**2014年海南公务员考试申论真题及参考解析**

**注意事项**

**申论考试是对应试者阅读能力、贯彻执行能力、解决问题能力和文字表达能力的测试。**

**作答参考时限，阅读材料40分钟，作答110分钟。**

　　仔细阅读给定材料，按照后面提出的“作答要求”作答。

　　给定材料

　　材料1:

　　大批赴美志愿者汉语教师也在美国校园和社区内担当着文化使者的角色。来自四川绵阳的高中教师王琼就是其中之一。为期一年的赴美教学经历给她、她的美国学生乃至美国“街坊邻居”都留下珍贵记忆。

　　小琼在俄克拉何马州一座小城执教，借住在一对老夫妇家中。小城只有一家沃尔玛超市。用男主人加里的话说，“全镇人几乎互相都认识”。这个四川姑娘每次出门都会被当地人认出来，很多人都会友善地同她打招呼。

　　文化交流归根结底是人的交流、感情的交融。小琼说，自己在2008年汶川大地震中不幸失去双亲，很长时间难以从悲伤中走出来，但这对美国老夫妇的悉心照顾、小镇居民的热情让她真切感受到人间真情。

　　和其他汉语教师一样，小琼也配备了介绍中国文化的“资源包”，内容从神话故事、历史名人到古典名着不一而足。不过，在和孩子们的接触中，她本身就是当地人了解中国的一个“资源包”。“你们也有手机么？”“家中有电视吗？”一个个问题背后是美国孩子对中国的不了解。当然，在打开“资源包”的同时也不可避免引发价值观碰撞。“美国老师不加班、中国老师爱加班”，“中国人爱储蓄”，甚至小琼想起万里之外家人时充盈的泪水，都让孩子们乃至大人们真切地感知着“中国人”的家庭观念，碰撞后带来的是了解和欣赏。

　　“我们觉得她是最好的‘中国制造’。”加里对记者幽默道，“如果你要派出中国文化大使，选我们的琼准没错。”

　　当记者在世界各地问起:“谈起中国文化,你会想到什么?”在赤道边的春城内罗华中非关系专业在读研究生瑟库拉:“孔子,我会想到他”。我上过不少有关中国外交、非中关系的课,每次遇到理解不了的思想时,我们就开玩笑说“这是孔子的思想”。每次辩论课上找论据时,我们最后总会找到“孔子曰……”。西方也有很多先贤,但中国先贤似乎我只了解孔子。”

　　内罗毕CBD地区一家大排档餐厅。28岁的顾客贝利对记者说:“我通过在内罗毕工作的中国人了解中国文化。我觉得要想让肯尼亚人了解中国文化,最重要的是生活在本地的中国人的态度,希望中国人能同当地人多交流,中国政府也应在非洲多办一些展览,比如饮食展览、传统服饰展览,这样我们才能了解更多中国文化。”

　　记者在采访过程中最深刻的体悟是:在融合流动的地球村里,每个人都是一国最生动的“文化名片”,你传达什么,对方就感受什么。提高中国文化软实力,扩大中国文化的国际影响力,看似工程浩大,却始于足下。建设社会主义文化强国,政府需要做的还很多,而民间交流、业界合作也亟待进化升级。

　　材料2:

　　随着网络和电视制造业的发展。全球电视剧市场已经进入了“大航海时代”，随意按动鼠标就能看到世界另一端同样在看的剧集。观众可以坐在家中尽享顶级剧集的极致体验。“追剧”俨然成为都市白领的一种生活方式。

　　而作为2011最为火爆的美剧代表《纸牌屋》一经推出便极度受宠，引起全民热议。连美国总统奥巴马也是《纸牌屋》的忠实粉丝，有观众看完《纸牌屋》后表示对美国政治产生了浓厚的兴趣，对权利与爱情更有了新的认识，甚至翻出以往讲述美国政治历史的书籍、影片观看，参与到这部剧的讨论。

　　美国电影和电视节目的总出口额是143美元（2011年）。畅销100多个国家，2012年在法国播出美剧多达数十部, 其中30多部单集观众超过百万，《超感神探》还一举成为当年的电视剧收视冠军。在德国，美剧基本处于垄断地位，占据约90% 以上的播出份额。韩国2011年也从美国引进了122部电视剧。

