

2012年9月15日重庆公务员考试

申论真题

一、注意事项

1. 本题由“给定资料”与“作答要求”两部分构成。考试时限为150分钟，其中，阅读给定资料参考时限为40分钟，作答参考时限为110分钟，总分100分。
2. 一律使用现代汉语作答，未按要求作答的，不得分。答题时请认准题号，避免答错位置影响考试成绩。
3. 请用黑色字迹的钢笔或签字笔在答题纸指定区域内作答，超出答题区域的作答无效。严禁折叠答题卡！

二、给定资料

材料1

2006年，时任德国驻华大使史坦泽到同济大学作报告。有学生提问：今天您用德语作报告，在座的同学大多能听懂。如果中国的大使在德国用汉语作报告，有多少德国人能听懂？史坦泽回答：“因为我们有歌德学院！我们一直在努力，向全世界传播自己的语言和文化。请问你们国家为此做了什么？”

歌德学院是德国在世界范围内积极从事文化活动的文化学院，已有60多年的历史，它的工作是促进国外的德语语言教学和开展国际文化合作，通过介绍德国文化、社会以及政治生活等情况，展现一个丰富多彩的德国。歌德学院目前已遍布78个国家和地区，共有分支机构144家，其中国外分支机构128家。除歌德学院外，西方很多国家都有推广自己国家文化的机构。英国1934年成立英国文化委员会，它是英国负责教育和文化关系的国际组织，致力于在全球推广英国文化，目前全球已有该机构的230家分支机构和109家教学中心。法国1883年就已创设法语联盟，它是一个非盈利性的组织，旨在传播法语及法国文化，所有的法国总统都自动成为其名誉主席。法语联盟以其各级法语课程的高质量闻名于世，目前全球有1100多家机构，分布于130个国家和地区。

史坦泽当时的回答，深深刺痛了在场同济大学的师生们。“作为中国人，没有理由不推广我们自己的语言和文化！办孔子学院，不是浪费钱，是百年大计！”一位教授发出呼吁。

材料2

与德国、英国、法国等西方国家相比，中国人向海外推广中华文化的自觉虽不算早，但速度却也不慢。2004年11月21日，全球第一所孔子学院在韩国首尔揭牌。如今，387所孔子学院和509所中小学孔子课堂，覆盖108个国家和地区，这已然超过歌德学院60年来的建院总数；仅2011年，就开设各种层次汉语课程2.4万班次、注册学员达50万人，逾700万人参加上万场次文化交流活动……这项浩大工程的具体承办者就是1987年成立的“国家对外汉语教学领导小组”（简称为“国家汉办”）。孔子学院严格遵循的是中外合作办学的模式，而非中方单独行为。

年轻的孔子学院与古老的歌德学院、英国文化委员会及法语联盟相比仍有差距。歌德学院中国总院前院长阿克曼说，歌德学院之所以成功是因为一开始就重视建立职业化队伍，现有专职人员3000人。据了解，英国文化委员会有专职人员7000多人；法语联盟有专职人员2万人。孔子学院呢？每一年，孔子学院总部要外派中方院长、汉语教师、志愿者等非专职人员近万人，至今仍在“抓壮丁”。25岁的北京志愿者小王在匈牙利布达佩斯“匈中双语学校”孔子课堂教汉语，她说：“孩子们很喜欢中国老师！近来因为报名入学的匈籍学生越来越多，教课压力越来越大。公派教师和志愿者，不是专职人员，缺乏稳定性、连续性，不利于孩子们学汉语。”

由孔子学院派到海外教学的志愿者们，现在有几千人的队伍。尽管在异乡孤独，尽管教学任务繁重，

但是他们依然怀揣着梦想。在菲律宾的志愿者刘先生感慨：“对于当今的中国，许多外国人的认识远远跟不上其发展的步伐。有的仅知道故宫、长城等传统符号。我们作为传播中国文化的使者，为他们解读着水立方、高速铁路等新的符号。”在印度尼西亚的志愿者杨先生的话更是道出了广大志愿者的心声：“我们都有一个美好的梦想。因这梦想，我们学会了友好交流、理性处世，把悠久而有魅力的中国文化播撒在一个个学堂。”

