

ĐÔI NÉT VỀ HIP HOP - MỘT TRÀO LƯU VĂN HOÁ HẬU HIỆN ĐẠI

Th.S Nguyễn Thị Nga
Viện Nghiên cứu Châu Mỹ

Nếu chúng ta nhìn lại thế kỷ XX, sẽ thấy rằng hầu như các thập kỷ đều có giai điệu và nhịp điệu riêng. Thế kỷ XX bắt đầu bằng nhạc blue, tiếp sau đó là nhạc Jazz với Louis Armstrong, Duke Ellington... Đến giữa thế kỷ là nhạc rock với Chuck Bery, the Beatle, Steve Wonder... Những thập niên cuối của thế kỷ XX nhắc chúng ta nhớ tới những nhịp thô của Rap, và hiện nay có thể nói chúng ta đang sống trong thời đại của Hip Hop. Đối với nhiều người dù không có nhiều kiến thức âm nhạc, Hip Hop vẫn có thể gợi cho họ một hình ảnh nào đó, chẳng hạn những kiểu nhảy trông cây chuối ngộ nghĩnh lạ mắt hoặc những chiếc quần lủng rộng thùng thình, đũng dài quá gối làm cho đôi chân người mặc trông ngắn lùn cùn đến buồn cười. Quả thực, Hip Hop không chỉ là một thể loại âm nhạc, mà còn là một trào lưu văn hoá.

Theo xu thế chung, Hip Hop ám chỉ nhạc Hip Hop (hay nhạc Rap), tức là thứ âm nhạc được tạo ra bởi MCing và DJing của văn hoá Hip Hop và bắt đầu xuất hiện ở Hoa Kỳ khoảng giữa những năm 1970. Mặt khác, nhắc đến Hip Hop là nhắc đến một trào lưu văn hoá. Bốn yếu tố cơ bản của văn hoá Hip Hop là: Rapping hay MCing (tức yếu tố nói), DJing (tức yếu tố âm nhạc), B-boying hay Break-dancing (tức yếu tố nhảy) và Graffiti (tức yếu tố nhìn). Vì vậy, tuy Rap và Hip Hop có quan hệ chặt chẽ

với nhau, nhưng hai từ ngữ này không thay thế cho nhau.

Khi Hip Hop phát triển thành một ngành công nghiệp sinh lợi hàng tỉ đô la, thì phạm vi của văn hoá Hip Hop không chỉ đóng khung trong bốn yếu tố truyền thống kể trên, mà người ta còn đề cập đến một số yếu tố khác nữa, đáng chú ý nhất là thời trang Hip Hop, tiếng lóng Hip Hop.

Các yếu tố cơ bản Hip Hop

1. *Rapping* (còn gọi là MCing, Emceeing, Rhyme spitting, Spitting hay Rhyming) là một trong các yếu tố trọng tâm của nhạc và văn hoá Hip Hop. Từ Rap được coi là cách viết rút gọn các từ "Rhythmic American Poetry" (Thơ có nhịp điệu của Mỹ), hay "Rhythme and Poetry" (Nhịp điệu và Thơ).

Đây là một dạng hát nói, một thể thơ có vần được nói theo giai điệu trên nền nhạc trộn của các DJ. Vì vậy, người ta cho rằng phong cách nghệ thuật của Rapping nằm giữa lời nói, văn xuôi, thi ca, và bài hát. Trong cách hát nói này, từng âm tiết của một từ không mang thanh âm phân biệt rõ rệt, nhưng người nghe vẫn mơ hồ cảm nhận được những quãng âm khác nhau trong giọng người hát. Mức độ người nghe cảm nhận được đến đâu hoàn toàn tùy thuộc vào người hát. Dù không có sự phân biệt rõ rệt như vậy, nhưng những quãng âm ấy vẫn

làm cho người nghe có cảm nhận chung là đang nghe một giai điệu nào đó. Tính chất trữ tình và sự chuyển điệu trong giọng của người hát đã tạo cho nhạc Hip Hop một tính chất du dương và có nhịp điệu.

