

时代语境下中国体育音乐的文化权研究

郑莹洁

(华南师范大学 城市文化学院, 广东 佛山 528225)

摘要: 文化是基于人类生活实践, 在意识形态中构建价值评价的产物。体育是身体运动的文化, 音乐是音符运动的文化, 从中华优秀传统文化到现当代流行文化传播中, 两者出现不同场合的聚合形态, 具有参与认同建构的共性。在实现中华民族伟大复兴的进程中, “体育强国”成为一项重要内容。体育作为强身健体的传播载体, 与美育、劳动教育并肩推进国家青少年的素质发展。体育音乐在文化传播中具有促进民众自我认同和群体认同建构的导向。中国体育音乐在民族觉醒、制度优越、国家自信3个典型时代场域中宏扬时代精神, 以促进民众认同的建构。体育与音乐从文化的融合、同向增势、反向超越中建立新的情感结构, 以建构中华民族儿女的群体认同。

关键词: 体育音乐; 文化权; 体育传播; 时代语境

中图分类号: G80-05 **文献标志码:** A **文章编号:** 1006-7116(2022)02-0039-06

Research on the cultural right of Chinese sports music in the context of the time

ZHENG Yingjie

(School of Urban Culture, South China Normal University, Foshan 528225, China)

Abstract: Culture is the product of value evaluation based on human life practice and constructed in ideology. Sports is the culture of body movement, and music is the culture of note movement. From traditional Chinese culture to modern and contemporary popular culture, the two appear in different occasions of aggregation, with the common characteristics of participation in the construction of identity. In the process of realizing the great rejuvenation of the Chinese nation, "sports power" has become an important content. As the transmission carrier of physical fitness, along with aesthetic education and labor education, sports promote the quality development of national teenagers. Sports music has the orientation of promoting people's self-identity and group identity construction in cultural communication. Chinese sports music spreads the spirit of the time in the three typical times of national awakening, superior system and national self-confidence, so as to promote the construction of national identity. From the cultural integration, the same direction increase, and the reverse transcendence, sports and music establish a new emotional structure so as to construct the group identity of the Chinese nation.

Keywords: sports music; cultural rights; sports communication; context of the time

“体育之效, 至于强筋骨, 因而增知识, 因而调感情, 因而强意志”^[1]。毛泽东的《体育之研究》一文曾启发青年对强身卫国与青年担当的思考。2021年全国新高考I卷命题作文《体育之效》, 体现国家对青年担当从“体育救国”到“体育强国”意涵思考的时代

需求。体育的实践与发展常常与国家担当的价值取向关联, 在建构民众的国家认同中, 体育常常与其他文化形式结合, 音乐作为大众文化传播场中的重要艺术文化, 在“音乐—身体—体育”的逻辑中具有许多共通性^[2]。在体育音乐的文化交互中发展文化权, 促进文

收稿日期: 2021-11-02

基金项目: 广州市哲学社会科学“十四五”规划课题“大湾区粤剧文化融合发展与文化认同研究”(2021GZGJ273); 广东省教育科学规划课题“一核一带一区发展背景下的文化认同教育——以珠三角地区粤剧传承传播为例”(2021GXJK100); 教育部人文社会科学研究规划基金项目“制造强国战略下新一代产业工人职业意识教育研究”(21YJA710005)。

作者简介: 郑莹洁(1982-), 女, 讲师, 硕士, 研究方向: 音乐传播。E-mail: 66371810@qq.com

化认同是时代的需求。在中华民族的时代变迁中,体育音乐富含民族成长的痕迹,同时体育音乐犹如时代的先锋,在民众的身份认同建构过程中,为每个阶段意识形态的重构提供导向标,尤其在构建人类命运共同体中,建立有中国特色的哲学人文社会学的学科体系、学术体系、话语体系,为国际文化认同呈现中国方案,具有理论意义和现实意义。

