

تبیین فرآیند سوژگی مخاطب رپ فارسی در فضای مجازی

رضا صمیم^۱، حامد کیا^۲

تاریخ دریافت: ۹۵/۵/۲۰ تاریخ تأیید: ۹۵/۱۰/۷

چکیده

در این تحقیق سعی داریم تا چگونگی شکل‌گیری مخاطب رپ فارسی را با در نظر گرفتن حضور او در فضای مجازی مورد بررسی قرار دهیم. در این رابطه با ۷ نفر از رپرها، یکی از گردانندگان صفحات عمومی مجازی در رابطه با رپ فارسی و همچنین، یک تولیدکننده رپ فارسی مصاحبه کرده‌ایم. این تحقیق با شیوه کیفی و روش تحقیق نظریه‌زمینه‌ای صورت گرفته است. به گونه‌ای سعی شده است تا از زبان فعالیت‌کنندگان حوزه رپ فارسی به مسئله مخاطب رپ فارسی پرداخته شود. در پایان تحلیل داده‌ها، الگویی به دست آمد که بر اساس آن مقوله‌های شکل‌دهنده مخاطب رپ فارسی نمایان شدند. مخاطب به مثابه سوژه آگاه، مخاطب به مثابه سوژه قضاوت‌کننده، مخاطب به مثابه سوژه تکتیرکننده، مشروعیت‌بخش و سازنده جامعه آگاه مقولاتی هستند که در نتیجه پژوهش به دست آمده‌اند.

واژگان کلیدی: رپ فارسی، اینستاگرام، فیسبوک، مخاطب، سوژگی.

پرتال جامع علوم انسانی

۱. استادیار پژوهشکده مطالعات فرهنگی و علوم اجتماعی وزارت علوم تحقیقات و فن‌آوری.

reza.samim@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری رشته سیاست‌گذاری فرهنگی در پژوهشکده مطالعات فرهنگی و علوم اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری.

kia.erhut@gmail.com

مقدمه

در این بخش سعی نداریم تا تمامی کارهای انجام شده را مورد بررسی قرار دهیم، اما قصد داریم به چند کار مهمی که در زمینه موسیقی رپ و زیرزمینی شده است، اشاره کنیم تا بتوانیم بر اساس نگرشی که به آن‌ها می‌شود رویکرد این پژوهش را مشخص نماییم. در زمینه جامعه‌شناسی موسیقی در ایران، مسعود کوثری و رضا صمیم دو پژوهشگری هستند که به صورت متمرکز و در قالب دانشگاهی به پدیده جامعه‌شناسی موسیقی می‌پردازند.

رضا صمیم در مقاله خود با عنوان «نگاهی انتقادی به پیشینه داخلی مطالعه موسیقی مردم‌پسند: پژوهشی پیرامون امکان شکل‌گیری حوزه میان رشته‌های مطالعات موسیقی مردم‌پسند در ایران» سعی میکند به ادبیاتی نزدیک شود که در مورد موسیقی مردم‌پسند ایجاد شده است. همچنین در مقاله «مطالعه جامعه‌شناسانه موسیقی مردم‌پسند: نگاهی به پیشینه تاریخی و دریافت‌های عمده نظری» به دست‌بندی و توضیح نظریات مختلفی می‌پردازد که در جهان غرب در مورد موسیقی مردم‌پسند کار شده‌اند. در مقاله‌ای دیگر با عنوان «فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران: پژوهشی جامعه‌شناختی با استفاده از داده‌های کیفی حاصل از پنج مصاحبه متمرکز». رضا صمیم این مقاله را با رویکرد مردم‌نگاری / جامعه‌شناختی نوشته است به‌طوری‌که در دو مقاله پیشین خود سعی داشته است به تبیین آن‌ها بپردازد. در مقاله‌ای دیگر با عنوان «گرایش به مصرف گونه‌های موسیقی مردم‌پسند و میزان پرخاشگری در میان دانشجویان: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان» از تحلیل‌های کمی است که در آن در پی پاسخ به رابطه بین مصرف گونه‌های موسیقی مردم‌پسند ایرانی و غربی و میزان پرخاشگری در بین دانشجویان است. همچنین در مقاله‌ای با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان تهرانی به مصرف موسیقی مردم‌پسند بر اساس سن و جنس» رضا صمیم به مسئله شهر و موسیقی در نظام گفتمانی جمهوری اسلامی باز می‌گردد و تهران به عنوان نمونه آرمانی کلان‌شهری ایرانی در نظر می‌گیرد. در تحقیق دیگری با عنوان «پژوهش جامعه‌شناختی در باب مصرف موسیقیایی در بین افرادی با پایگاه‌های اجتماعی متفاوت (مطالعه موردی تهران)» رضا صمیم و ساسان فاطمی به سمت سبک زندگی و مصرف می‌روند در جایی که ذائقه‌های فرهنگی و اقتصادی شکل می‌گیرند.

مقاله دیگری با عنوان «مطالعه‌ای پیرامون رابطه قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی با استفاده از داده‌هایی در زمینه مصرف موسیقیایی در شهر تهران» توسط وحید قاسمی و رضا صمیم کار شده است. این پژوهش با یک نگاه وبری قشربندی اجتماعی را با دو مؤلفه طبقه و پایگاه و مصرف فرهنگی را دو مؤلفه نوع و میزان مصرف سنجیده و در پی بررسی رابطه بین قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی است.

همچنین، مسعود کوثری نیز کتاب درآمدهی بر موسیقی مردم‌پسند را تألیف کرده است. مسعود کوثری در این کتاب سعی کرده با تفاوت گذاری بین موسیقی مردم‌پسند و موسیقی عامه رویکرد خود را نشان دهد. او موسیقی مردم‌پسند را در بعد تجاری شدن تعریف میکند که دارای قواعد و اصول بازار برای تولید است، در حالی که موسیقی عامه موسیقی سنتی و محلی است که سینه‌به‌سینه چرخیده است (۱۳۹۱: ۱۰-۱۴). مقاله «نظریه‌سازی برای موسیقی زیرزمینی ایران» حاصل همکاری مسعود کوثری و محمدمهدی مولایی با یکدیگر است.

این مقاله یکی از مهم‌ترین پژوهش‌هایی است که در تلاش برای دادن طرحی نظری در مورد چگونگی وجود موسیقی زیرزمینی در ایران است. در مقاله «گونه شناسی گفتمان‌های موسیقی رپ ایرانی- فارسی» نوشته مسعود کوثری و محمدمهدی مولایی سعی میکنند در سنت مطالعات فرهنگی به موسیقی رپ فارسی به مثابه یک نظام معنا بخش نگاه کنند که در آن، با توجه به تحلیل گفتمان لاکلائو و موفه، به ۹ دال مرکزی دست پیدا میکنند که با توجه به آن ۹ گونه گفتمان به دست می‌آید. مقاله «روایت‌های مردانگی در موسیقی رپ و چالش مردانگی هژمونیک» نوشته مسعود کوثری و محمدمهدی مولایی نیز چون پژوهش قبلی متن محور بوده است و بر اساس شعرهای^۱ رپ فارسی سعی میکند تا روایت‌های مردانگی را از موسیقی رپ فارسی بیرون آورد. این مقاله ۱۴ روایت را شناسی میکند.

