

公务员申论考前大冲刺之仿真题（十一）-公务员考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/26/2021\\_2022\\_\\_E5\\_85\\_AC\\_E5\\_8A\\_A1\\_E5\\_91\\_98\\_E7\\_c26\\_26348.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/26/2021_2022__E5_85_AC_E5_8A_A1_E5_91_98_E7_c26_26348.htm)

一、注意事项 1. 申论考试是对应考者阅读理解能力、综合分析能力、提出问题和解决问题能力、文字表达能力的测试。 2. 作答参考时限：阅读资料40分钟，作答110分钟。 3. 仔细阅读给定资料，按照后面提出的“作答要求”依次作答。

二、给定资料 1. 人民群众是历史的创造者，也是文化的创造者。在长期历史发展过程中，人民群众创造的民族民间文化可谓丰富多彩、源远流长，它是中华民族文化的根基和重要组成部分，是承载中华民族精神与民族情感的重要载体，更是维系国家统一与世界文化沟通的桥梁。令人担忧的是，在经济全球化的冲击下，民族民间文化的生存环境日趋恶化，不少宝贵的文化遗产、民俗的文化活动已经或正在消失。比如，超市建到乡村集镇，给老百姓提供了快捷的生活服务，但传统的“庙会”交易形式就失去了，人们也就随之失去了以往赶庙会的乐趣。人们热热闹闹地过“情人节”、“圣诞节”，到了传统的“端午节”、“清明节”、“中秋节”、“重阳节”却冷冷清清。这种现象是喜还是忧？在市场经济时代，利益驱动着人们的生产经营甚至艺术行为。过去传统的手工制作被高效率的机械化生产所代替，宜兴的手工紫砂茶壶、无锡惠山的手捏泥人、苏州的桃花坞木刻等一大批传统民间工艺面临着失传的危险。为此，对民间鲜活的、富有生命力的民俗民间文化要及时发现、整理、推广。有人认为民间文化太俗。岂不知，《诗经》三百首就是远古时期各地民歌、民谣的汇总

！宋代原本由歌伎传唱的词曲，今天成为和“唐诗”、“元曲”并列的高雅文学艺术经典“宋词”！现在“俗”的，很有可能成为我们后代的“经典”；现在“雅”的，也很有可能就流传不下去。这需要时间长河的洗礼和考验。因此，要保持民间原生态的鲜活的文化样式，绝不能阉割民间文化。对待民间文化的态度应该是，无害的就是有益的。文化活动的内容和方式要以群众喜欢不喜欢、满意不满意为标准。2

．随着市场经济的全面覆盖,各行各业进入了产业化经营的时代。广播、电视、电影、出版、报业等，都利用自己的阵地和资本优势抢占先机，练就得兵强马壮，“食有鱼，出有车”，从文化人队伍中摇身一变成了商海英雄,顿时鹤立鸡群。于是,“文化”变得尴尬起来文化快餐化。伴随着现代传媒业的异军突起，传媒工业骤然繁荣，过去文化所具备的教育、审美、娱乐功能,到如今只剩下娱乐、休闲功能。据调研，现在的大学生很少有人能耐着性子读完《红楼梦》、《水浒》、《西游记》、《儒林外史》。很少有人节假日去文化馆、图书馆、美术馆、博物馆。瑞士是一个小国，只有4万平方公里和700多万人口，却拥有371座博物馆，每年参观博物馆的人数高达900万！瑞士人认为，看展览、逛博物馆、听音乐会、欣赏戏剧不仅是娱乐、学习，也是与朋友、家人聚会交流的机会。3．2006年6月10日，中国将迎来主题为“保护文化遗产，守护精神家园”的第一个“文化遗产日”，人们的视线也将再次聚集到文化遗产的保护上来。据有关资料显示，2000年，中国的城市化水平突破30%；2005年，城市化水平已超过40%。照此趋势，预计到2010年，城市化水平将达45%。随着城市化进程的加快，城市发展与文化遗产保护的矛

