第四天 阐释题

作答要求：

（二）给定资料六说“文化是有生命力的”，请谈谈你对这句话的理解。（20 分）

要求：顾及语境，顾及字面意思、针对的问题和用意，不超过 300 字。

给定资料：

材料6

城市本就是人们向往的地方，城镇化战略的实施更让新城座座拔地而起，让原有的城市急速膨胀与扩张，千篇一律的格局，缺乏个性的样式，建筑材料的单纯堆叠，历史遗迹的人为毁损，令人们的城市梦想减色。人们不禁要问：城市建设该往何处去？

进入21世纪以来，安徽省城镇化进程年均提高幅度超过1.5个百分点，是改革开放后最快的一段时间，不过也带来了一些发展缺陷。2014年3月11日安徽省经济信息中心发布报告，提出安徽城镇化过程中的病症，提出要保护好城市的文化内涵。报告指出，注重保护城市的文化内涵就是在培育城市的核心竞争力。安徽有着深厚的文化底蕴，在扩大城市规模的同时，需要更加注重城市化的质量，城市功能的完善以及城市历史文化的传承，使城市的历史延续和现代发展融为一体，以文化来展示城市特色，以文化增强市民对城市的认同，在当前普遍存在大规模“格式化造城”的环境下，这一点尤为重要。

2014年1月11日，南京市委书记杨卫泽在南京市政协十三届二次会议上的一个讲话，引发了政协委员们的强烈共鸣。他在讲话中说：“南京文化资源丰富，但文化软硬实力还相对欠缺。南京历史文化底蕴深厚，但尚缺乏一个气质独特的城市印象。南京一身的文化标签，但尚缺少特色鲜明的文化标志。南京数量众多的文化资源，有不少或束之高阁、孤悬一隅，或藏于库房、深埋地下，尚未充分转化为文化生产力。”他认为：“文化是有生命力的，文化的生命力不仅在于本体维护，更在于效用发挥。要让浩如烟海的文化资源活起来，关键是把文化资源用起来，让文化鲜活地走入人们的日常生活中，增强市民对文化的认同感，对城市的归属感，更好地发挥文化教育人、感染人、愉悦人的作用。”他呼吁：“紧紧依托文化资源和人才资源双重优势，大力发展以传统文化为内容、以科技创意为支撑的各类创意产业，让传统文化资源绽放时代华彩，让文化产品走向大众。”

作答要求：

谈谈“预先失败”这一概念在“给定资料 4”中的含义。（10 分）

要求：全面、准确。不超过 200 字。

给定资料：

4、时期来临，日益升温的“报班热”让孩子们本该无忧无虑的假期变得紧张而忙碌。不少家长“跟风”，给孩子报了特长班、兴趣班、课外辅导班等等。

荧屏上的相亲交友类节目大战愈演愈烈，多家卫视相继播出相亲或者交友类节目，一轮“相亲热”席卷荧屏。

近年来，媒体选秀节目从未冷却。从“超级女声”“快乐男生”到各行各业、各种角色纷纷“选秀”，“选秀热”进入了全面开花阶段。

一股“全民养生”的热潮炙浪逼人。五花八门的养生学说见诸各种媒体，名目繁多的养生书籍充斥图书市场。养生，已成为人们时下最为关注的话题之一，并以一股强大的磁力影响着百姓的日常生活。

此外还有集资热、股票基金热、买房热、文凭热等，常常是一风未止一风又起。

据某网站问卷调查显示：七成以上的受调查者认为时下跟风程度“非常严重”，表明随大流、跟风已成为一种普遍心态，跟风现象有愈演愈烈之势。专家认为，跟风现象折射了社会转型期的浮躁心态，在一定程序上构成了社会群体心理“亚健康”的表征。

有研究者撰文指出，如果说跟风来自于人们对各类专家的依赖，那么，不难想象，这种“依赖”恰好凸显了当前人们的一种“预先失败”的窘况。文章中引用了英国学者吉登斯在《现代性与自我认同》一书中的相关阐述，试图把现代人所面临心理问题的讨论引向深入。

吉登斯指出：“在晚期现代性的背景下，个人的无意义感，即那种觉得生活没有提供任何有价值的东西感受，成为根本性的心理问题。”在吉登斯看来，现代社会中任何个人的行为都必须参照一种专家系统才可以实现。换言之，人们越来越相信现代社会的专家指导系统，在做任何活动之前，总要去参考各种各样的指导意见，并找到行为的依据，离开了这个专家系统，个人将迷失在社会当中，一事无成。

比如，我们去买衣服。表面看起来，这是一个纯粹的个人行为。买什么衣服，选什么品牌，完全由个人的爱好所决定。但是，在今天，任何购买行为，都已经深深地和各种各样的广告连接在了一起。广告，无形中就成为了现代人生活中重要的“指导系统”。事实上，广告无异于担当这个功能，但是在纷繁复杂的商品世界中，它确实为现代人提供辨别和追寻自己需要的物品的中介——从这个意义上说，广告也成为现代人自我辨认的一种曲折的形式。

这无疑会对人们自主选择能力带来巨大的冲击。在任何属于个人的行为当中，都隐藏着一个他人的选择、他人的要求、他人的想象。因此，它会使相当一部分人成为脱离了庞大的文化系统而难以生存的族群。

隐藏在这种生存的想象性对抗背后的，则是人们期待权威的心态。当人们无法获得真实世界的全部信息，就只能想象性地获得这种信息——这就有了对于大众文化媒介的依赖。追风现象之所以在今天以如此空前规模的形式盛行，也正是这种媒介依赖的结果。

斯图亚特•霍尔曾这样描述现代社会：大众传媒通过生成知识和影像，给大众提供一个认识外部世界的通道。社会的高度发展、信息丰富芜杂以及生活形态多样变迁的同时，世界也在一定程度上变得破碎、凌乱和神秘。而大众传媒恰好掩盖了这种破碎、凌乱和神秘。大众传媒总是向我们呈现出世界的完整面貌，让我们觉得生活在一个充满了广告画面一样温暖的世界之中。

就人们的日常生活而言，大众媒介承担了一个“专家指导系统”的角色。一时间，所谓的养生专家“走红”各家电视台；隔夜水可以还阳养肾、活吃泥鳅可以治病……几乎最时髦的养生术，都是以对科学主义的文化体系进行颠覆甚至戏弄为前提的。这种反科学主义的冲动背后，则是人们对“媒介”的过度依赖。公众的生活知识，总是通过大众媒介获得，于是许多人也就把大众媒介专家作为自己生活方向的指路人。