　　美剧《纸牌屋》这类全球剧的热播趋势有目共睹。它们真正开创了电视剧‘24小时全球联播’的奇迹。”英国Ｃ立方传媒中华区首席执行官梁华军如此评价。专家认为，电视文化产品的价值日益凸显，中国应从中吸取经验，提升电视剧制作水平，同时加强文化产品对外输出能力。

　　《纸牌屋》的热播并不影响《来自星星的你》赚取过亿眼球。由于两部电视剧对受众有明显的划分，出现了同期上映却“平分天下”的局面。《来自星星的你》在韩国播出时，网络最高收视率达68.9％。

　　美剧、韩剧在全球热播并非偶然。“以受众为导向，创新电视剧制作、播出模式，直接对接市场，接受评判。全新的制作模式给了电视剧全新的生命。”S大学新闻传播学教授唐锡光认为，与中国电视剧传统意义上的播出模式不同，美剧大都按“季”播出，通常一星期只播一集，边拍边播。由于美国电视剧播放平台不多，每年能在季播期黄金时间段播出的不到2000集，因此竞争异常激烈。近年来韩剧也采取边拍边播的模式，《来自星星的你》每周播出两集，每次网上更新剧集都会引发下载热。

　　这种开放的模式可以使制作方充分感受到观众对剧集的关注程度，根据每周更新的收视率和观众的反映，及时调整创作方向。美剧《越狱》第一季播放时，收视率曾高达1800万人次；而《生活大爆炸》主人公谢尔顿的性格就是根据观众的反馈几经改变才定型的。

　　更值得关注的是，这些热播剧大都高水准、大投入，保证质量精良，堪比电影制作投入。季播和周播的模式本身就拉高了电视剧制作成本。而对制作团队、剧本、导演、演员、道具等精益求精的追求，使得热播剧拍摄成本很高。

　　对比艾美奖得住《广告狂人》《斯巴达克斯》等美剧每集200万美元左右的制作费用，《纸牌屋》近400万美元的单集平均成本大大超过了一般制作标准。2011年美剧《史前新纪元》，重金打造的首集拍摄费用就接近2000万美元，甚至超过众多电影的投资成本。

　　这些热播剧还有一个特点，就是不同于中国的“武侠剧”“清宫剧”“名着剧”，以现实为主题，用写实手法描述生活中的酸甜苦辣，不单调，与观众不疏远。除科幻剧外，美剧大都务求内容真实、不虚构，有时涉及技术层面还要请顾问或相关专家亲自操刀。《生活大爆炸》剧组甚至拥有一个真正的“科学顾问”，专门负责剧本中关于科学部分的内容创作。

　　现实题材的电视剧制播能最充分地反映电视剧生产流程的市场化属性。《来自星星的你》尽管有科幻成分，但人物感情进展、尊老爱幼优良传统贯穿其中，传递出韩国普世价值观。

　　唐教授说，美剧和韩剧都通过简单的日常生活与谈话交流传递价值趋向，剧中对生活中可能遇到的情感问题、生活细节问题的揭示，让人觉得真实可信，在贴近生活中的文化输出才容易被外国观众认同。

　　在国产电视剧产量猛增的背景下，专家建议中国增强对产品质量把关，积极探索并生产出既承载中国文化价值观，又符合国际主流“文化经验”和“感觉结构”的电视产品。

　　材料3:

　　针对近期在中国内地掀起了一股追韩潮，政协委员G在2014年3月2日结束记者采访时称：“韩剧热潮，已经不仅是韩剧的问题了，这让我们的文化自尊受到伤害，文化自尊的伤害是由于文化自信的缺失。

　　韩剧来袭，韩剧迷们自然是喜不胜收，来者不拒，多多益善 。而如同G这样的文化人士则不免有些心存疑虑，担心韩流损害我们的文化自尊。一方是接受，一边是反对，究竟谁说得更有道理？ 有网站发起“我们该如何面对韩剧热潮”的讨论，引发了大量跟帖。有网民把跟帖中的核心观点摘录如下:

　　观众喜欢韩剧，当然有其理由。比如情感细腻，比如演员养眼，比如制作精良。相比于国内电视剧而言，这些都是韩剧的优势所在。在这个文化多元开放的时代，其实不管是韩剧，还是好莱坞的电影，我们都有选择的自由。原因很简单，观众自然是什么好看什么。从某种程度上说，观众所看中的更多是韩剧的娱乐功能而非文化入侵。有人认为,韩剧逻辑性较差，观看时无需动脑子，可以单纯的“感情发泄”。换而言之，观众在看韩剧的时候，绝不会去想韩国文化怎么就伤害了中国传统文化这样的宏大命题，在他们看来，只要故事足够精彩就足够了。

　　任何一种文化的体现都需要一定的载体。韩国的电视剧、美国好莱坞的电影，这些都是外来文化的表现形式，同时也是外来的“文化鲶鱼”。从某种意义上讲，我们的文化自尊受到伤害并非是从韩剧或者好莱坞电影开始。因为自西方人用坚船利炮打开清政府的大门开始，无论是洋务运动，还是新文化运动，我们的传统文化可以说一直在与西方文化的斗争中不断的延续和发展。不可否认，现在中国传统文化式微，有些好的传统，好的习惯，好的做法都被抛弃了，但中国文化或者说华夏文明依然在一脉相承。

　　不可否认，韩剧是韩国文化的一种体现，韩剧热无形之中会带来韩国文化的影响，给中国文化带来一定的伤害。但是这种影响究竟有多大，伤害程度究竟有多深？根本没有准确的实证数据。韩剧在大陆风行已经不是一天两天了，我们可以看到人们穿韩版的衣服，说一两句“欧巴”、“思密达”，吃几次韩餐，可并没有见到有谁因为喜欢看韩剧就改一个韩国名字或者移民韩国。韩剧的影响当然是客观存在，但说伤害了我们的文化自尊则未免太高估韩国文化的影响。

　　看看韩剧，天不会塌下来，文化自尊也不一定会受到伤害。换个角度说，我们正视韩流的影响，可更该思考如何让中华文化走向世界。

　　材料4:

　　当前，我国在对外文化交流中存在着巨大的逆差，中国优秀文化走向世界和外国文化涌入中国，在数量质量上都难成比例。为了扭转这种逆差，有学者提出了中国文化输出问题。

　　这个问题的提出不是偶然的，而是中国对外开放发展到一定程度的必然产物。

　　随着中国对外开放的水平进一步的提高，人们认识到中国当代文化建设不仅要“引进”，而且要“输出”。有学者认为：“在最初的挪用套用之后，必须有自己的创造性输出，否则这个民族就会丧失真正的精神生命力。”“中国当代文化需要进一步奠定自己的文化精神生长点，借此从中西文化交流的逆差中走出来，真正开始自己的文化创生性，走向中西文化平等对话和文化输出。”

　　从1934年鲁迅提出拿来主义到当前我们提出文化输出，已经整整过去80年了，对外开放要坚持“引进”和“输出”想结合，不仅要适应经济建设的要求，而要也要适合文化建设，就是说，我们的文化要坚持“拿来主义”与“文化输出”相结合。

　　学者指出，中国当代文化建设从拿来主义到文化输出虽然是一个巨大的转变，但是，我们的文化输出不能为输出而输出，而是应在人类文化发展史上占有一席之地，正如我们拿来的是人类所创造的一切优秀文化成果，我们的文化输出也必须输出的是中国当代文化中队人类健康向上发展的有价值的东西。我们的文化输出应以我们的原创作品为主，即能够代表中国的国家形象，代表中国人民的形象，代表中国民族文化的形象。过去，我们也有一些文化产品的输出，我们也输出了不少优秀的文化作品，但是，不可否认，我们输出的有些文化产品却是迎合西方一些人的狭隘需要，贩卖的是一些中国文化落后的，丑陋的东西。这种文化输出损害了中国的国家形象，损害了中国人民的形象，损害了中国民族文化的形象。这是我们坚决反对的。

　　因此，中国当代文化解决中外文化交流中存在的“逆差”现象，就必须在努力解决现存冲突的过程中大力创造有价值的文化产品。这样中华民族才能在人类的健康向上的发展中做出自己应有的独特贡献。这种“有价值的产品”，首先就内含着中国人自己的价值观。因此，有学者套用法国前总统德斯坦的话说：“中国在能够输出价值观之前，是不会成为一个真正的大国的。”