盾日益显现。中国城市化进程的发展过程短、建设强度大，在一些地方，文化遗产保护和城市建设的矛盾集中。一些地区或部门的决策者守法意识不强，一旦文化遗产保护与经济利益构成冲突，往往考虑眼前利益而放弃长远利益，致使历经千百年的珍贵文化遗产被破坏，独具特色的历史街区渐渐从人们的视野中消失。文化遗产具有稀缺性、脆弱性和不可再生性，一旦破坏就无法复原，因此，必须充分正视存在的问题。但是，文化遗产不是城市发展的包袱，而是城市发展的资本和动力，应将文化遗产保护的要求体现到城市规划的各层面，避免文化遗产保护与工程建设的割裂，将保护融入城市规划设计之中。

4. 文化的作用是由其政治属性和经济属性决定的。过去，我们比较注重文化的政治属性而忽视其经济属性。在社会主义市场经济条件下，必须深化对文化经济属性的认识。一般来说，除了公益性文化，文化的生产和经营主要应以市场为主，在服务于人们精神需求的过程中体现经济效益，实现产品的价值补偿和资产增值。因此，文化产业应摆脱与市场割裂的状况，在管理体制、经营机制和效益评价等方面遵循市场经济规律，充分发挥文化资源的经济价值。文化产业市场化不等于文化市场化。文化的内涵涉及许多方面，其中，有的方面可以也必须市场化，有的方面不应也不能市场化，有的方面则不能完全市场化。文化产业市场化则是另一个概念。有些文化能形成产业，有些则形不成产业。能够形成产业的文化才是文化产业，才谈得上文化产业市场化问题。文化产业市场化，主要是从经营和运营方式来讲的，它要求文化产业进入市场领域，遵循市场规律。但文化的内容特别是涉及意识形态和精神世界的文化内容，不

能简单地交给市场来定夺。文化精神产品应是健康向上的，融知识性、娱乐性与思想性于一体。凡属颓废的、封建迷信的、反动没落的东西，就不能靠市场选择取舍，而应加以宏观调控。应将文化产业的经济效益与社会效益统一起来，而不应该把文化经营市场化与文化内容市场化混同起来。与意识形态相关的文化领域，必须坚持马克思主义的指导地位不动摇。

5. 需要转变观念，重新梳理我们发展文化事业、文化产业的思路，更需要严格按照产权清晰、权责分明、政企分开、管理科学的要求建立现代企业制度和法人治理结构。目前，一批国有大型文化事业单位，如上海、辽宁、吉林、广东、重庆、云南等出版集团，四川、浙江、江苏等发行集团，上影、珠影、长影等电影集团，已经整体转制为企业；北京歌舞剧院、丽江民族歌舞团等直接转为股份制公司。各试点地区和试点单位，在实践中因地制宜，务求实效，积极探索，积累了不少成功的经验。浙江等省提出“转出一批、改出一批、放出一批、扶出一批”的思路，推进国有经营性文化事业单位转企改制；四川新华发行集团公司则提出“从上到下，企业到底”，全省112个市县书店全面改制，新上岗员工全部告别国有身份，领导干部一律取消行政级别。体制机制的变革，激发了这些单位的内在活力，市场竞争力大大提升。上影集团公司2004年底完成了整体转制，改革使其效益不断增长，利润由2003年的209万元跃升到2005年的8548万元。其所属的上海联合院线公司，2005年观众达到2028万人次，实现票房2.46亿元，在全国院线排名第一。北京市儿童艺术剧院转制后，在整合文化资源，在艺术生产策划、市场营销运作等方面进行了一系列探索，先后创排了《迷宫》、《Hi

，《可爱》和《魔山》等不同题材儿童剧，演一部火一部。改制当年，剧院共创收2163万元，其中营业收入1568万元，是改制前的18倍。2005年，他们又创下总收入5 000万元的业绩。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)