

全国 2012 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。

- 下列属于实证研究方法的是(A) 1-10
A. 个案法
B. 系统分析法
C. 比较法
D. 动态研究法
- 公共关系的主体是(B) 2-16
A. 公民
B. 组织
C. 群众
D. 公众
- 影响公众心理的最直接因素是(D) 3-37
A. 公众自身
B. 社会文化
C. 社会舆论
D. 组织行为
- 最基本的情绪表现形式是(C) 3-44
A. 语言
B. 动作
C. 面部表情
D. 生理反应
- 人脑对客观事物的延续性、顺序性的反映是(D) 3-39
A. 空间知觉
B. 运动知觉
C. 意向知觉
D. 时间知觉
- 一个人对某一事物采取积极态度趋向的主要根源是(B) 4-59
A. 动机
B. 兴趣
C. 需要
D. 利益
- 美国心理学家伏隆提出的激励理论是(C) 4-75
A. 公平理论
B. 需要层次理论
C. 期望理论
D. 双因素理论
- 影响个体公众利他行为发生的最重要的个人因素是(C) 4-93
A. 身份特点
B. 情境因素
C. 人格特点
D. 被帮助者的特点
- 一定时期内, 在社会上或群体内互相传播的共同关心的消息是(B) 5-114
A. 舆论
B. 流言
C. 习惯
D. 知识
- 属于组织形象硬要素的是(D) 6-122
A. 组织成员的业务水平
B. 组织的群体心理氛围
C. 组织的道德形象
D. 组织的地理位置
- 在公众印象形成过程中, 组织是(B) 6-125
A. 印象者
B. 被印象者
C. 知觉者
D. 认知者
- 交往者通过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是(A)

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

6-135

- A. 印象管理
B. 形象管理
C. 组织管理
D. 社会管理
13. 关于公关传播的说法, 正确的是(D) 7-140
A. 主体是专门的信息传播机构 139
B. 客体只有内部公众
C. 客体只有外部公众
D. 以大众传媒为主要手段
14. 在公关信息传播过程中, 达到传播目的的首要条件是(C) 7-150
A. 使受传者看到实现目标的途径
B. 传播途径具体、简便
C. 引起受传者对信息的注意
D. 使受传者接纳部分信息
15. “道听途说, 合理想象”属于公关传播中的(C) 7-162
A. 言论一边倒
B. 语言障碍
C. 信息失真
D. 学识障碍
16. 在横向沟通中, 组织传播者扮演的角色是(D) 7-174
A. 吹鼓手
B. 推动者
C. 引领者
D. 联络员
17. 公众态度形成的根基是(B) 8-177
A. 行为成分
B. 认知成分
C. 倾向成分
D. 情感成分
18. 在加权平均模式中, 人们通常会(A) 6-129
A. 特别注意与自己的目的和判断相关的信息
B. 对积极的信息予以更大权重
C. 对可信度低的信息予以较大权重
D. 对后来形成的印象予以更大的权重
19. 公关人员必须具备的首要心理素质是(B) 9-194
A. 充分的自信心
B. 良好的意志品质
C. 稳定乐观的情绪
D. 坚强的意志
20. 由交际双方在某一方面或在几个方面“位势”相当所引起的交往障碍是(A) 9-205
A. 对等障碍
B. 关系障碍
C. 年龄障碍
D. 职务障碍

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. 组织心理氛围的核心内容包括(ABCE) 2-18
A. 组织的凝聚力
B. 组织的士气
C. 组织成员的集体意识
D. 组织成员的归属感
E. 组织成员的主人意识
22. 以群体构成原则为标准, 可将群体分为(AB) 5-102
A. 正式群体
B. 非正式群体
C. 松散群体
D. 实际群体
E. 假设群体
23. 心境的特点包括(ACD) 3-45
A. 持久性
B. 短暂性

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

- C. 微弱性
E. 爆发性
24. 人的良好意志品质有(ABDE) 3-53
A. 自觉性
B. 果断性
C. 独断性
D. 自制力
E. 坚韧性
25. 下列属于印象管理理论的有(CDE) 6-136
A. 社会范畴说
B. 个人差异说
C. 自我表现说
D. 符号相互作用论
E. 情景认同论
26. 群体领导心理的表现形式有(ABCDE) 5-108
A. 优越感
B. 压力感
C. 威望感
D. 用权感
E. 自卑感
27. 顺从行为和从众行为的共同点有(AC) 4-89
A. 都表现为行为上的服从
B. 都表现为内心的服从
C. 都迫于外界的压力
D. 都排斥外界的影响
E. 都是公众个体行为
28. 自我评定法包括(BE) 8-183
A. 问答法
B. 总加量表法
C. 投射法
D. 语句完成法
E. 社会距离尺度法
29. 公关人员在收集、贮存和处理信息时, 应注意保证信息的(CD) 9-199
A. 及时性
B. 准确性
C. 有效性
D. 适用性
E. 抽象性
30. 公关人员应具备的能力有(ABCDE) 9-196
A. 应变能力
B. 认知能力
C. 论辩能力
D. 创造能力
E. 审美能力

三、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

31. 组织凝聚力 2-18

答:

组织凝聚力也叫组织内聚力, 它既包括组织对成员的吸引力, 也包括成员对组织的向心力以及成员之间的相互吸引力。

32. 群体归属感 5-104

答:

成员对群体产生向心力的一种特殊的情感表现。

33. 社会组织形象 6-118

答:

简称组织形象, 是组织的客观状态在公众心目中的综合印象, 即公众对组织的客观状态所作的概括而又抽象的反映。

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

34. 公众群体 5-96

答:

答:

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。

35. 公众态度 8-176

答:

公众对组织所持有的评价和行为倾向。

四、简答题(本大题共6小题,每小题5分,共30分)

36. 影响组织凝聚力的主要因素有哪些?2-18

答:

- (1) 组织的目标;
- (2) 组织的利益;
- (3) 组织领导人对组织凝聚力的影响;
- (4) 组织成员心理满足程度对组织凝聚力的影响;
- (5) 组织内部冲突的解决状况对组织凝聚力的影响。

37. 简述公众心理的特点。3-31

答:

- (1) 相同性;
- (2) 关联性;
- (3) 利益性。

38. 简述群体发展的五个阶段。5-100

答:

- (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。

39. 影响公众印象形成的心理效应有哪些?6-130

答:

- (1) 优先效应;
- (2) 近因效应;
- (3) 晕轮效应;
- (4) 刻板效应;
- (5) 投射效应。

40. 简述公共关系传播的基本要素。7-141

答:

- (1) 传播者;
- (2) 信息;
- (3) 渠道;
- (4) 受传者;
- (5) 传播效果。

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

41. 公众逆反心理的表现形式有哪些?8-185

答:

- (1) 感觉逆反;
- (2) 广告逆反;
- (3) 价格逆反。

五、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

42. 试述营造组织良好心理氛围的意义。2-24

答:

- (1) 能够满足成员的心理需要。

人有多种需要, 其中最基本的有五种, 即生理的、安全的、社交的、自尊的和自我实现的需要。良好的心理氛围使组织成员中洋溢着关怀、信任、温暖、友谊和互爱的气氛; 每个人都为自己是该组织中的一员感到高兴和自豪; 个人的人格受到他人的尊重, 能力和才华能得到较好的发挥; 人们普遍充满了自信心和成就感。组织成员在这样的心理氛围中工作、学习和生活, 能使自己的基本心理需要得到较好的满足。

- (2) 有利于提高工作效率。

心理学的调查显示, 在大多数情况下, 个体在群体中的工作效率往往比个体单独工作时要高, 这就是所谓的群体促进作用。

- (3) 有利于制定合理的组织规范。

为了保持组织的一致性, 每个组织都有它独特的、组织成员必须遵守的行为标准或准则, 这就是组织规范。良好的心理氛围有利于形成积极、合理的组织规范。组织规范一旦形成, 就会对组织成员的行为产生很强的约束力, 要求每个成员认真遵守。在良好的组织心理氛围之下, 组织成员对组织有强烈的认同感, 会自觉遵守组织规范。

- (4) 有利于产生优秀的领导人。

一个组织的生存和发展, 领导者是关键。而优秀领导者的产生与组织良好的心理氛围有着直接的关系。

43. 试述“有限效果论”的主要内容及其启示。7-156

答:

- (1) 主要内容

“有限效果论”认为, 大众传播的影响力不可低估, 但也不能任意夸大。一般说来, 受传者使用传播媒介, 并不是希望通过它改变自己的观念, 而是希望它能够支持或证实自己的所思所想是正确的, 以维持心理平衡。如果传播内容能够给受传者带来新的事实, 新的经验, 以证实他的所作所为是正确的, 人们是赞同他的观点的, 他就乐于接受; 如果传播内容给他带来的是内心的矛盾和冲突, 那么, 选择性的因素就会出来干扰: 选择性接受的因素会使受传者不去接受那些危及自己观念的传播内容; 选择性理解的因素会帮助受传者曲解那些自己回避不了的信息内容; 选择性记忆的因素则会帮助受传者尽快忘掉那些自己讨厌、反感的传播内容。

- (2) 启示

“有限效果论”提示我们, 受众对组织的传播内容并不是“来者不拒”, 而是有所排斥的。传播者发出的信息内容若不能引起受传者的共鸣, 说不到他们的心坎上, 宣传效果就一定不好。为了避免这种偏差, 组织的传播者应当全面了解受众, 搞清楚他们究竟是哪一类人, 其年龄、职业、文化水平、经济条件大体是什么状况, 了解他们的意见、情绪以及各种不同的需要与爱好。只有对群众的精神和物质需要保持敏锐的注意力, 充分反映他们的呼声、愿望和要求, 组织传播的内容才能符合实际, 符合人民的心愿, 才能最大限度地吸引他们, 取得理想的宣传效果。

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