

سوالات استخدامی اصول قناع، تبلیغات و افکار عمومی (پاسخنامه تشریحی)

www.topsoal.ir

تاپ سوال - مرجع اخبار، منابع و سوالات استخدامی

تیم آموزشی تاپ سوال با تلاش فراوان این بسته مطالعاتی را گردآوری و ثبت نموده است هر گونه کپی برداری کل یا بخشی از این بسته غیرقانونی بوده و متخلفان تحت پیگرد و اقدامات قانونی قرار خواهند گرفت.

درس اصول قناع، تبلیغات و افکار عمومی

۱- کدام یک از موارد زیر، دقیق ترین تفاوت میان اقناع و تبلیغ را نشان می دهد؟

- (۱) اقناع منطقی است و تبلیغ احساسی
- (۲) اقناع بر پایه گفت و گوست، تبلیغ یک سویه است
- (۳) اقناع ابزار رسانه ای ندارد، تبلیغ دارد
- (۴) اقناع برای منفعت فردی است، تبلیغ برای جمع

پاسخ تیم آموزشی تاپ سوال: گزینه ۲

اقناع فرایندی دوسویه است که شامل تبادل استدلال میان فرستنده و گیرنده پیام است، در حالی که تبلیغ عموماً یک سویه و از سوی نهاد یا قدرتی خاص اعمال می شود.

۲- مهم ترین ویژگی افکار عمومی در نظریه های ارتباطی چیست؟

- (۱) تغییر ناپذیری در بلندمدت
- (۲) مقاومت در برابر رسانه ها
- (۳) سیال بودن و تأثیر پذیری از محیط
- (۴) شکل گیری فقط از طریق نظرسنجی

پاسخ تیم آموزشی تاپ سوال: گزینه ۳

افکار عمومی ویژگی ای پویا دارد که تحت تأثیر رسانه ها، تجربه های اجتماعی و بحران ها به سرعت تغییر می کند، به ویژه در شرایط رسانه ای امروز.

۳- اصلی ترین هدف تبلیغ در بستر سیاسی چیست؟

- (۱) افزایش فروش محصول
- (۲) حفظ سلطه ایدئولوژیک
- (۳) آموزش شهروندان
- (۴) تقویت مشارکت انتخاباتی

پاسخ تیم آموزشی تاپ سوال: گزینه ۲

در تبلیغات سیاسی، هدف اغلب حفظ یا تحمیل نوعی چارچوب فکری یا ایدئولوژی به توده‌هاست تا کنترل اجتماعی و سیاسی استمرار یابد.

۴- کدام یک از تعاریف زیر با تعریف کلاسیک تبلیغات مطابقت ندارد؟

- (۱) پیام سازمان یافته برای تأثیر بر نگرش
- (۲) ارتباط هدفمند برای تغییر رفتار
- (۳) تعامل فکری میان دو طرف پیام
- (۴) استفاده از رسانه برای اقناع جمعی

پاسخ تیم آموزشی تاپ سوال: گزینه ۳

تبلیغات کلاسیک عموماً تعامل دوسویه ندارد و مبتنی بر یک‌سویه بودن و انتقال مستقیم پیام از فرستنده به گیرنده است.