



2020 年国家公务员考试 申论考前模拟卷 (一)

厚职公考试题中心



 扫码关注

更多试题关注厚职公考微信公众号

准考证号

姓名



2020 年国家公务员考试

申论考前模拟卷 (一)

(满分: 100 分 时限: 180 分钟)

一、注意事项

1. 本题本由给定资料与作答要求两部分组成。考试时间为 180 分钟。其中, 阅读给定资料参考时限为 50 分钟, 作答参考时限为 130 分钟。满分 100 分。
2. 请在题本、答题卡指定位置上用黑色字迹的钢笔或签字笔填写自己的姓名和准考证号, 并用 2B 铅笔在准考证号对应的数字上填涂。
3. 请用黑色字迹的钢笔或签字笔在答题卡上指定的区域内作答, 超出答题区域的作答无效!
4. 待监考人员宣布考试开始后, 你才可以开始答题。
5. 所有题目一律使用现代汉语作答, 未按要求作答的, 不得分。
6. 监考人员宣布考试结束时, 考生应立即停止作答, 将题本、答题卡和草稿纸都翻过来留在桌上, 待监考人员确认数量无误、允许离开后, 方可离开。

严禁折叠答题卡!

二、给定资料

资料 1

在 4.23 世界阅读日前夕, 亚马逊中国发布了“全民阅读报告”。这份报告从阅读量、阅读时间、阅读介质、阅读目的、阅读内容、阅读场景、阅读分享等多个维度, 深度解析了在互联网时代大众的阅读行为特点。

报告显示大部分受访者已养成一定的阅读习惯, 全民阅读正在兴起, 有 56% 的受访者过去一年阅读总量在 10 本以上, 这一数据高于上年 (48%), 比往年都高。从阅读时间来看, 也比往年有提升, 每天阅读半小时及以上的受访者占比高达 82%, 其中, 80 后、90 后和 00 后每天阅读时长多为半小时到一小时之间; 而 50 后、60 后和 70 后的阅读时间较长, 多为一小时以上。

阅读介质是影响阅读体验的重要因素, 调查数据显示, 85% 的受访者表示会纸质书和电子书一起读。同时电子书阅读的普及率继续呈上升趋势, 阅读电子书的受访者比例与上年相比上升 6%, 达到 90%。近 7 成的受访者表示愿意付费购买电子书内容。

调查显示, 青年受访者 (80 后、90 后和 00 后) 比较偏好电子书阅读, 在过去一年阅读电子书内容占比方面, 达 50% 及以上的 80 后、90 后和 00 后受访者分别是 65%、64% 和 56%, 明显高于 50 后的 39% 和 60 后的 49%。在关于购书影响因素的调查中, “朋友推荐” 和 “图书销售排行榜” 对 90 后和 00 后受访者的影响较大, 高于 50 后和 60 后。

尽管阅读本身是一件相对独立的行为, 但阅读分享却随着社交平台以及数字化阅读的发展以多样化的方式对读者产生影响。调查显示, 78% 的受访者选择通过社交平台 (微信、微博、豆瓣、知乎等) 分享阅读有关的内容, 17% 的受访者会在电商平台留下读者评论。这就是所谓的社交化阅读, 是以互联网为基础, 以读者体验为中心的新型阅读方式, 实现了在移动中阅读、在参与中阅读。

在亚马逊中国当年第一季度纸质图书榜前十中, 过半是近年热销的经典书籍, 如《解忧杂货店》、《我们仨》、《经济学原理》、《天才在左疯子在右》。电子书读者更易受近期热点的影响, 在亚马逊中国第一季度 Kindle 电子书榜前十中, 《三生三世十里桃花》和《降临》就是在同名影视剧热播的带动下而冲入榜单的。受电视剧《人民的名义》热播的影响, 其原著图书《人民的名义》与上映前一周相比, 纸质图书增长了 21 倍, 而电子书的增速更为显著, 同比增长了 191 倍。此外, 受诗词类文化综艺电视节目的影响,



亚马逊诗词类电子书的销量相比上季度同比提升了 154%。

资料 2

自媒体, 又称“公民媒体”或“个人媒体”, 是指私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者, 以现代化、电子化的手段, 向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。当前国内主流的自媒体平台有: 微博、微信公众号、网易云阅读、知乎、简书、头条号、搜狐号、百家号以及各类视频直播 APP 等, 它们都依托于互联网数字技术尤其是移动互联网。与“自媒体”相对应的名词是“传统媒体”, 包括了广播、电视、报纸、杂志等传统传播媒介, 它们是政府主导的“主流媒体”。

