9年级语文第28课时“观点与材料的关系”拓展作业

**【拓展任务】议论文综合知识的运用**

**一、阅读《让家书文化走进生活》，完成习题。**

让家书文化走进生活

刘金祥

①家书是一种感染力极强的鲜活文本，西方人称之为“最温柔的艺术”。铺一张白纸、修一方尺牍，是我国古代文人表露心绪的常用形式；展一方徽宣、写一帧信札，是我国传统士子寄寓乡愁的有效渠道。鱼传尺素、鸿雁传书、目断鳞鸿，这样的文化传统代代相因、世世相袭，融入百姓生活，升华为中国乡土文化的重要维度——家书文化，沉积为融亲情、乡情、友情于一体的独特民族文化现象。

②在我国传统社会，家书是传递情愫和信息的基本途径。无论人在何处，修一封家书、报一句平安，就可化解千里之外亲人的担忧挂牵，令其安心宽慰。特别是在战乱频仍的年代，家书的价值尤显珍贵。烽火连三月，家书抵万金；凭君莫射南来雁，恐有家书寄远人……这些墨迹长存、余温犹在的经典诗词，是先贤心系桑梓、寄情亲人的生动写照。

③当今社会，互联网实用又快捷，打破了家人亲友间的空间阻隔，缩短了时间长度，人们只需轻点手机屏幕，便可诉说心曲、互道衷肠。这样一来，传统家书日渐式微，家书文化面临衰败消亡的严峻考验。但，毕竟不是所有的亲情友情都可通过键盘敲打出来，互联网日益广泛的使用，降低了家人亲友交往的质量。

④同样，家书作为一种优秀文化具有永恒的魅力。当今时代，人们既需要现代网络的迅疾和轻灵，也需要高雅文化的温润和熏陶。昔日尺牍信札中真挚的感情、熟悉的字迹、质朴的语言，都被程式化的简单符号所代替；而这些网络符号转瞬即逝、难以恢复。即便其中有时也能迸发出智慧火花和闪光言语，但难以完整保留、长久珍存。所以，作为中华优秀传统文化的重要组成部分，家书对文化的传承功能是网络所无法替代的。

⑤所以我们应慎终追远，固本强基，倡导手写家书，让笔墨文字所蕴含的温情暖意抚慰疲惫而躁动的都市心灵，让家书文化永远成为人们寄托情感的精神家园。

（有删改）

1.作者针对什么现象表达了自己的看法？

答：

2.这是某同学画的本文的论证结构图，请你对其错误的地方加以修改。

H1

答：

3.作为一名青年学子，你对网络时代中传承家书文化有怎样的思考？请结合你的生活实际谈一谈。

答：

二、**阅读《****老字号应倚老卖新》，完成习题。**

老字号应倚老卖新

贾亮

①始建于1956年的新中国儿童用品商店，近日被授予“北京老字号”称号。至此，北京老字号扩容至197家。头顶着象征历史积淀的北京老字号牌匾，经营的是面向少年儿童的用品，老和新融为一体，不经意间道出了一个老字号何以长盛不衰的秘密。

②老字号的价值在“老”。老字号们都拥有自己独特的品牌文化。打开同仁堂的历史，就是打开了康熙年间到现在的中医药发展史；打开瑞蚨祥的历史，就是打开了中国古代达官贵人穿着的时尚档案；打开六必居的历史，也就是打开了明朝以来的酱菜百年变迁。新中国儿童用品商店虽然名字带“新”，但凭借63年的积累，在北京乃至全国消费者心目中，也算得上老字号了。商场如战场，能存活下来都属不易，屹立不倒的秘诀在于这些老字号们要么拥有世代相传的招牌产品、独创技艺，要么秉承顾客至上的服务理念。总之，老字号能成为金名片，靠的是自己的看家本事。

③同时，老字号的出路在“新”。任何一家老字号走到今天，勇于创新是它们共有的特质。新中国儿童用品商店适应国际化大都市发展趋势，不断拓展多元化儿童消费，引入知名企业和时尚品牌，使儿童商店成为前沿的体验互动商店。有165年历史的北京老字号内联升一直致力于老布鞋时尚化。最近，该品牌在北京三里屯太古里开设快闪店，来吸引年轻人了解老字号品牌以及产品创新。有着245岁高龄的北京稻香村首家自助店“稻田日记”在北京开业。与传统门店相比，这家门店的装修风格、产品制作、服务方式都令人眼前一亮。正是有了产品的创新、服务的创新、品牌的创新，这些老字号才赢得了消费者的青睐。如果墨守成规甚至抱残守缺，产品是一成不变的，理念是上上代人的，这些老字号不会有现在的发展。

④老，是老字号实力的见证；新，是老字号生命力的保障。尽管老字号底蕴深厚，也要摒弃为创新而创新的极端做法。老字号一味向别人学习却忘了自己是谁，往往会弄巧成拙。发展的过程中，有不少老店上演了邯郸学步的剧目，昂贵的学费把自己都赔进去了。

⑤再老也要有新特色，再新也不能丢了老味道。守正创新，才是老字号赓续传承必须坚持的原则。唯有如此，才能带给消费者耳目一新的感觉，才能留住经年不变的老根老魂，才能任凭市场风起云涌，总能气定神闲稳步前行。

（有删改）

1．请结合文章内容，对题目中的“倚老卖新”作出解释。

倚老卖新：

2．阅读全文，判断下列说法，正确的一项是（ ）

A．文章开篇举了新中国儿童用品商店的例子，从而引出论题：品牌被授予“北京老字号”的秘密。

B．文章第②段先分析老字号的价值，然后从正反两方面举例证明，最后得出结论：老字号世代相传靠的是招牌产品。

C．全篇文章紧紧围绕“老字号应倚老卖新”来展开论述，阐释了“老”和“新”在老字号发展中所起的重要作用。

3．下面的材料可以作为文中哪一段的事实论据？请说明理由。

【材料】

拥有115年历史的东来顺推出了全新子品牌“涮局”。传统东来顺偏正餐和商务宴请，消费者年龄多在35岁以上，“涮局”则偏向年轻化。为了提升人气，前段时间“涮局”还与盒马鲜生合作，未来还将把一些火锅半成品借助盒马线上渠道配送上门。

答：