Vì vậy, có những ý kiến cho rằng các vần thơ được hát ra theo phong cách Hip Hop cũng tương tự như một bản nhạc Jazz không lời và do đó, chúng không khác gì nhiều với bất kỳ bản độc tấu saxophone nào của nhạc Jazz, hay bất kỳ phong cách độc tấu nào khác. Thực ra, hát Rap khác với hình thức phối nhạc (instrumentation) ở chỗ nó thiếu sự phân biệt rõ rệt về thanh âm, nên nó có tính chất tự do thoải mái hơn, vì không phải hát chính xác theo từng nốt nhạc. Các nghệ sĩ được coi là đi tiên phong trực tiếp trong loại Rapping này là Gil Scott-Heron và The Last Poets, những người trong những năm 70 của thế kỷ XX được biết đến nhờ đã đưa kiểu thi ca chuyển điệu vào âm nhạc, tạo ra một thể loại âm nhạc tân kỳ mà thời bấy giờ vốn chưa có nhiều người thưởng thức.

2. *DJing*: chỉ hoạt động của các DJ (viết tắt của Disk Jockey), tức là hoạt động khuấy động không gian bằng âm nhạc để các B-boy (vũ công Hip Hop) dựa vào đó thể hiện các bước nhảy của mình. Nhiệm vụ của các DJ là mix nhạc (pha trộn các bài nhạc đã ghi âm sẵn với nhau) theo phong cách rất đặc trưng của Hip Hop, là phần không thể thiếu trong các bài nhảy. Dụng cụ của các DJ là một cặp bàn xoay gồm hai đầu đĩa gắn với thiết bị trộn âm, loa và một đồng đĩa nhạc. Để tạo thêm sự mới mẻ và sáng tạo, ngoài việc trộn nhạc, các DJ thường lồng ghép vào các bài nhạc những tiếng động rất đời thường như tiếng xèo xèo, tiếng tàu hoả, tiếng la hét... Các DJ như

Afrika Bambaataa, Grandmaster Flash, và DJ Kool Herc được nhìn nhận như là những người đi tiên phong của Hip Hop.

3. *Graffiti*: Đây là những hình vẽ hoặc chữ viết trên tường công cộng. Thật ra, hiện tượng vẽ hay viết trên tường các toà nhà đã có lịch sử cả nghìn năm. Tuy nhiên, ở Mỹ vào cuối thế kỷ XX đã diễn ra sự bùng nổ những hình vẽ hoặc chữ viết cách điệu hoá, với những màu sắc sinh động được tìm thấy trên các xe điện ngầm ở Philadelphia và có liên quan đến các nghệ sĩ Hip Hop. Vì vậy, Philadelphia được xem là xuất phát điểm của các Graffiti của Hip Hop. Các xe điện ngầm này tỏa đi khắp nơi, khiến hiện tượng này nhanh chóng lan rộng đến New York City và những nơi khác. Đồng thời từ đó cũng nổi lên các cuộc tranh cãi có nên xem chúng là một biểu hiện của văn hoá bình dân không, đặc biệt khi nó gắn với trào lưu Hip Hop, hay nên coi nó là hiện tượng phá hoại nghệ thuật, bôi bẩn nơi công cộng bởi Graffiti từ lâu đã bị các nhà chức trách của các địa phương coi là hiện tượng không tốt.

Trong sự kiện Hip Hop, nếu các DJ quyết định âm thanh, thì nghệ thuật Graffiti tạo nên cái phong rất quan trọng. Theo một số ý kiến đánh giá, nghệ thuật Graffiti không chỉ trang trí cho những nơi diễn ra hoạt động DJing, MCing và B-boying, mà nó còn là cách để lôi cuốn sự chú ý những công dân khác đối với những thanh niên da đen và Latino nằm bên lề xã hội. Đường như graffiti là cách giúp họ khẳng định mình và xác định bản sắc của họ.

4. *B-boying*: dùng để chỉ phong cách nhảy rất năng động, sôi nổi của Hip Hop. Người ta cho rằng chính DJ Kool Herc đã khai sinh ra thuật ngữ

này. B-boying còn có tên thường gọi nữa là Break-dancing.

Một trong những yếu tố được coi có ảnh hưởng trực tiếp đến cách nhảy này là bài *hit* của James Brown xuất hiện vào năm 1969: "Get on the Good Foot". Trong cảnh phim, James Brown thực hiện một điệu nhảy gọi là Good Foot trong một bài hát. Đó là một điệu nhảy nhanh mang tính chất thể thao. Những vũ công nhảy theo phong cách Good Food sẽ nhảy vào những khoảng ngưng (break) của bài hát, và vì vậy DJ Kool gọi những vũ công này là *Breaker* hay *B-boy* (vũ công nữ thì được gọi là *B-girl*).