1 体育音乐的文化特质与情感表达

体育音乐是由体育文化与音乐文化两种文化形式在一定情境下聚合,从而产生一种特定的文化表达,“体育精神”通常也在体育音乐中传播。文化精神是在人们从事文化活动过程中内化的意识形态,然而这种意识通常以符号化进行传播。体育音乐的传播效能是促进族群的公共情感发展,凝聚的文化认同形成“民族精神”而推进各个层面的身份认同。体育文化的基本元素包括运动者、运动项目、观众、场地、社会制度等文化,在传播中围绕“身体—文化—精神”的逻辑。音乐文化基本元素包括创作者、演奏(唱)者、音乐作品、传播媒介(演出场地、网络)、听众、社会制度等,在文化传播中围绕“听觉—文化—精神”的传播逻辑。虽然两者的实践中存在巨大差异,但是从传播逻辑看到,两者在文化传播中均能达到“精神”的境界,其结合的先机是符号化的发展。因此分析两种文化的表征特质共同点,方能清晰体育音乐如何传播时代精神。体育文化与音乐的共同之处包括规则、竞技、从业余到精英的金字塔、国际通用的表达方式、存在时空延展能力,存在个体与集体的归属感、存在高度流行的大众文化属性^[1]。体育音乐因在文化特征中具有一定的共性,因此在传播中共性特征进行结合,而成为一种文化聚合物,从文化特质来讲,节奏性、群体性是体育与音乐这种文化聚合物最突出的特征。

1.1 “节奏”聚合的情感补充

节奏是一个描述运动的时间规律与变化的概念,表现物体运动中的生动性与内在规则。音乐的节奏①是指音符在时间上的组合。通过音符、音节的长短与强弱组合表现韵律美;体育的节奏②则通过体育动作中的动作快慢、用力强弱、时间间隔的连贯组合来表现动感美。音乐节奏与体育节奏的聚合同源于对强弱、长短、快慢的组合与排序。这既是两种文化的共同特质,亦是体育文化与音乐文化聚合传播的基因。人对节奏的感知随着实践的发生与发展,通过节奏共性聚合的体育音乐提升了体育项目动作的综合美感。从格式塔心理学的“完型压强”理论来看,体育中常见的“力量、冒险”精神体验缺乏对“柔美”的充分表达。

音乐在体育舞蹈、花样游泳、体操、武术等项目中配合身体运动的节奏律动,在较统一的节奏合作中辅助补充体育项目的情感体验。例如,在2021年东京奥运会中,唐茜靖的自由体操项目使用《九儿》作为配乐。《九儿》一曲旋律柔美,音乐在体育配乐中恰好弥补对体育项目中的综合感官期待。结合电视剧《红高粱》中刻画的人物故事背景,该体育项目的展示还被赋予了一种东方女性的顽强生命力形象的表征。唐茜靖自由体操项目展示后,大受中国观众的关注,歌曲的背景在短时间内推进了民众情感的流动。可见,体育音乐情感效应还可以通过文化传播的参与,促成人们从情感触动发展为文化感悟,从而推动民众的民族情感认同。

1.2 “群体”聚合的情感共鸣

体育与音乐在文化实践中呈现群体性特征,两者都存在集体共同实践的项目,如体育中的足球、篮球、各种团体赛项目或音乐中的合奏、重奏、歌剧、舞剧等。在群体实践中,群体的认同是一种常态。如果把体育与音乐的“群体性”视角放宽到非直接参与者,会发现不管是个人项目还是集体项目,体育及音乐的实践均离不开非直接参与者的互动,参与项目时间的个人与观看项目的个人都能在同一时空中产生情绪及情感共鸣,从而促进民众在各种情境中的公共情感与身份认同。中国文化尤其强调个体的群体归属并追求群体认同。中国民众常通过群体感受中催生的共同记忆而产生更强烈的情感共鸣,因此在中国的文化土壤中,体育音乐的聚合传播具有优势条件。《北京欢迎你》一曲作为2008年北京奥运会主题歌,与北京人的生活、中国人的记忆、世界人民的奥林匹克向往联接,这些“联接”成为与群体实践紧密结合的元素。在歌曲传播中,民众因找到共同的生活记忆而对北京奥运会产生情感触动,这是群体认同的情感基础。个体通过情感记忆走进体育音乐创设的情感空间,从而建立这一时期的情感结构。优秀的体育音乐与时代背景深入联接,是一种深层聚合文化,更具有公共情感内生力。深层聚合的体育音乐反映了群体的共同生活实践经历,促进共同的价值取向、产生情感共鸣与认同。