بعد از بررسی آثار مسعود کوثری و رضا صمیم به‌عنوان دو پژوهشگر اصلی این حوزه به مقالات دیگری خواهیم پرداخت که در زمینه رپ فارسی کار کرده‌اند. حسن خادمی در مقاله «بررسی ویژگی‌های پدیده اجتماعی موسیقی رپ فارسی و میزان محبوبیت و عمومیت آن در ایران با تأکید بر جوانان و نوجوانان ۱۲ تا ۲۹ ساله شهر تهران» دست به یک کار کمی زده و توانسته است در بخش‌های مختلفی آمار و ارقامی را به دست آورد که میزان استفاده از فن‌آوری‌های نوین، میزان استفاده از موسیقی در طول روز، تمایل به سبک‌های موسیقی و غیره را نشان می‌دهد. در مقاله «جهان- محلی شدن موسیقی مردم‌پسند: مضامین دینی در رپ ایرانی- فارسی» یونس نوربخش و محمدمهدی مولایی همان‌طور که مشخص است به دنبال بررسی مضامین دینی در رپ فارسی هستند. مقاله «بازنمای طبقات اجتماعی در موسیقی رپ

۱. لازم به ذکر است که در میان رپرهای فارسی متنی که رپ می‌شود در قالب تکست لقب گرفته است، اما از لحاظ ساختاری تسکتهای رپ فارسی به صورت شعر و همراه با اهمیت مهارت به کارگیری صنعت‌های ادبی و قافیه هستند. بنابراین، در جایی که صحبت از قدرت متن می‌شود، معمولاً از واژه شعر صحبت می‌کنند؛ یعنی نوشتن شعری که همراه با صنعت‌های ادبی بتواند به تکستی برای رپ کردن تبدیل شود. اما در این مقاله ما از واژه شعر به جای تکست استفاده می‌کنیم، چون در مصاحبه‌هایی که با چند رپر انجام شده است آن‌ها از واژه شعر استفاده کرده‌اند و برای حفظ یکدستی استفاده از مفاهیم ما نیز هم از همین واژه استفاده کرده‌ایم.

اجتماعی ایران» (لهسایی زاده، زنجری، اسکندری پور، ۱۳۸۸) نیز همچنان با بررسی متنی شعر رپ فارسی برای بیرون کشیدن طبقه اجتماعی در آن‌ها روبرو هستیم. مقاله «موسیقی زیرزمینی: بازنمایی دغدغه‌های اجتماعی جوانان» (جواهری، سراج‌زاده و شکفته، ۱۳۹۱) نیز موسیقی را به مثابه یک متن در نظر می‌گیرد که بررسی آن می‌تواند به لایه‌های زیرین گرایش‌های فرهنگی تولیدکنندگان و مصرفکنندگان ربط پیدا کند.

در این بخش ما سعی کردیم به ادبیات پیشینی بپردازیم که به‌طور خاص در مورد موسیقی زیرزمینی، موسیقی مردم‌پسند و رپ فارسی تحقیق کرده‌اند. در زمینه موسیقی، در ایران، کارهای مختلفی انجام شده است، اما ما سعی داریم تا بتوانیم پژوهش حاضر را در رابطه با پژوهش‌های انجام شده در رابطه با رپ فارسی طبقه‌بندی کنیم. همان‌طور که دیده شد قالب این پژوهش‌ها در رابطه با مطالعه ذائقه موسیقایی و همچنین تحلیل متون اشعار رپ فارسی در جهت یافتن ابعاد گفتمانی آن‌ها هستند؛ بنابراین، هیچ تحقیقی را پیدا نمی‌کنیم که به پدیده سوژه مخاطب رپ فارسی به عنوان یک جنبه مهم در شکل دادن به سامانه رپ فارسی توجه کرده باشد. به مفهومی، نگاه کردن به مخاطب رپ فارسی از خود رپ‌های فارسی مسئله‌ای است که در اینجا برای ما اهمیت زیادی دارد. بر خلاف رفتن از مخاطب به سمت رپ فارسی، حال، در این تحقیق، ما از رپ فارسی به سراغ مخاطب آمده‌ایم. همچنین، در این بررسی، رویکرد ما این بوده است که در مصاحبه با رپ‌ها، به مخاطبی بپردازیم که در فضای مجازی حضور دارد.

تاریخچه‌ای از رپ فارسی

در ایران، تاریخچه مشخصی از شروع رپ فارسی وجود ندارد (کوثری، ۱۳۹۱) چون آن سبکی غیرقانونی از موسیقی در ایران است؛ بنابراین، هر مدرکی در مورد شروع رپ فارسی تنها براساس روایت‌های گفته‌شده توسط اولین رپ‌هایی است که بیان کرده‌اند چگونه آن‌ها با موسیقی رپ آشنا شده‌اند و تمایل و تلاش آن‌ها تا بتوانند این سبک از موسیقی را تجربه کنند. از دیدگاه مسئولان فرهنگی در ایران رپ فارسی به عنوان یک تهاجم فرهنگی یاد می‌شود که در ابتدای شروع این سبک موسیقی آن‌ها به نیز به شیطان‌پرستی متهم شده بودند^۱. وزارت

۱. لازم به ذکر است که در سال ۱۳۸۶ برخورد با رپ‌ها شکل بسیار جدی به خود گرفت. در این حدود زمانی بود که رپ‌ها مورد نقد مستقیم صفارهرندی، وزیر ارشاد دولت نهم، قرار گرفتند. در این فضا شایعه‌هایی مبنی بر شیطان‌پرستی بودن رپ‌ها اوج گرفت و البته مستند تلویزیونی شوک که در سال ۱۳۸۷ از شبکه سوم سیما پخش شد به مسئله شیطان‌پرستی و سبک رپ فارسی می‌پرداخت. اما بعد از پخش محمد صادقی، مدیر تولید آن، ربط این دو موضوع را ضروری ندانست و تنها به هم‌نشینی آن‌ها در قالب یک برنامه اشاره کرد (۱۳۸۷). با وجود تمام این توضیحات و هرچند که رابطه رپ فارسی و شیطان‌پرستی از طرف همه مسئولان فرهنگی مورد تأیید قرار نگرفت، اما این برچسبی بود که رابطه رپ فارسی با آن مواجه شده بود.

فرهنگ و ارشاد که مسئول دادن مجوز برای تولید و نشر آثار فرهنگی است به رپرها مجوز تولید و تکثیر آثار هنری را نمی‌داد هرچند که در این اواخر سعی شده است تا گونه‌های استاندارد شده از سبک موسیقی رپ را ترویج دهند. به این ترتیب، رپرهای ایرانی فعالیت‌های خود را به‌طور مخفیانه ادامه دادند تا چیزی به اسم رپ فارسی زیرزمینی شکل گرفت. از ابتدا رپ فارسی به صورت زیرزمینی تولید و تکثیر شده است؛ بنابراین موسیقی زیرزمینی ایرانی از راک (نوشین، ۲۰۰۵) تا رپ فارسی (کر^۱، ۲۰۱۰)، (جانستون، ۲۰۰۸) سعی کرده است تا خودش را به مثابه یک گفتمان زیرزمینی در برابر گفتمان مسلط سیاست فرهنگی ایران و وزارت ارشاد قرار دهد. همچنین، این مسئله نیز می‌باید ذکر شود که رپرهای ایرانی پول بسیار کمی را موسیقی خود به دست می‌آورند و آن‌ها تنها برای میل و ارضای خودشان کار میکنند^۲. زمانی که در فرهنگ غرب «بازار موجود برای محصولات رپ و هیپ‌هاپ یک تجارت پرسود است» (سالیوان^۳، ۲۰۰۳: ۶۱۹)، برای رپ فارسی هیچ بازار مشخصی وجود ندارد و آن‌ها با مشکلات اقتصادی مواجه هستند تا بتوانند موسیقی خود را تولید کنند؛ بنابراین، بر خلاف رپ که در غرب ریشه در نابرابری‌های اجتماعی، مسائل نژادی و سیاهان و فقر دارد، رپ فارسی از طرف طبقه متوسط رو به بالا ایجاد شد. رپ فارسی براساس جهانی شدن و فراگیر شدن فرهنگ جهانی هیپ‌هاپ بوده است، همان‌طور که سوسیر و سیلوا^۴ بیان میکنند: «جهانی شدن فرایند یکنواخت شدن اخلاق، دیدگاه‌ها در مورد زندگی و استراتژی‌های بقاء در میان محرومیت‌هایی است که افراد جوان در کشورهای مختلف با آن روبرو هستند» (۲۰۱۲: ۲۹۹).