Phần đầu của điệu nhảy này thường rất nhanh và mãnh liệt, sử dụng nhiều đến sức mạnh cơ thể và sự vận động rất phức tạp của đôi chân. Tất cả điệu nhảy sẽ kết thúc bằng việc cơ thể trượt trên sàn nhảy. Afrika Bambaataa đã công nhận nghệ thuật B-boying và thành lập vũ đoàn B-boy đầu tiên gọi là Zulu Kings. Vũ đoàn này thường xuyên trình diễn ở các sự kiện về Hip Hop và vô số những dịp khác. Năm 1977, với sự xuất hiện của vũ đoàn Rock Steady Crew, các yếu tố *acrobatic* (yếu tố nhào lộn) đã bổ sung vào cách nhảy này, tạo nên vũ điệu Break-dance hấp dẫn, bao gồm các động tác phức tạp và khéo léo trượt sát mặt đất. Đồng thời các vũ công chủ yếu sử dụng tay và cánh tay làm trụ đỡ để quay và thực hiện các động tác nhào lộn rất đẹp mắt.

Nguồn gốc

Như vậy, Hip Hop không chỉ là âm nhạc, mà tiêu biểu cho bốn hình thức nghệ thuật khác nhau có liên quan với nhau. Theo từ điển bách khoa về Rap và Văn hoá Hip Hop⁽¹⁾, ngày 11/11/1973 được coi là ngày khai sinh ra Hip Hop. Đây là ngày mà Afrika

Bambaataa, một trong những gương mặt quan trọng nhất của Hip Hop đã xây dựng nên Zulu Nation. Là cựu thành viên của nhóm Black Spades, ông đã xây dựng nên tổ chức công cộng này với hy vọng xoá bỏ bạo lực đường phố bằng cách sử dụng nghệ thuật để chấm dứt sự kinh dị. Ở Zulu Nation, các băng nhóm đường phố đã biến thành các ban, nhóm tìm cách đánh bại kẻ thù của họ trong các trận đánh bằng cách sử dụng các máy quay đĩa, cách khiêu vũ cuồng nhiệt và những tài năng ca hát trữ tình thay cho vũ khí.

Xét từ cốt lõi, Hip Hop được sáng tạo từ đầu những năm 70 của thế kỷ XX bởi thanh niên Mỹ gốc Phi, gốc Caribbean, và thanh niên Puerto Rico ở New York City. Xét về mặt bối cảnh lịch sử, người ta cho rằng Hip Hop có nguồn gốc châu Phi, nhưng chịu ảnh hưởng nặng nề của nền văn hoá phổ thông Mỹ. Rap, yếu tố nói của Hip Hop, bắt nguồn từ những "griot" Phi châu, tức là những người kể chuyện và các sử gia của các bộ tộc. Họ được coi là những nghệ sĩ Rap đầu tiên, là những sợi dây liên kết hiện tại với quá khứ và thường ngâm những bài thơ xung tụng sự vĩ đại và lịch sử của các vị vua và hoàng hậu, của những nhà lãnh đạo và công dân bình thường. Phổ biến người ta cho rằng Rap bắt đầu xuất hiện ở khu Bronx của New York City khoảng hơn 30 năm trước đây.

Hip Hop là một phương tiện cho phép những người da đen rất trẻ biểu đạt bằng nghệ thuật những mặc cảm trong cuộc sống của chính mình không chút rụt rè, sợ hãi. Với một hình thức thẩm mỹ mới mẻ và độc đáo, các môn đồ Hip Hop đã thể hiện niềm tin riêng của họ về xã hội và chính trị, về tình dục, về sự coi

thường uy quyền của nhà chức trách cũng như mỗi lo lắng làm sao để có tiền của. Tất cả đã và vẫn tiếp tục thấm nhuần các cách thể hiện của trào lưu này, bao gồm âm nhạc, ngôn ngữ, quần áo, phim ảnh, và quảng cáo. KRS-ONE, một Rapper (người hát nói Rap) nổi danh của Hip Hop còn gợi ý rằng Hip Hop là một phong trào văn hoá và bản thân thế giới phải phản ánh nó. Ông là một trong những người đã đấu tranh cho vị trí của Hip Hop trên thế giới một cách mạnh mẽ nhất.