材料 3

2010年，汉诺威孔子学院联合其他9所德国孔子学院，组织100多名德国中学生到中国参加夏令营。临行前，一名德国老师召集学生开会，禁止同学单独进入中国家庭。问他为什么这么要求，回答说“害怕”，问他怕什么，回答说“不知道”。因不了解而误读、担忧，正是中西方交流中无法回避的现实。对很多德国民众来说，中国越来越令人感兴趣，但形象却一直“模糊、不可捉摸”。外国人对中国人的不了解甚至一些片面的印象，是孔子学院建立时面临的最初挑战。连续四届的德国中学生赴华夏夏令营，已有400余名德国中学生来华交流，和中国普通民众面对面。德国汉诺威孔子学院首任中方院长说，很多学生回来都有同感：去中国前，本以为中国到处都是问题，但后来发现，虽然中国并不完美，却也并非想象的那样糟糕。

“相互取长补短，用一盏灯点燃另一盏灯。”300多年前，德国先哲莱布尼茨对中西方文化这样期待。中国文化从“走出去”到“走进去”，中国形象从遥远的神秘到零距离的亲切，中国认知从经济发展到文化认可，孔子学院为不同肤色的人们提供了一个交流、互鉴、合作的新平台。每年12月，全球各地孔子学院的合作大学校长和中外方院长，都要齐聚北京，交流讨论，带来不同国度的文化视角。孔子学院总干事自豪地说，孔子学院就是一张搬到国外的“中国圆桌”，可让各方发表不同意见。孔子学院让中外文化“对冲”、“摩擦起电”，让习惯直线思维的外国人对螺旋式思维的中国人多了一份理解，越研究越感觉中国“挺文化、挺哲学”。

材料 4

歌德学院像德国的大部分文化机构一样，从政府得到资助。德国联邦政府每年投入80亿欧元用于文化事业，占据全部文化投入的90%以上，而来自企业的资助只有5.5亿欧元。

“在美国这个数字是反过来的，10%的经费来源于国家，90%来源于市场。所以，美国人会说，实际上德国是一个社会主义国家。”德国学院慕尼黑总部科学与历史事件部的负责人图格斯说。他认为，文化的根基来源于文化在一个国家的合法地位，而文化的合法地位来源于“独立、远离政府、自由”这三个要素。有了这样的保证，国家为文化“埋单”的模式反而在经济危机中发挥了意想不到的作用。“如果大部分经费是由私人出的，像美国那样，文化会成为经济的牺牲品。比如在经济危机的时候，文化就会惨遭损失，进入寒冬。我们特别高兴的是，我们的经费是安全的。”图格斯说。

在德国，虽然国家投入经费很多，但是专款专用，不入市场，经费管理非常严格。联邦、州、地方部有文化委员会，委员会由各个党派的人士组成，他们会决定哪个文化机构得到多少钱。花出去的钱要做报告，经过检查和审计看其是不是在合理使用。联邦政府还有一个专门的检查资金使用的审计机构。虽然这带来了许多繁琐的工作，每月、每季度、半年乃至全年，每一个单据都要审查，对任何一笔经费的使用都要报告，对每个项目都要进行审计，但是资金非常安全，使用也很到位。

绝大部分的国家都像德国一样，设有专门统管文化事业的政府部门，但是，美国这样一个政府职能完善的国家，却单单没有所谓的文化部。这在美国看来，自有其一套贯彻到底的逻辑，他们声明之所以不设文化管理部门，甚至不制定文化政策，就是为了保护言论自由和产业自由。美国对文化产业采取的是多方投资和多种经营的方式。在文化市场的刺激下，美国的文化产品占据了国际文化贸易市场42.6%的份额，而中国仅占1.5%。美国文化商品可谓是四处泛滥，好莱坞的大制作电影、福克斯的电视新闻、MTV频道的流行音乐、《时代》杂志封面、ESPN的体育直播、广告形象和包装形式、牛仔裤风格……这些都被打上了“美国制造”的商标。而且，这种文化商品的传播又跨越了地域时空的限制，在地球卫星的覆盖之下，五大洲的每个角落美国文化都能达及。美国的电影产量仅占全球的6%，而市场占有率却高达80%。美国非常擅长在电影中输出自己的文化和价值观。《功夫熊猫》中富有中国元素的“熊猫”、

