

2021-2022年高一下册期中语文题免费试卷（重庆市万州第一中学）

1. 现代文阅读

阅读下面的文章，完成小题。

名言的泛化

张颐武

在微博与微信等自媒体（指为个体提供信息生产、积累、共享、传播内容兼具私密性和公开性的信息传播方式）中有一个有趣的现象，就是各种不同风格的段子的流行。这其实有规律性，历久弥新的名言正好适合自媒体的短小精悍的要求。此外人们生活压力大，事情繁多，而这些段子有的是对人生的感悟，有的是反思，有的针砭时弊或发出追问，也有对纠结的宽解，对困扰的解惑。这些其实都很对当下年轻人的心思，大家不仅喜欢阅读，还往往用转发的方式加以传播。这是“微文化”的一个典型表征。

社会有需求，公众也喜闻乐见，这种现象还会持续下去。

但现在也出现名言泛化现象，出现“鸡汤”和“鸡血”泛滥的现象。其中有两种情况值得关注。

一是对名人名言的过度消费和利用。有些段子其实并没有多少深刻的感悟，但由于是名人所说，也平添一些魅力。但另外一种现象更值得注意，即打着名人的旗号给人打“鸡血”。有些偏激的言论或消极的表达，一旦有了名人背书，这些价值观本来错位、思想方法简单的言论往往成了不易的“真理”。这些话语在特定的语境中启人思考，但若随意放大，片面性就凸显出来。如“青春是说走就走的旅行”，这一说法本来有相当的合理性，但把它极端化，变成年轻人可以莽撞，不顾具体情况不管客观环境做夸张离谱事情的辩护，就出现了负面含义。还有如“只有偏执狂才能生存”，当然在具体语境中有深刻哲理，但有些年轻人片面理解这个说法，把它变成自己走极端的借口。这些话语在网络流行，某种程度上也刺激了一些“名人”，为博取更大名声，获得更多追捧而把话说得越来越极端，以致自己也把持不住理性态度和客观立场，编出更多非理性文字。

二是干脆编造名言，附会给一些名人。有些段子手和营销账号为引人注目，投一些尚不成熟的年轻人之所好，把自己凭空编造的一些言论附会给名人。这些言论里“鸡汤”和“鸡血”都有，但“鸡血”更多。一些激烈的，甚至有些反社会的言论，被硬安在一些在主流社会中的活跃媒体和社会名人身上。这些言论有时一旦被附会给某个名人，就会一直发酵，即使本人辟谣否认，但互联网传播的弥散性使得这些话还会一再地冒出来，又被转发和传播。这些言论往往就是情绪宣泄，攻其一点不及其余，用短小文字渲染负面情绪。

这些“鸡汤”和“鸡血”往往在网络中流传极广。鸡汤如果货真价实，喝了起码没有什么坏处。但如果这鸡汤是用鸡精调制的有时也会有害，而打“鸡血”追求强刺激，就极有可能对个人乃至社会危害严重。而一旦造成这些结果，恐怕不应只是遭受道德谴责吧。

名人名言给我们正面启悟，但盲信名人名言，被“鸡汤”和“鸡血”牵着走，决非好事。如何理解名人名言，还需从生活实际出发，有更多理性判断和明智选择。

（选自2014年08月15日《环球时报》，有改动）

【1】下面各项对“名言的泛化”的理解，正确的一项是（ ）

- A.“名言的泛化”指名人的名言依托合适的媒体以段子这样短小精悍的形式在社会上流行的现象。
- B.“名言的泛化”指那些本没有深刻内涵的“名言”却因经名人之口说出而在网络上迅速传播的现象。
- C.“名言的泛化”指那些出自名人之口或被附会给名人等的某些言论在网络中广泛流传以致泛滥的现象。