2 中国体育音乐在时代演变中的认同建构

2.1 “民族觉醒”场认同建构中的粤曲及学堂乐歌

民国初期,图强救亡是时代强音,体育救国也成为强国强种的良方。武术常与地方戏曲进行结合,例如粤曲作为岭南地区具有大众认可的戏曲歌曲形式,在精武体育会中得到推广,习武者通常也是乐曲爱好者,精武体育会的会员们在粤曲社中“玩”粤曲。《粤

曲——一种文化的生成与记忆》一书中记载，广东音乐的一代宗师吕文成以及许多在沪的粤籍音乐家都是精武体育会的成员，他们提出：“吾党有能兼唱京调者，谓京调须用丹田气，似难唱，然粤曲腔调最多，就比较上言之，粤调实难于京调云。”^[4]从这里看，体育与音乐的融合以武术与粤曲的形式，从“气韵”聚合。粤曲“玩家”们既没有演唱具有体育元素的粤曲作品，也不是在演唱时加入“武术”表演，粤曲玩家们主要是体育参与者，对粤曲与武术中的“神韵”高度认同。音乐与体育的融合发生在精武体育会的会员们内聚性的文化传播，体现民族觉醒中自我认同。

同一时期，一批爱国志士燃起国内民族救亡的运动。此时体育与音乐的融合体现在以沈心工作品为代表的学堂乐歌。学堂乐歌是20世纪初期在中国新式学校兴起的，李叔同、沈心工等海外游学归来的音乐家融合西方音乐大小调式及歌曲框架，加入通俗的中文歌词，以新式学堂为最主要传播中心的一种歌曲体裁。其中有一部分歌曲是关于体育素材，如《体操歌》《足球歌》等。这些歌曲呈现节奏简洁、旋律平缓、形象生动、通畅顺口的形态，促进其中的体育思想流行于广大民众中，这是体育文化与音乐文化在民族觉醒场域中的合力传播。相比粤曲而言，学堂乐歌需要教育国家的新生一代，唤醒趋于麻木的工农阶层，因此体育歌曲伴随着“体育参与者”到“新青年”“新少年”的变化，从精武体育会的内聚性自我认同到以新式学堂为主阵地的大众传播模式。音乐与体育作为一种“精英”文化，为寻求更大受众而分别进行调适。如音乐在其严肃音乐的框架中加入符合青少年理解能力的歌词，而体育只是以符号形式进行参与。两种文化为传播目标而进行妥协式演变，促成了精神传播的目标。因此在此阶段“尚武精神”得以在民众中受到了大范围传播。这是一种从“强筋骨”“强意志”出发，反对压迫强权，维护和平为目的，以倡导勇武和军事为方式的自强不息精神品质。学堂乐歌在从强身健体、从军从国、传播军事科技、以武求和4个方面传播尚武精神^[4]。通过对学堂乐歌曲集搜索，找到有关“强身健体”主题的歌曲有《兵操》《南洋足球歌》《小学生》《运动场》《运动歌》《赛船》《赛马》等。这些歌曲的歌词题材与体育相关，涉及的体育项目都是有利于在普通民众日常生活中普及推广的体育活动。学堂乐歌借助宣传体育运动，表达“救亡的决心”。近代学校的发展推动了音乐与体育运动的结合，如《幼稚唱歌》中提出的“养性情而助体育，尤莫善于唱歌”^[6]。学堂乐歌以音乐为载体，传播体育符号，传播目标是培养国民尚武精神教育及爱国精神^[7]。聚合文化的内部具备

功能指向性，具有同向增强的文化领导权。

2.2 “制度优越”场认同建构中的群众歌曲

新中国成立后，如何凸显制度的优越性以获得广泛认同，引导民众观念是首要任务。这一时期的体育歌曲多为呈现两个主题特征，即“劳动”与“爱国”的群众歌曲。一方面，以第二届全运会《丰收曲》为例，歌曲开头以“麦浪滚滚闪金光，棉田一片白茫茫”描述劳动人民的场景，体现了在国家政策背景下的主流文化传播。紧扣劳卫制对体育的功能解读，体育被赋予劳动教育的意蕴，体育歌曲便充当传播教育的角色。这些歌曲在歌词中加入一些对体育中集体成就感的教育。例如，歌曲《青春闪光》的歌词：“去闪亮体育之光，我们要珍惜集体的荣光，骄傲和嫉妒永远是绊脚的缰绳。”以“体育”“集体”“荣光”等作为价值观教育的方向，突出群体认同的培养。体育歌曲就是时代的方向标，提供群体教育的辅助，指引大众的意识导向。除此以外，体育音乐的参与还体现在运用红色歌曲作配乐的形式，如第四届全运会团体操采用的配乐《人民领袖爱人民》，1972年的歌曲集《战地新歌》，为体育运动会增添特定的时代政治教育。

