaljer med afstemningen af de enkelte lydspor i forhold til hinanden og med lydens niveau i forhold til billedet. De nævnte kriterier for omhu, sans for detalje og bevidst arbejde med det formmæssige udtryk gælder også, såfremt der anvendes andre medieformer end levende billeder i nogle af medieproduktionerne.

Rapporten

- Rapporten skal demonstrere elevernes faglige indsigt og understøtte samt supplere gruppens arbejde med medieprojektets tre produktioner. Præsentationen af projektet skal vise elevernes viden om sammenhængen mellem eksamensprojektets tre produktioner i relation til grundide, genrevalg og overordnet tematik. I rapporten skal den anvendte, relevante mediefaglige teori forklares, ligesom eksamensprojektet tydeligt skal relateres til teorien, fx gennem inddragelse og brug af teoretiske begreber og/eller modeller. Bilagsmaterialet skal demonstrere, at der er arbejdet konsekvent og med omhu i brugen af mediefaglige værktøjer i produktionstilrettelæggelsen. Eksaminanderne skal beherske rapportgenrens formalia og fremstillingsformer, og rapporten skal formidles klart og med brug af relevant mediefaglig terminologi.

Eksaminandens oplæg og deltagelse i uddybende samtale

- Eksaminandens begrundelser, uddybende forklaringer på samt diskussion af, hvordan og hvorfor der er udvalgt og arbejdet med de filmiske virkemidler, dramaturgien og fortælleforholdene på netop den måde, der er. Herunder også, hvordan teknisk-æstetisk viden fra det særligt studerede område er bragt i spil i forbindelse med eksamensprojektet. Det er væsentligt, at der ikke blot anvendes en relevant og korrekt mediefaglig terminologi, men at argumentationen for de valg, der er truffet, fremstår klart og dokumenteres med konkrete eksempler. Det diskuterende aspekt vedrører eksaminandens evne til at overveje andre muligheder end de valgte.
- Eksaminandens begrundelser for og diskussion af, hvordan de enkelte medieprodukter er forbundet med og supplerer hinanden. Og for de enkelte medieproduktioners vedkommende, hvordan sammenhængen mellem deres form, indhold og genre/format er tænkt og gennemført, samt hvorledes dette kan relateres til den valgte kommunikationssituation og distributionskanal. Dette involverer refleksioner over målgruppe/segment og præmis, samt en sikker forståelse af, hvor og hvordan det vil være hensigtsmæssigt at kommunikere med målgruppen. Det diskuterende aspekt vedrører eksaminandens evne til at overveje andre muligheder end de valgte.
- Eksaminandens begrundelser, uddybende forklaringer på samt diskussion af den valgte tværmediale markedsføring og mediestrategi. Herunder valg af medier/medieplatforme, som kan understøtte udbredelsen af de enkelte medieproduktioner og samspillet mellem dem, samt af den valgte tilrettelæggelse af lancering og distribution af medieproduktionerne. Det diskuterende aspekt vedrører eksaminandens evne til at overveje andre muligheder end de valgte.
- Eksaminandens evne til at forholde sig kritisk, analytisk og reflekteret til sit eget eksamensprojekt, de enkelte medieproduktioner og processen med at frembringe dem, herunder til de valg der er truffet undervejs. At kunne foreslå alternative løsninger vedrører eksaminandens evne til at forbedre og finpudse og/eller finde konkrete løsninger på og alternativer til mindre velfungerende elementer i projektet.

Bedømmelsen af analyse og perspektivering af eksamenscitatet

Ved bedømmelsen af prøven i det teoretisk-analytiske stof indgår følgende kriterier:

- Eksaminandens analyse af eksamenscitatets opbygning/dramaturgi og fremdriftskomponenter samt for citatets genretræk og mediemæssige kontekst, herunder eksempelvis grundlæggende kendetegn ved mediet eller medieplatformen. Dette indebærer, at eksaminanden demonstrerer et overblik over citatets struktur samt viden om både genre og medie.
- Eksaminandens systematiske næranalyse af, hvordan de filmiske virkemidler bliver anvendt i citatet, herunder inddragelse af teknisk-æstetisk viden fra det særligt studerede område. Det er vigtigt, at eksaminanden ikke alene beskriver, men også forklarer, hvorfor og hvordan de filmiske virkemidler bruges. Det er derfor centralt, at eksaminanden både kan anvende den mediefaglige terminologi præcist, korrekt og med blik for detaljer og nuancer, samt formår at analysere sig frem til, hvordan de forskellige virkemidler anvendes i en given sammenhæng.
- Eksaminandens perspektivering af citatet til selvvalgte mediefaglige kontekster. Dette indebærer, at eksaminanden tydeligt demonstrerer, hvordan eksamenscitatet kan ses i og relateres til flere relevante sammenhænge eller angrebsvinkler, der har været arbejdet

med i undervisningen, men som ikke på forhånd er defineret af eksaminator i forbindelse med de vejledende spørgsmål til citatet. En mediefaglig kontekst kan eksempelvis være genrehistorisk, stilistisk eller auteurorienteret, vedrøre medieetiske aspekter i et citat/medieværk, være rettet mod institutionelle forhold og produktionsforhold, mediesociologiske og/eller –teoretiske aspekter eller overvejelser over, hvordan medieplatformen og/eller målgruppen er med til at sætte rammer for form og indhold.

- Eksaminandens perspektivering til og inddragelse af relevante dele af det gennemgåede stof, dvs. både primært og sekundært materiale. Dette indebærer, at eksaminanden skal henvise og relatere citatet til relevant materiale, der er læst og gennemgået i undervisningen samt til andre relevante medieproduktioner (film, tv og/eller nyere medier), der er set og gennemgået i undervisningen.

Samlet bedømmelse

Der gives én samlet karakter ud fra en helhedsvurdering af eksaminandens præstation i de to prøvedele, dvs. eksamen i elevens praktiske produktion (eksamensprojekt og rapport samt oplæg og uddybende samtale) og eksamen i teori og analyse. De to dele skal vægtes lige.

Den endelige eksamenskarakter skal således afspejle den samlede vurdering af elevens mediefaglige evner.

Karaktergivning med 7-trinsskalaen

I forbindelse med karaktergivning anvendes 7-trinsskalaen. Karakteren udtrykker graden af opfyldelse af de faglige mål.

7-trins-skalaen
Læs om 7-trins-skaleen på uvm.dk.

Kolofon

Vejledning til Mediefag A

Redaktion:
Center for Ungdomsuddannelser, Styrelsen for Undervisning og Kvalitet, Undervisningsministeriet

Layout:
Undervisningsministeriet

Publikationen kan ikke bestilles, men den kan hentes på Undervisningsministeriets hjemmeside

Eventuelle henvendelser af indholdsmæssig karakter rettes til stuk@stukuvm.dk

Udgivet af:
Undervisningsministeriet, 2026

www.stukuvm.dk