بر اساس یکی از مصاحبه‌های هیچکس^۵، به عنوان یکی از پیشروهای رپ فارسی، اولین قدم برای آن‌ها برای ورود به رپ کلکل کردن با یکدیگر و اطلاعات به رخ همکشیدن در مورد زندگی و آثار رپرهای غربی بوده است. به این ترتیب، آن‌ها اطلاعات به روز شده را با یکدیگر به روز میکردند تا بتوانند مشروعیت حضور در جمع‌های دوستانه خود را بدست بیاورند. همچنین،

1. Keir

۲. در رابطه با چرخش اقتصادی در رپ فارسی باید اشاره کرد که برای نسل اول و دوم آنچنان چرخش مالی وجود نداشت، اما با وارد شدن نسل سوم، گسترش فضای مجازی و شناخته‌تر شدن رپ فارسی باعث بوجود آمدن وبسایت‌ها، گروه‌های موسیقی و استدیوهایی شدند که از طریق نوشتن تکست، تولید آهنگ و پخش آن برای جوانانی که سودای ورود به این عرصه و دست‌یابی به شهرت را داشتند، توانستند به ایجاد درآمد و چرخش پول در رپ فارسی دامن بزنند. اما این مسئله مورد نقد بسیاری از رپ‌های دیگر قرار گرفت که حضور خود را نه بر اساس سرمایه اقتصادی بلکه استعداد و زحمت می‌دانستند. بنابراین، چرخه اقتصادی در رپ همچنان چرخه معیوبی است که نصیب افراد به خصوصی می‌شود و نمی‌توان آن را فعالیتی درآمدزا برای کلیت رپ فارسی در نظر آورد.

3. Sullivan

4. Saucier & Silva

5. <https://www.youtube.com/watch?v=y2EfQQbOmKo&feature=youtu.be>

این مسئله اهمیت وجود ماهواره‌ها و اینترنت را انتقال اطلاعات نشان می‌دهد. یاس، دیگر رپر معروف ایرانی، به آغاز آشنایی خود با رپ، در سن ۱۶ سالگی، اشاره میکند موقعی که پدر او بعد از یک سفر به خارج برای او یک سی دی از رپر آمریکایی، توپک^۱، می‌آورد و از آنجا یاس به نام «توپک فارسی»^۲ شناخته می‌شود؛ بنابراین، آگاهی از رپ غربی در میان خرده فرهنگ جوانان که متعلق به طبقه متوسط شهری بودند، باعث شد تا آن‌ها فرهنگ هیپ‌هاپ را در قالب یک جنبش زیرزمینی اجتماعی تجربه کنند.

بعد از انقلاب ۵۷، رهبران ایران تلاش کردند تا سبک زندگی غربی را پاک کنند، زیرا فرهنگ اسلامی فردیت را مسئله لیبرالیسم می‌شناخت و به جای آن در فکر ساختن یک امت یکپارچه مسلمان بود. در این بستر، موسیقی زیرزمینی ایرانی (نوشین، ۲۰۰۵) به هویت مدرن ربط پیدا میکند که به مثابه غربی‌سازی سبک زندگی ایرانی از آن یاد می‌شود. بدین ترتیب، ما می‌توانیم موسیقی را به عنوان یک مقاومت در فرهنگ جوانان ایرانی در نظر بگیریم. اگرچه رپ فارسی دارای زبان تند و زننده است و در مورد تابوهای فرهنگی و رفتاری ایران صحبت میکند، اما همچنان قسمتی از آن وجود دارد که در مورد نا عدالتی است و به مسائل سیاسی و اجتماعی انتقاد دارد. به این ترتیب، رپ فارسی فضایی است برای بروز فرهنگ متفاوت نسل جوان که احساسات و امیال خود را بیان میکند تا بتواند سبک زندگی را تجربه کند که به جهانی شدن پیوند می‌خورد. نوشین (۲۰۰۵: ۲۴۳) توضیح می‌دهد که:

«موسیقی پاپ به‌طور زیادی به عنوان نشانه‌ای (مثبت) از مدرنیزاسیون و غرب‌گرایی بوده است و این مسئله تمام معنای دیگر موسیقی را بعد از ۵۷ تحت شعاع خودش قرار داد. به این ترتیب، ...گفتمان‌های رسمی در ایران بعد از ۵۷ نیز از موسیقی پاپ به عنوان یک نماد سیاسی استفاده کردند تا دیگر معانی آن از قبیل موسیقی پاپ به عنوان تفریح، تجربه در ورزش و به عنوان کالا یا رفتار اجتماعی را [از جریان] خارج کنند که مورد آخری نیز، به طور ویژه، به زمینه‌ای برای رشد فرهنگ جوانان مربوط می‌شود.»

بر این اساس، بعد از انقلاب ۵۷، فرهنگ سیاسی در ایران تلاش کرد تا موسیقی پاپ که به عنوان نمادی از سبک زندگی غربی دانسته می‌شد را مسدود کند؛ اما در حال حاضر، پیشروان رپ فارسی چون هیچکس و یاس به زمانی اشاره میکنند که شروع کردند به گوش دادن به رپ آمریکایی چون توپک و یا در میان گروه‌های هم‌سال خود بر سر اینکه چه کسی به روزترین اطلاعات در مورد کارهای فلان رپر آمریکایی را دارد به رقابت می‌پرداختند؛ بنابراین، این مسئله مشخص میکند که سیاست‌گذاری فرهنگی ایران برای رسیدن به ایدئال‌های خود موفق نبوده

1. Tupac

2. <https://www.youtube.com/watch?v=y2EfQQbOmKo&feature=youtu.be>

است. به همین علت «موقعی که حکومت گفتمان مقاومت محلی را در برابر هژمونی فرهنگ جهانی غربی حمایت میکرد، جنبه‌های مشخصی از فرهنگ غرب به عنوان وسیله‌ای برای مقاومت در برابر هژمونی غالب حکومتی مقاومت میکردند» (نوشین، ۲۰۰۵: ۲۴۳).

به این ترتیب، گوش دادن به موسیقی پاپ پیغامی بود که غربی کردن زندگی روزمره را معنا می‌داد. از این دیدگاه، رپ فارسی که در دهه هشتاد بروز پیدا کرد با فناوری اینترنت در پیوند است.

این مسئله نشان می‌دهد که در کنار فرایند ضبط کردن موسیقی رپ در استودیوهای زیرزمینی که مجوز این کار را نداشته‌اند، فرایند توزیع آثار رپ آن‌ها در خلال فیس‌بوک، اینستاگرام، تلگرام، یوتیوب، ساوندکلود و همچنین وبسایت‌هایی که بر بحث رپ فارسی تمرکز دارند همانند: www.fazrap20.ir و www.bia2rap.com، rap3da131.com انجام می‌گیرد. بر این اساس و برای اولین بار در تاریخ موسیقی ایران، بعد از انقلاب ۵۷، موسیقی زیرزمینی می‌تواند در خانه‌ها، در محل کار و یا در حتی در مسافرت از طریق اینترنت همراه، رها از هر بازار سیاهی، شنیده شود. همچنین، این مسئله بسیار مهم است که رپ فارسی از میان شبکه‌های دوستی نوجوانان و جوانان شکل گرفته است. به این ترتیب، یکی از راه‌های توزیع رپ فارسی از خلال بلوتوث‌ها در مدارس و روابط دوستی است که می‌باید پدیده فوروارد کردن موسیقی از طریق تلگرام را هم نیز به آن اضافه کرد چون بلوتوث در محدودیت جغرافیایی امکان‌پذیر است و فوروارد کردن موسیقی خارج از مرزهای جغرافیایی نیز هم صورت می‌گیرد؛ بنابراین نقش گوشی‌های همراه در عمل گوش دادن و توزیع رپ فارسی دارای نقش به‌سزایی است. به این ترتیب، در اینجا ما با انقلاب مصرفی و فناوری در توزیع آثار رپ فارسی مواجه هستیم.

علاوه بر این، بیشتر رپرهای فارسی موسیقی خود را با نرم‌افزارهای حرفه‌ای ساخت موسیقی در کامپیوترها و لب‌تاپ‌های خود اجرا میکنند؛ در نتیجه آن‌ها قادر خواهند بود تا سبک مورد نظر خود را به وجود آورده و خلاقیت بیشتری را به کار بگیرند. همچنین، به لطف اینترنت و فضای مجازی رپرهای فارسی می‌توانند با همدیگر رابطه برقرار کنند و در جریان کار هم قرار بگیرند و رقابت کنند، هرچند شبکه‌های ماهواره پخش تخصصی موسیقی همانند پی‌ام‌سی^۱ نیز آثار ویدئویی ضبط شده آن‌ها را نمایش می‌دهد.

