

抒情的拉赫玛尼诺夫

王莉楠 (厦门大学艺术学院音乐系 福建厦门 361000)

摘要:拉赫玛尼诺夫被誉为20世纪最著名的俄罗斯作曲家,它是俄罗斯浪漫主义传统的最后一位伟大倡导者。它的音乐十分抒情,富有俄罗斯的民族色彩,充满激情,且旋律优美。

关键词:音乐;拉赫玛尼诺夫;情感

拉赫玛尼诺夫音乐最大的特点就是如诗如画般的抒情。他的旋律起伏宽广,像连绵不绝的山峦;曲调气息、舒展优美、忧郁深沉,它的忧伤是如此的迷人、高贵凄迷。无需用言语的交流,他通过音乐就可以表达自己所有跃动的情感,拉赫玛尼诺夫没有那种病态般的疯狂,也没有颓废的凄凉。它的抒情是从内心倾泻出来的,仿佛他生来就是为了感怀,就是为了感受那种情绪上的沉湎。

拉赫玛尼诺夫继承并且发展俄罗斯古典音乐老一派的传统,并没有受到西欧现代主义音乐的影响。拉赫在20世纪也许是属于一个特立独行者,属于一个不协和音,这样介绍他也许会使人感到费解,但是如果从20世纪西欧现代主义音乐盛行来看,或许就不难理解拉赫玛尼诺夫的位置了。20世纪的音乐从某种方面来看是进入了音乐“概念化”的时代,在理念上的泛滥超过了音乐史的全部。而拉赫在20世纪现代派音乐占据主流的年代,他依旧还在坚持写着那些充满忧伤、浪漫情怀的音乐,这和那个时代虽然确实有点脱节,跟勃拉姆斯有些相似,在浪漫主义狂热的年代却依旧憧憬于古典时期的音乐。

拉赫的音乐会让人联想起普契尼的歌剧。它虽然在歌剧的戏剧结构上不如威尔第来的有控制力,但普契尼那种近乎火山喷发般的抒情旋律感能使人如痴如醉。普契尼最感人的还属于爱情二重唱,如歌剧《蝴蝶夫人》中巧巧桑和平克尔顿的唱段、《波西米亚人》中鲁道夫和咪咪的唱段。但是拉赫和普契尼又是不一样的,拉赫的音乐有着地中海热浪铺面的气息,而普契尼则内敛沉郁,是俄罗斯中典型的悲剧性抒情。这种悲剧性抒情的感觉已经离我们很远了,现代派音乐不在乎我们对于音乐是否会感到。这是现代派音乐比较失败的地方,他们常常刻意地追求与众不同、标新立异,但是并不在乎听众们的理解能力,是音乐变成了是属于他们的东西。诚恳地说,有时候,我并不理解太奇怪和个性化太强的音乐,也对这些音乐家的理念并不关注或在乎。而实际情况是,没玩没了的实验使得音乐开始变得如同教科书一般乏味枯燥。有时候很怀疑这些稀奇古怪的现代音乐到底是要表达

什么寓意或者只是作曲家在胡思乱想罢了。

拉赫玛尼诺夫一贯维持着俄国音乐的传统,延续柴可夫斯基的音乐风格。著名的《第二钢琴协奏曲》是他经过若干年创作危机之后,重新聚起新的创作完成的作品。这部作品的基调明朗、充满真诚,并带丝丝激情,生动地、直接地描述感受以及温柔、愉悦的抒情诗色彩,旋律悠长、从容不迫、真切动人。一开始的“钟声”,仿佛陷入拉赫在心里治疗阶段时坐在大海前倾听远方的钟声,似乎带有丝丝灰色的心情。弦乐奏响的主题更加渲染了这份沉重而黯淡的色调,黯淡得让人看不到前方。直到钢琴弹起第二主题,将一些较为明朗的色彩呈现在我面前。拉赫才开始似乎乐观起来并重新拥有创作的激情,于是那略带伤感却承载着热情与幻想的琴声开始出现。钢琴的演奏将乐曲展开时,更是给人以希望和力量。上扬的旋律,如同某种力量在牵引着人,努力地向上,摆脱灰暗阴影的束缚。当第一主题再现时,钢琴有力地伴随着弦乐,已不再是最初的沉重,更多的是一份坚定。第一乐章似乎是一种被动的牵引,第二乐章来自一种抚慰和鼓励,第三乐章则体现了拉赫重拾信心,再多的艰难也有坚定的勇气去面对和挑战,那是发自内心的力量。于是在第二主题宽广的旋律中如歌般地演绎着俄罗斯般的浪漫,少了些伤感,而充满着热情、欢快与喜悦的美。它的再现,更如一首赞歌,那拉赫重拾信心并获得重生时的反映。