Sự phát triển toàn cầu

Năm 1979 được coi là năm đánh dấu Hip Hop từ vị trí địa phương đã vươn đến vị trí quốc tế, bằng thành công về thương mại của bài hát "Rapper Delight" của nhóm Sugar Hill Gang. Nó đã trở thành đĩa Rap đầu tiên nằm trong danh sách Top 40 của Billboard. Khi "Yo! MTV Raps"⁽²⁾ bắt đầu xuất hiện vào năm 1988, Hip Hop đã tồn tại ở các cộng đồng đô thị được trên 15 năm. Tuy nhiên, chương trình nhạc video hàng tuần đã tạo điều kiện cho phần lớn người dân Trung Mỹ được tiếp xúc với nhạc Rap và Hip Hop. Sau đó, những thanh thiếu niên da trắng ở ngoại ô đã làm tăng thị phần của nhạc Rap bởi họ trở thành những người tiêu thụ nhạc Rap lớn nhất ở trong nước. Sự ra đời của các video nhạc Rap cho phép hàng loạt thanh niên Mỹ thưởng thức Hip Hop, và tạo nên lớp người tiêu thụ mới sẵn sàng mua băng đĩa nhạc Rap cũng như bất cứ cái gì có phong cách Hip Hop.

Như vậy, từ một thể âm nhạc địa phương, nhạc Rap và văn hoá Hip Hop ngày càng lan rộng. Doanh thu của nhạc Rap tăng rất nhanh. Theo Petraca và Sorapure⁽³⁾, từ năm 1997

đến 1998 doanh thu nhạc Rap tăng 31%, so với 2% của nhạc Country, 6% của nhạc Rock và 9% của ngành công nghiệp âm nhạc nói chung. Nghệ sĩ rap Jay-Z có album V.2 *Hard knock Life* bán được 3 triệu bản đã khoe rằng: "Hip Hop là tiếng nói nổi loạn của tuổi trẻ. Đó là những gì mà người ta muốn nghe."⁽⁴⁾

Nhạc Rap đã từng được coi là một thứ một nhất thời. Nhưng kể từ bài "Rapper's Delight" của Sugar Hill Gang, tức bài Hip Hop gây nên cơn sốt trong giới trẻ, xuất hiện vào năm 1979, cho đến nay thể âm nhạc này vẫn được giới trẻ thế giới ưa chuộng.

Tuy Hip Hop bắt đầu từ những người Mỹ da đen, nhưng hiện nay hơn 70% các album Hip Hop được người da trắng mua. Hip Hop đã buộc những nhà quảng cáo, những nhà làm phim và nhạc sĩ tiếp nhận những dấu hiệu và từ ngữ đường phố của chúng. Cũng giống như nhạc Jazz và nhiều thể loại âm nhạc khác do người Mỹ gốc Phi sáng tạo nên, Hip Hop là một trong số ít chủng loại âm nhạc được coi là hoàn toàn của Mỹ. Tuy nhiên, với sự phổ biến hoá trên khắp thế giới, giờ đây nó là một chủng loại âm nhạc quốc tế hơn là của riêng nước Mỹ.

Ở Pháp, nhạc và văn hoá Hip Hop đã được những thanh thiếu niên châu Phi và Ả Rập chiếm lĩnh để miêu tả tình trạng thiệt thòi về chính trị và kinh tế, chủ nghĩa phân biệt chủng tộc mà họ đối mặt hàng ngày. Còn phong cách Hip Hop của Vương quốc Anh khác biệt rất lớn với nguồn gốc Mỹ do lịch sử thực dân của nước này ở vùng Caribbean và Ấn Độ để lại. Ở Anh, một thể hệ Hip Hop ra đời chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ di sản của cha mẹ họ, những người vốn là dân nhập cư đến từ các vùng đất trên. Tuy vậy,

thứ Hip Hop này vẫn cắm rễ sâu trong nền văn hoá Anh.