«موسیقی‌دانان [ایرانی] عاملیت خود را به‌وسیله... برقرار کردن وبسایت‌های موسیقی و مسافرت‌های موقت یا دائمی به خارج برای توسعه آزادانه زندگی حرفه‌ای انجام می‌دهند. موسیقی‌دانان ایرانی از فناوری و پویایی به عنوان مشخصه‌های مدرنیته برای دور زدن موانع و

محدودیت‌های قانونی بهره می‌گیرند. در نتیجه، موقعیت مهم جغرافیایی موسیقی به تدریج مشخصه‌های خود را از دست می‌دهد» (مقازی^۱، ۲۰۱۴: ۸).

از این دیدگاه، بعضی از رپ‌های فارسی چون یاس، رضاپیشرو، هیچکس و یا گروه زد بازی کنسرت‌هایی را در خارج ایران داشته‌اند؛ بنابراین، ما با یک شبکه از روابط مواجه هستیم که فناوری دیجیتال، سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران، خرده‌فرهنگ‌های آن‌لاین جوانان، مقاومت، مخاطب دیجیتالی، جامعه مهاجر ایرانی و مشخصه‌ها امر محلی و امر جهانی را به یکدیگر پیوند می‌زند؛ بنابراین، موسیقی زیرزمینی، در این معنا، انقلابی است در سبک زندگی که به سختی با سیاست‌گذاری فرهنگی ارزش‌مدار و آرمان‌گرایانه ایران پیوند می‌خورد.

بر اساس این دیدگاه، برای فهم رپ فارسی و بررسی چگونگی شکل‌گیری آن ما بر چگونگی حضور رپ فارسی در شبکه‌های مجازی اینستاگرام، تلگرام و فیس‌بوک خواهیم پرداخت.

روش تحقیق

این پژوهش از نوع کیفی است و با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای صورت گرفته است. برای این منظور ۸ مصاحبه صورت گرفته است. ۷ مصاحبه با رپ‌ها، ۱ مصاحبه با یک تولیدکننده موسیقی رپ و ۱ مصاحبه با مسئول مجموعه «رپ روز»^۲ که شامل اینستاگرام، کانال تلگرام، صفحه در فیس‌بوک و وبسایت است.^۳

جدول شماره ۱: شیوه‌های مصاحبه و مصاحبه‌شوندگان

مصاحبه شونده	طریق مصاحبه
یاس	حضور
جاستینا	تلگرام
ارسلان	تلگرام
سهیل سرب	حضور
امید صفیر	حضور
پدرام	تلگرام
مهیار	تلگرام
رپروز	تلگرام

1. Maghazei

2. Raprooz

۳. لازم به ذکر است که پیدا کردن رپ‌ها و جلب اعتماد آن‌ها چالش برانگیزترین قسمت این تحقیق به شمار می‌آمد. بر این اساس با همکاری ادمین صفحه رپروز این امکان بوجود آمد تا با بعضی از رپ‌ها ارتباط شکل بگیرد و بعد از ایجاد اعتماد توانستیم به شیوه گلوله برفی به تعدادی دیگر از رپ‌ها نیز دسترسی پیدا کنیم.

در بخش تحلیل کیفی مصاحبه‌ها ابتدا مصاحبه‌ها در نرم افزار کیفی Nvivo کدگذاری شده‌اند و با دست آمدن کدهای باز و ادامه روند تحلیل چهار مقوله اصلی که در تبیین فرآیند سوژگی مخاطب در رپ فارسی تأثیر دارند بیرون آمدند. مخاطب به مثابه سوژه آگاه، مخاطب به مثابه سوژه قضاوت کننده، مخاطب به مثابه سوژه تکثیر کننده، مشروعیت بخش و سازنده جامعه آگاه مقولاتی هستند که در نتیجه پژوهش به دست آمده‌اند. این چهار بخش هر کدام جداگانه بررسی شده‌اند و در پایان مدل مربوط به آن‌ها نیز ارائه شده است.^۱

مخاطب و شکل‌گیری سوژه رپ فارسی

اگر بخواهیم به این نکته نزدیک شویم که سوژه^۲ رپ فارسی چگونه شکل گرفته است، می‌باید به این مسئله هم پاسخ دهیم که مخاطب رپ فارسی چگونه شکل گرفته است؟ سوژه رپ فارسی نمی‌تواند بدون مخاطب معنا داشته و مخاطب نیز هم نمی‌تواند بدون سوژه رپ فارسی به وجود آمده باشد. همچنین، در این میان واسطه‌ای چون اینترنت باعث شده است تا رپ فارسی به مثابه یک سامانه سوژه‌ساز در بطن فرهنگ روزمره ایرانی عمل کند و این مفهوم را در سنت تفکر

۱. بر خلاف تصور معمول که برای فهم فرآیند تبیین سوژگی مخاطب می‌باید به سراغ خود او رفت، رویکرد ما به سمت رپرهای فارسی است. رپرهای فارسی در ابتدا مخاطب رپ فارسی بوده‌اند و بعد از آشنایی با آن خود تبدیل به یکی از تولیدکنندگان رپ فارسی شده‌اند. بنابراین، برخورد ما با بررسی پدیده سوژگی مخاطب در رپ فارسی از زبان افرادی است که هویت دورگه بین مخاطب/رپر بودن را تجربه کرده‌اند. از طرفی دیگر، ما از طریق بررسی مواجهه مخاطب با رپرها و بر عکس، از زبان رپرهای فارسی می‌توانیم به تبیین روابطی بپردازیم که یک طرف مهم تشکیل دهنده آن مخاطب رپ فارسی است و فرآیند سوژگی او در این شرایط شکل پیدا می‌کند.

۲. در رابطه با شکل‌گیری سوژه در مطالعات فرهنگی بحث‌های فراوانی شکل گرفته است. سوژه در قرائت آلتوسری اشاره به موقعیتی دارد که فرد توسط ایدئولوژی و نهادهای آن مورد خطاب و در درون ساختار موقعیت پیدا می‌کند. در این وضعیت برای سوژه عاملیتی نمی‌توان در نظر گرفت. اما در نگاه مطالعات فرهنگی سوژه دارای قدرت تفسیر کنندگی و قدرت مقاومت است. این خوانش از سوژگی برگرفته از دیدگاه اندیشه فوکوی متأخر است. همچنین، از دیدگاه لکانی، سوژه بواسطه دال‌ها خود را بازنمایی می‌کند. به طور مثال، رپ فارسی به مثابه یک دال است که توسط رپرها اشغال و به کار گرفته شده است و در خلال این فرآیند دال رپ فارسی آفریده می‌شود. از این دیدگاه، رپ فارسی معناهای اجتماعی و فرهنگی ویژه خود را خلق می‌کند. بنابراین شکل‌گیری سوژه رپ فارسی تشکیل شبکه‌ای از روابط زبانی و فرازبانی است. شبکه‌ای از برقراری ارتباطات زبانی تا خلق ارتباطات بصری چون نشانه‌هایی بصری و خلق فضاهایی چون فضای مجازی در رپ فارسی. در نتیجه، شکل‌گیری سوژه مخاطب رپ فارسی را باید از این منظر نگاه کرد. از این دیدگاه، برای بررسی شکل‌گیری مخاطب در رپ فارسی ما به سراغ درگاهی برای ورود به بحث رفته‌ایم که مخاطب را از زبان رپرها که خود در ابتدا مخاطب رپ فارسی بوده‌اند و همچنین از طریق فعالیت‌های مخاطب‌ها در فضای مجازی بررسی می‌کند (برای بحث سوژگی نگاه کنید به رضایی و ارمکی، ۱۳۸۵؛ هانا، ۲۰۱۳).

حیات‌گرایی ایجاد کند که فرهنگ همانند یک موجود زنده دارای تغییر و دگرگونی است. مخاطب رپ فارسی را می‌باید با در نظر گرفتن دوره‌های متفاوت شیوه‌های تکثیر رپ فارسی مورد بررسی قرار داد. در دوره‌ای که رپ فارسی از طریق نوارهای کاست و سی‌دی‌ها، از سال ۸۴ تا ۸۶، تکثیر می‌شد مخاطب‌هایی را ایجاد کرد که در سن ۱۳ تا ۱۷ سالگی قرار داشتند و بعضی از آن‌ها در سن ۲۲ تا ۲۵ سالگی تبدیل به یکی از رپرهای فارسی شده‌اند.

