

绝密 ★ 考试结束前

## 全国 2013 年 10 月高等教育自学考试

# 公关心理学试题

课程代码: 00643

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

### 选择题部分

#### 注意事项:

1. 答题前, 考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

2. 每小题选出答案后, 用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动, 用橡皮擦干净后, 再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

#### 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, 请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 将心理学划分为发展心理学、动物心理学、比较心理学、变态心理学的标准是 ( B ) 1-1

- A. 研究领域
- B. 研究主体
- C. 研究方法
- D. 研究客体

2. 研究者在严密控制的环境条件下有目的地给被试者一定的刺激以引发其某种心理反应, 并加以研究的方法称 ( C ) 1-12

- A. 测验法
- B. 观察法
- C. 实验法
- D. 个案法

3. 影响组织凝聚力的最直接因素是 ( A ) 2-19

- A. 组织的利益
- B. 组织领导人的个人魅力
- C. 组织成员心理满足程度
- D. 组织内部冲突的解决状况

4. 在海上飞行时, 由于海天一色, 飞行员找不到自然环境中的视觉参考标志, 很容易将倒飞着的飞机感知为正飞的, 这种知觉属于 ( B ) 3-40

- A. 幻觉
- B. 错觉
- C. 空间知觉
- D. 运动知觉

5. 忌讳风俗具有强大的历史延伸力量, 这种现象属于 ( C ) 3-36

- A. 社会舆论
- B. 社会规范
- C. 社会文化
- D. 社会价值

6. 自制力是指 ( C ) 3-55

- A. 人对行动的目的及意义有明确而深刻的认识



18. 公众态度形成的根基是 ( D ) 8-177

- A. 行为成分
- B. 倾向成分
- C. 情感成分
- D. 认知成分

19. “公关人员在与他人交往的过程中, 称呼适当, 措词委婉, 目光专注, 应对自如”, 这种表现属于 ( C ) 9-197

- A. 社会交往态度
- B. 社会交往技巧
- C. 社会交流艺术
- D. 社会宣传技巧

20. 在现实生活中, “不做朋友的敌人之朋友”已成为公理, 这种人际交往中的心理障碍属于 ( B ) 9-205

- A. 职业障碍
- B. 关系障碍
- C. 环境障碍
- D. 对等障碍

## 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, 请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 公共关系心理学与普通心理学的区别在于 ( ABCDE ) 1-2-3

- A. 普通心理学侧重于研究人的内在心理活动, 而公共关系心理学注重考虑人的心理与行为之间的关系
- B. 普通心理学侧重于研究人的心理活动的一般规律, 而公共关系心理学则从公共关系活动的特定情境出发
- C. 普通心理学主要研究自然的、未经修饰的刺激环境所引起的(人的)心理反应及心理反应过程, 而公共关系心理学则重点研究人们因公共关系活动而产生的心理反应和心理定势
- D. 公共关系心理学派生于普通心理学
- E. 普通心理学是公共关系心理学的理论基础

22. 组织心理氛围的核心内容包括 ( ABCD ) 2-18-22

- A. 组织凝聚力
- B. 组织的士气
- C. 组织成员的集体意识
- D. 组织成员的主人意识
- E. 组织成员的传统习惯

23. 情感与情绪的区别在于 ( BCDE ) 3-43

- A. 情感具有易变性和情境性
- B. 情感是由人的高级需要引起的
- C. 情感是人独有的心理活动
- D. 情感具有稳定性和深刻性
- E. 情感是自发的原始的心理活动