Ngay tại nước Nhật, một quốc gia nổi lên như một ví dụ tiêu biểu về sự bảo vệ tính dân tộc cũng không thoát khỏi tầm ngắm của Hip Hop. Ảnh hưởng của Hip Hop thể hiện nhiều mặt. Chẳng hạn, nó thể hiện ở mối quan tâm của thanh niên với tất cả những gì thuộc về Mỹ Phi, như phong cách thời trang *Ganguru* đã phát triển ở Nhật: phụ nữ trang điểm để có màu da sẫm màu, phục trang loè loẹt, uốn tóc xoăn hay để tóc dài nhuộm vàng hoe sao cho giống các mẫu hình mỹ nhân Hip Hop. Đám thanh niên đông đảo chuộng Hip Hop luôn tìm mọi cách bắt chước vẻ ngoài của các ngôi sao Hip Hop mà họ ưa thích và thường thấy trong các băng đĩa nhạc của Mỹ. Đồng thời ở các câu lạc bộ đêm ở Tokyo luôn thấy vang lên các giai điệu mạnh mẽ và trẻ trung của dòng nhạc này. Không những yêu chuộng các ca khúc của các nghệ sĩ nước ngoài, Nhật Bản cũng đang hình thành những ngôi sao nhạc Rap của riêng mình và sản xuất những bài nhạc Rap của riêng mình, tạo nên dòng nhạc Hip Hop "made in Japan" từ năm 2004 trở lại đây.

Ở Việt Nam, trong khoảng mười năm trở lại đây đã thấy bắt đầu xuất hiện trào lưu Hip Hop. Hip Hop đã hấp dẫn một bộ phận thanh niên, đặc biệt là thế hệ 8X và 9X, và hiện được coi là một thứ âm nhạc thời trang của giới trẻ. Nhiều ca sĩ thị trường trong quá trình làm mới mình đã sử dụng những phong cách của Hip Hop, chẳng hạn Hồng Ngọc, Đoàn Trang, Lý Hải, Thanh Thảo. Một số bài hát cũng đã mang những đặc trưng của Hip Hop như *Búp bê biết yêu*, *Đêm không sao*,... do Thanh Thảo trình diễn và đã được xếp vào Top 10 bài

hát của chương trình *Làn sóng xanh*. Đi theo trào lưu này, đã có một số nhạc sĩ thể nghiệm sáng tác những bài hát theo phong cách Hip Hop như Võ Thiện Thanh và Tuấn Khanh. Đồng thời ở một số cơ sở như Trường Cao đẳng Nghệ thuật Hà Nội hay Câu lạc bộ Văn hoá Thanh niên ở Thành phố Hồ Chí Minh đã tổ chức những lớp về Hip Hop hoặc nhảy Hip Hop. Hiện nay, dường như nét văn hoá Hip Hop được tìm thấy ở mọi nơi. Chẳng hạn những chiếc quần rộng thùng thình, dũng thấp hay những cách nhảy nghịch ngợm trông cây chuối đang làm giới trẻ thích thú, hoặc phong cách trình diễn của các thí sinh đến dự thi chương trình Vietnam Idol. Mặc dù theo đánh giá của một số nhạc sĩ như Nguyễn Ngọc Thiện chẳng hạn, ở Việt Nam Hip Hop cũng chỉ là một trào lưu nhất thời như các phong trào nhạc Twist, Agogo, Soul trước đây và đòi hỏi những người sáng tác phải nghiên cứu nhiều hơn nếu muốn tồn tại lâu dài, nhưng dường như tính chất thoải mái, ít gò bó của âm nhạc và phong cách Hip Hop đã làm cho nó âm thầm len lỏi dễ dàng vào cuộc sống của giới trẻ mà bản thân họ không phải đã nhận thấy ngay.

Tác động xã hội

Không ai có thể phủ nhận rằng văn hoá Rap được ưa chuộng chưa từng có trong giới trẻ. Nó tạo nên những tác động rất dễ thấy về nhiều mặt, chẳng hạn:

Thời trang của giới trẻ ngay lập tức bị ảnh hưởng bởi các băng video nhạc Rap, Dân hâm mộ thường háng hái tìm mua cho được những quần áo mà những nghệ sĩ Rap được họ yêu thích mặc. Thời trang Hip Hop đã chuyển từ các kiểu quần áo may sẵn mà các B-boy và B-girl của New York City

thường mặc thành một loại thời trang mới được thiết kế bởi các hãng như Cross Colours, Karl Kani, Tommy Hilfiger, Phat Farm, và FUBU dành cho những người tiêu thụ Hip Hop và được bán ở các cửa hàng chuyên dụng. Ngày nay rất nhiều nghệ sĩ Rap cũng đồng thời đóng vai những nhà thiết kế với hy vọng sự nổi tiếng trong lĩnh vực âm nhạc sẽ đem đến cho họ những doanh thu từ quần áo.

