

2019 年山东省属事业单位招聘 《综合应用能力》

公考通网校

www.chinaexam.org



公考通 APP



微信公众平台

2019年山东省属事业单位招聘《综合应用能力》

一、给定材料

材料1

党的十八大以来，习近平总书记围绕“文化自信”作出一系列重要论述，强调坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信，说到底是要坚定文化自信；文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信；文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量。

材料2

春节是中华民族最隆重的传统节日，为迎接即将到来的己亥年春节，让传统节庆文化活起来，故宫博物院“贺岁迎祥——紫禁城里过大年”展览隆重开幕。这是故宫博物院“过大年”系列展览活动的核心部分，大展以祈福迎祥、祭祖行孝、敦亲睦族、勤政亲贤、游艺行乐、欢天喜地六大主题，全面展现清代宫廷过年习俗。整个紫禁城开放区域都被布置为春节文化展场，包括文物展览、实景体验、数字沉浸、文化创意展示等多部分。故宫博物院为这次活动提供了相关文化创意产品达百余种，希望通过提取故宫经典年节文化元素并为其注入情感内涵，使文化创意产品成为带有温度、传递故宫风貌的媒介。

据悉，此次展览策划历时一年，创造了多个院史之“最”。比如，最大展厅——午门—雁翅楼展厅及破纪录的近千件文物；最大展场——紫禁城整个开放区域使用超1000件门神、春联等装饰；首次复原——壮丽的天灯、万寿灯；集中呈现——乾清宫的数十盏华美宫灯与天灯、万寿灯相映生辉，让整个紫禁城充满浓浓年味儿，成为大型沉浸式体验场。

材料3

文以载道，乐以传情。今年1月9日，“第五届中国诗歌春晚浙江分会”在杭州举行，14首朗诵诗的登台，照亮了浙江以诗歌唱响文化自信的道路。

“中国诗歌春晚”创办于2015年，已在中国40多个城市设立过分会场。本次杭州诗会以“运河流过中国”为主题，由杭州市拱墅区文广新局和白马湖诗社联合主办，全场包含14首朗诵诗，内容涵盖路遥、杜兴华、黄亚洲等著名诗人的新诗佳作。在活动现场，有小学生身穿汉服吟诵《游子吟》，还有朗诵艺术家对运河诗歌的倾情演绎，让“诗歌背后是历史，是文化精神。树立文化自信，从读诗、诵诗开始”。作为屈原后裔，屈金星对诗歌有着别样的情感。正是带着这样的情感，近5年来，他和“中国诗歌春晚”走进了北京、西安、南京、开封等多个城市。在杭州之后，本届“中国诗歌春晚”将赴美国纽约、日本东京、英国伦敦、荷兰鹿特丹、加拿大多伦多、澳大利亚墨尔本等城市设立分会场，将中国诗歌和传统文化推向国际社会。

材料4

临近春节，枣庄市峄城区阴平镇的一家毛笔厂里，一派繁忙景象。走进现代化的厂房，只见工人们正熟练地操作着工具，经过108道工序，一支支毛笔被制作出来。毛笔厂的负责人刘慎海正在指挥工人将成品毛笔打

包、装车。“我们的毛笔，年产量 400 余万支，95%都发往海外，主要销往日韩、东南亚以及港澳台地区。春节马上到了，不光海外华人华侨写春联要用毛笔，很多外国人也趁着这个时节学习中国书法，所以毛笔的需求量比平时大很多。”刘慎海介绍说。

这家毛笔厂制作的阴平毛笔是鲁笔的典型代表。鲁笔有着悠久的历史，自东汉至今经历了近 2000 年的发展历程，是江北毛笔制造领域的重要流派。鲁笔将制笔与用笔巧妙结合，融理论性、实践性和艺术性于一体，形成了鲜明的地域特色和审美特征。在鲁南地区，阴平刘氏鲁笔历经九代而不衰，刘慎海正是刘氏鲁笔第九代传人。

看着眼前的忙碌景象，刘慎海颇为感慨。他小时候，当地的毛笔制作还是家庭作坊式的，1967 年建立枣庄毛笔厂，实现了规模化生产，2000 年毛笔厂更名为枣庄书源笔业有限公司。“这一切都是因为咱们国家的强大。”他动情地说，“如果没有国家文化软实力的提升，就不可能有那么多外国人对我们的文化感兴趣，学中国书法。那样的话，我们的毛笔也不会有这样大的销量。”

