

# 四川省泸州市 2025 届高三下学期第二次调研考试语文试题

请考生注意：

1. 请用 2B 铅笔将选择题答案涂填在答题纸相应位置上，请用 0.5 毫米及以上黑色字迹的钢笔或签字笔将主观题的答案写在答题纸相应的答题区内。写在试题卷、草稿纸上均无效。
2. 答题前，认真阅读答题纸上的《注意事项》，按规定答题。

1、阅读下面的文字，完成下面小题

材料一：

最近，一档全新的原创文化类节目《上新了，故宫》成为现象级电视节目，引发全民关注。《上新了，故宫》打破了大众对故宫的刻板印象，让文物“活”了起来，既有内容，又有产品，“零距离”走进大众视野，以一种喜闻乐见的方式向年轻人传递文物的温度与文化的内涵。

节目将静默的文物转化为富含精神文化内涵的文艺产品。每期节目都有一个主题，明星嘉宾围绕主题探寻文物的前世与今生，挖掘文物背后的价值与精神内核；通过与国内设计师和高校设计专业学生合作，设计与时代接轨的“年轻化”文创产品让“旧文物”焕发“新生机”，实现深层次的“温故知新”。

“温故知新”具体体现在两个方面：一方面，“故”在探寻故宫未知领域，“新”在获得文化新认知；另一方面，“故”在感知文化记忆与历史内涵，“新”在打造全新文创产品。

节目实现故宫与创新的完美结合，打开了故宫文化的另一种解读方式。它通过将文物变为文创、文创变为产品的方式，让故宫文化以具象化的文化产品被更多年轻人“带回家”，打通了观众与传统文化双向互动的新通道。“故”与“新”、“旧文物”与“新创”的平衡实现了观众与古老文明的对话，为传统文化注入新的活力，为优秀文化的弘扬开启了新纪元

（摘编自滕华琳《从〈上新了，故宫〉看优秀传统文化的传承》）

材料二：

“超级网红”故宫又一次登顶热门话题。从故宫“紫禁城元宵灯会”的吸睛式宣传，到网友对活动质量的褒贬不一，再到网媒、专家对“故宫开发利用的边界”的广泛评论，一系列话题让我们意识到，当故宫顶着闪耀了 600 年的历史光环走到当下，变得可亲可近时，文物保护与文化创新的冲突正在悄然酝酿着。

不可否认，故宫作为皇家文化代表，在文创研发上，其占有的资源无可匹敌。故宫文创品类从朝珠耳机、书签等“小玩意”拓展到珠宝、美妆等多个领域，融入当下生活场景。显然，故宫文创自成一派，也带动了全国各地博物馆的文创之风。不过，对于以传承传统文化为责任的文物文创，再创作的尺度依据什么测量？是否需要建立行业标准？这些问题需要故宫作为“龙头”有所作为。一些文创产品同质化重、质量不够好等问题，也需高度重视。既然是文创产品，也应当符合商品价值的一般规律满足，不同消费者需求，既要有适合普通大众所需的生活小玩意，也需要有追求高端品位的精致工艺品。供给以创意审美为底线，无论是趣味化还是高雅范，自内而外新生的力量才是艺术表达的本真诉求和创新方式。

故宫作为文创的先行者，在文创传播方式上常有突破。从“雍正卖萌图”开始，故宫的文物有了“深入民间”的温度和“与民同乐”的态度，故宫持续的“花式卖萌大法”成为年轻人热衷的流行表达。但当沉默的文物变得热闹起来，获得了前所未有的社会关注时，是以突破传统保护的方式达到展示价值和传播需求，还是以更安全的方式爱惜羽毛般保存弥足珍贵的文化遗产？一些过火的宣传提醒我们，过于迎合观众的设计可能非但不能达到目的，还会给人留下缺少自信的印象。如果说文物创新是一种对历史文化的现代创造，那么，文化顺应时代趋势被创造和利用的方式应当更加自信。

无论是物质文化遗产还是非物质文化遗产，遗产活化都是一条被认为能激活文化价值生命力的有效途径。然而对于传统文化的传承和呈现，开放的底线却难以衡量。对于故宫而言，关乎的是历史，是标志，“过去”的姿态固然重要，但现在以及未来更值得思考。在市场热闹、消费者追捧的背景下，引发争议的文创可能带来了传统文化的新生，但也让以博物馆为代表的文物保护陷入盲目发展态势。文创商品的复制雷同、传播方式的低俗献媚，都会丧失文化传承的根本需求。

相比于热度，文物资源的开发需要“保护和利用”的冷思考。无论是用受众喜欢的艺术方式来表达文化审美内涵，还是通过满足商业价值来实现文化创意的结果，文化遗产再创造的最终意义还是要实现文化的可持续发展。