24. 人们兴趣的差异性主要表现在 ( ACDE ) 4-61

- A. 兴趣指向的差异性
- B. 兴趣空间的差异性
- C. 兴趣范围的差异性
- D. 兴趣时间的差异性
- E. 兴趣强度的差异性

25. 群体领导心理的表现形式主要包括 ( ABCDE ) 5-108

- A. 自卑感
- B. 竞争感
- C. 相容感
- D. 优越感
- E. 压力感

26. 群体公众心理定势的表现形式有 ( BCDE ) 5-114

- A. 自卑
- B. 时尚

- C. 流言  
D. 舆论
- E. 习俗
27. 下列选项中, 属于印象管理理论的有 ( ACD ) 6-136
- A. 符号相互作用论  
B. 个人差异说  
C. 自我表现论  
D. 情景认同论  
E. 社会范畴说
28. 刻板效应形成的途径包括 ( ABC ) 6-134
- A. 由认知主体类型造成  
B. 通过第三条渠道得到的信息而形成  
C. 由历史原因造成  
D. 由认知对象造成  
E. 由地理环境造成
29. 下列对公众态度进行测量的方法中, 属于对广告效果进行测定的方法有 ( ABCE ) 8-180-181
- A. 审查判断法  
B. 再认识实验  
C. 再现实验  
D. 投射法  
E. 试销
30. 公关人员应具备的心理素质包括 ( ABDE ) 9-194-195
- A. 良好的意志品质  
B. 充分的自信心  
C. 公道正派、谦虚团结  
D. 稳定乐观的情绪  
E. 坚强的意志

## 非选择题部分

### 注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上, 不能答在试题卷上。

### 三、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

31. 个案法 1-12

答:

对某一个体、群体或组织在较长时间里(几个月、几年乃至更长的时间)连续进行调查、了解、收集全面的资料, 从而研究其心理发展变化的全过程, 这种方法称为个案法(个案研究)。

32. 果断性 3-54

答:

果断性是指人能够迅速而合理地决断, 及时采取决定并执行决定。具有果断性品质的人, 能敏捷地思考行动的动机、目的、方法和步骤, 清醒地估计可能出现的结果。

33. 需要 4-61

答:

需要是个体缺乏某种东西时所产生的一种主观状态, 它是客观需求在人脑中的主观反映。

34. 晕轮效应 6-132

答:

晕轮效应又称光环效应,是指人们在交往过程中从交往对象的某种特征推及对象的总体特征,从而产生美化或丑化对象的认知偏差或倾向。

35. 社会关系说 7-148

答:

德福洛认为,受传者不但有着不同的个性特征,分属于不同的组合体,而且,他们还处在一定的社会团体(社会关系)中,受着团体成员的影响。这种复杂的社会关系能够加强或削弱(通常是削弱)媒介的力量。

四、简答题(本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分)

36. 简述群体集体意识的特点。 2-22

答:

作为集体的群体意识至少应该具备三个特点:

- (1) 一是集体成员对集体有认同感、归属感,能够服从组织决定,遵守组织章程,上下级之间、同事之间有着良好的沟通和协作关系,领导者和一般员工关系平等,具有良好的凝聚力和较高的士气;
- (2) 二是集体成员对集体有责任感,能够以饱满的热情对待工作,能够按质、按量、按时地完成和超额完成组织交给的任务,能自觉地关心集体,参与组织的管理,必要时肯为集体作出牺牲;
- (3) 三是集体成员具有共同的集体荣誉感,先进能够帮助后进,后进能够虚心向先进看齐,很少有忌妒、固步自封等不良现象。在集体取得成就时,成员为集体而自豪,在集体遇到挫折时,成员不气馁、不互相埋怨,能以积极的态度群策群力、共度难关。

37. 简述从众行为与服从行为的异同。 4-91

答:

从形式上看,服从与从众具有共同点,二者的行为都属于附和行为,但二者又有着本质上的区别。

- (1) 服从是被迫的,即对行政命令、群体规范或权威意志的服从,是无条件的服从,不管是理解的还是不理解的,都得服从。从众不是对群体规范的服从,而是对社会舆论的压力的随从。
- (2) 从众也可能表现为一种违反心愿的遵从,它与服从的不同之处就在于,它不是对群体或权威的明文规定的执行,而是在群体压力下的随从行为。
- (3) 在生活中有服从也有不服从,虽然许多人都是按照群体的规范或权威的意志去行事,但并不是任何人在任何场合都无条件地服从。
- (4) 如果群体的规范或权威的要求不合理,或者群体的规范、权威的要求虽然合理,但不符合个人需要时,个人会表现为不服从。