1953年12月中国提出和平共处五项原则，1971年10月中国恢复在联合国的合法席位及在安理会的常任理事国的地位。新中国的外交政策从意识形态到民族和国家利益的实现。1974年第一届亚非拉乒乓球友好邀请赛中体育歌曲《银球飞舞花盛开》为中国的国际友谊搭建桥梁。同时代《洁白的羽毛寄深情》也为北京举行的亚洲羽毛球锦标赛赋予建立亚洲友谊的使命。无论是标题还是歌词，这些体育歌曲都出现运动项目的符号，如“乒乓球”“羽毛球”。体育促进民众政治认同^[8]，体育音乐加固政治情感认同。体育音乐的创作与传播深受政治背景的影响，在文化交互中具有时代的敏锐度。体育作为一个承载时代精神的载体，借助音乐的传播场培养民众共同的生活方式，促进共同的情感。这一时期的群众歌曲从歌词意境中勾勒美好，建构民众对“劳动”与“体育”“外交”制度的认同。

2.3 “国家自信”场认同建构中的体育主题音乐

20世纪80年代，随着改革开放的观念改变，中国政治经济逐步向世界开放，因而文化传播中集中构建国际语境中的身份认同。以亚运会为起点，中国体育歌曲产量有所增加，此阶段的体育音乐创作较关注受众体育实践感受与音乐审美感受的统一。体育与音乐的聚合从“体育歌曲”走向“体育音乐”。体育与音乐的融合不是只添加词义上的素材，而是从“语言”层面进入“心理反应”层面的聚合。当然，体育音乐

的发展受国际赛事中的体育精神导向的影响,在作曲技法上更关注对文化的认同,在文化的交互中呈现的“节奏感”“群体性”特质更为匹配。大部分体育音乐选择动感的快速二拍子,前长后短节奏型伴奏,采用群星轮唱的形式。歌唱中丰富的音色表现,使体育歌曲中重复性旋律增加一种群体联接的力量,从而构建体育偶像、体育精神的审美意象。另一方面,群星歌唱是一种群体性表现,在音乐作品中常见群星重唱的作品主要体现在主题歌、公益歌曲中,促进群体凝聚力。体育音乐在赛事中直接加强了一个集体积极的社会能力,强调人类的群体参与的奇观,加强构建性别、种族和国家身份^[9]。可见,体育歌曲的文化权指向是由自我认同、群体认同走向国家认同,即国际上对中国文化、中国形象的认同。

体育歌曲仍是聚合的一种典型样态,其主要创作围绕“中国体育精神”传播。“中国女排精神”就是具有鲜明特色的中华民族精神族谱的表现。在 2008 年北京奥运会体育歌曲专辑中,通过对歌词的词频分析,“梦想”62 次,“北京”54 次,“同一个”36 次,“生命”21 次。可见,在国际语境下,中国体育歌曲注重传播中国话语权,以“北京”作为符号象征传播中国形象,由奥林匹克组委会发布的奥林匹克精神“每个人都应享有从事体育运动的可能性,而不受任何形式的歧视,并体现相互理解、友谊、团结和公平竞争的奥林匹克精神”专辑中较高词频的“梦想”“生命”融合奥林匹克精神。这一体育歌曲专辑从词义中聚合中国话语与国际话语,从而催生融合精神,在上行旋律中提升民族自豪感。

体育音乐作为时代精神传播载体之一,经历了一个漫长的群体认同建构历程。以 2008 年奥运会倒计时 100 天主题歌《北京欢迎你》一曲为例,胡同口大爷吊嗓子、单弦伴奏、京剧片段奠定了浓郁的北京地缘特色,老北京四合院生活(自行车、鸟叫、扫地声、跑步声)音效的引入,向外展示北京人自然放松的精神面貌。歌曲采用城市歌谣风格、民族调式角调式旋律,典型的“起承转合”结构,与大众期待相吻合,新时代的音乐传播逐步实现视觉化传播,MV 的拍摄加入剪影、窗花、扬琴、故宫场景、京剧、北京烤鸭、拉面、饺子、老北京火锅、拨浪鼓、长城、青花瓷等传统文化元素,单弦伴奏,切分节奏加强音乐的摇摆性,通过对地道的北京生活体验的描述,将中国符号深入音乐中,展现地缘美学密码,唤起北京人的生活记忆和文化自信,成功塑造中国自信形象而获得了国际认同。体育音乐表现时代精神,展现民族的群体认同形态。

