

扬州市2022年高一上册语文开学考试免费试卷

1. 现代文阅读

阅读下面的文字，完成下面小题

一篇文章的优劣，取决于能否映射现实、有无社会观照。倘若文风浮夸自大，标题一惊一乍，事实似是而非，这不仅唐突了读者，也丧失了传播价值，污染了舆论生态。

最近在网上，“美国害怕了”“日本吓傻了”“欧洲后悔了”之类的文章，总能赚取不少莫名点击。然而，纵观这些所谓“爆款”文章，其实却无新意，一味夸大，文风堪忧。比如，有的任意拔高、以偏概全，高喊《在这些领域，中国创下多个“世界第一”！无人表示不服》；有的自我安慰、贻人口实，鼓吹《别怕，我国科技实力超越美国，居世界第一》；有的内容一厢情愿、断章取义，将国外的只言片语，放大成“中国在世界舞台上占据中心位置……中国现在是全球第一经济体”等声音。

这些“雄文”的共性，一无事实骨架，二无内容血肉，三无思想含量，徒有浮躁外壳，经不起一点风吹日晒。要知道，文章不会因为浮夸而增色，国家也不会因为自大而变强。挑动极端情绪、肆意传播偏见，容易造成公众走进夜郎自大、自吹自擂的狂妄误区，导致社会陷入信息碎片化、思维程序化的认知闭环。

新闻学有一种观点认为，“最好的编辑一定是个营销专家”。而某些媒体，其浮夸自大的文风，无异于“吸睛涨粉”的气球，一触即破。这类文章的始作俑者，把标题当作一枚带着诱饵的鱼钩，诸如“全球首款”“世界第一”的标题党，给标题大加“刺激”的猛料，以博人眼球，吊人胃口。然而，新闻不是爽文。如果只讲营销不讲营养，只要眼球不讲责任，即使一时流量爆棚，也是在误导大众。

有网友感慨，进入了自媒体时代，新闻越来越多，离真相却越来越远。的确，浮夸自大的文风套路，看似抄了“10万+”的近路，实则误入新闻生产的歧路。据统计，去年新媒体运营行业人数超过300万，各类机构对内容创业者的投资金额超过50亿元，可谓既有前途，又有“钱途”。然而，面对如此大好的形势，自媒体要想创作自如，就更需恪守自律。倘若毫无底线蹭热点，肆无忌惮造噱头，结果只能是漫出道德水位，偏离法治轨道，消解媒体公信力。

言之无文，行而不远。有人疑惑，是文章不会写了吗？并不是。还记得，南海仲裁闹剧群情激愤，“中国一点都不能少”的新闻作品却产生共鸣。针锋相对却有礼有节，气贯长虹而又言之有物，这样的文风文气，怎能不引发舆论场同声同气？全媒体时代，真实客观理性的新闻准绳没有变，新鲜有趣优质的价值取向没有变，平实求实务实的文风导向也没有变。只有创作者自律自觉，将文风与世风勾连，给流量和情绪松绑，方能写出真正从容自信的作品。

好的舆论可以成为发展的“推进器”、民意的“晴雨表”、社会的“黏合剂”、道德的“风向标”，不好的舆论可以成为民众的“迷魂汤”、社会的“分离器”、杀人的“软刀子”、动乱的“催化剂”。新闻讲事实，讲真相，讲正道，来不得半点虚假和浮夸，那些热衷于耍噱头、故弄玄虚、哗众取宠的路数可以休矣。

石羚在《表达当守正，修辞立其诚》中写道：曾经，读者反感“裹脚布”式的八股文章和“板着脸说话”的态度。现在，一些网络媒体又走向了另一个极端：有的热衷故弄玄虚，语不惊人死不休；有的沉迷卖萌八卦，失于轻佻……种种不良文风，需要引起警惕。归根结底，“修辞立其诚”，内容真实、情感真切、态度真诚，才是不可移易的竞争力。

（节选自林峰《文章不会写了吗？》，有删改）

【1】下列对“文风”的理解，不符合原文意思的一项是

- A.浮夸自大的文章，从标题到内容大多以偏概全、断章取义，一味夸大事实。
- B.浮夸之作无事实，无内容、无思想，外强中干，极少具有积极的社会价值。