«اول من خودم مثل خیلی از همکارهای خودم مخاطب این سبک از موسیقی بودم» (ارسلان). «چون اون موقع اینترنت دیال آپ بود و همه اینترنت پرسرعت نداشتن مجبور بودم از دیگران بگیرم ولی خودمم دانلود میکردم بقیه هم دانلود میکردن» (جاستینا).

به معنایی تحول مخاطب بودن تا یک رپر شدن یکی از مهم‌ترین شرایطی است که در بستر آن سوژه رپ فارسی شکل گرفته است؛ اما مسئله مهم این است که مخاطب رپ فارسی به چه واسطه‌ای تبدیل به یک رپر شد؟ مقصود ما در اینجا این است که فرایند تبدیل شدن مخاطب به یک رپر تنها بر اساس واسطه فضای مجازی نیست بلکه اینجا عنصر مهم‌تری چون دغدغه‌مند بودن، اهمیت میل به خود بیانگری به واسطه ادبیات و در نهایت شرایط تصمیم‌گیری برای بیان دغدغه‌ها در قالب موسیقی رپ فارسی وجود دارند.

نسلی از رپرهای ایرانی که در داخل ایران جریان انداختن رپ فارسی را به طور جدی آغاز کردند قبل از هر چیز خود مخاطب رپ غربی بوده‌اند. به معنایی، رپ فارسی اول در مقام مخاطب سوژگی پیدا کرد و بعد از آن بود که تصمیم گرفت تا رپ فارسی را ایجاد کند؛ بنابراین، قبل از آنکه رپر فارسی دست به خود بیانگری بزند در مقام مخاطب شنونده موسیقی رپ غربی بوده است. این جریان، به دوره‌ای باز می‌گردد که اینترنت به صورت پر سرعت وجود نداشت، اما ماهواره‌ها در فرهنگ ایرانی رواج بسیار داشتند و از طرفی هم توسط مغازه‌هایی که در پاساژها خدمات اینترنتی می‌دادند، در کنار فروش سی‌دی‌های مجاز از جمله فیلم، موسیقی و نرم افزار، سی‌دی‌های غیر مجاز موسیقی برای مشتریان کپی می‌کردند؛ بنابراین مخاطب رپ، در فرهنگ ایران، در اولین مراحل خود توسط سی‌دی‌هایی که رپ غربی را در خود داشتند به وجود آمد.

در مرحله‌ای که رپ فارسی توسط پیشگامان خود آرام آرام به عرصه ظهور رسید ما همچنان شاهد ایفای نقش سی‌دی‌ها هستیم. همان‌طور که در قبل آمده است، رپ فارسی توسط سی‌دی‌ها تکثیر پیدا می‌کرد. ولی پیشرفت رپ فارسی با پیشرفت خدمات اینترنتی در ایران همراه بود و شکل‌گیری وبسایت‌هایی که نقش بسیاری مهمی را در شناخته شدن رپ فارسی ایفا کردند. این مسئله باعث شد تا مخاطب‌های رپ فارسی بتوانند محلی را پیدا کنند که در صورت لازم با یکدیگر رابطه برقرار کنند و جاهایی چون یاهو ۳۶۰، چت روم‌ها و امکاناتی که

این وبسایت‌ها در اختیار مخاطب‌ها قرار می‌دادند زمینه امکان برقراری رابطه را ایجاد کردند. با پیشرفت فناوری گوشی‌های همراه و مجهز شدن آن‌ها به امکان بلوتوث این زمینه ایجاد شد تا گوشی‌های همراه نقش تجهیزاتی را پیدا کنند بتوان با استفاده از هدفون موسیقی گوش داد و همچنین موسیقی را هم انتقال داد. این انتقال توسط بلوتوث موجب گشت تا در دوره همی‌های دوستانه و یا در مدارس مخاطب‌های رپ فارسی بتوانند موسیقی رپ فارسی را برای هم در فضای آفلاین به یکدیگر انتقال دهند.

اما نقطه عطف مخاطب رپ فارسی جایی است که رپ فارسی برای تکثیر خود بیش از هر چیز به فضای مجازی پیوند می‌خورد و وبسایت‌هایی چون یوتیوب، ساوند کلود و یا مدیافایر فضایی می‌شوند برای بارگذاری موسیقی فارسی. این فرایند با وجود آمدن فیس‌بوک به‌عنوان مهم‌ترین شبکه اجتماعی مجازی در بین ایرانیان ظهور بسیار ویژه‌ای پیدا کرد، چون هرکدام از پررها اقدام به ایجاد یک فن پیج^۱ کردند. این فن پیج‌ها باعث شدند تا هر رپر بتواند آدرس موسیقی بارگذاری شده خود را با دیگران به اشتراک بگذارد و از خلال آن مخاطبی ایجاد شد که می‌توانست توسط ابزارهایی چون لایک کردن و کامنت گذاشتن به طور فعالانه در سامانه رپ فارسی خود را پیدا و شرکت کند. تعداد لایک‌ها باعث معروف شدن رپر و از همه مهم‌تر میزان محبوبیت آن‌ها نشان می‌دهد.

«بعد دیدم که من مثلاً توی اینستا یک عکس می‌گذارم سیصدتا لایک می‌خوره و توی فیس‌بوک می‌گذارم دویستتا لایک می‌خوره. گفتم خوب من اینجا بیشتر پست می‌گذارم؛ و کم کم که پیشرفتیم دیدم که اصلاً نه کسی فیس‌بوک نمی‌ره» (سپیل سرب).

۱. Fan page: امکانی در فیس‌بوک بود که هر فردی می‌توانست یک فن پیج بزند و به تعداد نامحدود مخاطب به خود جذب کند. در حالیکه برای صفحات شخصی در فیس‌بوک محدودیت تعداد مخاطب وجود دارد.

۲. در رابطه با هویت، جوانان و فرهنگ به مقاله‌ها و تحقیق‌های متفاوتی می‌توان اشاره کرد که بررسی همه آن‌ها از حوصله و موضوع این مقاله خارج است. اما مسئله مهمی که می‌توان به آن اشاره داشت نقش فضاهای مجازی در توانمندسازی سوژه‌ها برای خلق دال‌هایی است که بتوانند از طریق آن شکل نوینی از هویت را ابراز و فضای واقعیت اجتماعی را دست خوش تغییرات کنند. شاید بهترین موضع را از طریق بررسی مفهوم فوروم (Forum) بشود دنبال کرد. فوروم در دوران رم باستان به فضای باز گفت و گو ارجاع داشت. در فضای اینترنت به مثابه فوروم ما با فضاهایی روبرو هستیم که در آن چرخه‌ای از تبادل معناها، نشانه‌ها و دال‌ها در جریان است. بنابراین، دال‌ها و چرخش آن‌ها با شکل دادن به سوژه‌ها همراه هستند. سوژه‌هایی که خود بیانگری خود را از طریق دال‌های شکل گرفته در فضاهای مجازی بدست می‌آورند. بنابراین، مخاطب این دال‌ها می‌تواند به طور بالقوه تبدیل به سوژه تولیدکننده دال‌های دیگری شود. از دیدگاهی دیگر، هر تولیدکننده دال در فضای مجازی خود نیز مخاطب دال‌های دیگر است و همراه با چرخش دال‌ها نقش بین مخاطب و سوژه تولیدکننده در یک موقعیت لغزان نسبت به هم قرار می‌گیرند (برای مطالعه بیشتر رجوع کنید به جنسن و هلس، ۲۰۱۰).

«مه‌دی‌ار آقامه‌یار مثلاً وقتی پست می‌گذاره همش صد و هشتاد لایک می‌خوره و همه رفتن اینستاگرام» (امید صفیر).

در نتیجه، مخاطب وارد محاسبه عقلانی رپ‌ها شد برای اینکه ببینند کجا و در چه بخشی چگونه می‌توانند روی مخاطب سرمایه‌گذاری کنند؛ بنابراین، سرمایه‌گذاری روی مخاطب، با توجه به نبود چرخه اقتصادی در رپ فارسی، از نوع سرمایه‌گذاری فرهنگی و اجتماعی است؛ اما مسئله‌ای که در حال حاضر اهمیت دارد فعالیت مخاطب در شکل دادن به سوژگی رپ فارسی است به‌گونه‌ای که این فرایند را نمی‌توان بدون شکل‌گیری سوژه مخاطب رپ فارسی تصور کرد.