3 文化权视角下体育与音乐在文化对话中的认同建构

3.1 文化权与认同的概念

张云鹏^[10]提出文化权是在“人权”“政治权”等个人个体权与集体权的范畴研究中,备受关注的人类社会生活中的一种权力研究。文化权在文化传播中充当导向标,一切的文化传播都具有客体指向性,均指向一定文化权益。体育音乐构建的是一种规划性认同^[11],以时代对群众的认同感培养为文化传播的权益导向,通过构建认同来驱动群众的社会活动。例如个体实现了体育认同从而投身于体育运动、群众在体育音乐中对劳动认同从而积极投身劳动等,群体认同的前提是个体认同及他者认同,从个人角色的定位,到从他者眼里得到认可,到群体形成某一情境下的认同共鸣,从而达到群体认同的稳定性。时代的不同,引导认同的规划亦不同,文化的认同依赖于文化所处的场域,即文化传播中的权益导向。体育与音乐在某一时代背景下,在政治文化环境的场域中进行交汇,培养公共情感,从而促进文化认同。体育作为一种文化,其传播根据“身体-文化-精神”的逻辑,寻求身体健康、速度力量、自由平等、群体荣誉等认同^[12]。音乐文化根据“音符-文化-精神”的传播逻辑,寻求创新、共情、文化形象等认同。体育与音乐既存在共性又存在异质,不同特征的体育音乐在传播中存在不同的文化认同向度。假设文化权是一股双向力,那么文化权益也就是双向的。体育音乐依托场域而具有文化权,两者在时代场域中的对话,加强认同的构建。

3.2 同向文化权的认同增势

同向文化权指两种文化的聚合物传播指向与两种文化本身一致的认同。体育音乐通常在体育运动、体育竞赛中成为激发情感认同的一种媒介。从个体认同方面,在重复性的耐力运动中,运动者通过动感的、刺激的音乐能够提高情绪的兴奋。例如节奏感强的体育音乐通常是表现动力感,使运动者能够降低对能力损耗的感知,而保持持续进行的期待和信心。体育与音乐在“节奏性”这一文化共同特征进行聚合,以达到体育活动时情绪上的推进,这是一种个体在运动上的认同加强。从群体认同上,体育音乐的认同推进通常体现在体育赛事的主题音乐中。例如世界杯足球赛事的举办主要是建构一种全球范围对足球运动的认同,这是对足球竞技、团队精神、国家形象的认同;既具有对体育运动的认同,又包含对体育发生中的群体性认同。在音乐类型中,流行歌曲是具有群体包容性的,能够在某个时间段被大众接受,因大量合唱与传唱而获得群体认同。1998 年足球世界杯主题曲《生

命之杯》，以鼓乐节奏和号角奏鸣为歌曲主要的体育比赛元素，其音乐风格顿时助燃了球迷的热情，带动了更多的民众关注了这一赛事。这一届足球赛因球迷数量的激增及全球范围的球迷互动被称为最有影响力的一届世界杯。我们看到来自世界各地的足球球迷隔空为世界杯欢呼，体育音乐只是赛事中的一个细节，但是歌曲的助兴下，更多民众参与到这场足球赛的互动了。体育音乐在各大体育盛事中都能带领成千上万的民众超越时空的情感共鸣。体育与音乐在“节奏性”与“群体性”进行聚合，以达到群体对这项体育赛事的认同增势。