Hip Hop có thứ tiếng lóng rất sáng tạo và riêng biệt. Do thành công to lớn về mặt thương mại của Hip Hop vào cuối những năm 90 của thế kỷ trước và đầu thế kỷ XXI, nhiều từ lóng này đã được sáp nhập vào nhiều phương ngữ khác nhau trên khắp nước Mỹ và trên thế giới và thậm chí được sử dụng bởi những người không phải là dân hâm mộ Hip Hop. Đôi khi, những từ ngữ như *what the dilly*, *yo* xuất hiện ở một bài hát đã được sử dụng phổ biến trong một thời gian. Có tầm quan trọng lớn hơn là tiếng lóng có qui luật của như *-izz* được xen vào giữa các từ khiến cho *shit* biến thành *shizzit* chẳng hạn... Cách làm này về mặt ngôn ngữ bị coi là vô nghĩa lý, nhưng đã phát triển thậm chí đến những người vốn không phải dân hâm mộ Hip Hop.

Cuối thập kỷ 90 của thế kỷ XX, người ta thấy phong cách sống "bling-bling" trong nhạc Rap ngày càng được yêu thích. Phong cách này chú trọng quảng bá những biểu tượng của sự giàu có và địa vị như tiền bạc, nữ trang, xe hơi và quần áo sang trọng... Mặc dù sự giàu có đã được nhắc tới từ buổi ra đời của Hip Hop như một niềm hy vọng của lớp thanh niên bên lề xã hội, nhưng phong cách sống "bling-bling" đã được tăng cường sức mạnh một cách trực tiếp bởi những thành công về thương mại vô cùng to

lớn của các video âm nhạc của Puff Daddy, và Bad boy Records và Master P từ giữa đến cuối thập kỷ 90. Mặc dù nhiều Rapper, phần lớn là Gangster Rapper, đã theo đuổi và ca tụng không chút hối tiếc phong cách này, nhưng những người khác, hầu hết những nghệ sĩ bên ngoài dòng Hip Hop, đã phê phán mạnh mẽ việc theo đuổi "bling-bling" là nặng về vật chất.

Hip Hop đã có một tác động sâu sắc đến phong cách và nội dung của các phương tiện đa truyền thông. Đã có một số chương trình truyền hình dành riêng nói về Hip Hop. BET là kênh truyền hình duy nhất chủ yếu dành cho các chương trình Hip Hop trong một thời gian dài, nhưng những năm gần đây, một số kênh chủ đạo như VHI hay MTV đã thêm vào chương trình của mình một thời lượng không nhỏ về Hip Hop. Ngoài ra, ở Mỹ cũng có một số tạp chí quan trọng tập trung chủ yếu vào Hip Hop như XXL, Scratch, The Source và Vibe. Nhiều thành phố cũng xuất bản những bản tin về Hip Hop của địa phương mình. Ở một số quốc gia khác cũng có những tạp chí Hip Hop được phát hành trên toàn quốc. Thế kỷ XXI đồng thời đã mở ra phương tiện truyền thông trên mạng, và như vậy thông tin về Hip Hop được truyền đi rộng rãi hàng ngày.

Trong điện ảnh, từ đầu thập niên 90 của thế kỷ vừa qua, người Mỹ đã chứng kiến sự phục hưng của điện ảnh với sự phổ biến các phim đi sâu vào đời sống đô thị, tập trung vào bạo lực, gia đình, bạn bè và Hip Hop. Đồng thời đã có một số phim về Hip Hop, hoặc lấy Hip Hop làm chủ đề. Đặc biệt trong lĩnh vực quảng cáo, văn hoá Hip Hop đã được khai thác triệt để phục vụ cho mục đích thương mại. Nhiều nghệ sĩ Hip Hop đã nhanh