بر اساس کدگذاری‌های انجام شده، سه مشخصه برای مخاطب رپ فارسی به وجود آمده است: ۱- مخاطب به مثابه سوژه قضاوت کننده ۲- مخاطب به مثابه سوژه آگاه ۳- مخاطب به مثابه سوژه تکثیر کننده، مشروعیت بخش و سازنده اجتماع.

مخاطب به مثابه سوژه قضاوت کننده در جایی به صورت بارز نمود پیدا میکند که در بخش کامنت‌ها نظر خود را می‌دهد؛ اما این نظر گاهی با توهین و ناسزا، گاه با نقد محترمانه و گاهی با دفاع همراه است. مخاطب در این مرحله، سعی میکند رپر را در مقام موضوع مورد بحث قرار دهد و این بحث با ناسزا، نقد و دفاع شکل می‌گیرد.

«موقع‌های اوج فیس‌بوک در رپ فارسی خلاصه همیشه به یکسری چماق‌دار مجازی. این چماق‌دارهای مجازی باسه سلیقه خودشون و برای علاقه خودشون یک فهرست درست می‌گردند و می‌دیدند که چیه که فهرست بقیه بهشون نمی‌خوره. دنبال بهونه برای دعوا بودند. چماق‌دار مجازیند دیگه میان فحش میدن. ... فیس‌بوک همه پرده‌ها رو زد کنار و به قول خودمو بچه‌های خودمون چماق‌دارهای مجازی اومدن بیرون. ... شنوده‌ها یا طرفدارهای یک جبه از رپ فارسی که اونوری رو میکوبیدن. فحش و دری وری‌ها به همراه یکسری صفحه که برای هر رپکن زدند که اشعارشون رو می‌بردند زیر ذره‌بین و این کار باعث شد تا ضربه خیلی اساسی به شعر و رپ فارسی اینا بخوره. ولی این تفسیرها که اومد همه حمله میکردن به پیچ مخالف و بهش می‌گفتن که آره اینو ببین که مثلاً فلان شعر رو نوشته، تو قد این حرفام نیستی و عمراً بتونی بنویسی. بعد مشکلا‌ی قدیمی رپرا رو میکشیدند بیرون و اینارو به جون هم می‌انداختند» (امید صفیر).

مخاطب در مقام سوژه قضاوت کننده در حقیقت تا جایی پیش‌می‌آید که می‌تواند با اعتماد به نفس و عزت نفس رپر نیز بازی کند. این جریان وقتی بیش از حد می‌شود مسئله اخلاق را برای مخاطب رپ فارسی دارای اهمیت میکند. نمونه بارز این مسئله را می‌توان در «جاستینا» مشاهده نمود. جایی که او نه تنها به عنوان یک زن بلکه یک رپر وارد عرصه رپ فارسی می‌شود.

مخاطب قضاوت کننده او را نه تنها در مقام رپر بلکه در مقام یک زن در مرتبه دوم قرار می‌دهد و نوع قضاوتی که درباره او میکند قضاوتی است که با اهانت‌های جنسی همراه می‌شود.

«هم جنسیتی و هم اینکه میدونن من دخترم و دخترها رو ظاهرشون خیلی حساسن راجبه ظاهر هم هست. ... چون میدونن زن‌ها و دخترها خیلی ظاهرشون براشون مهمه خیلی راحت به خودشون اجازه میدن راجبه ظاهر دیگران نظر بدن و هرچی به دهن و ذهنشون میرسه بیان کنن درواقع همون آدمایین که توهین میکنن» (جاستینا).

این شکل از توهین در حقیقت رپر را در برابر مخاطب در موقعیتی قرار می‌دهد که برای ادامه فعالیت خود مجبور به تصمیم‌گیری باشد و این تصمیم‌گیری است که دوباره او را در موقعیت سوژگی رپ فارسی قرار می‌دهد، به معنایی رپر فارسی در مقام سوژه همواره باید در برابر مخاطب موضع خود را حفظ کند و این فرآیند با هرچه بیشتر شکل‌گیری موقعیت او به عنوان یک سوژه تصمیم‌گیرنده و مقاومت‌کننده اهمیت پیدا میکند.

«اولش سخت بود تهمت‌ها و برچسب‌هایی که ناخواسته بهم زده می‌شد و من هیچ جوهر نمیتونستم از خودم دفاع کنم ولی رفته رفته فهمیدم این مساله عادیه و باید برای منم عادی بشه گرچه هنوزم عادی نشده صدرد ولی از قبل بی اهمیت‌تر شده» (جاستینا).

همان‌طور که دیده می‌شود «جاستینا» نیاز می‌بیند که در برابر این اهانت‌ها خود را دوباره مورد تعریف و باز تعریف قرار دهد. این وضعیتی است که آن را مخاطب به مثابه سوژه قضاوت کننده ایجاد کرده است.

«توهین‌های جنسی فقط به شخصه برای من نیست برای رپرهای پسر هم وجود داره اما خب تنها فرقی اینکه تو توهین‌ها به من لازم نبود اسمی از مادرم یا خواهرم ببرن مستقیماً از خودم استفاده میکردن؛ و خیلیاشونم توهین نبود درخواستهای جنسی بود و چنتا هم درخواست دوستی. البته بگم اینا پیام‌های منفی هستند که من دریافت میکردم بودند پسرهایی که پیام‌های امیدبخش و محبت آمیز بدون کوچکترین کلمه یا حرف زشتی برام می‌فرستادند. ... طرفدارهام واقعاً درمقابل حرفای نامربوط ازم دفاع میکنن» (جاستینا).

بنابراین، در برابر مخاطب به مثابه سوژه قضاوت کننده با مخاطب به مثابه سوژه دفاع کننده هم نیز مواجه هستیم. به این ترتیب، مخاطب به مثابه سوژه مخرب و سوژه سازنده می‌تواند برای رپ فارسی در مقام تخریب کننده و دفاع کننده ظاهر شود؛ اما مخاطب رپ فارسی تنها به این نقش دوگانه محدود نمی‌شود بلکه در شرایطی ایده‌آل او به مثابه سوژه‌بیداری است که از قدرت فهم برخوردار است.

«میان تحلیل میکنند. می‌گن فلان بیت منظورت فلان بود؛ و واقعاً گاهی منظورم آینه و حال میکنم و می‌گم دمت گرم» (سهیل سرب).

«مخاطب ایده‌آل واقع‌بین باشد. یعنی واقعاً دنبال این باشه که صبح بلند میشه بره سر کار یک اتفاقی رقم بزنه، روی این کتابه یک ورق جدید بیاد. نه اینکه فقط بیاد همیشه حرف بزنه مثلاً بیاد بگه که این چی شد اون فلانه و بیاد که از توی حرفای من مثلاً نکته در بیاره. فقط برم به دنبال حاشیه و خود اصل هدف فقط فروپاشیه! هان چیه! نکنه می‌خوای بگی فقط نه فقط ببین به همین می‌گن حاشیه. خوب! اون به دنبال فقط است ... بابا! تو متن حرف من چیه؟ اصل حرف من چیه؟ محتوای حرف من چیه؟ ممکن من خیلی مشکل داشته باشم اما اصل حرف من چیه؟» (یاس).

«من مخاطبی می‌خوام که یا فهمیده باشه یا بخواد بفهمه» (رپروز).

«مخاطب ایده‌آل در فضا مجازی وجود نداره. اصلاً و ابداً وجود نداره. شما مخاطب ایده‌آل رو یک فردی می‌بینی که سرش در کار خودش، شنوندس و دنبال چماق نگه داشتن در هوا نیست در فضای مجازی که بچرخونه تا به ایده‌آل خودش برسه. اون شنوندس، ایده‌آلش شنیدن آهنگ خوبه، ایده‌آلش فحش دادن نیست» (امید صفیر).

