2020年疫情高考模拟定心卷（七）

一、现代文阅读（36分）

（一）论述类文本阅读（本题共3小题，9分）

阅读下面的文字，完成1——3题。

传统文化短视频，顾名思义即是记录传统文化的网络短视频。截至2019年5月初，“抖音”平台上关于传统文化相关的短视频数量超过6500万条，累计播放量超过164亿次，传统文化话题成了“抖音”上最热的话题之一。目前，短视频客户端用户集中在24岁左右，而短视频传统文化传播的不断完善，也有利于在年轻人群体中推动传统文化的传承与发展。

本文以“抖音”短视频平台为例，探讨传统文化短视频的受众心理。

人类永无止境的好奇心催促着人们主动进入新环境、新领域，获得新知识。而“复古风”从生活服饰刮到了传统文化领域，从前与受众保持一定距离的“高冷”传统文化在互联网传播的快速性和跨时空性特质下，源源不断地传播到受众的面前。受众对于生动丰富、充满趣味的小众传统文化是新奇的，基于好奇与求新的心理，受众开始关注传统文化短视频，重新认识博大精深的传统文化。

相对于“抖音”其他类型的信息，传统文化等知识的传播是以一种较为轻松的方式传递严肃的传统文化信息，受众在观看其他类型比如搞笑类短视频时可能会有浪费时间的隐忧，但是观看知识类短视频能够增强受众技能知识、丰富精神世界，给受众带来一种满足感、充实感。而在此基础上，由于短视频的知识传播作用，短视频客户端不再只有休闲娱乐的作用，也是一款轻松学习、获得知识的工具。

法国著名社会学家让·鲍德里亚认为，在后现代的社会中，人们通常通过“消费”这个行为来表达自己，彰显地位或品位。当今时代，受众整体的文化水平以及生活格调都在提高，审美观念也与以往大不相同，不仅仅要求简单的好看、眼球刺激，还要有个性、流行等因素。“美而不同”是大多数人追求的新境界。传统文化一直作为高雅文化存在，在注入短视频这种新的传播方式后开始接地气，不同于传统信息传播的呆板与生硬，有个性的传统文化传播符合大众审美，更容易在受众中间扩散传播。

在传播活动中，从众是指个体（或群体）受到群体压力而改变态度或行为，使之和大多数人保持一致。在短视频领域，传统文化短视频在受众点赞、转发的二次传播中，引起了其他用户的跟随观看。而大多数情况下，由于“抖音”客户端无限推送的信息流模式，很多用户会选择点赞量多的视频进行观看。而平台功能的便利性使得人们在从众心理的指导下，由好奇的观看转化为参与视频拍摄。如共青团中央的“抖音”号与京剧演员珮瑜合作，共同发起了抖音话题“我要笑出国剧范”，并为话题提供示范视频，引发了众多受众的模仿，截至目前此话题阅读量超过26亿人次。在从众心理的推动下，优秀的传统文化短视频获得了爆炸式的传播。

新媒体技术大大丰富了知识传播的渠道与载体，短视频突破了以图文传播为主的“两微”传播，丰富了现代人接收信息的方式。虽然存在短视频“短小微”局限、所传达的内容不够深入、视频制作者水平不高导致视频质量不够精致等问题，但目前，短视频依旧处于风口位