

全国 2011 年 1 月自学考试公关心理学试题

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. 下列属于社会服务型公共关系活动的是(C) 1-6
A. 工作午餐 B. 茶话会
C. 扶贫救灾 D. 招待会
2. 增强组织凝聚力的关键因素是(D) 2-18
A. 组织利益 B. 组织领导人
C. 组织内部冲突 D. 组织目标
3. 影响公众心理最直接的因素是(C) 3-37
A. 社会环境 B. 公众自身
C. 组织行为 D. 文化传统
4. 最基本的情绪表现形式是(A) 3-44
A. 面部表情 B. 动作和姿态
C. 生理反应 D. 语言和语气
5. 下列关于激情的表述错误的是(B) 3-46
A. 激情是强烈爆发且时间短暂的情绪状态
B. 正常人的激情状态与完全失去理智者相同
C. 激情有积极与消极之分
D. 激情一般由生活中重要事件引起
6. 企业面对最多的、也最复杂的一类公众是(B) 4-64
A. 社区公众
B. 消费者公众
C. 新闻媒介公众
D. 政府部门公众
7. 一个人对某种事物给予优先注意的倾向性是指(C) 4-59
A. 能力 B. 需要
C. 兴趣 D. 动机
8. 从众行为和顺从行为最明显的区别在于(A) 4-88

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

- A. 是否自愿 B. 是否有外界压力
- C. 外界压力的强弱 D. 步调是否一致
9. 群体分成实际群体与假设群体的标准是(A)5-101
- A. 群体是否实际存在
- B. 群体构成原则
- C. 群体规模
- D. 群体发展水平
10. 在短时间内流行起来而马上又迅速平息的时尚状态称为(A)5-114
- A. 阵热 B. 时髦
- C. 时狂 D. 狂热
11. 下列属于组织形象的硬要素的是(D)6-123
- A. 组织成员的数量和质量
- B. 组织的方针政策和管理水平
- C. 组织的道德形象
- D. 组织的无形资产
12. 对于同一个社会组织, 同一时期不同的人会有不同的反映和评价; 同一个人在不同时期对组织的反映和评价也会有差异。这说明组织形象具有(C)6-119
- A. 客观性 B. 相对稳定性
- C. 主观性 D. 整体性
13. 下列不属于公众印象形成的模式中加权平均模式特点的是(D)6-129
- A. 人们会对早先形成的印象予以更大的权重
- B. 人们会对消极的评价予以更大的权重
- C. 人们会给予同先前印象一致的信息更大的权重
- D. 人们会对积极的评价予以更大的权重
14. 疑心重的人认为别人也不怀好意, 本性善良的人总不相信有人要加害于他。这种心理现象属于(A)6-135
- A. 投射效应 B. 刻板效应
- C. 晕轮效应 D. 近因效应
15. 公共关系传播的主要对象是(B)7-140
- A. 非目标公众 B. 外部公众
- C. 内部公众 D. 组织公众

16. 报纸发表的戒烟文章会很快得到反对吸烟者的认同, 而吸烟者则会表现出相反的情形。

这一现象证实的理论是(B) 7-147

- A. 枪弹论
- B. 个人差异说
- C. 社会范畴说
- D. 社会关系说

17. 在组织内部的沟通中, 公关传播者承担的角色是(B) 7-171

- A. 中介人
- B. 粘合剂
- C. 领导者
- D. 执行者

18. 社会距离尺度法的创立者是(D) 8-183

- A. 韦伯
- B. 马斯洛
- C. 李克特
- D. 布加达斯

19. “潘多拉效应”指的是(C) 8-187

- A. 价格逆反
- B. 自我价值保护逆反
- C. 过度禁止性逆反
- D. 广告逆反

20. 在所有交际障碍中, 最难排除的是(A) 9-201

- A. 职务障碍
- B. 对等障碍
- C. 职业障碍
- D. 性别障碍

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至少有两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. 组织的心理氛围反映了员工对组织的态度, 具体体现在(ABCDE) 2-17

