

MEDYA ANALİZİ II VİZE SINAVI ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

1. Soru Değerlendirme Kriterleri (Maksimum 25 Puan)

Althusser'in çağırma (interpellation) kavramının teorik tanımını doğru ve eksiksiz yapan, ideolojinin bireyi özneye dönüştürme sürecini net bir şekilde açıklayan cevaplara 15 puan verilir. Seçilen sosyal medya fenomeni veya reklam örneğinin bu teorik çerçeveye doğru şekilde ilişkilendirilmesi, izleyicinin tüketici özne olarak nasıl inşa edildiğinin mantıklı gerekçelerle açıklanması ise 10 puan üzerinden değerlendirilir.

2. Soru Değerlendirme Kriterleri (Maksimum 25 Puan)

Panoptikon modelinin temel prensiplerini ve Foucault'nun iktidar analizi bağlamındaki yerini doğru şekilde aktaran açıklamalara 10 puan verilir. Bu modelin günümüz sosyal medya mecralarına başarıyla uyarlanması, gözetimin yatay ve gönüllü yapısının analiz edilmesi, normalleşme ve uysal bedenler kavramları üzerinden kullanıcı davranışlarının derinlemesine değerlendirilmesi ise 15 puan üzerinden puanlanır.

3. Soru Değerlendirme Kriterleri (Maksimum 25 Puan)

Adorno'nun kültür endüstrisi, popüler kültür ve standartlaşma kavramlarını teorik zeminine uygun olarak açıklayan cevaplara 10 puan verilir. Günümüz dijital müzik ve dizi platformlarının algoritma yapısını Adorno'nun şematizm ve sahte bireysellik kavramlarıyla doğru bir şekilde ilişkilendiren, kullanıcının özgür seçim yanılsamasını mantıklı argümanlarla tartışan cevaplar ise 15 puan üzerinden değerlendirilir.

4. Soru Değerlendirme Kriterleri (Maksimum 25 Puan)

McLuhan'ın araç mesajdır önermesinin ve medyanın insanın bir uzantısı olduğu fikrinin teorik analizine 10 puan verilir. Bir haberin televizyondan izlenmesi ile Twitter üzerinden takip edilmesi arasındaki farkı, sıcak ve soğuk medya kavramlarını doğru şekilde kullanarak ve kullanıcının katılım düzeyleri üzerinden başarılı bir şekilde karşılaştıran cevaplar ise 15 puan üzerinden puanlanır.