“功夫”，一经好莱坞文化商人改造，在创造出巨额利润的同时，也悄悄将美国文化和价值观输送出去。相比之下，国内某些电影惨遭诟病的原因之一也在于其一味迎合国外市场，有贬低甚至丑化中国形象的嫌疑，中国电影所传达的内容与当代社会的经济社会发展、与改革开放以来国人的精神面貌不甚符合。

材料 5

深圳曾经被叫做“文化沙漠”，但近年来深圳的文化产业取得了长足的发展，2009年深圳市的文化产业增加值达到531.3亿，占全市GDP的6.5%。在全国，孔子所代表的传统文化广泛受到欢迎。2005年9月1日，中国人民大学国学院成立，作为国内首个开设传统国学教育的学院，这些年的教育开展地如火如荼。《弟子规》等书也开始作为许多幼儿园的必读教材及中小学课外阅读的优秀读本。这种变化，折射出国内对传统文化的重视，以及文化产业发展模式的更新。某大学国剧研究中心主任评论道：“只有从国内基础文化建设开始，建立良好的文化环境，从根本上获得人们对传统文化精神的认同，才能使本国文化声音不湮没，文化精神不迷失。‘走出去’的文化离不开它的根源，缺乏肥沃土壤和优良生长环境的文化，即使能‘走出去’，也一定‘走不远’。只有注重‘修内功’，从长远的、战略上的意义出发，从本国文化建设的自我完善做起，文化才有可能健康地‘走出去’，并且走得更远、更好。”

材料 6

有人用水来比喻文化，“文化似水，水成于无形，隐于其中，却凝结一切；文化似水，润物无声，又难阻挡”。文化交流是人类心灵的交流、情感的沟通，作为一种“软实力”，文化交流具有其他交流所不能替代的作用。在经济全球化的背景下，文化交流在国际关系中的作用和地位越来越突出，世界各国尤其是西方大国普遍重视利用文化手段来展示本国文化，宣传自己的价值观，提升和扩大本国的影响力。加强文化交流与合作，主动置身于国际文化交流之中，是责任也是使命。语言作为文化载体和交流工具，架起了文明间对话的桥梁。文化作为民族智慧和心理特征的精神反映，促进了国家间的相互了解。孔子学院蕴含着“语言”和“文化”两大特性，使它不仅成为国际汉语教育推广的重要品牌，更成为中华文化传播的重要载体和开展民间外交的友好平台。世界各地的孔子学院结合中国传统节日和特色文化，举办形式多样、主题鲜明的活动，在树立中国良好形象、提升中国软实力、促进中外人文交流方面起到了举足轻重的作用，可谓是21世纪的文化“新丝绸之路”。但这条路并不好走，既有国家投入不够的问题，也有社会参与不足的问题。还有不少人认为，目前国内教育发展也不均衡，国家应该在国内教育上投入更多。国外的经验表明，语言和文化的推广是一个缓慢的过程，如果等国内的教育发展平衡了，再去推动自己国家的文化交流，恐怕为时已晚。

我们在对外文化交流中，较多考虑的是“要让外国人看到我们”，较少考虑国外受众的欣赏习惯和审美情趣，更没有琢磨外国人想看什么，喜欢看什么，能看懂什么。对中国学生来说，“愚公移山”、“孔融让梨”是传统的美德，可是把这些故事讲给别的国家的学生去听，却不一定能接受。孔子学院的汉语教材究竟是应当坚持中国的传统文化呢，还是要考虑当地传统文化的不同？有人提出要实现教材的本土化，但也有人认为，西班牙塞万提斯学院和德国歌德学院在编写教材时只根据本国情况进行编写，目的就是让外国人去学习和了解他们的文化。到底是应该实现教材本土化，还是应该固守中国传统文化，目前孔子学院仍在摸索中。

