

高二下学期期末教学质量测试语文专题训练（2021-2022年四川省绵阳市）

1. 现代文阅读

阅读下面的文字，完成下面小题。

①什么时候可以让全球大多数人来看中国的电影阅读中国的书籍？什么时候全球消费者在选购商品时会更多地选择中国品牌？这些问题看似普通，却暴露了我国在文化输出方面的不足。国家形象的传播有许多方式，最有渗透力的是文化的方式。而中国文化长期“窝”在家里，在外步履维艰，这让中国很难真正树立起大国形象，也使中国在全球竞争格局中处于被动境地。中国要“走出去”，需要文化的“走出去”，这其中的重要路径是走出去赢得市场。

②市场是在全世界范围内传播中国文化的一个便捷、有效的渠道。而文化使者是赢得市场的一个重要因素。就像贸易需要穿梭于各地的商人一样，文化传播也需要国际文化使者。人尤其是文化名人，是文化传播中重要的元素。比如著名旅美音乐家谭盾在荷兰演出歌剧《马可波罗》，将昆剧等中国元素引入剧中；旅美歌唱家田浩江在纽约演出时，演唱歌剧《李白》，将中国古典之美传播给异国观众，这些都有利于世界更好地了解中国。同时，要在西方主流文化市场上产生较大影响力，还需要积累强有力的国际人脉。上海交响乐团请旅德指挥家余隆担任艺术总监，上海音乐学院请旅法作曲家许舒亚担任院长等，这些做法无疑提高了中国文化、中国艺术的国际能见度。随着中国进一步融入世界，国际化人才会呈群体涌现，他们的舞台不会拘囿于国内，我们的政策应当积极适应这种变化，要充分激发他们的聪明才智，让中国文化传播得更远、更广、更扎实。

③其次，要打造适合国际市场的中国文化产品，需要将文化作为商品在国际市场公开流通。过去，我们习惯通过政府间友好合作交流，不走市场，以赠送的方式进行交流。因此，我们的文化产品在国际上走不远、走不深、走不久。事实上，文化产品只有通过市场赢得受众，才真正具有生命力，否则终将昙花一现。打造适合国际市场的中国文化产品肯定要去开掘传统矿藏，其中就包含对经典的演绎，但经典不应被僵化，而要在每一次演绎中不断捕捉和揣摩时代焦点。就世界范围来看，至今盛演不衰的《天鹅湖》，除了音乐旋律是原版，其他如舞美、灯光和叙事结构都与原作大不相同。此外，还需要了解和掌握国际语汇。以获得诺贝尔文学奖的莫言为例，如果没有国际语汇或国际表达，其作品恐怕很难走向国门。今天，中国文化要获得世界认可，其中演绎经典作品、理解当代情境、掌握国际语汇，是应该补上的一课。

④我们还有一个软肋是文化消费。在这方面，从观念到实践都成为制约我们走向国际市场的瓶颈。文化消费没有得到真正的重视，例如，引进高端人才，首先想到的是传统意义上的创造性人才，但是，在一些城市，其实更需要的是营销方面的人。一个产品如果不被消费，那么它的价值其实并没有得到体现。只有既把文化消费作为终点的同时也将其作为出发点，文化创作才能被人真正的接受。如果说文化是一条河流的话，那么文化产业是河的上游、文化消费是河的下游，文化产业是河的起源、文化消费是河的端口、二者不可偏废。中国文化要大步走向国际舞台，这一点也许值得我们好好磨。

（摘编自陈圣《中国文化对外传播、需要补好哪门》）

【1】下列关于原文内容的理解和分析，正确的一项是（ ）

- A.中国何时能真正树立起大国形象，其决定性因素在于中国文化何时走出去赢得国际市场。
- B.相关政策的调整应适应国际变化，让国际人才贡献力量，这样中国文化才能传播得更远。
- C.《天鹅湖》至今仍盛演不衰，这与它能够捕捉和揣摩不同时代的焦点及不断寻求改变有关。
- D.我国文化品牌想要走向国际舞台，引进文化营销方面的人才比引进创造性人才更重要。

【2】下列对原文论证的相关分析，不正确的一项是（ ）

- A.文章从文化使者、打造文化产品和文化消费等方面论述了中国文化对外传播的努力方向。