材料 5

今年春节，火了一部电影——《流浪地球》，其上映七天即收获 20 亿票房，创造影视春节档的新纪录，成为今年春节档的最大黑马。在影片中并没有好莱坞式大片里那些令人崇拜的超级英雄，而是“拯救地球”的一群普通人，萦绕在剧情中的是中国式的家国情怀、责任担当。影片中，北京的地下城贴满了中国的“福”字，课堂上朗诵的正是朱自清先生的散文名作《春》。这些电影中的细节和文化符号都在致力于讲述一个真正的中国科幻故事。

二、作答要求

根据给定材料，以“文化自信”为主题，自拟题目，写一篇议论文。

要求：结合但不拘泥于给定材料，观点鲜明，结构完整，内容充实，语言流畅；1000 字左右。

2019年山东省属事业单位招聘《综合能力》参考答案

【参考答案】

坚定文化自信，提升中华文化软实力

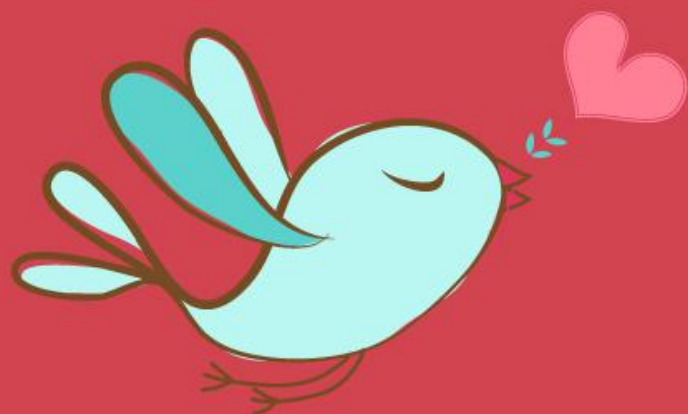
习主席曾说：“文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信；文化自信是更基本、更深沉、更持久的力量。”我们的“中国特色”，离不开中华文化的底色，实现中华民族伟大复兴，必须坚定文化自信，提升中华文化软实力——从学习传统文化开始，让文化共享，并注重输出，让中华文化走出去。

中国传统文化博大精深，树立文化自信，必须充分挖掘传统文化内涵，学习并传承优秀的传统文化。我国优秀的传统文化，是我们的宝贵财富，是先贤留给我们的遗产，是昭示我们何以为中国的宝藏。如中国式的家国情怀、责任担当等价值观；又如古文、古诗、词语、国画、传统节日等文化遗产，都是中华灿烂历史的显现。但在现实中，我们学习并不够充分，很多人对中国优秀传统文化知之甚少，如果连文化是什么都不知道，那么树立自信就如空中楼阁，水中捞月了。所以，我们应倡导在中小学开设国学兴趣班，书法记入考试等，通过媒体传播国学知识，先让大家了解文化自信的内容。

树立文化自信，应利用文化共享等传播方式，让优秀传统文化“活”起来，并为文化产品注入创意与情感，使其“火”起来。比如，北京故宫博物院“贺岁迎祥——紫禁城里过大年”展览隆重开幕，展览破纪录的近千件文物，首次复原壮丽的天灯、万寿灯，让文物走出深闺大院，为大家所了解、共享。此外，通过文化创意产品，为文化注入情感，更能让文化亲润人的内心。近年来故宫博物院相继推出一系列文化创意产品，使文化创意产品更有温度地传递故宫风貌。那些曾在故宫里生活过的“人的故事”也成了文创产品灵感的来源，如见识过紫禁城“学霸”康熙学贯中西的勤勉学习态度后，设计师将西洋时钟与东方日晷相结合，制作出“日晷计时器”，有趣有情感，贴近生活，也更好地传播了文化。

文化自信的树立，还需注重文化产品的输出，让中华文化在世界大放异彩。长期以来，我国的影视文化作品，在数量上和质量上都远远不足。但是，近年来，如《琅琊榜》等一系列被网友称为“良心剧”的电视作品，在国外播出后也是效果极佳，收获了良好的口碑。我们传统的四大墨宝也相继开始对外输出，如浙江的湖州毛笔，以制作精良、品质优异，出口海外，深获赞许。我们要输出，就应该输出这样原创的、高质量的作品，如此，我们才能通过这样的文化产品，在世界范围内刮起一股“中国风”。

“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。”经过改革开放四十年年的发展，中国已成为世界第二大经济体，但是我们的文化影响力，文化软实力还和西方强国有很大的差距。我们要坚定文化自信，深入学习中国传统文化，并用恰当的方式传播它，分享它，输出它。让我们种下希望，收获未来，扩大中国文化的国际影响力，实现我们的文化大国梦……



美好的事情即将发生...

something wonderful is about to happen