- A. 员工的劳动态度
- B. 员工的职业道德
- C. 员工的责任感
- D. 员工的心理需要
- E. 员工对自己工作社会价值的看法

22. 公共关系意义上的公众是(BCE) 3-29

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

- A. 社会生活中所有的人
- B. 具体的、特定的群体
- C. 与某一社会组织相联系的群体
- D. 抽象的、泛指的人群
- E. 面对同一问题并有不同看法的人而组成的群体

23. 心境的基本特点有(ABD)3-45

- A. 持久性
- B. 弥散性
- C. 无对象性
- D. 微弱性
- E. 暂时性

24. 社区公众的需要包括(CDE)4-66

- A. 求信心理需要
- B. 获取信息的需要
- C. 社区发展的需要
- D. 环境保护的需要
- E. 社区稳定的需要

25. 个体公众的服从行为包括(AB)4-90

- A. 在一定的有组织的群体规范影响下的服从
- B. 对权威人物的服从
- C. 对统治阶级的服从
- D. 对伟大人物的服从
- E. 对自然规律的服从

26. 下列关于流言的说法正确的有(BCDE)5-114

- A. 流言的传播时间比时尚长久
- B. 流言的产生主要是正常的信息渠道受到阻碍
- C. 流言不足信、不可取
- D. 流言不能作为说明问题的凭证
- E. 流言的传播一般为口头形式

27. 组织形象的客观性体现在(BCE)6-119

- A. 组织形象的评价是客观的
- B. 组织形象的原型是客观的
- C. 组织形象的形成过程是客观的
- D. 组织形象的认识是客观的
- E. 组织形象形成后的状况是客观的

28. 具有代表性的印象管理理论有(ABC)6-136

自考备考三件宝：
自考笔记、
真题及答案、
录音课件！

- A. 符号相互作用论 B. 自我表现论
C. 情景认同论 D. 主体关系论
E. 情景反映论
29. 公众态度的结构包括(ABC)8-177
A. 公众态度的认知成分 B. 公众态度的情感成分
C. 公众态度的行为成分 D. 公众态度的文化背景
E. 公众态度的对象
30. 公关人员应当具备的能力有(ABCDE)9-196
A. 应变能力 B. 宣传能力
C. 交往能力 D. 创造能力
E. 论辩能力

三、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

31. 理智感 3-48

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。

32. 公众群体 5-96

公众群体(简称群体), 是相对于公众个体而言的, 它是社会公众存在的一般形式, 通常是指具有共同利益与共同需要的公众个体在一定的社会活动中组合而成的共同体。

33. 舆论 5-115

舆论又称社会舆论。指在社会上或群体中人们对普遍关心的人和事公开地发表一致性的意见。

34. 印象管理 6-135

所谓印象管理, 是指交往者通过对自我形象的塑造和修饰, 以期在他人头脑中形成良好印象的过程。

35. 公共关系传播 7-139

公共关系传播是一种有组织、有计划、有一定规模的信息交流活动。

四、简答题(本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分)

36. 简述情绪和情感的联系与区别。 3-43

- 一、联系是指两者都属于同一类心理过程。
二、区别在于:

(1) 情绪是人和动物共有的心理活动, 是一种自发的、原始的、与人(包括动物)的生理需求紧密联系的心理体验。而情感是人独有的心理活动, 它是由人的高级社会性需要满足与否而引起的内心体验。

(2) 情绪带有情境性、不稳定性和易变性的特点。情感具有稳定性、深刻性的特点。

(3) 情绪通常表现于外部, 具有较明显的冲动性; 情感则较为深沉和内隐, 有时深埋于心底, 不易被发觉。

37. 简述群体发展的基本阶段。5-100

(1) 初创阶段

(2) 磨合阶段

(3) 稳定阶段

(4) 操作阶段

(5) 中止阶段

38. 简述个体加入群体的必要性。5-98

(1) 加入群体有助于满足我们的一些重要的心理和社会的需要。

(2) 加入群体可以帮助我们达到各种目标, 而这些目标作为个人是不可能达到的。

(3) 参加群体有助于我们获得某些知识和信息, 这些知识和信息是我们在别处无法获得的。

(4) 获得群体的成员资格有助于得到社会认同。

39. 简述公共关系传播中人际交往的重要性。7-164

人际交往手段对于组织传播来说是十分重要的。其重要性就在于:

(1) 人际交往是大众传播手段的有力补充;

(2) 良好的人际关系是组织发展的重要前提;

(3) 人际交往是消除组织内部及外部冲突的良方。

40. 简述应对逆反心理及行为的策略。8-189

(1) 根据相关公众的感受限度, 调整公共关系传播的内容和强度, 避免逆反心理的产生。

(2) 及时采取引导和调节措施, 力求在萌生阶段使逆反心理得到扭转。

(3) 有意设置刺激诱因, 促成预期的逆反行为。

41. 如何增强公关人员的应变能力?9-198

(1) 需要积累丰富的实践经验, 这样才能胸有成竹;

(2) 培养稳定的情绪, 沉着的态度, 这样才能忙而不乱, 有条不紊;

(3) 善于分析、总结典型的公关案例, 学习其中的经验, 发现其中不够完善的地方, 提出进一步改进的建议。

五、论述题(本大题共2小题, 每小题10分, 共20分)

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

42. 试述个体公众利他行为产生的原因。4-93

个体公众之所以会产生利他行为,究其原因,既有主观因素,也有客观因素。这些因素主要包括:

(1) 个人因素。

主要是指个人的身份特点。身份特点包括性别与年龄。心理学研究表明,一些需要较大体力投入的助人行为,女性不如男性主动;其他方面的助人行为无性别差异;利他行为与年龄有一定的关系。

(2) 人格特点。

人格特点是指个人品质,这是利他行为发生与否的最重要的个人因素。

(3) 情境因素。

人们的利他行为与当时情境有关。如果人们看到别人都在做好事情,为人民服务,自己也就产生了做好事的愿望,这种从众行为,系模仿或受暗示所引发。

(4) 被帮助者的特点。

被帮助者的特点主要指性别、年龄、仪表等。大部分研究发现,女性被帮助的机会多于男性,这主要是因为男子在体力上比女子强;而且社会规范强调,身强力壮的人应该帮助弱者。老年人与幼儿都能比较多地得到别人的帮助。一些心理学家还发现,人们的穿着、仪表也是影响别人是否愿意帮助他们的因素。如果一个人穿着奇装异服,招摇过市,即使他遇到困难,也较少获得别人的帮助与同情,因为人们往往会认为他是自作自受,帮助这种人不会获得精神上的安慰。

43. 试述影响传播效果的主要因素。7-160

一、语言障碍

公关传播主要是利用语言进行的传播,所以,“编码”和“译码”的双方是否对语言的词汇含义作出同样的解释,是传播能否顺利进行的关键。人们对某一词汇含义的解释和理解,是由其职业、年龄、受教育情况、地域、环境、经历等多种因素决定的。由于这些因素是客观存在的,不以人的意志为转移,因此,在许多情况下,即使人们全力投入传播过程,也不可能完全按照传播者的意图去理解某个词的意思。这时,“传而不通”的情形就出现了。

二、信息失真

虚假信息最容易引起受众的反感。因为受众加入信息传播行列,是想了解外界环境的变化,使自己适应客观形势的要求。而虚假宣传给予受传者的,却是与现实世界有着很大距离的东西,受传者据此采取的行动很难达到理想的目标。常见的有以下几种:(1)无中生有,向壁虚构;

(2) 以偏赅全,为我所需;

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

(3) 道听途说, “合理想象”;

(4) 张冠李戴, 导演摆布。

三、言论“一边倒”

事物的发展变化是多方面的, 既有积极的, 又有消极的; 既有成功, 又有失败; 既有主流, 又有支流; 既有经验, 又有教训。人们对事物的看法也是复杂多样的, 不可能完全一致。可是, 我们的一些宣传报道 (包括政党组织和经济、文化组织的报道) 却常常摆脱不掉“非好即坏”、“非坏即好”的模式, 讲成绩, 就说得完美无缺, 谈问题, 就说得一无是处; 先进人物必须是“高大全”, 容不得半点缺欠与不足。这种“一边倒”的模式, 使许多报道片面性大, 透明度差, 容易引起受众的反感。

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!