# 七年级下册语文综合性学习《 我的语文生活》

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2025-06-29

*综合性学习　我的语文生活1．培养学习语文的兴趣，感悟生活处处皆语文的道理。2．通过招牌中的语文、广告词中的语文、寻找最美对联等几项活动来学习语文。3．激发关心生活、热爱生活的情感，做生活的有心人。一、导入新课生活处处皆语文，语文无处不生活。...*

综合性学习　我的语文生活

1．培养学习语文的兴趣，感悟生活处处皆语文的道理。

2．通过招牌中的语文、广告词中的语文、寻找最美对联等几项活动来学习语文。

3．激发关心生活、热爱生活的情感，做生活的有心人。

一、导入新课

生活处处皆语文，语文无处不生活。无论是读书看报与人聊天，还是听相声看电视逛商场，只要留心观察，随时注意语言现象，总会遇到与语文有关的问题。罗丹说：“生活中不是缺少美，而是缺少发现美的眼睛。”同理，生活中也从不缺少语文，而是缺少发现语文的眼睛。下面就让我们用发现的眼睛，走进《我的语文生活》，展现自己的风采！

二、学习语文的途径

(一)大家回答一个问题：我们的语文是从哪里学到的？(意图：引出学习语文的途径不要局限在课堂上，走出校园，离开书本，我们学习语文的途径是多样的。)

从媒体学语文——网络用语、手机短信、流行歌词；从名字中学语文——人名、地名；向群众学语文——俗语、谚语、歇后语；从传统文化中学语文——对联；从广告中学语文——商业广告、公益广告……

教师总结：语文不要局限于课堂与书本，生活处处有语文。

(二)怎样对待网络流行语？(意图：网络流行语是一把双刃剑，要正确对待)

随着网络文化的兴起，网络流行语成为人类语言发展长河中一道奇异的风景，你们是怎么看待网络流行语的？

优点：①方便，提高交流速度，节省输入时间和上网的花费；②时髦，有新鲜感；③有娱乐性，增强交流时的乐趣……

缺点：①语言不规范，对语文学习不扎实的人或小孩子学习语文产生误导；②有些网络流行语不够文明，粗俗；③怪字、错字层出不穷……

学生发表看法，正反双方简单辩论

教师总结：这种语言的随意性太大，不稳定，只是年轻人时髦的“文字游戏”。在平时生活中或上网时偶尔用用可以，但在作文里尽量避免使用。

三、活动开展

(一)正眼看招牌

商店的招牌是街市的“眼睛”。好的招牌能吸引人的注意，还能引起人们购物的兴趣。到街上走走，会看到有的招牌设计考究，风格独特，有浓浓的文化感；而有的招牌设计粗糙，没有特色，还存在用字用词不规范、错别字或汉语拼音错漏等毛病。

(二)我来写广告词

提起广告，你首先想到什么？或许是看电视节目时被广告打断的懊恼，或许是某个印象深刻、夸张搞笑的画面。相信也有很多人会因某句别出心裁的广告词而将一个广告深深地印在了脑海中。仔细回想一下，哪些广告词让你印象深刻？它们的独特之处在哪里？

示例：①闻香知好茶。

②一杯茶，一份情，一生缘。

③轻轻地我走了，正如我轻轻地来。

④有了喧哗，自己无法心静；有了打闹，别人无法凝思。

广告词赏析：第一则广告词不仅告诉了我们识别好茶的方法，还告诉人们这个品牌的茶叶品质好，味道也香。第二则广告词巧妙地运用了排比的修辞手法，形象地道出了一杯好茶会让茶商与顾客之间建立起浓浓的感情，成就彼此一生的茶缘，由茶到情再到缘，内涵逐渐扩大。第三则广告词巧妙地引用了徐志摩《再别康桥》中的诗句，委婉含蓄地告诉到图书馆借书(读书)的人，要放轻脚步，以免打扰到别人。第四则广告词巧妙地运用了对偶的修辞手法，委婉地告诉人们，应当设身处地为自己或他人着想，图书馆内不要喧哗，更不能有打闹。

(三)寻找“最美对联”

对联是我国传统文化的瑰宝，也是活的文化遗产，无论是在名胜古迹，还是市井闾巷，处处可见对联鲜活而古朴的身影。这些对联与周围的环境相映成趣，充分体现了汉字的奥妙和传统文化的意蕴。

对联的基本常识：(1)发展历史：对联是一种独特的文学艺术形式，相传它始于五代，盛于明清，迄今已有一千多年的历史。(2)拟写规则：对联要求对仗工整，平仄协调，上联尾字仄声，下联尾字平声。句式较灵活，可长可短，伸缩自如。对联可以是四言、五言、六言、七言、八言、九言，也可以是十言甚至几十言。(3)对联分类：根据内容，可分为节令联、喜庆联、哀挽联、名胜联、行业联、题赠联、趣巧联等。

四、活动示例

(一)正眼看招牌

1．以小组为单位进行交流，总结需要改进的招牌。

(1)平淡无味：“夜稀饭”“黄毛烧烤”“小张理发店”……

(2)用词粗俗：“厕所串串”“哎哟我烤”……

(3)常见的牌匾广告中的错别字问题主要分为下面几类：

①繁体字和简体字混杂使用。有些商铺在使用繁体字时，会写错字、别字，如混淆“發”和“髮”，把化妆的“妝”写成“粧”等。②使用别字。这个问题在一些私人摊点和商品标签上仍比较普遍，如“副食”写成“付食”，“大饼”写成“大并”，“盒饭”写成“合饭”等。③外文使用不规范。中外文字混杂似乎成为门头招牌的一种时尚，如“合の料理”“anni的shop”等。

2．以小组为单位进行交流，分享吸引人的招牌，并总结招牌命名特点。

示例：“零食物语”“好来屋”“衣拉客”“一剪钟情”……

招牌命名特点：妙用典故、巧用成语、正话反说、地名人名、名人效应、俗语妙用、歌词运用、自我夸耀、偷梁换柱等。

(二)我来写广告词

1．找出你认为写得最好的广告词，并说明理由。[更多示例见相关教学资源(官网可下载)]

示例：钻石恒久远，一颗永流传。(戴比尔斯钻石广告语)

赏析：这句广告语不仅道出了钻石的真正价值，而且也从另一个层面把爱情的价值提升到足够的高度，使人们很容易把钻石与爱情联系起来，这的确是最美妙的感觉。

广告技巧：修辞型、谐音型、古典诗词名句型、攻心法、人物命名法、效果法、歌名点化法等。

2．仿写广告词。

(三)寻找“最美对联”

1．精彩妙联

春联：杨柳吐翠九州绿　桃杏争春五月红

寿联：福如东海　寿比南山

行业联：虽是毫发生意　却是顶上功夫(理发店)

名胜联：写鬼写妖高人一等　刺贪刺虐入骨三分(蒲松龄故居)

赠联：风声雨声读书声声声入耳　家事国事天下事事事关心

2．趣联故事

苏轼被贬黄州后，一居数年。一天傍晚，他和好友佛印和尚泛舟长江。饮酒间，佛印向苏轼索句。苏轼忽然用手往左岸一指，笑而不语。佛印顺势望去，只见一只黄狗正在啃骨头，顿有所悟，遂将自己手中题有苏轼诗句的蒲扇抛入水中。两人面面相觑，不禁大笑起来。原来，这是一副哑联。苏轼的上联是：狗啃河上(和尚)骨。佛印的下联是：水流东坡尸(诗)。

五、语文生活知识竞赛(意图：增强学习兴趣，检验学习效果)

1．以下对联适合用在什么场所？

明察秋毫，日月重光(眼镜店)

南来北往，宾至如归(旅店)

虽是毫末技巧，却是顶上功夫。(理发店)

摄将真面去，幻出化身来(照相馆)

2．猜猜下面几句话分别是为何种商品做的广告词？

夏天的“凉”友，冬日的“火”伴。(空调)

实不相瞒，我的名气是吹出来的。(电扇)

3．请说出两个俗语、谚语或歇后语。

课堂总结：如果说生活是一幅大画卷，那语文就是画中的风景线；如果说生活是一片海洋，那语文就是其中的浪花；如果说生活是一首歌，那语文就是其中的音符；如果说……语文在生活中无处不在，生活依赖语文，而语文也在影响着生活！从今天开始，就让我们带着求知的目光到生活中去领略语文世界的魅力，在生活中学习语文吧!

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！