　　鉴于有人提出从文化拿来主义走向文化输出主义的理念，有学者也发表了自己的意见：一、少提“主义”，一提主义往往会走向极端；二、在文化上还是要“拿来”与“输出”并举。文化上的平等交流应该是互通的，一手进一手出，不应该只进不出或只出不进，现在没有哪个国家愿意做进口生意不做出口生意的。文化上也如此，否则根本不符合世贸协定。“拿来”拿的是我们没有而且是必要的；“拿来”也不是全盘西化，囫囵吞枣，而是咀嚼消化，为我所用。“输出”也不是不分好歹地“倾销”，文化上的伪劣产品应该杜绝出口，以次充好，必然败坏名声，后患无穷。即使是中国优秀的传统文化，尽管资源十分丰富，也需要经过现代的阐释，方能切合时代和世界的需要。最能体现中国当今文化软实力的，应该是经过中西会通又从现实需要出发，体现时代特点的原创性的文化观念。文化思想和文化产品。所以在输出什么，创造什么文化产品和怎样输出等方面，还需要作通盘的规划，并付之行动。

　　作答要求

　　1、根据“给定资料1”，谈谈你对“我们觉得她是最好的‘中国制造’”这句话的理解。

　　2、根据“给定资料1”，谈谈你对“我们觉得她是最好的‘中国制造’”这句话的理解。

　　3、某次辩论赛的辩题是“韩剧在中国的风靡，无损于中国文化的自尊”。假设你是参赛的正方辩手，请紧扣“给定资料2”和“给定资料3”，列举你方应阐述的主要论据。

　　(准确全面（2）有针对性（3）分条罗列（4）不超过500字。)

　　4、　“给定资料4”划线部分写道：“中国在能够输出价值观之前，是不会成为一个真正的大国的。”请结合你对这句话的思考，自拟题目，写一篇议论文。

　　(要求：（1）自选角度，立意明确（2）联系实际，不拘泥于给定材料（3）思路清晰，语言流畅（4）总字数不超过1000字。)

**2014年海南公务员考试申论真题参考答案**

　　1、根据“给定资料1”，谈谈你对“我们觉得她是最好的‘中国制造’”这句话的理解。

　　参考答案：这句话是说每个人都是传播本国文化的最佳途径，这里的‘中国制造’并非指中国制造的文化硬件，而是指中国文化的形象代表。体现了很多在国外工作和生活的中国人在传播中华文化的作用：1.促进传统文化和价值观的交流；2.消除国外对中国误解；3.树立良好的中国形象，提升中国文化和价值观的影响力。因此，我们应通过“人”这种文化名片和文化展览，转化升级民间交流和商界合作等多种渠道提升中国文化软实力。

　　2、根据“给定资料1”，谈谈你对“我们觉得她是最好的‘中国制造’”这句话的理解。

　　参考答案：

　　这句话是基于在美国执教的一个中国教师在国外进行文化交流，传播中国文化的经历而得来的。这里的‘中国制造’并非指中国制造的产品，而是指中国文化的形象代表。

　　这句话体现了很多在国外工作和生活的中国人在传播中华文化的作用：1.促进传统文化和价值观的交流；2.消除国外对中国误解；3.树立良好的中国形象，提升中国文化和价值观的影响力。

　　为了更好地进行文化交流：1.每一个中国人应该树立良好的“文化名片”；2、政府应多种渠道展示中华文化，如举办文化展览等；3、转化升级民间交流和商界合作。

　　3、某次辩论赛的辩题是“韩剧在中国的风靡，无损于中国文化的自尊”。假设你是参赛的正方辩手，请紧扣“给定资料2”和“给定资料3”，列举你方应阐述的主要论据。

　　(准确全面（2）有针对性（3）分条罗列（4）不超过500字。)

　　参考答案：

　　我方观点是：韩剧在中国的风靡，无损于中国文化的自尊。理由如下：

　　一·我们要客观看待韩剧的风靡，其影响不足以损害我们文化自尊。

　　韩剧风靡在中国的影响是个客观事实，我们应该客观看待。但是这种影响究竟有多大，伤害程度究竟有多深,根本没有准确的实证数据。韩剧在大陆风行已经不是一天两天了，我们可以看到人们穿韩版的衣服，说一两句“欧巴”、“思密达”，吃几次韩餐，可并没有见到有谁因为喜欢看韩剧就改一个韩国名字或者移民韩国。韩剧的影响当然是客观存在，但说伤害了我们的文化自尊则未免太高估韩国文化的影响。

　　二·文化需要交流和碰撞，要以此反思我国文化的不足，促进文化自觉。

　　韩剧以市场为导向，抓住观众的兴趣点，根据观众的需求不断调整创作内容，在创作中加大投入，保证质量，并融入韩国的文化，以文化输出扩大影响力。这正是我国文化产品的不足，我们要从韩剧的风靡中反思我国的文化弱势，可以更加深刻理解文化自尊的重要性，更有利于推动我国文化的发展和传播，培养文化自尊意识。

　　三·借鉴外国文化优势，促进我国文化发展，有利于增加文化自信。

　　以正确的态度对待韩剧的风靡，不仅需要我们反思自己的不足，更应该向国外优秀影视作品学习，以市场为导向，以文化为输出点，加大影视作品的投入，严把质量关，创作贴近观众的影视作品，加大文化的输出和影响，培养文化自信，以文化输出扩大影视作品的影响力。

　　因此，韩剧在我国的风靡，不仅无损与我国的文化自尊，还会增强我国的文化自信，有利于提升我国文化软实力和国际影响力。

　　4、　“给定资料4”划线部分写道：“中国在能够输出价值观之前，是不会成为一个真正的大国的。”请结合你对这句话的思考，自拟题目，写一篇议论文。

　　(要求：（1）自选角度，立意明确（2）联系实际，不拘泥于给定材料（3）思路清晰，语言流畅（4）总字数不超过1000字。)

　　参考答案：

　　文化输出与中国梦

　　我们曾无数次为拥有着无与伦比且物美价廉的产品优势而自豪，当我们看到我们的产品流通在各个角落，被国内、国外无数人使用，我们不禁会泛起无限的荣誉感。但是我们现在也必须承认，这些值得被我们称赞的只是产品消费而已，并没有体现出太多的附加值，也未同西方国家的方式一样在渗透着民族的文化精神。在构筑中国梦的征程中，不能一味沉浸在“自我欣赏”的基调之下作茧自缚，而是要将我们的优秀文化通过各种传播的载体进行输出，这种输出应该是有沉淀的输出，有包容的输出，这才是真正实现中国梦的前提和基础。

　　有人说，“中国在能够输出价值观之前，是不会成为一个真正的大国的。”这句话深刻揭示了当前我们在经济社会发展过程中所暴露出的核心问题。

　　我们在做着文化输出的工作，但这不是真正的文化输出。中国一度被称为“世界工厂”，我们拥有着世界上独一无二的制造业占有率。但是我们更多的只是代加工点，在资源性产品价格仍然低位运行、环境污染、成本廉价、产品附加值偏弱的模式之下，我们输出的只是产品，而毫无文化可言。文化的输出是我国能否立于世界之林，以及是否真正成为世界强国的根本，我们需要让世界了解中国，认识到真正的中国，看到中国的发展，传播中国的优秀文化资源。从美国好莱坞的经营发展模式就能看出，其电影量在世界市场所占比例并不高，但是它的市场占有率却很高，不仅如此，更是通过这种文化的输出和传播影响了太多人，让更多人对于美国有了不同的认识，我们需要并应该去思考真正的文化输出的内涵与本质。

　　真正的文化输出是什么，是传递最真实的中国文化，获得公平的话语权。虽然我们的经济总量位居世界第二，虽然我们每年的经济增速高位运行，但是在所有文化输入与文化输出中，我们的结果是文化逆差明显。我们在世界各地开设了孔子学院，但是师资的不稳定，制度的保障缺位都限制了文化输出的效果。因此，一方面，我们要学会拿来主义，学会借鉴和吸收优秀的文化资源和文化传播形式，韩国影视剧的风靡，德国精工业带来的国民形象等等；另一方面，我们需要总结有价值的文化成果，培养扎扎实实的文化土壤，多元化包装文化成果，将这种软实力作为国家综合国力的核心部分展示给世界。

　　中国梦是我们的期望，我们也一直在为此而努力，我们在不断发展自己，不断提高创新能力，不断与世界外来文化进行交流的同时，更要看清此刻，我们最需要的是什么？