«مخاطب‌هایی که در وهله‌ اول شنونده‌های خوبی هستند. با توجه به روش کاری لیبلمون اکثر مخاطب‌های ما کسانی‌اند که خودشون با پیگیری خودشون یا معرفی دوستانشون بهمون اضافه میشن نه با دیدن تبلیغاتی سیستماتیک سایت‌ها یا برای تفریح در فضای مجازی» (ارسلان).
«اول از همه تعصب نداشته باشه، تعصب یکی از آفت‌های بشره، متأسفانه ما در موسیقی رپ فارسی هم شاهد این هستیم، ما انتظار داریم مخاطب بدون تعصب گوش میده، تمام دغدغه ما در همین خلاصه میشه تعصب نداشته باشه» (پدرام).

بنابراین، این سوژه آگاه و فهیم که قرار است از سطح ریتم و حواشی به عمق و معنای شعر دست پیدا کند یک مخاطب ایدئالی است که قرار است آرمان‌های رپر فارسی را توجیه کند، منظور در اینجا آرمان‌هایی چون رسالت داشتن و روشنگری کردن هستند.

«من می‌گم توی آمریکا مثلاً آرتیست‌هایی که هستند اولین چیزی که برایش شروع میکنند به موسیقی اول شهرته بعدش پوله بعدش کنسرت، نمی‌دونم، بعدش تبلیغات بزرگ، بزرگ و بی‌زینس‌ها فلانو اینا و آخرش می‌گه: !! من یک رسالتی هم داشتم! نه اینجا اینجوری نیست. موسیقی با عشق شروع میشه. اینجا موسیقی با اون رسالته شروع میشه. رپ فارسی با رسالت شروع شد و الان اگر چنانچه دارن خزعبلات می‌خونند ... اما روی اون پایه‌های اصلیش راه داره میره و اون پایه‌های اصلیش چی بوده؟ منطق، حرف درست. حقیقت، حقیقت‌هایی که وجود داشته و وجود خواهد داشت. رپ می‌میره اما حقیقت هیچ‌وقت نمی‌میره» (یاس).

بنابراین، مسئله این است که رپ فارسی دارای رسالت به مخاطبی نیاز دارد که این رسالت را درک و بتواند با آن رابطه برقرار کند. از این دیدگاه، مخاطب رپر خود را کشف میکند و این

رسالت بر عهده مخاطب است تا موسیقی او را دست‌به‌دست بچرخاند و عمل تشویق شنیدن را برای مخاطب دیگری ایجاد کند.

«فقط گوش مخاطبه که باعث میشه که امثال من دست به دست بشه صدامون» (مهیار).

از دیدگاهی دیگر، ما مخاطب را به مثابه تکثیر کننده، مشروعیت بخش و سازنده اجتماع در نظر گرفته‌ایم. مخاطب به مثابه سوژه تکثیر کننده در هر دوره از تکثیر رپ فارسی دارای نقش بوده است که فعال‌ترین آن در زمانی است که او در فضای شبکه‌های اجتماعی حضور وسیع پیدا میکند که این مسئله در بالا مورد بحث قرار گرفت؛ اما مخاطب به مثابه سوژه مشروعیت بخش جایی است که او رپر را فارغ از مجوز وزارت ارشاد در درون خود می‌پذیرد و انعکاس می‌دهد؛ بنابراین، می‌باید از مشروعیت سازمانی و مشروعیت فرهنگی صحبت کرد. مشروعیت سازمانی جایی است که سوژه می‌تواند برای تولید و نشر آثار خود مجوز دریافت کند اما سوژه فرهنگی برخاسته از دل روابط زندگی روزمره و انعکاس دهنده وضعیت خود در آن است؛ بنابراین، سوژه فرهنگی بر خواسته از حیات فرهنگی است و به سوی آن باز می‌گردد. از این دیدگاه، وجود مخاطب است که مشروعیت فرهنگی به رپر فارسی می‌دهد. این مهم‌ترین فرایندی است که جایگاه مخاطب را به عنوان یکی از اصلی‌ترین عنصرهای سازنده سوژه رپ فارسی دارای اهمیت فراوان می‌کند.

«ما یکسری رپر داریم که واقعاً اینقدر فاخر هستند، من خودم آدمی نیستم که بخوام برم توی وادیه مجاز، شاید همین الانشم مجازم. ... چون پانزده ساله که مستقل کار کردم کسی هوای منو نداشت الانم نمی‌خوام کسی هوای من رو داشته باشه» (یاس).

به این ترتیب، مخاطب به مثابه سوژه مشروعیت‌دهنده جایی است که حیات فرهنگ ایرانی را در برابر عمل مهندسی فرهنگی ایرانی قرار می‌دهد و این مخاطب‌ها هستند که در دل فرهنگ آرام‌آرام تبدیل به سوژه‌هایی می‌شوند که قرار است نیازهای درونی خود را بیان کنند و رپ فارسی یکی از آن درگاه‌های بیان نیاز درونی نسل نوجوان و جوان ایرانی بود.

«پی اون نبودم که بخونم تا سال ۹۰ که دیدم به خودم می‌تونم کمک کنم با نوشتن راجب به چیزایی که سنگینی میکنه رو مخم به شکل رپ. بعد دیگه نتونستم جدا بشم» (مهیار).

بنابراین، رپ فارسی جریانی بود تا خرده فرهنگ جوانان ایرانی فارغ از مهندسی فرهنگی و مجوزهایی که برای آن باید صادر شود خود را تولید و بازتولید کند و بتواند رقیبی برای گفتمان رسمی وزارت ارشاد شود.

نتیجه‌گیری

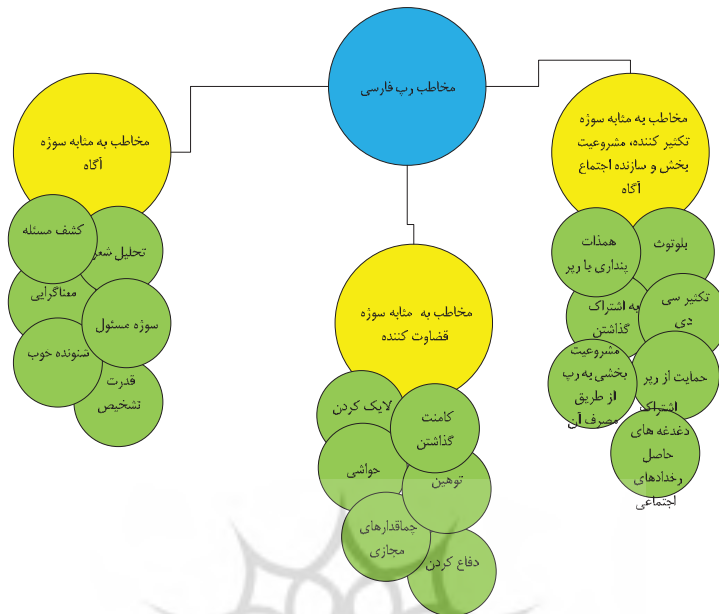
به این ترتیب، وقتی خرده فرهنگ جوانان ایرانی برای بیان دغدغه‌های خود راهکاری چون رپ

ایجاد میکنند در حقیقت بستری را ایجاد کرده است که بر اساس آن سوژه رپ فارسی بتواند شکل بگیرد. درست، در این فرایند است که سوژه رپ فارسی به سمت مخاطبان خود باز می‌گردد و او را در بزنگاه‌های تاریخی، اجتماعی و فرهنگی مورد خطاب قرار می‌دهد. نمونه بارز این مسئله آهنگ «سی‌دی را بشکن» از «یاس» است. در یک واقعه تلخ اجتماعی، وقتی صحنه‌ای از فضای خصوصی یک بازیگر زن ایرانی بر روی سی‌دی در سطح اجتماع ایران پخش می‌شود و حساسیت فرهنگی و اجتماعی ایجاد میکند، آن برای «یاس» یک بزنگاه و رخداد اجتماعی بود که در پی آن، به پخش وسیع کار خود در فضای مجازی فکر میکند و در حقیقت، او این کار را برای این صورت می‌دهد تا بتواند جمعیت مخاطب خود را در قالب یک اجتماع آگاه به دور یک مسئله مهم اجتماعی حساس کند.