自媒体的出现, 丰富了人们获取信息的渠道, 改变了人们阅读和娱乐的方式。亚马逊中国发布的“全民阅读报告”中提到了社交化阅读。社交化阅读的兴起, 实际上很大程度上也是得益于自媒体的发展。诸如微信订阅号、网易云阅读、知乎、简书等都是典型的社交化阅读平台。

自媒体现已成为中国数亿网民获取内容的新选择, 这片领域也从“吃螃蟹”的少数人试水, 变成更多人的第二职业。从亚文化到大众文化, 个人公号、直播空间、小咖秀等“新鲜玩意”层出不穷, 自媒体行业经过初期发展后进入“裂变期”。与此同时, 抄袭多发维权难、“蹭热点”、虚假新闻、失实言论、数据造假、传播违法有害信息等种种乱象也成为自媒体行业不可忽视的软肋。

2016 年 2 月 14 日, 一篇名为《春节纪事: 一个病情加重的东北村庄 | 返乡日记》的文章在《财经》杂志社微信公众号发表。作者高胜科在文中描述了自己老家的农村, 他在文章开头写道: “我要写的故乡杂记却显得些许残酷和悲戚, 可惜这并非杜撰虚构, 而是真实的写照。” “我的故乡如此沦陷的方式, 以及这首难唱曲的哀婉程度, 都显得荒诞不经。”文中描绘种种触目惊心的农村见闻, 一时间在网上引起热议, 很多网友以及当地村民, 纷纷质疑文章所述真实性, 认为该自媒体文章为吸引眼球, 追求阅读量, 刻意编造谣言, 歪曲真相, 抹黑中国乡村。

记者随后来到了高胜科的老家, 辽宁省丹东市宽甸县小东沟村, 了解文章所述是否属实。这个地处大山深处的小村子, 常住村民 90 余户, 470 多人, 现已被合并更名为宝石村。高胜科 60 多岁的舅舅、舅母等十余人, 见到记者, 一开口就说: “我们快委屈死了!” 高胜科的表弟鄂国玉告诉记者, 自己看到了这篇文章后非常震惊。 “虽然他没有点出具体名字, 但是文章有配图, 一眼就能看出来是我们村里谁家的房子”, “里面写的都是假的, 都是一点影子都没有的事。”高胜科的四舅鄂立华对记者说: “高胜科今年春节人在北京, 根本没有回家。他一年到头都没来过。家里情况都不知道, 怎么说我们都不孝顺?”

据了解, 2016 年春节假期, 《财经》杂志社要求记者返乡, 每人写一篇返乡日记, 高胜科便上交了此文。文章引起社会关注后, 小东沟村党支部书记程显英与高胜科通过电话, 高胜科承认“我这个春节没回去”, 这篇文章“时间、人物、地点都是虚构的”。

资料 3

由于受到互联网尤其是移动互联网的冲击, 传统媒体一度面临受众流失、收入下滑、人才流失的窘境。几乎所有的传统主流媒体现在都已转型, “触网”加入新媒体阵营。

目前, 我国拥有近 6 亿网民, 手机网民超过 4.6 亿, 这些网民, 特别是年轻人, 获取信息的主要渠道是众多自媒体媒介, 从传统媒体获取信息的人则较少。在现代的网络交往模式中, 每个人都集信息制造者、接受者、传播者三种身份于一身。对于网络信息传播, 制造、复制、传播虚假信息轻而易举, 但消除这些虚假信息造成的影响则可能耗时费力。如果传统主流媒体不主动介入传播正能量, 不自觉运用主流价值观、主流意识形态进行宣传, 那么影响和后果将不断扩大。

为了满足网民信息多元化的需求, 自媒体的传播内容正不断丰富演进, 尤其是与百姓生活密切相关社会舆情、时事政治、卫生健康、创业就业、学习休闲、体育运动、生活购物、娱乐八卦等内容。这些信息大都是以直接或间接的有偿服务方式进行传播的。然而这些信息或者信息的发布者并不都是“好”的, 其中有蓄意散布谣言的不法分子, 他们以提供信息服务为幌子; 有错误虚假信息以讹传讹, 政府信息的公布却严重滞后; 还有别有用心者发布蛊惑人心的欺骗宣传信息。传统主流媒体虽已“触网”, 但在利用自



媒体平台传播正能量的过程中, 内容的丰富性还明显欠缺, 自媒体媒介中正面信息的覆盖范围还是太窄。

传播时效性是衡量媒体公信力的重要标志之一。纵观已经发生的多起网络围观事件可以发现, 错误的、虚假的甚至歪曲事实的信息传播速度很快、影响范围大。相比之下, 一些主流媒体报道滞后, 丧失主动权, 没能有针对性地利用好自媒体媒介, 在引导舆论、疏导民情、化解矛盾、帮助群众分清是非曲直方面, 错过了澄清各种负面信息的最佳时机。信息传播一旦滞后, 不仅影响力降低, 还需耗费较长时间、较大代价去澄清相关事实。这不但影响了广大主流媒体宣传功能的发挥, 还严重损害了人们对主流媒体的信任。

资料 4

以今日头条、一点资讯为代表的智能新闻客户端近年来无疑是最受瞩目的自媒体平台之一了, 它们凭借强大的用户大数据算法、先进的数据抓取技术, 能够精准分析并解读用户的阅读习惯和兴趣, 从而为用户提供量身定制的新闻产品, 满足了个性化的需求, 顺应了阅读分众化的时代潮流。

不少人都有这样的体会: 只要在购物网站上点击浏览过某个商品, 就会频频收到同类商品的推送; 在智能新闻客户端, 浏览新闻时经常点开的内容, 也会不断收到新闻 APP 推送的类似信息。如果你认为这正好符合了你的需求, 算不上烦扰的话, 那么接下来这位网友的经历就真的算是一种烦扰了。有位网友在智能新闻客户端无意中点击了一条关于花圈的消息, 结果客户端就连续推送丧葬用品信息给这位网友, 令他感到非常“不舒服”。大数据兴起, 算法越来越高级, 技术越来越完善, 我们迎来了信息定制化、传播智能化的时代, 却也带来了新的“问题”。

毫无疑问, 信息的私人订制能满足人们多元化、个性化的需求。智能化的信息传播机制可以快速完成用户与信息精确匹配, 大大降低获取信息的成本, 这种对技术的创新和运用为生活带来了便利。但换个角度看, 算法主导下的内容分发模式, 也会把人们困在“信息的茧房”, 带来“自我封闭”的危险。必须承认, 所谓先进的技术、精密的算法可能会放大某些消极影响。

传播学有种回音室效应, 在算法的帮助下, 人们可以轻易过滤掉自己不熟悉、不认同的信息, 只看我们想看的, 只听我们想听的, 最终在不断重复和自我证成中强化了固有偏见和喜好。一旦身处这样的“信息茧房”, 就再难接受异质化的信息和不同的观点, 而探索未知、创造不同可能性恰恰就需要异质化的信息和不同的观点。

在社会层面, 如果我们都沉浸于自己的“舒适地带”自怨自怜, 就可能进一步缩减理性、开放、包容的公共空间, 从而失去在争议中达成共识的机会。比如共享单车到底是城市交通的革命还是管理的负担? 暴走团能不能夜间占用马路? 如果争论双方互相屏蔽, 就可能在自说自话中激化矛盾, 固化认知, 走向封闭, 更甚者, 演变为群情激奋的互喷和站队, 造成人为撕裂, 不利于解决问题。

资料 5

以创造高质量的内容为手段的创业方式被称为“内容创业”。与“内容创业”高度联系在一起的另一个词是“知识付费”。在互联网时代, 人们开展内容创业, 有两种盈利模式: 一种是免费分享内容, 通过广告等方式将粉丝和流量变现盈利; 另一种是收费提供原创内容, 通过售卖原创知识直接获取收益, 这便是“知识付费”。

其实, 线下的内容创业和知识付费并不是什么新鲜事物, 去书店买一本书、参加一个公务员考试培训班、听一场讲座, 都是要付钱的。但线上的知识付费却是近年才兴起的新鲜事物, 在一定程度上颠覆了传统的知识消费方式。互联网知识付费就像一条突然闯入的鲶鱼, 搅活知识消费这个池塘。对于内容提供者来说, 将专业知识变现, 还能卖个好价钱, 体现了知识的价值与尊严。对于付费的知识而言, 因为用户只愿意为优质内容埋单, 所以必须是专业、严谨、独到的“干货”, 才能让用户心甘情愿地掏钱。强调用户体验的互联网特性, 形成倒逼机制, 迫使内容提供者不断提升付费知识的内涵与价值。

“免费”在过去一直是国内互联网领域的通行准则, 但到了 2016 年, 这一准则被打破。几年前, 有新电影上映, 许多人会在网络上寻找高清盗版资源; 现在, 人们看电影的场所转移到了电影院或视频正版网站上, 交几十块钱买个会员就可以观看。几年前, 想看书, 会在搜索引擎上找最新章节, 忍受错字百出的



手打盗版; 现在, Kindle、多看、微信阅读广泛流行, 一个月花十几块钱, 就可以看到许多排版精美的正版小说。几年前, 到处都是免费音乐, 花钱下载被人认为是“傻子”; 现在, 交几块钱就能成为会员, 音乐无限畅听。公务员考试视频课程平台“公考通网校”负责人介绍, 几年前, 在线教育收费很难, 只能通过免费的讲课视频, 将线上的流量引到线下去收费; 现在, 线上看收费的课程, 已经成了一种习惯。

在移动互联网时代, 微信上阅读量过百万的爆款文章, 华尔街见闻推送给用户的全球实时金融资讯, 优酷上美妆达人上传的化妆视频, 晋江上连载的网络小说, 直播平台上美女主播唱歌给用户听……不论在哪个平台, 形式如何, 风格深刻或娱乐, 只要发布的内容有市场, 都是一种内容创业。

自 2016 年以来, 涌现出了许多新的知识付费产品, 具有付费咨询、付费音频、付费课程、有偿问答等功能的知乎、分答、在行、喜马拉雅等知识分享平台纷纷出现, 涵盖了文字、音频、视频、O2O 等多种形式, 开启了以“知识”作为贩卖物的有偿共享经济模式。

但是在短短一年之后的 2017 年, 各个网络平台均逐渐减少了对于该类型产品的投入, 知识付费模式并没有迎来爆发式增长。有分析人士认为, 背后原因不外乎各平台的用户参与热情和人群基数有限, 而可供用户真正消费的付费内容, 也难以大规模和持续性地产出, 对用户的吸引力下降了。知识付费的未来仍是内容为王, 尤其是原创内容。如果在这方面没有独特资源, 就会面临生存的危机。

互联网上的数字作品具有易复制和易传播的特点, 技术上还不能很好地遏制盗版侵权行为, 这使得盗版者可以直接获得经济收益, 在利益的驱使下, 付费的知识产品被侵权的情况屡屡出现, 抄袭导致的内容同质化明显, 内容创业者的积极性受到了打击。网民和内容创业从业人员的自律意识和法制意识欠缺, 尚未形成尊重知识产权的整体氛围。在一些问答平台上, 往往提问者的问题被解答, 就有人直接将答案截图分享出去了, 其他用户不用付费就可轻松获取知识; 更有专门众筹购买付费课程的组织, 采用众筹的模式, 每个人出一部分钱去购买付费知识, 并小范围内共享; 网校课程、会员账号、付费音频、线上讲座视频……在一些在线交易平台、QQ 群, 有大量知识付费产品被低价出售。在文章领域, 很多大 V 的文章转载都未经许可; 在音频领域, 不少音频节目标榜原创, 实际上却是从自媒体抄袭而来; 短视频领域抄袭现象更为严重, 直接截取他人的原创视频, 为己所用, 通过盗取别人的作品或原创内容来从事自己的商业化运作。除了现有的知识产权法律法规不够完善, 对互联网原创内容的保护和侵权处罚力度不够这些原因之外, 还有一个原因是, 行业门槛不高, 一些低质量侵权类账号可以比较容易地进入并运营起来。

频频出现的版权纠纷, 引起互联网企业对版权的重视, 行业自律正在提高。百度公司曾分批次暂时关闭“百度贴吧”文学目录下的全部贴吧, 全面整顿和清查其中的盗版侵权内容; 奇虎 360 科技有限公司宣布停止个人云盘服务, 以强化版权保护; 新浪微博与权威机构加强合作, 向三千多位签约的自媒体作者提供免费长文章版权保护和版权认证标识, 设立了专门的公司为用户提供免费的版权保护及法律援助; 今日头条和微信公众号均已上线了原创保护功能, 给予原创作者原创标签, 并且已经可以通过技术分析在一定程度上识别原创, 但对内容的把关和审核, 需要技术的进一步升级。

资料 6

互联网新时代, 人们的信息承受量相比以前呈指数级增长, 创作中也难免会广泛参考, 然而很多资源经过网络传播很难追本溯源, 在不侵犯原创作者利益的条件下, 培养良好的知识引用和付费习惯是对知识产权的尊重, 也是为完善知识付费共享环境以身作则。要把人们长期以来享受互联网“免费午餐”的意识形态改变并不容易, 侵权成本比维权成本低、法律法规薄弱和滞后是第一阻力; 道德约束乏力是第二阻力; 内容平台分发管理混乱是第三阻力。

有人说: “现下的互联网原创内容就像果园里的果实, 没有高墙也没有恶狗, 搬盗与否只能依靠道德自我约束。”然而试图在没有法律基础的条件下提倡道德自制是行不通的。不能让互联网的知识产权“裸奔”, “互联网+”新生态下的知识产权保护问题已成为互联网发展绕不开的坎儿。

代表着专享的知识产权与共享、开放的互联网精神看似相悖, 但是, 如果没有对知识产权的保护, 原创者得不到应有的回报, 而侵权者反而受益, 必将造成最终无人愿意生产和分享优质的内容, 也导致商业



竞争的无序与混乱。因此, 如何寻求互联网时代知识产权保护的利益平衡, 做到权利所有人、社会公众和网络服务提供者等相关方都能获益, 让知识产权制度既能激励创新, 又能促进技术、知识与信息的交流与利用, 当是“互联网+”下知识产权保护的关键。

三、作答要求

(一) 请根据给定资料 1, 概括在互联网时代大众的阅读行为特点。(10 分)

要求: 提炼准确, 语言简洁, 不超过 150 字。

(二) 请根据给定资料 3, 谈一谈主流媒体应当如何利用自媒体媒介传播正能量。(10 分)

要求: 建议合理, 分条表述, 有针对性, 不超过 200 字。

(三) 对于用大数据算法分发和推荐内容的新技术创新, 请根据给定资料 4, 谈谈你的看法。(20 分)

要求: 观点明确, 分析得当, 有自己的见解, 逻辑清晰, 不超过 400 字。

(四) 当前, 因互联网知识付费而获得深入发展的内容创业在生活中随处可见, 然而普通用户对内容创业本身却不甚了解。假如你是政府负责宣传工作的人员, 请根据给定资料 5, 以《互联网时代的内容创业》为题目写一篇短文, 发布在政府网站上。(20 分)

要求: (1) 紧扣给定资料, 介绍和分析全面; (2) 表达充分, 内容准确; (3) 层次分明, 有逻辑性; (4) 不超过 600 字。

(五) 给定资料 6 中画线句子写到: “现下的互联网原创内容就像果园里的果实, 没有高墙也没有恶狗, 搬盗与否只能依靠道德自我约束。”对此, 你有什么看法, 请自拟题目, 写一篇文章。(40 分)

要求: (1) 见解明确、深刻; (2) 参考给定资料, 但不拘泥于给定资料; (3) 思路清晰, 语言流畅; (4) 总字数 1000~1200 字。



参考答案及评分标准

(一)

【题目分析】

归纳概括题。给定资料1的2~6段, 根据内容可以判断出, 每段分别介绍了一个特点, 也就是总共有5个特点。本题的答案要点全部从这5个段落中提炼即可。

【参考答案】

第一, 全民阅读氛围渐浓, 人均阅读量和阅读时长均比往年提升。第二, 纸书电子书一起读成主流, 公众付费阅读意愿增强。第三, 青年读者成电子阅读主力, 朋友推荐以及图书榜单影响青年读者购书。第四, 从独自阅读到分享阅读, 阅读社交化日益明显。第五, 纸质书读者偏“经典”, 电子书读者更易受影视、综艺等热点影响。

【评分标准】

第一, 全民阅读氛围渐浓(1分), 人均阅读量和阅读时长均比往年提升(1分)。第二, 纸书电子书一起读成主流(1分), 公众付费阅读意愿增强(1分)。第三, 青年读者成电子阅读主力(1分), 朋友推荐以及图书榜单影响青年读者购书(1分)。第四, 从独自阅读到分享阅读(1分), 阅读社交化日益明显(1分)。第五, 纸质书读者偏“经典”(1分), 电子书读者更易受影视、综艺等热点影响(1分)。

(二)

【题目分析】

提出对策题。答案要点在给定资料3中找。本题难度不大。

【参考答案】

第一, 增强介入自媒体媒介的主动性。自觉运用主流价值观、主流意识形态进行宣传。第二, 增强通过自媒体媒介提供内容的丰富性。注重政府信息及时公开, 积极主动全方位地提供、传播大众需要的信息, 加强自媒体媒介中正面信息的覆盖范围, 传递正能量。第三, 增强利用自媒体传播信息的时效性。积极主动、及时有效、有针对性地利用好自媒体, 引导舆论、疏导民情、化解矛盾, 帮助群众分清是非曲直, 把握住澄清负面信息的最佳时机。

【评分标准】

第一, 增强介入自媒体媒介的主动性(1分)。自觉运用主流价值观、主流意识形态进行宣传(1分)。第二, 增强通过自媒体媒介提供内容的丰富性(1分)。注重政府信息及时公开(1分), 积极主动全方位地提供、传播大众需要的信息(1分), 加强自媒体媒介中正面信息的覆盖范围, 传递正能量(1分)。第三, 增强利用自媒体传播信息的时效性(1分)。积极主动、及时有效、有针对性地利用好自媒体(1分), 引导舆论、疏导民情、化解矛盾、帮助群众分清是非曲直(1分), 把握住澄清负面信息的最佳时机(1分)。

(三)

【题目分析】

综合分析题。答案要点在给定资料4中找。给定资料先是介绍了算法推荐的意义和价值, 随后用了大部分篇幅介绍算法推荐产生的问题, 所以回答这道题需要用辩证的思维, 从正反两面来分析。

注意题干中的一项要求“有自己的见解”, 这说明, 答案不是全部来自给定资料, 需要考生自己有所发挥, 而“发挥”的内容是建立在资料已有内容的基础上的, 是根据资料已有内容得出的结论。所以, 谈自己的见解, 最好是在答案最后一段, 写出自己的结论。

【参考答案】

智能化的信息推送可以快速完成用户与信息的确切匹配, 大大降低获取信息的成本, 为生活带来便利, 满足人们多元化、个性化的信息需求。

但也要看到, 技术进步不仅会带来创新, 也会产生消极的影响。算法主导下的信息分发模式容易把人



们困在“信息的茧房”。对个人而言,人们会轻易过滤掉不熟悉、不认同的信息,只看想看的,只听想听的,最终可能会在不断重复中强化固有的偏见和喜好,难以接受异质化的信息和不同的观点,也失去了探索未知、创造不同可能性的机会。对社会而言,可能进一步缩减开放、包容的公共空间,从而失去在争议中达成共识的机会。

这提醒了使用智能推荐客户端的我们,要勇于驶出信息的孤岛,敢于走出知识的一亩三分地,拥抱丰富多彩的世界,从而赢得精彩的未来。也提醒了智能信息推荐平台,要继续完善内容分发的推荐算法,不能任凭技术决定内容。

【评分标准】

思维分: 答案中能体现出辩证的思维和观点, 2分。

逻辑结构分: 语言逻辑性强, 条理清晰, 能分段表述, 酌情给 1~2 分。

要点分:

智能化的信息推送可以快速完成用户与信息精确匹配,大大降低获取信息的成本,为生活带来便利,满足人们多元化、个性化的信息需求。(正面看意义, 2分)

但也要看到,技术进步不仅会带来创新,也会产生消极的影响(反面看问题, 2分)。算法主导下的信息分发模式容易把人们困在“信息的茧房”(2分)。对个人而言,人们会轻易过滤掉不熟悉、不认同的信息(1分),只看想看的,只听想听的(1分),最终可能会在不断重复中强化固有的偏见和喜好(1分),难以接受异质化的信息和不同的观点(1分),也失去了探索未知、创造不同可能性的机会(1分)。对社会而言,可能进一步缩减开放、包容的公共空间(1分),从而失去在争议中达成共识的机会(1分)。

这提醒了使用智能推荐客户端的我们,要勇于驶出信息的孤岛,敢于走出知识的一亩三分地,拥抱丰富多彩的世界,从而赢得精彩的未来。也提醒了智能信息推荐平台,要继续完善内容分发的推荐算法,不能任凭技术决定内容。(考生自己得出的见解和结论, 3分,根据考生答案的内容酌情赋分)

(四)

【题目分析】

贯彻执行题+应用文写作题。身份是政府中负责宣传工作的人员,重点在于“宣传”二字,题干中说普通用户对内容创业本身不甚了解,所以本文的目的是向民众介绍内容创业的有关情况,需要介绍得比较全面并且能谈到比较深入的问题。

题目要求“紧扣给定资料”,这说明答案要点都从给定资料中找就可以了。我们需要梳理一下给定资料中都介绍了内容创业的哪些情况,然后按照逻辑顺序介绍出来。具体如下:

第一,什么是内容创业,它在互联网时代是怎么样的,举几个例子便于民众理解。

第二,内容创业者靠什么盈利。

第三,内容创业面临着哪些问题。

第四,要促进内容创业的发展,应当怎样做。

【参考答案】

互联网时代的内容创业

以创造高质量的内容为手段的创业方式被称为“内容创业”。在互联网时代,它表现为利用自媒体、公众号提供原创内容,获取收益。比如微信上阅读量过百万的爆款文章,优酷上美妆达人上传的化妆视频,晋江上连载的网络小说,问答平台上的付费回答,直播平台上美女主播唱歌给用户听,都属于内容创业。

内容创业有两种盈利模式:一种是免费分享内容,通过广告等方式将粉丝和流量变现盈利;另一种是收费提供原创内容,通过售卖原创知识直接获取收益,这便是“知识付费”。

然而当前的内容创业形式虽然丰富,但是也存在很多问题。一是很多内容创业者难以大规模和持续性地产出优质原创内容,对用户的吸引力正在下降;二是行业门槛低,现有的知识产权法律法规不完善,再加上从业人员基于利益的驱动,以及客观上技术不足的因素,导致内容抄袭、同质化、盗版侵权等现象严



重, 伤害了内容创业生长的土壤。

因此, 要想促进互联网内容创业进一步发展, 一是需要完善现有的知识产权法律法规, 加强对互联网原创内容的保护, 加大对侵权行为的处罚力度; 二是要提高行业门槛, 加强行业监管, 提高行业自律; 三是要进一步促进技术的研发升级, 严格对内容进行把关和审核; 四是引导网民和内容创业从业人员提高自律意识和法制意识, 尊重知识产权。

【评分标准】

格式分: 有标题, 给 1 分。

要点分:

以创造高质量的内容为手段的创业方式被称为“内容创业”(1分)。在互联网时代, 它表现为利用自媒体、公众号提供原创内容, 获取收益(1分)。比如微信上阅读量过百万的爆款文章, 优酷上美妆达人上传的化妆视频, 晋江上连载的网络小说, 问答平台上的付费回答, 直播平台上美女主播唱歌给用户听, 都属于内容创业(1分)。

内容创业有两种盈利模式: 一种是免费分享内容, 通过广告等方式将粉丝和流量变现盈利(1分); 另一种是收费提供原创内容, 通过售卖原创知识直接获取收益, 这便是“知识付费”(1分)。

然而当前的内容创业形式虽然丰富, 但是也存在很多问题(1分)。一是很多内容创业者难以大规模和持续性地产出优质原创内容, 对用户的吸引力正在下降(1分); 二是行业门槛低(1分), 现有的知识产权法律法规不完善(1分), 再加上从业人员基于利益的驱动(1分), 以及客观上技术不足的因素(1分), 导致内容抄袭、同质化、盗版侵权等现象严重(1分), 伤害了内容创业生长的土壤。

因此, 要想促进互联网内容创业进一步发展, 一是需要完善现有的知识产权法律法规(1分), 加强对互联网原创内容的保护, 加大对侵权行为的处罚力度(1分); 二是要提高行业门槛(1分), 加强行业监管(1分), 提高行业自律(1分); 三是要进一步促进技术的研发升级, 严格对内容进行把关和审核(1分); 四是引导网民和内容创业从业人员提高自律意识和法制意识, 尊重知识产权(1分)。

(五)

【题目分析】

这道题, 需要准确理解“互联网原创内容就像果园里的果实, 没有高墙也没有恶狗, 搬盗与否只能依靠道德自我约束”这句话。

“原创内容”是指应受到知识产权保护的内容; “搬盗”是指抄袭侵权; “高墙”可理解为用完善的法律和制度来阻止抄袭侵权行为; “恶狗”可理解为用强力的监管和有利的法律惩处来威吓抄袭侵权行为; “道德自我约束”指的是道德自律。互联网上的原创内容是哪来的? 是内容创业者提供的。所以保护互联网知识产权, 就是在保护内容创业者的利益。理解了这些问题, 那么文章的总论点和分论点就有了。

最佳立意(总论点): 要保护互联网原创内容, 激励内容创业者的创业创新。

分论点: 怎样保护互联网原创内容。一是法律制度, 二是自律意识, 三是监管。展开论述的相关素材在给定资料中都能找到。

【参考例文】

保护互联网原创果实 激励内容创业创新

在“大众创业、万众创新”的潮流下, “互联网+”创新创业的激情愈加澎湃。互联网尤其是移动互联网的深入发展, 让内容创业迎来了新的“春天”, 知识付费有了新的形式, 这让内容创业者们拥有了在网上将知识直接变现的能力, 也激发了他们更多的创新灵感。

然而, 互联网知识产权保护的短板也逐渐显露, 在引导和监管跟不上的情况下, 互联网原创内容就像果园里的果实, 没有高墙也没有恶狗, 搬盗与否只能依靠道德自我约束, 出现了抄袭侵权等诸多乱象, 原创内容生产者的利益受到损害, 积极性受到打击。保护互联网知识产权, 是激励内容创业创新的首要前提。我们需要筑起高墙, 牵来恶狗, 保护原创果实不被肆意摘取。



保护原创果实, 必须完善知识产权保护的法律制度。完善知识产权保护的法律制度可以为内容创业提供沃土。内容产品往往具有复制成本低、传播速度快的特点, 一旦被大量无偿复制、传播利用, 原创者能够获得的收益就会大幅下降, 严重打击内容创作的积极性。我国知识产权保护立法起步晚, 相关规定还不够完善, 给投机取巧者留下了可钻的漏洞。因此, 与时俱进完善相关的知识产权保护法律, 确立原创者对内容产品的法定专有权利, 加大对侵权行为的处罚力度, 方能最大限度保护原创者的利益, 激发原创者投入内容创作的热情。

保护原创果实, 还要给果园外的人们树立偷盗可耻的思想。知识产权的保护除了法律的硬性手段, 还需结合教育引导的软性措施, 使之自律, 方能疏堵结合, 真正遏制侵权行为。国人以往对知识产权的保护意识淡薄, 内心自我约束不足, 加上“互联网等于免费”的观念作祟, 导致抄袭、剽窃等问题严重。有些人甚至不以为耻、反以为荣。法律制度并非万能的手段, 要想真正保护知识产权, 就要从思想观念上对民众进行潜移默化的德育引导, 并使之产生敬畏心理。这样不仅可以培养民众自身保护知识产权的意识, 更可以培育更多捍卫知识产权的卫士, 让知识产权保护意识渗透进全社会的肌理。

保护原创果实, 必须规范平台管理, 兼顾原创者、内容分发平台、消费者之间的利益链。正如知识分享平台知乎、豆瓣、微信公众平台等, 原创者可以在上面记录分享自己对某问题的深刻看法, 观众可以打赏或有偿转载内容。原创者为平台贡献优质内容, 消费者能通过平台快速寻找到感兴趣的有价值的信息。平台扮演信息中介, 以庞大的数据库和专业技术大量获客, 实现三方共赢。如果平台管理混乱, 会给消费者和平台自身带来版权灾难。因此, 要加强平台管理监督, 规范平台经营行为, 严格把关, 通过优质平台替消费者和原创者双方信任背书, 降低三方风险, 培养用户尊重知识产权、有偿享用的思维意识。

建设创新型国家的关键就是尊重知识、尊重创造。加强知识产权的保护, 不让互联网的发展出现知识产权的“裸奔”, 是互联网实现创业创新的根本, 唯有如此才能真正激发互联网领域“大众创业、万众创新”的巨大潜力与价值, 真正实现“互联网+”信息化以及应用化所带来的“弯道超车”。

【评分标准】

A类文(40~33分, 以36分作为基准分, 根据作文具体情况上下浮动): 使用了最佳立意作为论点, 对论点的理解准确、深刻; 分论点准确、阐释饱满; 从给定资料出发, 写出自己的切身感受; 有联系实际; 思路清晰、语言流畅、文面整洁、字迹工整。

B类文(32~24分, 以28分为基准分): 选择的立意符合最佳立意, 且理解基本正确; 总论点和分论点基本准确, 对分论点有展开充实分析; 从给定资料出发, 写出自己的一些感受; 有联系实际; 思路较为清晰, 语言基本流畅, 文面整洁。

C类文(23~17分, 以20分为基准分): 选择的立意与最佳立意略有偏差, 但未超出主题范围; 总论点和分论点没有明显观点错误, 呼应恰当, 且能基本自圆其说; 能够从给定资料出发, 但缺乏感受; 缺少联系实际; 思路基本清楚, 语言基本流畅。

D类文(16~9分, 以13分为基准分): 选择的立意偏离主题; 总论点和分论点不完整或不呼应, 分论点有基本的展开论述; 能够从资料出发, 但没有自己的感受; 没有联系实际; 思路基本清楚, 语言基本流畅。

E类文(8分以下, 以5分为基准分): 选择的立意严重偏离主题; 总论点和分论点不完整或者不呼应或者有明显观点错误; 分论点缺少充实论述或者内容空泛; 没有自己的感受; 没有联系实际; 大量抄袭给定资料; 思路混乱, 语言不通, 文面不洁。