

全国 2009 年 1 月自学考试公关心理学试卷

课程代码: 00643

一、单项选择题 (本大题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 公共关系心理学研究的对象是(B) 1-5
A. 公众与公众之间的理解关系 B. 组织与公众之间的心理互动
C. 组织与组织之间的心理互动 D. 个人与个人之间的心理互动
2. 组织成员头脑中形成的、在所处组织中当家作主的意识是(C) 2-22
A. 组织意识 B. 权力意识
C. 主人意识 D. 平等意识
3. 因特定问题与社会组织发生相互作用和现实联系的群体和个人称为(C) 3-29
A. 大众 B. 群众
C. 公众 D. 公民
4. 最直接影响公众心理的因素是(B) 3-37
A. 组织文化 B. 组织行为
C. 社会舆论 D. 社会规范
5. 下列感觉形式属于内部感觉的是(A) 3-38
A. 运动觉 B. 视觉
C. 味觉 D. 触觉
6. 知觉条件发生变化, 但人们对知觉对象的理解仍然保持不变, 这种知觉特性是(C) 3-41
A. 知觉的选择性 B. 知觉的整体性
C. 知觉的恒常性 D. 知觉的主观性
7. 与自觉性相反的意志品质是(A) 3-53
A. 盲目性 B. 优柔寡断
C. 懈怠 D. 任性

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

自考备考三件宝:
自考笔记、
真题及答案、
录音课件!

8. 提出著名的需要层次理论的心理学家是(D) 4-63
A. 亚当斯 B. 弗洛伊德
C. 詹姆士 D. 马斯洛
9. 一定的动机因不良的行为后果而使这种行为减弱或消失, 这种作用称为(D)
4-74
A. 实强化作用 B. 虚强化作用
C. 正强化作用 D. 负强化作用
10. 动机的始发作用是指(A) 4-73
A. 人的行为由一定的动机引起 B. 动机调节着行为的强度
C. 人的行为伴随着动机的作用 D. 人的行为受意志推动
11. 根据群体构成原则, 群体可分为(B) 5-102
A. 大型群体和小型群体 B. 正式群体和非正式群体
C. 实际群体和假设群体 D. 行动群体和社会角色群体
12. 下列组织形象诸要素属于硬要素的是(D) 6-122
A. 组织的道德形象 B. 组织的方针政策和管理水平
C. 组织成员的数量和质量 D. 组织的生活娱乐设施
13. 在公众印象形成过程中, 印象者是(A) 6-125
A. 公众 B. 组织
C. 个人 D. 传媒
14. 导致消极刻板效应的主要原因是(A) 6-135
A. 信息闭塞和信息失真 B. 环境障碍
C. 言论一边倒 D. 人为弄虚作假
15. 社会上或群体中人们对普遍关心的人和事公开发表的一致性意见称为(B)
5-115
A. 流言 B. 舆论
C. 习俗 D. 时狂
16. 主张复杂的社会关系能够加强或削弱媒介力量的理论是(D) 7-148
A. 枪弹论 B. 个人差异说

C. 社会范畴说 D. 社会关系说

17. 下列关于公关传播受传者的说法正确的是(B) 7-146

A. 他们是不知名的 B. 他们具有共同意识

C. 他们是不确定的 D. 他们分属不同的阶级、阶层和社会集团

18. 公众态度的核心是(B) 8-178

A. 公众态度的认知成分 B. 公众态度的情感成分

C. 公众态度的行为倾向 D. 公众态度的意志成分

19. 下列对公众态度的测定方法属于对公共关系传播效果测定的是(A) 8-180

A. 系统抽样法 B. 自我评定法

C. 自由反应法 D. 行为观察法

20. 在人际交往心理障碍中, 往往危害最小的是(D) 9-204

A. 关系障碍 B. 学识障碍

C. 年龄障碍 D. 语言障碍

二、多项选择题(本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 分)

在每小题列出的五个备选项中有二至五个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

21. 既影响组织凝聚力又影响组织士气的因素有(ABD) 2-18

A. 成员对所在组织的满意程度 B. 领导者的素质及领导方式

C. 国家的法律和政策 D. 组织的目标

E. 员工的身心健康状况

22. 集体意识可分为个别成员的集体意识和群体成员的集体意识, 二者的关系是(AB) 2-21

A. 前者是后者形成和发展的基础 B. 后者是前者进一步培养和升华的结果

C. 后者是前者形成和发展的基础 D. 前者是后者进一步培养和升华的结果

E. 二者是相互分离的关系

23. 公众相同的心理来源于(AE) 3-31

A. 公众面临的共同问题 B. 公众面临的共同事件

C. 心灵的默契 D. 情感的一致

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- E. 社会生活的变化
24. 公众心理个性的基本组成部分包括(ABD)3-34
- A. 个性心理过程 B. 个性心理倾向性
- C. 个人需要 D. 个性心理特征
- E. 组织心理倾向
25. 积极的心境对人们生活、学习和工作的影响表现在(ABCD)3-46
- A. 使人保持旺盛的精力 B. 增强克服困难的信心
- C. 提高工作效率 D. 保持健康和活力
- E. 使人意志消沉
26. 情绪与情感的区别在于(ACE) 3-43
- A. 情绪与人的生理需求联系在一起 B. 情绪由人的高级社会需要引起
- C. 情绪具有情境性和易变性 D. 情绪是一种自发的心理活动
- E. 情绪是人和动物共有的心理活动
27. 社会组织形象具有的特点包括(ABCDE) 6-119
- A. 客观性 B. 主观性
- C. 相对稳定性 D. 阶段性
- E. 整体性
28. 传播的基本要素包括(ABCDE) 7-141
- A. 传播者 B. 信息
- C. 渠道 D. 受传者
- E. 传播效果
29. 下列关于引起公众注意诸因素的说法正确的有(ACD) 7-152
- A. 刺激强度越大, 反应程度越大
- B. 刺激强度越大, 反应程度越小
- C. 一定信息刺激的对比度, 可以使原有信息得到加强
- D. 重复刺激能够影响和增强人们的注意力
- E. 刺激强度与机体的反应成反比
30. 公众态度的特性有(ABD) 8-176

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- A. 针对性 B. 相对持久性
- C. 暂时性 D. 稳定性
- E. 稳定的结构性

三、名词解释题 (本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

31. 公众心理 3-31

公众心理是公众对与其利益直接相关的社会组织行为的心理反映。

32. 服从行为 4-90

所谓服从行为, 是指个体按照社会要求、群体规范或他人的意志而发生的行为, 这种行为是在外界的影响下被迫发生的。

33. 群体心理特征 5-104

群体心理特征是群体成员中形成的与群体活动和状况相关的、经常的、稳定的心理感觉, 是群体成员对群体自身状况及其与社会环境关系的主观把握。

34. 投射效应 6-135

投射效应是精神分析的一个术语, 是指人们与他人交往并形成印象时, 以为他人也具备了与自己相似的特征。

35. 符号相互作用论 6-136

符号相互作用论认为, 人从出生开始, 便产生了相互交往的需要, 并通过语言、姿态等抽象符号进行沟通。

四、简答题 (本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分)

36. 如何营造组织良好的心理氛围? 2-25

- (1) 形成组织的价值观念
- (2) 尊重员工的个体价值
- (3) 重视内部传播
- (4) 有效使用激励手段
- (5) 加强情感维系
- (6) 合理化解怨气

37. 人类高级的社会情感有哪些? 各有什么作用? 3-48

理智感、道德感和美感属于人类高级的社会情感。

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

(1) 理智感是人们认识世界和改造世界的精神动力之一,是与人们认识世界、追求真理的需要及需要的满足相联系的情感体验。坚定而深刻的理智感是鼓舞人们探求知识,追求真理,激发人们的科学创造精神的重要心理因素。

(2) 道德感是根据社会道德准则要求自己或评价他人时产生的情感体验,它是在人们的社会实践中产生和发展起来的,是客观现实与人的道德需要关系的反映。组织的发展如果符合社会整体发展的需要,符合社会道德行为准则并在这些道德标准之下满足公众合理的利益要求,公众便会对组织产生赞赏、肯定的情感;反之,公众则会产生鄙视和厌恶的情感。