体育与音乐除节奏性、群体性等基本共性特征外，还共同存在跨国界、语言、种族、宗教场域的传播特质，在国际体育赛事中具有快速传播的特征^[13]。例如在1999年的女足世界杯中，中国女足首次在世界杯赛场中夺得亚军，女足形象深入人心。歌曲《风雨彩虹铿锵玫瑰》描述了一种坚强独立、自主自强的女性形象，与“女足”形象十分匹配，顿时推进民众对中国女足的关注与认可。“铿锵玫瑰”成为中国女足的形象代名词，歌曲后来亦成为了女足的参赛队歌。同向文化权中，歌曲在民众中能更好地诠释某项体育的精神及运动员的魅力，构建一种体育与音乐的结合场域，体育音乐常常赋能为国家精神与时代精神的载体，具有高度聚集民众，重构意识形态的领导力。体育在“身体-文化-精神”的逻辑中建构富含节奏的身体技能、挑战速度极限的精神及国际赛事中的集体荣誉、国家形象在音乐的抽象表现载体中得到加强，建构“体育精神”的认同增势。

3.3 反向文化权的认同超越

反向文化权指两种文化分别指向差异较大的文化认同权益，文化聚合后指向第三个认同权益。体育文化与音乐文化的表现形式具有较大差异性，充满了竞技与艺术、力与美、速度与雅柔的对立。由于本身的文化特性的冲突，体育音乐在传播中存在本身文化的认同导向冲突。例如在体育项目中，体育本身指向竞技、力度、速度的认同，如果体育音乐中的音乐元素只指向艺术、美感、雅柔，这类体育音乐的文化权是反向的。在中国时代发展中，这种反向冲突表现的体育音乐在“民族觉醒”和“制度优越”场域中较具代表性。清末民初，新式学堂中的体育课大量宣传与鼓励参与体育。以体育为主题的学堂乐歌主要通过歌词中加入强身健体或体育项目名称进行宣传。由于这类作品属于对个人及民族意识启蒙的工具，因此需要基于大众的审美维度，选择短小、抒情、易传唱的歌曲旋律进行创作。体育传播指向对身体、运动的认同，

学堂乐歌旋律抒情平缓，这种类型音乐的传播指向对情感的认同。而实际上大量体育主题的学堂乐歌传播指向对强身健体、爱国从军、以武求和等尚武精神的认同。这是一种超过体育认同与情感认同，向民族觉醒超越的认同。学堂乐歌催生民众的内心力量与追求，促进民众的国家情感与共鸣。

第二届全运会开场的《丰收曲》旋律抒情优美，歌词描述丰收的场景，指向对热爱劳动的认同。歌词内容不是宣传全运会相关内容，而是宣传劳动的荣誉感。由于音乐节奏舒缓，歌曲与体育在竞技节奏上存在反向冲突。从歌曲的形式上分析，《丰收曲》的传播预期收益并非是对体育赛事的竞技情绪直接认同。但是从文化认同建构中却发现，《丰收曲》在全运会中构建了对“劳卫制”的制度认同，这也是一种认同超越。这一时期的体育音乐处在宣传“制度优越”的时代场域，与国家制度主题相关的音乐借助体育活动推动制度认同。

在“民族觉醒”“制度优越”两个时期，虽然体育音乐与体育运动的结合在节奏情绪上不统一，但却表现了时代文化认同规划中的新面貌。体育音乐文化的聚合常常具有文化内部的反向张力，超越两种文化本身的表现力。我们从大量的体育歌曲中解读当时对时代精神认同的渴望，体育音乐文化权的反向不一定是对文化权的削减。从时代的语境看，反向文化权建构了一种超情绪的精神，具有跨越两种文化本身的认同，建构另一种向度的认同超越。

3.4 重建情感结构与群体认同

葛兰西的文化领导权(霸权)理论对西方体育思想有重要影响。从文化权的角度，体育作为一种领导权文化，具备市民人群中的意识形态教育功能，从而建构民众的身份认同。体育音乐在传播过程中承担了认同教育的功能，在市民普及教育中重建情感结构。民众通常会自然地接受体育音乐的邀请，例如在学堂乐歌的参与下，体育项目空前盛世，《足球歌》促进足球运动发展，1920年由华东大学体育联合会发起而后发展的八大学联赛，交通大学在1920—1927年的8次比赛中，5次冠军，而这正是学堂乐歌发起人沈心工先生所在的学校，交通大学多次与精武体育会交流与结合，共同为民族觉醒教育奋斗^[14]。在世界上民众参与度最高的体育赛事奥林匹克运动会中，主题歌曲的传播互动亦最强烈。国际奥委会在《奥林匹克宪章》中“奥林匹克主义的原则”条款中提到：“每一个人都应享有从事体育运动的可能性，而不受任何形式的歧视，并体现相互理解、友谊、团结和公平竞争的奥林匹克精神”。音乐协助体育文化的传播，从而建构“和谐”

