

动人民在长期的求生存、求发展的过程中，深深植根于广大群众社会生活中，反映群众的生活和思想感情、理想、愿望，由人民群众集体创造、集体传承的舞蹈。汉族是个善于吸收其他民族文化的民族，汉族民间舞蹈则是汉文化的一个组成部分，因此，汉族民间舞蹈的地域色彩也比较鲜明。由于居住区域的自然环境、地形、文化、信仰、习俗等各有不同的多种原因，形成了汉族民间舞蹈地域色彩浓郁，种类繁多，风格各异的地域特色。

一、秧歌与花灯之源流和地域文化分布的变异

(一) 秧歌是我国汉族具有代表性的一种民间舞蹈形式。它最初是插秧和耕田时所唱之歌，以民间农歌、菱歌为基础，逐渐发展成为汉族最普遍的民间舞蹈形式，以表现农业生产为主。发展到清代，秧歌已遍及中原汉族地区，尤其以北方更盛。秧歌舞蹈文化，是北方汉族以粟作文化为代表，这个区域主要分布在秦岭以北和黄土高原。也是我国古代黄河中中原氏族文化为代表的北方类型文化中心。在这样的自然环境下，形成了北方风格多样的秧歌舞蹈。如东北秧歌、陕北秧歌、鼓子秧歌等，它们都以各自的表现手法将全身有机的配合起来，千姿百态，各领风骚，从而成为北方舞蹈文化的代表。

(二) 花灯，是富有江南特色的民间舞蹈，它与北方的秧歌同源异流，主要流行于我国云南、贵州、四川、湖南等地。花灯舞蹈文化，是南方汉族以稻作文化为代表，这个区域主要分布在秦岭——淮河以南。由于南北两大类型文化中心产生于不同的自然环境，形成了不同的文化背景，在文化特征上当然各具风格。所以，南方花灯舞蹈的共同特征是以优雅之舞韵、清秀之舞姿、轻巧之舞步表现南方的美丽景色和美好生活。

二、秧歌与花灯在表演风格、动律特征上的差异

关于秧歌与花灯在表演风格、动律特征上的差异，在此文章中以东北秧歌和云南花灯为代表作以对比和分析。

(一) “东北秧歌”是流传于东北地区的汉族民俗舞。由于地域的分布和气候的特征，东北秧歌具有强烈的生活气息，具有泼辣、幽默、文静、稳重的风格特点，是广大群众喜闻乐见的一种民间歌舞。就东北秧歌的舞蹈而言，其总的特点就在于一个“扭”字，所以俗称“扭秧歌”。稳中浪、浪中梗、梗中翘、翘在板上，扭在腰上，是东北秧歌的最大特点。

奥尔夫教学法在小学合唱中的应用

杨婷

(新疆乌鲁木齐市第二十六小学 新疆 乌鲁木齐 830001)

【摘要】现阶段，在新一轮基础课程持续深入改革的背景下，对小学音乐教学提出了更为严格的要求，而合唱教学作为小学音乐教学之中的重要教学部分，怎样调动学生们在课堂学习中的兴趣，让学生们积极参与到音乐学习之中，是现阶段音乐教师面临的难题，而在教学过程中引入奥尔夫教学法能够有效解决这一困境。基于此，本篇文章主要通过奥尔夫教学法在小学合唱中的运用，展开具体的分析以及探究，并为其提供相对应的应用对策。

【关键词】小学音乐；奥尔夫教学法；小学合唱；应用

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2020.07.449

引言

现阶段，小学学校越发重视对学生们进行素质教育的培养，而音乐教学作为素质教育的重要组成部分，最终的教学效果直接影响着学生们日后的发展。因此，需要高度重视小学音乐这一学科的教学。在音乐教学过程中应用领先的教学形式，能够有效提升音乐教学的整体质量，而奥尔夫教学法，主要指的是在课堂教学中应用原本性的教学方式，这一教学方式符合于小学生的认知特点，因此把奥尔夫教学法应用在音乐合唱之中，能够有效提升小学合唱教学的整体教学效果。

一、应用集体过活动，提升合唱的趣味性

奥尔夫教学法更加重视学习主体的良好发展，要求每一名学生都能够在课堂学习过程中体现出自己的主体地位。因此，音乐教师应当引导学生之间多进行互动，最大程度体现集体活动的真正作用，提升音乐合唱教育的趣味性特征，真正做到密切关注每一名学生的内心感受，让学生们在充满趣味性的音乐合唱中，表达出自身最为真实的个人情感，为接下来的学习奠定良好的基础。