chống nầm bắt được điều này nên đã dùng hình ảnh và tên tuổi của mình để quảng bá các sản phẩm thương mại. Năm 1986, hãng Sprite đã thuê nghệ sĩ Kurtis Blow làm phát ngôn viên cho sản phẩm của họ. Hoặc nhóm Fat Boys đã ký thoả thuận xuất hiện trong các phần quảng cáo trên truyền hình và truyền thanh, cũng như trong các tờ quảng cáo cho hãng Swatch trong những năm 90. Từ đó đến nay danh sách các nghệ sĩ Rap tham gia quảng cáo cho các sản phẩm thương mại càng dài. Đó là lý do mà cuốn Common Culture đã viết: "Hip Hop có lẽ là hình thức nghệ thuật duy nhất công khai tôn vinh chủ nghĩa tư bản ... Việc quá xem trọng vật chất của Rap đã phân biệt nó một cách rõ ràng với một số thể loại âm nhạc thịnh hành khác của thế kỷ trước (thế kỷ XX). Chẳng hạn, không ai mong đợi những nghệ sĩ nhạc blue là những người giỏi kiếm tiền"⁽⁵⁾. Theo Jamel Spencer, Chủ tịch của hãng quảng cáo Blue Flame và phụ trách chính ở Bad Boy Entertainment, "hơn bất cứ cái gì, Hip Hop chính là marketing"⁽⁶⁾. Quả thật Hip Hop đã được sử dụng để bán âm nhạc, phim, các chương trình truyền hình, thời trang đô thị, nhưng đồng thời bán cả những sản phẩm khác như các trò chơi video, xe hơi và thức ăn nhanh... Hip Hop không những được coi là một biểu hiện văn hoá; mà còn là một từ ngữ marketing vô cùng mạnh mẽ. Điều đó nói lên ảnh hưởng sâu rộng của trào lưu Hip Hop.

Tuy nhiên, Hip Hop có lẽ đã vấp phải sự kiểm duyệt nhiều hơn bất cứ hình thức âm nhạc nào khác, một mặt bởi việc sử dụng những từ ngữ bị cho là tục tĩu, bạo lực, mặt khác là bởi tính chất chống đối, lật đổ được thể hiện trong các bài hát. Việc sử dụng những lời báng bổ, tục tĩu và sự mô tả

sinh động bạo lực và tình dục đã tạo nên những thách thức khi âm nhạc Hip Hop được phát trên các kênh truyền hình như MTV, trong các video âm nhạc và trên đài phát thanh. Kết quả là nhiều đĩa Hip Hop khi phát đi bị kiểm duyệt dưới hình thức những tiếng kêu bip bip hay bị xoá trắng, hay thậm chí được thay bằng những khúc trữ tình "sạch".

Phụ nữ cũng thường là chủ đề của nhạc Hip Hop. Thông thường có hai cách thể hiện họ, phần lớn là theo mô hình ăn chơi kiểu Madonna trong xã hội. Một là họ được thể hiện như những người đàn bà dâm dăng trong các đĩa Hip Hop dữ dội tàn bạo. Họ không những có hình thức cực kỳ hấp dẫn, mà còn là những kẻ phiêu lưu tình dục, sẵn sàng thoả mãn người tình của mình bằng mọi cách. Cách khác là những người phụ nữ này được đề cập đến với một cách dễ mến và ngoa dụ như là những người thuộc hoàng tộc, với những từ xưng tụng như "bà hoàng, công chúa" như Nas đã sử dụng trong bài hát "I Can" của mình, trong đó vẽ ra tầng lớp hoàng tộc Phi châu.

Vì vậy, tuy Rap được đánh giá là "thứ âm nhạc cần thiết, nơi người ta tìm thấy chất thơ trong ngôn ngữ đời thường, cái đẹp trong sự giận giữ, và tính trữ tình thậm chí ngay trong bạo lực"⁽⁷⁾ và "Hip Hop, cũng như nhạc Blues và nhạc Jazz đã làm trong những thời đại trước đây, là thúc đẩy thanh niên thuộc tất cả mọi chủng tộc tìm kiếm sự sôi nổi, sự hoàn thiện về nghệ thuật, và thậm chí một cảm nhận về bản sắc bằng cách khám phá tầng lớp da đen dưới đáy xã hội"⁽⁸⁾, Rap vẫn mang những tai tiếng không hay. Dù ngày nay Rap vẫn nói lên những niềm hy vọng và sự giận dữ của một thế hệ, và nhiều bản nhạc

Rap được viết với phong cách mạnh mẽ, nhưng nó vẫn gây nên một số thành kiến bởi được cho là kích động những hành động bạo lực, phá phách và tình dục trắng trợn.