拉赫真的是一个彻底的浪漫主义者,始终沉湎与冥想的忧郁中,用一种最易懂的语气诉说,却是如此不同于他人。拉赫的内心是高傲的,他内心的伤感是这片终年飘雪的俄国民族所赋予的,他的哀伤是在心里最深处。在20世纪对拉赫玛尼诺夫来说是不合时宜的一个时代,内心的高傲使他无法面对这样一次革命。当然,拉赫玛尼诺夫并不是一个随大流的人,他深沉的爱给了他痛苦和哀伤的权利。它的音乐是忧伤抒情的,但却不是柴可夫斯基那样的绝望,它的音乐如同俄国终年飘落的白雪,纯洁无邪、忧郁而绵绵不尽。

参考文献:

1. (德)魏码著,陈莹译,《拉赫玛尼诺夫》,人民音乐出版社。
2. 解珺著,《古典音乐零距离》,社会科学文献出版社
3. 金亚娜著,《俄罗斯艺术文化简史》,黑龙江大学出版社有限责任公司。
4. 鲲西著,《听音小札》,广西师范大学出版社。
5. (美)斯泰因柏格,(美)洛斯著,董之月译《音乐之爱》,现代出版社。

作者简介:

王莉楠,1991.12.8,女,汉族,福建莆田,本科,学生。

(上接第123页)

步步高选择的广告音乐是一首叫做《我在那一角患过忧伤》,如果不是步步高的手机广告这首歌也不会有这么高的流传度。这首歌清新明快,给人安静的感觉,没有歌词的好处就是可以让人安静地去听整个曲调,而原音才是最能体现音质的地方。一首优美的旋律配上一个美人可以让人不自觉的就被这个广告吸引。

而步步高音乐手机的几个广告全部起用的是宋慧乔,每一个广告都延续着之前的方式,用唯美的画面和悠扬的歌曲相互配合,配上优美的文案,让整个广告看起来优雅又有品位。而这首广告歌与这个广告也是相辅相成的,不但表现了整个广告的“完美音质”的创意,同时烘托出了安静聆听的氛围,一首好歌让大家记住了这个广告,而看到这款产品的时候也能立刻就想起这个广告。

同样的创意可以持续做了这么多个广告足以证明这个创意的成功性,而“音乐”是这系列手机最大的特点,通过广告音乐也非常好的传达了思想。可以说这个广告的广告音乐是十分成功的。

六、应用广告音乐应该注意的问题

1. 要跟广告所营造的情感氛围相和;

2. 广告音乐与广告品牌内容和特征诉求点的统一;
3. 选用现成的曲子应该是知名度较高的,大众较为熟悉的;
4. 创作的音乐应该达到易学易唱;
5. 切勿使用同类竞争者已使用过得音乐;
6. 广告音乐要与品牌特性延续性保持一致;

广告音乐对整个广告起了非常重要的作用,利用广告音乐不仅能够烘托广告氛围,还能帮助表达创意。而音乐作为比文字和画面更容易被记忆的元素,一首好的广告音乐能够扩大广告的传播范围,并且增强受众对广告和产品的记忆力。广告背景音乐表达出的情感、形象与广告信息、品牌信息的合适度越高,对品牌信念和回想的影响就越积极。如果消费者对广告音乐有好感,那么对音乐的好感也可以转加到对广告以及广告产品的好感,刺激消费者的购买欲望。

在能提高信息注意力的音乐中,音乐与信息相一致的情况下,对品牌名称的回忆度、所关注的信息的记忆度和认知度都要比不一致的情况下,音乐的效果要积极明显,在不一致的情况下,音乐可能会成为一个转移注意力的因素,影响广告效果。可见音乐与广告的一致性、广告信息的记忆和接收,乃至整个广告效果都有着密切的联系。