例如，音乐教师在教授学生们《我的祖国》这一节音乐知识时，可以根据这一首音乐具有的小组、动人这一特征，在歌曲合唱前，让学生们按照自身的声部分成多个小组，再为每一个小组分好需要歌唱的歌词，小组内的学生一同展开歌曲的发声练习，将歌词充满感情的朗读出来。接下来再像集体合唱时，班级同学一同对歌词进行朗诵。这一首歌曲在演唱的过程中，二声部让音乐的旋律更为澎湃，曲调更加丰富，因此在歌曲二声部合唱时需要有着较为丰富的表现能力。音乐教师在讲授时，需要先让歌曲二声部的同学先歌唱一遍，让班级学生初步了解歌曲二声部的合唱，接下来再分歌词学习这首歌曲的旋律，在这首歌曲学习完毕后，音乐教师在引导学生一同对歌曲展开合唱。在此过程中，每一个声部的学生都有着十分明确的分工，并且认真学习自己在声部的音调与旋律。在这种积极学生的音乐合唱氛围中，能够有效激发学生们的潜在能力，培育学生们团队合作精神 and 集体意识，让学生们更加自主的学习音乐知识。

二、与舞蹈动作相结合，培育学生们的节奏感

节奏是奥尔夫音乐教学法的关键，因此音乐教师可以以节奏为切入点，将音乐歌曲和舞蹈动作相结合，着重训练学生们的音乐节奏，让学生们持续体验肢体动作和音乐节拍间的联系，这对学生们深刻体会音乐歌曲的独特魅力有所帮助，在此过程中能够有效推进学生们思维和节奏的完美协调，进而调动学生们对于音乐合唱的兴趣，让其去感受音乐歌曲节奏过程中，有效提升音乐合作教学的整体效率。

例如，在4/4拍的音乐教学时，音乐教师可以先播放一小段4/4拍的歌曲，例如《留给我》《美丽的夏牧场》等，并且在歌曲播放时，将“强拍、弱拍、次强拍、弱拍”这一规律向学生们进行讲授，让学生们在听音乐时，注意音乐节奏、节拍的特征。接下来音乐教师组织学生们依据自身对4/4节拍歌曲的感受，来向同学们展示一段舞蹈，真正感受肢体动作和音乐节拍间

的密切联系，借此来培育学生们的节奏感，让学生们对音乐中蕴含的情感进行深层次的理解，这同时也符合于奥尔夫音乐教学所提出的跳跃律动的教学特征。学生们在学习3/4节拍的歌曲时，还可以与声势动作相结合，让学生们用力跺一跺左脚，再轻轻跺右脚，或者是用力拍一拍左腿，再轻轻拍两次右腿，借此来达到有效教学的根本目的。这个传统的音乐教学形式相比较，比较容易让学生们所接受，同时也可以有效提升学生们对于音乐学习的兴趣，让学生们在自主参加课堂学习的过程中，巩固自身的音乐基础知识，提高音乐学习的能力水平。

三、重视情感训练，提高学生们的音乐表现力

奥尔夫音乐法高度重视培育学生们的创新能力。鉴于此，音乐教师可以组织学生们展开即兴歌唱的班级活动，借此锻炼学生们对于集体合唱的思考和理解，激发学生们的思维能力，让学生具有较为灵活的头脑，进而有效激发学生潜在的活力，提高其音乐表现力。音乐表现力在音乐合唱教学中占据着十分重要的位置，因此，情感的重要程度可想而知。与奥尔夫教学法相结合，音乐教师可以先培育学生们对歌曲中情感的感知力，培育学生发现歌曲的形象的能力，并且着重培养学生在歌唱过程中，个人情感的抒发和表达。例如，班级学生在合唱歌曲《送别》时，音乐教师可以即兴指挥，让学生们一同合唱，或者是引导学生以小组为单位进行歌唱，组内一名成员进行指挥，其他同学进行歌曲合唱练习。同时也可以让学生边听边唱，让歌曲合唱和学生们的个人情感进行完美的结合，这对学生们用心歌唱音乐有所帮助。

四、结束语

结合本文各项重点，奥尔夫音乐教学方式和小学音乐合唱教学两者进行完美的结合，对延伸音乐理论知识与创新教育形式，都具有十分重要的意义和价值。因此，音乐教师应当与学生们的基本学习情况相结合，把奥尔夫音乐教学法灵活地应用到课堂教学过程中，营造生动愉悦的歌曲合唱氛围，让每一名学生都能够学习到更多的音乐知识。同时还需不断探索，持续优化，培育学生们应用所学习过的音乐理论知识和技能，让学生们在合唱学习过程中，体会到歌曲合唱的独特魅力，进而有效提升小学音乐教学的整体质量。

参考文献

[1]何霞.浅谈奥尔夫音乐教学法在小学低年级音乐课堂中的应用[J].试题与研究,2020(27):175.