*
* * *

Nhạc Hip Hop và văn hoá Hip Hop là một phong cách xuất hiện ở Hoa Kỳ vào khoảng giữa những năm 1970 và trở thành một bộ phận quan trọng của nền văn hoá phổ thông hiện đại của Mỹ. Chúng đã phát triển thành một trào lưu văn hoá hậu hiện đại. Khởi đầu, Hip Hop nói về tâm tư những người da đen, thể hiện những ý nghĩ của họ về thế giới và về những kinh nghiệm trong cuộc sống của họ. Ngày nay Hip Hop là một ngành công nghiệp có thu nhập 1,6 tỷ USD nhờ mạng lưới tiêu thụ trên toàn cầu. Với sự phát triển mạnh mẽ về mặt thương mại, và được các ngành quảng cáo, điện ảnh, thời trang... tận dụng, Hip Hop đã hâm nóng một cuộc tranh cãi mạnh mẽ có tính chất triết học đối với vấn đề liệu Hip Hop có phải là thứ văn hoá bản địa trước tiên dành cho người Mỹ gốc Phi vốn vẫn nằm bên lề của xã hội Mỹ hay thật ra chỉ là một ngôn ngữ thương mại dành cho bất cứ ai muốn bước chân vào. Bản khoán này là điều dễ hiểu, bởi mong muốn tạo nên sự cân bằng giữa nghệ thuật và thương mại là điều không phải dễ dàng. Bản chất nhiều mặt của Hip Hop cho thấy rằng trong khi xu hướng nghệ thuật và **chất trị** của Hip Hop về một mặt nào đó vẫn tiếp tục cung cấp một tiếng nói cho những thanh niên da đen và những nhóm người sống bên lề xã hội thì các công ty sản xuất băng đĩa vẫn **chú trọng** nhiều đến khía cạnh **nhân ái** và **đẹp mắt** của những hình ảnh **côn đồ**, **lời phàn**, **bạo lực** và

tình dục ngay trong phòng thu. Chính điều này đã khiến cho người ta lo ngại trước những ảnh hưởng tiêu cực của Hip Hop đối với những thanh niên trẻ, nhất là đôi với lứa tuổi teen vốn nhanh tiếp thu cái mới, dễ bị kích động và có những hành động bộc phát ■

Tài liệu tham khảo:

1. Yvonne Bynoe. Encyclopædia of Rap and Hip Hop Culture. London: Greenwood Press, 2006.
2. Michael Petracca & Madeleine Sorapure. Common Culture. Reading and Writing about American Popular Culture. New Jersey: Pieron Education, Inc., 2004.
3. Gary WW. McDonough et al. (eds). Encyclopedia of Contemporary American Culture. London: Routledge, 2002.
4. Nelson George. Hip Hop America. New York: Viking, 1998.
5. Viet Nam News 3/7/2005; 18/12/2006.
6. VietnamNet 19/1/2005.
7. Hip Hop influences Japanese Culture. <http://www.lightonline.org/articles/chiphopjapan.html> (28/8/2007).

Chú thích:

1. Yvonne Bynoe. Encyclopædia of Rap and Hip Hop Culture. London: Greenwood Press, 2006, tr. XIX.
2. Một chương trình video âm nhạc truyền hình của Mỹ có thời lượng 2 tiếng và là chương trình đầu tiên về Hip Hop xuất hiện trên mạng (TG).
3. Michael Petracca & Madeleine Sorapure. Common Culture. Reading and Writing about American Popular Culture. New Jersey: Pieron Education, Inc., 2004, tr. 301.
4. Trích lại từ tài liệu trên, tr. 301.
5. Michael Petracca & Madeleine Sorapure. Common Culture. Reading and Writing about American Popular Culture. New Jersey: Pieron Education, Inc., 2004, tr. 303.
6. Trích lại từ Encyclopædia of Rap and Hip Hop Culture. London: Greenwood Press, 2006, tr. XXVI.
7. 8. Michael Petracca & Madeleine Sorapure. Common Culture. Reading and Writing about American Popular Culture. New Jersey: Pieron Education, Inc., 2004, tr. 302.