（摘编自岑梅玲子《从故宫文创看文化遗产创意边界》）

材料三：

近年来故宫推出的文创产品多成了爆款，让“束之高阁”的文物走入寻常生活，收获市场美誉度的同时，也成功引领了国内博物馆做大做强文创产业的热潮。这已然说明，故宫的跨界正在让沉睡的历史博物馆迈向苏醒，不仅对激活内在丰富的文化价值、盘活传统文化和故宫超级 IP（知识产权）作出了重要贡献，更为现代商业体系带来一股清流。

一项近 40 万人参与投票的调查显示，超半数投票者反对故宫取消年夜饭。在某种程度上，故宫火锅、故宫年夜饭等越来越接地气的载体，体现了现实中消费者的实际需求。其实，在不影响文物保护的前提下，类似的创新之举价值几何，没有具体的判定标准，最终还应取决于市场的效果导向。不管是此前被叫停的“故宫火锅”，还是此次被取消的“故宫年夜饭”，只要在保证文化传承、创意融合的同时，保持质量稳定，与民众生活贴近，得到大众认可，皆是可以接纳的。支持“故宫年夜饭”，并不是意味着鼓励高价消费，而是给予消费者选择的自由。

（摘编自孔德淇《“故宫年夜饭”该不该取消，让市场效果说话》）

1. 下列对材料相关内容的理解和分析，正确的一项是

- A. 一些故宫文创以具象化的文化产品打通观众与传统文化互动的通道，在深层次上对文化“温故知新”。
- B. 以博物馆为代表的文物保护陷入盲目发展，导致文创产品复制雷同，让文物保护和文化创新存在冲突。
- C. 材料二认为，故宫作为行业领袖的应有担当是让文创融入当下生活场景，进而带动各地博物馆的文创之风。
- D. 材料三认为文创价值的大小没有具体判断标准，最终还应取决于市场效果，这与材料二观点是截然相反的。

2. 根据材料内容，下列说法不正确的一项是

- A. 《上新了，故宫》引发人们关注，部分原因是节目在内容上让观众获得文化新认知的同时打造了全新的文创产品。

- B. 故宫为遗产活化探索出了不少有效方式，但在传播方式上，因为对开放的底线不够自信，也存在低俗献媚等非议。
- C. 在故宫文创掀起一波波网络热潮时，材料二站在文物资源的保护和利用的角度上进行冷思考，表现出了理性思维。
- D. 不管文创产品与商业应该保持何等的距离，通过创新激活文物内在的丰富文化价值、盘活传统文化应是基本共识。

3. 下列说法中可以作为论据来支撑材料二观点的一项是

- A. 文创产品作为博物馆文化的载体，正以不同的方式与形式、履行公共教育的职能，进入寻常百姓的消费视野，给人们生活方式带来一定的影响和改变。
- B. 从某种程度来看，文创的底线思维和高线思维都是基于文化遗产的守候，不利于文化遗产保护的事儿坚决不做，有利于文化遗产传承的事儿都敢于推动。
- C. 火锅店以乾隆《紫光阁赐宴图》为主题，推出皇宫特色的“圣旨菜单”以及“万寿菊花锅”，让游客能够身临其境地感受宫廷文化，开张后一座难求。
- D. 一座博物馆的价值，不仅在于拥有悠久历史、丰富藏品，更在于应用这些文化资源为人们做些实实在在的贡献，在于将这些文化资源融入人们的现实生活。

4. 材料二是如何一步步地展开论述的？请结合材料内容具体分析

5. 随着社会的发展，原先家家都张贴的年画逐渐淡出人们的生活。某年画博物馆想就年画的传承与发展开展文创活动，请结合文本内容，为他们提三条建议。

2、补写出下列句子中的空缺部分。

(1)白居易《琵琶行》中的“\_\_\_\_\_，\_\_\_\_\_”两句用设问句式和借景抒情手法，自叙谪居卧病的境况，流露出迁谪之意。

(2)《诗经·氓》中写女主人公起初对爱情充满了渴望，她“\_\_\_\_\_”，遥望复关，看不见就“\_\_\_\_\_”，看见了就有说有笑。

(3)在《岳阳楼记》中，作者写道“迁客骚人”的“览物之情”会因景而异，在阴雨连绵时“登斯楼”就会产生“\_\_\_\_\_”的悲伤心情。

3、下列各句中，没有语病的一项是

- A. 曾侯乙编钟巍峨的“曲悬”架势与配套的曾侯乙编磬，完整、明确地呈现了周代诸侯的“轩悬”制度，并与其他青铜礼器一起交织出一幅近于现实的礼乐场景。
- B. 由于社会治理转型一度缺乏整体性的制度设计，没有像经济转型那样有相对明确的目标、路径和体制，往往在经济体制改革的牵引下被动前行甚至徘徊不前。
- C. 平等共容作为社会工作的目标价值，既体现在社会工作的精神层面，也体现在物质层面，是平等共享国家发展成果，践行社会主义核心价值观的重要途径。
- D. 古人利用物体投影随太阳移动而旋转的原理来测定并划分时刻，发明了日晷，是世界上历史最悠久的计时工具，是我国古代在天文学方面的突出成就。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/235140030142012003>