**【联考解读】言语试题中的两个“最”**

2017年上半年事业单位联考结束，通过考生回忆我们发现，在职业能力测验的言语题目中，出现了两个话题之“最”——最古老与最新潮。

1. 最古老的话题——**科举制再现**

【湖北C】科举是一种复杂的文化现象。然而，在现代中国人对传统事物的看法中，科举大概也是被误解最深的制度。我们不应忽略科举制的历史性。评价历史制度，需将其还原到当时的历史环境中去，这样才不至于使讨论脱离了历史实际。试想在传统社会，能构想出其他更好的选才制度来吗？古代的中国统治者和许多文化巨人并不是没有看到科举制的局限和弊端，也不都是因循守旧之辈。但经过反复比较，最后还是选择了科举制，这实际上是一种择善而从。古代一些学者批评科举取士并不等于反对科举制度。从古代到近代的学者对科举制的批判主要是对应试现象、对考试内容和形式的批判，特别是对八股取士的批判，很少有人否定科举制本身。

这段文字意在强调：

A.古代学者对科举制的肯定多过否定

B.科举制的弊端并非来自其制度本身

C.应从现实情况出发多角度评价科举制

D.科举制是当时历史条件下的理性选择

本题题干中说明，古人同样明白科举制的局限与弊端，但这实际却是一种择善而从，题目主旨在于古人选择科举制有其历史性，故答案应当选D。

事业单位中再次出现这样与古代制度有关的话题，说明言语试题中考核涉及古代的题型倾向有可能会变得显著。

二、最新潮的话题——**网红营销进入试题**

【湖北C】过去的营销是漏斗效应，传统媒体上的广告让受众从很宽的漏斗口进入，买单的到了漏斗的底端。网红的营销则是涟漪效应，每个波纹和波纹之间会有碰撞，影响面更宽，影响的深度更深。网红通过树立个人品牌，贯彻自我的生活方式吸引粉丝，粉丝可能对传统广告是排斥的，但是乐于模仿偶像而消费。在社交平台上，粉丝之间的沟通渠道打通了，他们甚至不仅仅购物，而且乐于把自己的喜好传播给别人，每一次点赞、评论、转发，涟漪就扩散一次。

这段文字主要介绍：

1. 传统营销与网络营销模式的区别
2. 社交平台中网红与粉丝的互动模式
3. 粉丝在网络时代的消费特征
4. 网红营销影响巨大的原因

本题我们利用文中语气进行选择，题干大部分是在介绍网红营销，即使出现与传统营销的对比，也更主要是在突出网红营销影响能力，对比选项，D显然更为贴合主旨。

网红营销这一新话题进入试卷，也说明了事业单位的题目紧跟时代，不仅着眼于常规话题，也会将更多新颖话题加入进来。

通过对以上试题进行分析，我们可以看出言语题的话题既有传统，又重视新颖。所以在答题的时候我们也不要一味刻板，要学会灵活变通的看待题目。