38. 简述大众传播媒介的特点。 7-140

答:

大众传播媒介本身的特点有：

(1) 首先，它具有普遍性的特点。大众传播媒介，无论是报纸、广播还是电视，几乎家家必备，人人必听、必看，影响面非常广；它可以满足不同职业、不同年龄、不同文化程度的受众的需要，选择性亦很强。因此，借助于大众传播媒介，能够达到与理想的传播对象接近的目的。

(2) 其次，它具有迅速、及时的特点。由于科学技术的发展和交通、通讯条件的改善，今天的大众传播媒介能够以最快的速度向公众传递信息。

### 39. 简述公关传播的致效原则。7-158-159

答：

公关传播致效的基本原则归纳为三点：

(1) 传播者要有“可信度”。从心理学的角度讲，人们相信权威，习惯于接受来自权威的信息，易被有威望的传播者说服并接受他们的观点。而威望取决于传播者有无学识，是否客观、公正以及这两种素质是否为传播对象所承认。

(2) 正反面意见并陈。美国心理学家霍夫兰在对美国军队的宣传效果进行研究时发现，当受众的观点与传播者的意愿不一致时，将正反两方面的意见同时摆出来，比单方面的宣传更为有效。

(3) 逐步接近公众。一些社会心理学家认为，在说服与被说服的关系中，要想达到预期目的，必须分阶段提出要求，逐步向公众靠拢，不能急于求成。如果要求过高，不但难以说服对方，反而会使人产生“拒绝心理”。

### 40. 简述公众态度的直接测定方法。8-182-184

答：

测定态度有以下几种方法：

#### (1) 自我评定法

自我评定法，被视为是对公众态度测试的最有效的方法之一。这种方法有两种方式，即总加量表法与社会距离尺度法。

#### (2) 自由反应法

自我评定法主要是测定态度的情感成分，而且所获结果常常以数字来表示。有些时候，人们还必须了解态度的认知成分，这就需要让被测者作自由反应。

#### (3) 行为观察法

观察公众的行为，可以用来估计公众对组织的态度，而且还可以不使本人察觉，从而获得比较可靠的材料。运用行为观察法时，须同时结合被测公众在上述几种测试中所表示出来的态度，加以相互印证，才有一定的可靠性。一般不宜单以观察行为来确定公众态度。

### 41. 简述公关人员应具备的职业道德素质。9-193

答：

公共关系人员职业道德主要包括以下几方面的内容：

#### (1) 克尽职守，诚实信用

塑造组织的良好形象，为组织的生存和发展创造良好的环境，对公共关系事业的发展作出贡献，是公共关系人员的

基本工作和根本任务。

(2) 努力学习, 有效工作

公共关系是实干的事业, 因此, 公共关系人员职业道德水平如何, 不但要看其有无自觉履行职责的愿望, 还要看其有无出色地履行职责的过硬本领, 公共关系人员干好公共关系工作凭实力, 凭真才实学, 凭对公共关系理论和实务知识的全面掌握和熟练、灵活的运用。

(3) 廉洁奉公, 不谋私利

公共关系工作是服务于公众、服务于组织、服务于社会的工作。

(4) 公道正派, 谦虚团结

公共关系事业是高尚的事业, 献身于这一事业的公共关系人员应有高尚的品德。

## 五、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

42. 试述外部因素对公众心理的影响。3-33、34、35、36、37

答:

影响公众心理的外部因素包括组织行为、社会环境:

### 一、社会环境因素

社会环境对公众心理的影响, 主要表现在社会规范、社会文化、社会舆论等方面。

#### 1、社会规范

社会规范是社会为了自身的延续而向自己的成员提出的行为上的要求, 每一个生活在社会中的人都必须遵守。自出生之日起, 我们所处的社会环境就不断地通过各种心理气氛和期待让我们意识到, 为了更有效地生活和更成功地扮演特定社会角色, 就必须使自己对特定情境的心理反应与相应的社会规范相适应。同时, 我们社会交往中的经验与教训也在不断强化这种意识。

#### 2、社会文化

社会文化是社会整体性的产物, 它一旦产生就陶冶着每一个社会成员的思想、观念、态度与情操, 并以价值观念的形态积淀于民族心理意识之中, 在现实生活中发挥程度不同、功能不一的社会心理效应。社会文化产生的心理影响还突出地表现在忌讳风俗上。忌讳风俗是人类最普遍的社会文化现象之一, 也是构成公众心理定势的一种传统而常见的表现形式。社会文化对公众心理的影响具有广泛性和稳定性, 即它会在大多数社会成员身上产生作用, 形成共同的或相似的心理烙印。而且, 只要社会文化环境不变, 其心理影响亦保持相对恒定。

#### 3、社会舆论

社会舆论也可以称为公众意见。它对公众心理的影响主要表现在压力作用和强化作用两个方面。

### 二、组织行为因素

组织行为是影响公众心理的最直接的因素, 因为公共关系活动本身就是组织主动影响公众心理的过程。就影响方式而言, 组织的许多行为表现及标识特征是自觉的、有目的的, 即有着明确的影响公众心理的意图或动机, 积极主动地采用各种有效方法让公众加以认知和体验, 并期望公众心理产生预想效果。当然, 也有一些行为表现或标识特征是不自觉的或无意识的, 即并非有目的地着眼于公众的心理反应。至于是产生良好影响还是产生不良影响, 则主要取决于能否切合公众心意或能否满足公众需要。

43. 试述公关人员针对公众的逆反心理及行为的应对策略。8-189-190

答:

(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。

多数情况下, 逆反心理是由于刺激过度造成的, 因此, 适当调整公共关系传播的信息量以及时间和强度, 使之与公众的感受能力相适应, 是预防逆反心理的首要策略。公共关系人员切不可仅凭主观意愿, 任意采取高强度、全方位、连续轰炸式的传播方式。而应采取间断式、有节奏、适度的刺激方式, 以便使公众在接受刺激后, 形成正常的心理体验和行为反应。

(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。

某些逆反心理的产生, 往往是由于信息获取不全面, 接收了失真或错误的信息, 对信息发出源不信任, 或者对未来趋势不准确的判断和预期等原因造成。针对这种情况, 公共关系人员应采取各种引导和调节措施, 向公众全面、准确地提供有关信息, 满足公众的知情权; 尽量选择专家、权威部门、有影响力的新闻媒介作为信息发出源, 使公众打消疑虑, 增强信任感; 通过有效引导和调节, 力求使刚刚出现的逆反心理消除在萌芽状态, 避免其形成稳定的态度, 并进一步转化为逆反行为。

(3) 有意设置刺激诱因, 促成预期的逆反行为。

实际上, 公众产生逆反心理不全是坏事, 如果进行合理的引导, 也可以变坏事为好事。例如对于不熟悉、不了解的新奇事物, 公众往往具有强烈的好奇心, 特别是在信息通道受到人为阻隔的情况下, 更易激发其探求真相的欲望, 这就是我们前面提到的禁果逆反。利用这一心理特点, 公关人员可以对所要传递的信息采取欲扬先抑的方法, 从反向促使公众主动寻求接收信息。例如, 国外某啤酒商别出心裁地在路旁设置小木屋, 四面挖有小孔, 同时贴出“禁止观看”的字样, 过往行人出于好奇争相窥视, 只见屋内置一酒桶, 酒香扑鼻而来, 引得人们购买欲望大增。