[2]洪静雯.奥尔夫音乐教学法在小学音乐教学中的应用[J].文科爱好者(教育教学),2020(04):181-182.

[3]王焱.奥尔夫教学法在小学合唱音乐教育中的应用[A].教育部基础教育课程改革研究中心.2020年“互联网环境下的基础教育改革与创新”研讨会论文集[C].教育部基础教育课程改革研究中心:教育部基础教育课程改革研究中心,2020:2.

作者简介:

杨婷(1983.6-),女,汉,四川人,小教一级,研究方向:奥尔夫音乐教学法。

服装品牌视觉形象设计的策略研究

陈德丽

(广西理工职业技术学校 广西 南宁 530031)

【摘要】我国的服装行业成了世界加工工厂的贸易出口的重要组成部分，但是我国的服装没有一个响亮的品牌，没有一个让众多的人都熟知的品牌。我国虽然是一个有廉价生产力的劳动大国，但是缺少世界的知名的服装品牌，使得我国在国际竞争中的竞争力比较弱。目前的国际的竞争力已经不同往日了。因此，本文对服装品牌视觉形象设计策略进行了以下的分析与探讨。

【关键词】服装品牌；视觉形象设计；策略研究；方法探讨

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2020.07.450

引言

国外的知名的服装品牌已经逐渐地进入了我国的市场，让我国的服装逐渐的有了品牌的意识。国外的服装品牌展现出的品牌视觉形象，使我国的服装品牌明白了什么样的服装才是真正意义上的品牌。在实际的情况下，想要让我国的品牌能够被更多的人所认识，在进行品牌视觉形象设计的时候，仅仅对品牌这个概念有一定的理解是不够的。在设计的过程中，要对这个概念进行深入全面的了解，要在心里有一定的把握，知道怎样进行品牌的设计，怎样抓住设计中的重中之重。

1.服装品牌视觉形象设计过程中在实际的实践过程中进行改进的措施

1.1要明确我国的服装品牌视觉形象发展的特点

我国的服装品牌视觉形象设计想要发展的更加完善的话，就需要明确我国的服装品牌视觉形象发展的特点，发现在发展过程中所遇到的问题。对这些问题做出针对性的解决方案设计，要明白服装品牌的组成的要素，以及服装品牌视觉形象的构成是什么。要明白国内外的知名服装品牌都是如何对品牌做出定位的，如何对品牌进行管理和研究的，建立服装品牌视觉形象的设计策略。服装品牌视觉形象设计这件事在做的时候并不是想我们想象中的那样简单的，在设计的时候要体现出品牌的独特的魅力，展现出企业的文化，能够让消费者长时间

的喜悦和认可这个品牌。他是服装企业能够占领市场，赢得市场的核心竞争力。如今，国内大力拓展的服装品牌有，七匹狼、李宁、安踏等等。但是这些品牌的核心市场份额还是面对于国内的消费者没有走向国际，在国际的服装市场上很少得到人们的关注，这就是为什么我国的服装品牌视觉形象设计以及品牌的推广与传播要加大力度了。品牌想让整个国际市场所知道，就要将服装品牌视觉形象设计以及品牌的推广与传播落实，在初级阶段做好才能够长久的发展下去。

1.2服装品牌的形象设计发展的不够完善应该有一个系统的体系

我国的服装品牌视觉形象设计，虽然已经从初步逐渐地发展了起来，但是目前还不够完善。除了重视了知名品牌的核心价值，但是未来将要怎样推广品牌，怎样一步一步的去落实计划，却没有真正的做好。大多数的企业都是想往哪一处长，就在哪一处长，没有全面系统的策划。没有品牌形象的概念，他们只会把精力花费在宣传上，觉得只要把宣传力度扩大了，人们就能够记住这个品牌。没有构建出一个系统的全面的品牌视觉形象体系，那么国内的服装企业是无法明确品牌的定位，更不要说将它扩展到国际市场中了。所以我们必须要探索国内服装企业应该怎样来确立自己的品牌形象，品牌的名称标志与图形的设计，陈列展示设计、服装店面设计、产品宣传与包装设计、产品广告设计，等等，这几个部分。在分析和