(3) 美感是人们对客观事物美的情感体验。一般来说,美感体验具有喜悦、赞赏、愉快等特点,它能使人心旷神怡,精神振奋。

38. 简述公众印象形成的特点。 6-126

公众印象形成有许多特点,主要表现在一致性、评估性以及描述中心词的作用等方面。

(1) 一致性

公众对组织形成印象的过程,主要是对组织中的人形成印象的过程,这同人们单纯地对客观物体形成印象的过程有明显的区别。

(2) 评估性

在人际印象形成的过程中,我们常常根据有限的信息对他人作出判断,例如根据对方年龄、智力、种族、文化程度、职业、社会地位、人品等等作出自己的判断。

(3) 描述中心词的作用

39. 如何理解公共关系传播的内涵? 7-141

(1) 公共关系传播的主体是组织,不是专门的信息传播机构。

(2) 公共关系传播的客体由两部分组成,一部分是组织内部公众,一部分是与组织构成某种特定联系的外部公众。

(3) 公共关系传播以大众传播媒介为主要手段,以面对面的人际交流作为辅助手段。

40. 测定广告效果的方法有哪些? 8-181

测定广告效果,可以采取抽样调查法,同时也可以采用审查判断、再认识实验、再现实验、试销等方法。

41. 公共关系人员应当具备哪些心理素质? 9-194

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- (1) 良好的意志品质
- (2) 充分的自信心
- (3) 稳定乐观的情绪
- (4) 坚强的意志

五、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

42. 联系具体实例说明群体归属感、认同感和整体感对于组织发展的重要意义。 5-104

(1) 无论正式的群体还是非正式的群体, 其成员都有归属于其所在群体的一种情感, 这种情感就是归属感。有了这种归属感, 每个成员就会自觉地用群体的规范来要求自己, 说话、做事也会从群体的利益出发。不但如此, 群体的归属感还能使成员在行为上协调起来, 彼此相互支持, 相互理解, 把群体的困难看作是自己的困难, 把集体的荣誉视为自己的荣誉。特别是当群体取得了巨大荣誉时, 在群体归属感的作用下, 成员的自豪感会异常高涨。当然, 在群体受到压力或不公正对待时, 在归属感的作用下, 成员也会紧密团结起来, 采取一致的对策。例如, 在国际重大体育赛事上, 我国运动员取得了优异成绩, 海内外中国人都会感到由衷的高兴, 产生一种荣誉感。

(2) 群体认同感是成员在认识上与群体保持一致的情感。由于这种情感的作用, 群体中的成员在共同的兴趣和利益的驱使下, 对一些群体内外的原则问题和重大事件, 能够保持一致的看法, 怀有一样的情感, 意见也趋于一致。即使有些看法不很正确, 甚至是错误的, 群体成员也能因认同感而保持一致的态度。在日常生活中, 我们经常会遇到这样的情况, 当一个群体成员与群体外的他人发生争执时, 该群体的其他成员往往会无条件地支持这个成员。这就是群体认同感的最为典型的表现。

(3) 群体整体感是指群体成员对群体的一种总体感觉意识。在这种意识下, 群体成员会认为群体是一个有机的整体, 而不是一盘散沙。对于一个群体来讲, 成员的整体感越强烈, 他们维护群体整体形象的态度就会越坚决, 如果群体成员的整体感弱, 他们对群体的利益和形象就会不在乎。一旦群体成员的整体感没有了, 这个群体也就四分五裂, 不成为群体了。

43. 试以企业广告宣传为例, 分析在逆反心理作用下消费者公众的行为模式。 8-188

当广告宣传超出消费者公众所能接受的限度时,他们就会出现反感、抵触、排斥的心理体验,在这种逆反心理的驱使下,他们进而就会改变行为方向,开始相反的、新的决策过程。消费者公众的逆反行为要经历一系列的程序或阶段。

- (1) 对不恰当的广告宣传加以认识,并产生相反的心理体验;
- (2) 在逆反心理的作用下,对企业的广告宣传作出否定的评价,进而重新探索可能选择的各种相反的决策方案,并从中确定与不恰当广告宣传方向相反的最佳决策;
- (3) 将反向购买决策付诸实施。

考试课件网: <http://www.examebook.cn/>
——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案!

考试真题软件网: <http://down.examebook.com/>
——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题!

考试学习软件商城: <http://www.examebook.com/>
——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道!

自考备考三件宝:
自考笔记、
真题及答案、
录音课件!