“公平”的文化认同,促成国际语境下的各国文化融合。体育音乐作为人们生活中的多种文化中的一种,它的出现会造成人们对其发生一定的反应,新一代人将会在原有认知基础上做出反应,从过往的联接文化中,再生产新情感,融入原有的生活认知中,他们的一系列对新文化的反应建构了新的情感结构。在国家文化形象建设及国民文化认同建构中,体育音乐不断超越国民的当前意识形态,重构群体认同。

实践是文化生成的根基,体育的实践是一个群体实践中追求身份认同的过程。体育音乐不仅促成体育的审美,更赋能体育精神的传播。体育音乐是反映时代价值取向的文化,在民族觉醒、制度优越、国家自信场中,其文化权体现中华民族在个体认同与群体认同的发展。在创作与传播中,体育音乐以文化为载体引导认同,始终在时代场域中以促进民众的身份认同为导向,从体育认同的引导出发,结合国家的政策与时代需求,发展为国家认同。此外,体育音乐在时代场域中对时代的变迁做出敏锐的反应,以过去的实践与情感为基础,带动群众参与新的实践与情感互动。体育与音乐从文化的融合、同向增势、反向超越中建立新的情感结构,以建构中华民族儿女的群体认同。体育音乐不仅是一种体育素材的音乐形式,而且是与政治、经济、文化精神紧密联系的文化形式。在全球化的体育赛事中,中国体育音乐可以从中国音乐与体育的学术体系中,寻找中国时代精神的表达方式与传播途径,讲好中国故事,传播中国声音,促进在全球视野下中国文化与多元文化交互,在全球语境下展示中国民族的文化自信和魅力。

注释:

① 音乐节奏指音乐中有关时间的所有因素,包括拍子、重音、小节、拍子中的音符组合、小节中的拍子组合、乐句中的小节组合等诸多效果。——引自迈克尔·肯尼迪,乔伊斯·布尔恩. 牛津简明音乐词典[M]. 北京:人民音乐出版社,2002:960.

② 体育节奏指体育在完成练习时,练习的各部分按一

定的顺序所表现出来的强弱与时间间隔的关系。表现为动作快慢,用力的强弱,时间的长短。引自陈安魁,陈萌生. 体育大辞典[M]. 上海:上海辞书出版社,2006:17.

参考文献:

- [1] 毛泽东. 体育之研究[M]. 北京:人民教育出版社,1979:9.
- [2] 戚玉楼,李城. 身体视域下近代音乐实践中体育话语的生成逻辑[J]. 成都体育学院学报,2016,42(2):32-36.
- [3] 阳煜华. 体育、音乐与身份认同[J]. 河北体育学院学报,2020,34(2):52-61.
- [4] 李静. 粤曲:一种文化的生成与记忆[M]. 广州:广东人民出版社,2014:241.
- [5] 李啸,谷玉梅. 沈心工学堂乐歌对近代中国尚武精神的诠释与传播[J]. 厦门理工学院学报,2019,27(2):91-96.
- [6] 李静. 近代乐歌与体育[J]. 读书,2009(2):137-143.
- [7] 余峰. 近代“新音乐”思想世界中的“爱国尚武”精神[J]. 中国音乐,2008(4):75-80+97.
- [8] 董海军. 体育与香港同胞国家认同的建构[J]. 体育学刊,2021,28(4):16-21.
- [9] KEN M. We are the champions: The politics of sports and popular music[J]. Popular Music and Society, 2006,29(5):531-547.
- [10] 张云鹏. 文化权:自我认同与他者认同的向度[M]. 北京:社会科学出版社,2007:12-14.
- [11] 曼纽尔·卡斯特. 认同的力量[M]. 第2版. 北京:社会科学文献出版社,2006:8.
- [12] 任庆伟,马景惠. 体育文化的当代诠释与现实思考[J]. 体育学刊,2018,25(5):20-24.
- [13] 吴延. 从奥运会主题曲看体育音乐的发展[J]. 音乐创作,2017(9):118-120.
- [14] 谷玉梅. 学堂乐歌之父:沈心工研究[M]. 北京:社会科学文献出版社,2018:227-228.