SPRAWDZIAN · WOS

Sprawdzian z komunikowania społecznego **Grupa B**

WOS: media, komunikowanie masowe i wolność słowa

Imię i nazwisko: _____

Klasa: _____

Data: _____

Punkty: _____ / 21

10 zadań, 21 pkt. Czytaj uważnie polecenia. W zadaniach otwartych pisz pełnymi zdaniami.

Zadanie 1. (0–1 pkt)

Deepfake to

(A) artykuł satyryczny parodiujący wypowiedzi polityków, wyraźnie oznaczony jako żart

(B) prawdziwe nagranie z ukrytej kamery ujawniające nadużycia osób publicznych

(C) rodzaj reklamy wyświetlanej użytkownikom na podstawie ich historii wyszukiwania

(D) sfałszowane materiały wideo/audio stworzone za pomocą sztucznej inteligencji

Zaznacz jedną poprawną odpowiedź.

Zadanie 2. (0–1 pkt)

Efekt primingu (priming) w komunikowaniu politycznym polega na tym, że:

(A) media informują widza bezpośrednio, jak ma zagłosować i który polityk jest godny zaufania, wydając jawne rekomendacje

(B) uprzednia ekspozycja na określone tematy lub ramy interpretacyjne w mediach wpływa na kryteria, jakimi odbiorca ocenia polityków

(C) gazety publikują najpierw informacje pozytywne, aby przygotować czytelnika na późniejsze złe wiadomości

(D) prymat pierwszej informacji w przekazie decyduje o tym, co odbiorca zapamięta po zakończeniu odbioru komunikatu

Zaznacz jedną poprawną odpowiedź.

Zadanie 3. (0–4 pkt)

Dopasuj teorię mediów do jej twórcy lub głównego założenia.

1. Agenda-setting (ustalanie agendy)	…	A. Noelle-Neumann — obawa izolacji społecznej tłumi mniejszościowe poglądy
2. Spirala milczenia	…	B. Gerbner — długotrwałe oglądanie TV kształtuje zniekształcony obraz rzeczywistości
3. Teoria kultywacji (cultivation theory)	…	C. Entman — sposób przedstawiania problemu wpływa na jego odbiór
4. Framing (ramowanie)	…	D. McCombs i Shaw — media decydują, które tematy uznaje się za ważne

Przy każdym numerze wpisz literę pasującego elementu.

Zadanie 4. (0–4 pkt)

Dopasuj pojęcie z zakresu komunikowania perswazyjnego do jego definicji lub charakterystyki.

1. Propaganda	...	A. Nakłanianie do zmiany postawy lub zachowania poprzez argumenty odwołujące się do rozumu, emocji lub autorytetu; może być uczciwe
2. Public Relations (PR)	...	B. Zarządzanie wyobrażeniem o organizacji lub osobie publicznej w opinii publicznej przez budowanie długoterminowych relacji z mediami
3. Perswazja	...	C. Celowe i systematyczne szerzenie z reguły uproszczonych lub zmanipulowanych treści w celu mobilizacji określonej grupy do pożądanych działań
4. Spin doktorstwo	...	D. Technika komunikacji polegająca na selektywnym eksponowaniu faktów korzystnych dla nadawcy przy pomijaniu faktów niekorzystnych – nie jest z definicji zmanipulowana

Przy każdym numerze wpisz literę pasującego elementu.

Zadanie 5. (0–1 pkt)

Uzupełnij: Zjawisko celowego rozpowszechniania nieprawdziwych informacji w celu wprowadzenia odbiorców w błąd nazywamy (1) _____ .

(1) do wyboru: inwigilacją / dezinformacją / cenzurą / autocenzurą

Zadanie 6. (0–1 pkt)

Uzupełnij: Zjawisko polegające na tym, że algorytmy platform internetowych dobierają treści zgodnie z wcześniejszymi preferencjami użytkownika, prowadząc do ograniczenia kontaktu z odmiennymi poglądami, nazywamy bańką (1) _____ .

(1) do wyboru: spekulacyjną / demograficzną / kredytową / informacyjną

Zadanie 7. (0–2 pkt)

Wyjaśnij pojęcie „media publiczne” i podaj jedną różnicę wobec mediów komercyjnych.

Zadanie 8. (0–2 pkt)

Wyjaśnij, na czym polega zjawisko postprawdy (post-truth) w komunikowaniu politycznym. Podaj jeden przykład jego przejawu.

Zadanie 9. (0–3 pkt)

Wyjaśnij pojęcie mowy nienawiści (hate speech). Podaj dwa przykłady mechanizmów prawnych lub instytucjonalnych służących jej ograniczaniu.

Zadanie 10. (0–2 pkt)

Wyjaśnij, na czym polega zjawisko tzw. „fake newsa" (dezinformacji) oraz wskaż jedną różnicę między fake newsem a satyrą polityczną.

Rozwiąż ten sprawdzian online, z wyjaśnieniem każdej odpowiedzi: matury-online.pl/sprawdzian/wos/komunikowanie-spoleczne