«نقطه عطف مهم شدن فضای برای من از سی‌دی رو بشکن بود. زمانی که سی‌دی اون دختر اومد بیرون بعد یهو من ناراحت شدم و گفتم این صدایی که مردم دیگه باید بشنوند و اونجا بود که اصلاً با بچه‌ها کار کردیم. یک چندتا سایت خوب اون موقع‌ها بود. ... اما اون موقع‌ها هم کار از طریق اینترنت خوب دیده نشد و از طریق بلوتوث بود که مهم شد» (یاس).

بنابراین، «یاس» یک رخداد اجتماعی را تبدیل به یک ادبیات دغدغه‌مند میکند که قرار است یک دغدغه اجتماعی را بیان کند و این مسئله پیوند می‌خورد با فراخوان مردم نسبت به یک رخداد اجتماعی و فرهنگی تا جمعیت پراکنده مخاطب‌ها را تبدیل به یک اجتماع آگاه کند. این مسئله است که مخاطب رپ فارسی، توسط یک رپر، به حول یک مسئله اجتماعی و فرهنگی فراخوان داده می‌شود.

بنابراین، بین سوژگی مخاطب و سوژگی رپر فارسی شکل‌هایی از اشتراک وجود دارد. هر دو در فضای مجازی یکدیگر را پیدا میکنند. رپر فارسی مخاطب‌های خود را فرا می‌خواند و مخاطب‌ها نیز به او واکنش نشان می‌دهند. تفکر محاسباتی تعداد لایک‌ها نشان دهنده قدرت یک رپر در بین مخاطب‌ها خود است. مخاطب رپر فارسی در فضای مجازی باعث شده است تا رپ فارسی از فاز گوش داده شدن به فاز دیده شدن نقل مکان پیدا کند. به بیانی دیگر، مخاطب شنونده حال به مخاطب بیننده تبدیل شده است. این تحول به بصری شدن رپ فارسی منجر شده است از آنجایی که مخاطب به مثابه بیننده را برای خود به وجود آورده است؛ بنابراین، می‌توان فضای مجازی را به مثابه یک پایانه در نظر گرفت که در آن بین جایگاه رپر فارسی و مخاطب رپ فارسی نوعی از رفت و برگشت و حرکت وجود دارد. ترمینالی از روابط که فضای گفتمانی رپ فارسی را شکل داده است.



شکل شماره ۱: نقشه تماتیک روابط شکل‌دهنده به مخاطب رپ فارسی

منابع

ارمکی، آزاد؛ رضایی، محمد (۱۳۸۵) «سوزه و قدرت: تحلیل چگونگی شکل‌گیری ذهنیت در مطالعات فرهنگی»، *مطالعات جامعه‌شناختی*، شماره ۲۷: ۱۲۵-۱۵۶.

جواهری، فاطمه؛ سراج زاده، سید حسین؛ شکفته، سمیه (۱۳۹۱) «موسیقی زیرزمینی؛ بازنمای دغدغه‌های اجتماعی جوانان»، *مطالعات فرهنگ/ارتباطات*، سال سیزدهم، شماره ۵۰: ۷-۳۴.

خادمی، حسن (۱۳۸۸) «بررسی ویژگی‌های پدیده اجتماعی موسیقی رپ فارسی و میزان محبوبیت و عمومیت آن در ایران با تأکید بر جوانان و نوجوانان ۱۲ تا ۲۹ ساله شهر تهران»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۱۶: ۲۵-۵۶.

صادقی، محمود (۱۳۸۷) شیطان‌پرستی ارتباطی به رپ ندارد:

<http://www.musicema.com/node/149157>. (تاریخ مراجعه ۳۰/۲/۱۳۹۵).

صمیم، رضا (۱۳۹۲) «مطالعه جامعه‌شناختی موسیقی مردم‌پسند: نگاهی به پیشینه تاریخی و رهیافت‌های عمده نظری»، *جامعه، فرهنگ و رسانه*، پاییز، سال دوم، شماره ۸: ۱۱۷-۱۴۲.

صمیم، رضا (۱۳۹۲) «نگاهی انتقادی به پیشینه داخلی مطالعه موسیقی مردم‌پسند: پژوهشی پیرامون امکان شکل‌گیری حوزه میان رشته‌های مطالعات موسیقی مردم‌پسند در ایران»، *هنرهای زیبا - هنرهای نمایشی و موسیقی*، شماره ۲: ۴۱-۴۸.

صمیم، رضا (۱۳۹۲) «فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران پژوهشی جامعه‌شناختی با استفاده از داده‌های کیفی حاصل از پنج مصاحبه متمرکز»، *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، دوره ۵، شماره ۱: ۱۲۵-۱۴۵.

صمیم، رضا؛ قاسمی، وحید (۱۳۸۸) «گرایش به مصرف گونه‌های موسیقی مردم‌پسند و میزان پرخاشگری در میان دانشجویان»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، شماره ۸: ۲۴۳-۲۶۲.

صمیم، رضا؛ قاسمی، وحید (۱۳۸۷) «مطالعه پیرامون رابطه قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی با استفاده از داده‌هایی در زمینه مصرف موسیقایی در شهر تهران»، دوره نهم، شماره ۱ و ۲: ۸۰-۱۰۱.

صمیم، رضا؛ فاطمی، ساسان (۱۳۸۶) «پژوهش جامعه‌شناختی در باب مصرف موسیقایی در بین افرادی با پایگاه اجتماعی متفاوت (مطالعه موردی تهران)»، *معماری و شهرسازی*، شماره ۳۲: ۱۲۷-۱۳۵.

صمیم، رضا (۱۳۹۳) «تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان تهرانی به مصرف موسیقی مردم‌پسند بر اساس سن و جنس»، *دوفصلنامه نامه هنرهای نمایشی و موسیقی*، سال پنجم، شماره ۹: ۱۰۵-۱۱۸.

کوثری، مسعود؛ مهدی، محمد (۱۳۹۱) «نظریه‌سازی برای موسیقی زیرزمینی ایران»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره ۲: ۴۳-۷۴.

کوثری، مسعود؛ مولایی، محمدمهدی (۱۳۹۱) «گونه‌شناسی گفتمان‌های موسیقی رپ ایرانی - فارسی»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۲۹: ۹۱-۱۱۶.

کوثری، مسعود؛ مولایی، محمدمهدی (۱۳۹۱) «روایت‌های مردانگی در موسیقی رپ و چالش مردانگی هژمونیک»، *جامعه‌شناسی ایران*، دوره سیزدهم، شماره ۴: ۱۵۱-۱۷۷.

لهساییزاده، عبدالعلی؛ زنجری، نسیم؛ اسکندری پور، ابراهیم (۱۳۸۸) «بازنمایی طبقات اجتماعی در موسیقی رپ اجتماعی ایران»، *نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی (علوم اجتماعی)*، شماره ۲۷: ۱۸۳-۲۱۶.

نوربخش، یونس؛ مولایی، محمدمهدی (۱۳۹۱) «جهان - محلی شدن موسیقی: مضامین دینی در رپ ایرانی - فارسی»، *جهانی رسانه*، شماره ۱۳: ۱۳۱-۱۶۰.

Jensen, Klaus Bruhn & Helles, Rasmus, (2010), "The Internet as a Cultural Forum: Implications for Research", *Journal of New Media & Society*, Vol.13, No.4: 517-533.

Johnston, Sholeh, (2008), "Persian Rap: The Voice of Modern Iran's Youth", *Journal of Persianate Studies*, Vol.1, No.1: 102-119.

Keir Clayton, (2010), "Tupac and the Ayatollahs", <http://www.mei.edu/content/tupac-and-ayatollahs>.

Hanna, Paul, (2013), "Reconceptualizing Subjectivity in Critical Social Psychology: Turning to Foucault", *Journal of Theory & Psychology*, Vol 0, No.0: 1-18.

Maghazei, Malihe, (2014), "Trends in Contemporary Conscious Music in Iran", *LSE Middle East Centre Paper Series / 03*:

<http://www.lse.ac.uk/middleEastCentre/publications/PaperSeries/ConsciousMusicIran.aspx>.

Nooshin, Laudan, (2005), "Underground, Overground: Rock Music and Youth Discourses in Iran", *Journal of Iranian Studies*, Vol. 38, No.3: 463-494.

Sullivan, Rachel E., (2003), "Rap and Race: It's Got a Nice Beat, but What about the Message?", *Journal of Black Studies*, Vol.33, No. 5: 605-622.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی