






**PIECI PAMATA JĒDZIENI UN JAUTĀJUMI**  
**(CML's FIVE CORE CONCEPTS AND KEY QUESTIONS)**  
**(FRAMEWORK FOR CONSUMERS AND PRODUCERS)**

<b>MPC Jautājumi/Padomi (J/P)</b>				
Nr.	<i>Atslēgas vārdi un attēls</i>	<i>Dekonstrukcija: MPC 5 pamata jautājumi (patērētāji)</i>	<i>MPC 5 pamata jēdzieni</i>	<i>Konstrukcija: MPC 5 pamata jautājumi (ražotājs)</i>
1.	<b>Autorība</b>  “Šis nav ābols” Magritte	Kurš radījis šo vēstījumu?	Visi mediju vēstījumi ir veidoti (konstruēti)	Kam es esmu <b>autors</b> ?
2.	<b>Formāts</b> 	Kādi radoši paņēmieni ir izmantoti, lai piesaistītu manu uzmanību?	Mediju vēstījumi tiek radīti, izmantojot radošu valodu atbilstoši valodas likumsakarībām	Vai mans vēstījums atspoguļo izpratni par <b>formātu</b> , radošumu un tehnoloģijām?
3.	<b>Auditorija</b> 	Kā dažādi cilvēki varētu saprast atšķirīgi šo vēstījumu?	Dažādi cilvēki vienu un to pašu mediju vēstījumu uztver dažādi	Vai mans vēstījums ir manai <b>mērķauditorijai</b> pievilcīgs un saistošs?
4.	<b>Saturs</b> 	Kādas vērtības, dzīves stili un viedokļi tiek pārstāvēti vai netiek atspoguļoti šajā vēstījumā?	Medijos ir iestrādātas vērtības un viedokļi	Vai es savā <b>saturā</b> esmu skaidri un konsekventi formulējis vērtības, dzīves stilus un viedokļus?
5.	<b>Mērķis</b> 	Kāpēc šis vēstījums tiek izteikts?	Vairums mediju vēstījumu ir veidoti, lai iegūtu peļņu un/vai varu.	Vai es esmu veiksmīgi komunicējis savu <b>mērķi</b> ?