由于一些历史问题的影响，汉语的推广在中国周边一些国家仍具有一定的敏感性。虽然A国近年来均出现汉语热，各院校和语言学校都开设了汉语课，但孔子学院至今仍未能在中国的这两个邻国建立。可以说，孔子学院的发展同周边国家与中国关系的复杂性相关。有些国家在签证发放上对中国人管理较严，使中国志愿者教师入境的手续复杂。中国驻A国使馆教育处负责人黄先生表示，A国针对来该国的汉语教师有较为严苛的签证政策，使得几年来，仅有几名中国派来的中文教师能够短期执教。中方已经多次呼吁A国能够尽快改善有关中国派遣汉语教师的相关政策，尤其是签证政策，以促进人员往来与交流。

目前各地在国外开展的很多文化活动虽然表面轰轰烈烈，但其实是“送出去”的，由政府唱主角、政府买单，有的连观众都是请当地华人团体组织的，很难谈得上社会效益、经济效益双丰收。

中国一直在努力改变这些国家对孔子学院的认识，正如日本北陆大学理事长、孔子学院理事长北元

喜朗评价的那样：“非排他、非竞争、非暴力，孔子学院为世界各国提供了一个互惠双赢的语言文化推广模式，也是首个发展中国家利用有限的资金推扩本国语言文化的先驱性实践。”孔子学院并没有文化扩张抑或是文化占领的野心，它是一颗和平、友善的种子，在世界扎根、开花、结果，影响的是世界文化生态。孔子学院信奉的是，只要沟通和交流，不同文明之间都会有启发。

材料7

孔子学院在海外受到极大欢迎的同时，国内关于孔子学院的讨论也开始更加热烈。以下是网友关于孔子学院的一些评论。

网友A：孔子学院大部分都来自于政府的投入。据国家汉办《关于2009年孔子学院总部工作计划的汇报》显示，2008年中央财政给孔子学院的投入是5亿多元。而国内的教育投入呢？中国的农村中小学的人均教育经费，每年300元都难以保证，外来务工子女因为教育资源的不均衡而流离失所，读书越来越难。这真是一个巨大的反差。难道不应该把有限的银子用到解决中国国内儿童失学等问题上吗？[23]

网友B：我们知道，孔子学院受到了国外热烈的欢迎，甚至掀起一股“汉语热”，这也确实使中国的传统文化传播了出去。可是，国内似乎却对中国的传统文化没有那么重视。对于孔子的“仁说”，有多少青年朋友信奉？中国的传统节日，甚至没有国外的“洋节”受欢迎。为什么不在国内加强传统文化的宣传和推广呢？

三、作答要求

（一）请结合“给定资料”，对德国歌德学院的成功做法进行归纳，并说说对孔子学院的建立和发展有那些启示。（30分）

要求：归纳全面，内容具体，分析透彻，逻辑分明，不超过400字。

（二）“给定资料8”中提到了两位网友的观点，假如你是国家汉办的一家工作人员，请结合给定资料，针对这两位网友的观点，分别给他们写一个回帖。（30分）

要求：立意正确，内容全面，论述有力，不考虑格式，不超过400字。

（三）“给定资料3”中提到：“互相补长取短，用一盏灯点燃另一盏灯，300多年前，德国先哲莱布尼茨对中西方文明这样期待。”请根据你对这句话的思考，参考给定资料，自拟题目，写一篇文章。（40分）

要求：（1）中心明确，思想深刻；（2）内容充实，有说服力；（3）思路清晰，语言流畅；（4）1000字左右。

请扫描QQ二维码，备注“公务员考生”加QQ
好友，获取曹长远老师精解历年公务员考试申论、
行测、面试真题完整解析资料。

精品资料，尽在掌握！



扫描二维码，加QQ好友