

شناسایی سلیقهٔ موسیقایی مردم سخت است؛ اما با ابزارهایی ۲۰ موسیقی احتمالاً پرمخاطب ۱۴۰۳ را شناسایی کرده‌ایم

گوش‌ها را باید شست!



مریم فضالی خبرنگار گروه فرهنگ

تابه‌حال دقت کرده‌اید هنگام پالاکشیدن ریلزهای اینستاگرام، چگونه چندین دنیای متنوع تنها در چند ثانیه از برابر چشمان‌تان می‌گذرد؟ از آموزش درست‌کردن یک دسر خانگی گرفته تا نمایش یک چالش خیابانی، از جشن تولدهای سورپرایزی تا لحظه‌ای طنز از زندگی روزمره یک بلاگر؛ همه و همه در گیلاری از صدا و تصویر یک عنصر مشترک ناگهان توجه‌تان را جلب می‌کند؛ آهنگی که بارها و بارها به گوش می‌خورد. تا جایی که حتی از شنیدن آن خسته شوید! آهنگی که شاید ارتباطی با محتوای ویدئو نداشته باشد، اما به‌لطف الگوریتم‌ها، ریتم و قابلیت همخوانی‌اش، به کرات پخش شده و ناخودآگاه در ذهن‌تان حک شده است. این موسیقی‌ها، که به‌نوعی تبدیل به صدای پس‌زمینه‌سال می‌شوند، همان‌هایی‌اند که الگوریتم‌ها دوست‌شان دارند، کاربران برای بیشتر دیده‌شدن به آن‌ها پناه می‌برند و ناخودآگاه تبدیل به بخشی از حافظه جمعی سال می‌شوند. در گزارش پیش‌رو، سراغ آهنگ‌هایی رفته‌ایم که در سال ۱۴۰۳ بیش از دیگران شنیده شدند، میان ویدئوها دست‌به‌دست چرخیدند، بارها بازنشر شدند و گاه‌در گذر از قاب‌های اینستاگرامی، معنایی تازه یافتند. این قطعات صرفاً صدا نیستند؛ بلکه بازنمایی از سلیقه جمعی، فضای حاکم بر شبکه‌های اجتماعی و نحوه مصرف موسیقی در زمانه ما هستند. برای اینکه از سلیقه مخاطبان این آهنگ‌ها بیشتر بدانیم، ترانه این آهنگ‌ها را بررسی کردیم.

آهنگ‌های اینستاگرامی

بر اساس برخی گزارش‌های غیررسمی که هر از گاهی منتشر می‌شوند، تعداد کاربران ایرانی اینستاگرام از مرز ۴۵ میلیون نفر گذشته است؛ آماری قابل توجه که از میان آن‌ها، حدود ۳۰ میلیون کاربر به‌عنوان کاربران فعال شناخته می‌شوند. حتی اگر این اعداد را کنار بگذاریم، حضور پررنگ و مستمر این اپلیکیشن در زندگی روزمره ایرانیان، موضوعی انکارناپذیر است. دیگر کمتر کسی را می‌توان یافت که دست‌کم نام اینستاگرام را نشنیده یا تجربه حضور در آن را نداشته باشد. در چنین فضای، بسیاری از آهنگ‌هایی که در این گزارش به آن‌ها اشاره می‌شود، ممکن است از نظر نام خواننده یا عنوان قطعه برای مخاطب ناآشنا باشند؛ اما تنها کافی است چند ثانیه از بخش مشهورتر یا ویرال‌شده آن‌ها پخش شود تا ذهن شنونده جرقه بزند: «این آهنگ را قبلاً نشنیده‌ام!» حتی در بسیاری از موارد، افراد تنها همان قطعه کوتاه را می‌شناسند و هنگام شنیدن باقی آهنگ، دیگر ارتباطی میان آن‌ها برقرار نمی‌کنند؛ و اگر از خود پیرسسند این صدا را کجا شنیده بودند، پاسخ معمول و محتمل، یک کلمه است؛ اینستاگرام.
بادر نظر گرفتن این الگو، می‌توان آهنگ‌های حاضر در این فهرست را به‌طور کلی به دودسته «اینستاگرامی» و «غیراینستاگرامی» تقسیم کرد. این تقسیم‌بندی البته به معنای غیبت کامل برخی آثار در فضای مجازی نیست، بلکه بیش از هر چیز به نحوه مواجهه و تجربه مخاطب با آن‌ها اشاره دارد؛ اینکه شنیدن آهنگ از مسیر الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی اتفاق افتاده یا از طریق منابع دیگر. در میان این آثار، تعدادی نیز وجود دارند که مصداق کامل اصطلاح آشنای «گل کردن» هستند؛ قطعاتی که گاه بدون پشتوانه نام‌های شناخته‌شده، ناگهان در مدت‌زمانی کوتاه بر سر زبان‌ها می‌افتند. گاهی تنها یک ردیف کوتاه، یک بیت خاص یا یک ملودی تکرارشونده کافی است تا آهنگی همه‌گیر شود. اما همان‌طور که در ضرب‌المثل قدیمی آمده، یادآورده را باد می‌برد؛ بسیاری از این قطعات، با همان سرعتی که آمدند، از ذهن و حافظه جمعی محو می‌شوند و بیش از آن‌که فرصتی برای ماندگاری ببانند، جای خود را به آهنگ تازه‌ای می‌دهند که از همان جنس است و همان مسیر را می‌پیماید.



برای روشن‌تر شدن مقصود، در ادامه به چند نمونه از آهنگ‌هایی اشاره می‌کنیم که در فضای اینستاگرام و میان کاربران آن، به‌شدت مورد توجه قرار گرفتند. نکته قابل تأمل درباره این قطعات آن است که اغلب مخاطبان، تنها با شنیدن چند واژه ابتدایی یا صرفاً ریتم آغازین، بلافاصله آهنگ را تشخیص می‌دهند؛ بدون آن‌که لزوماً آشنایی کاملی با نام خواننده یا محتوای ترانه داشته باشند. این همان ویژگی‌ای است که باعث گل کردن آن‌ها در فضای مجازی شده است: ریتمی ساده، تکرارشونده و قابل به‌یادماندن.
که به‌سرعت در ویدئوهای مختلف اینستاگرامی شنیده شد. در نگاه اول، ترانه به‌ظاهر روایتی از یک علاقه ساده است، اما خواننده سادگی را حتی در انتخاب شعرش هم قرار داده و بدون استفاده از بازی زبانی خاص یا حتی پیچیدگی احساسی، آن را بیان کرده.
«دختر چشم‌پرو مشک‌کی که دل نمیده به هیشکی تو محملون نداشیم که نداشیمت به‌یاسدای سهراب پاکزا، از جمله قطعاتی است که به‌سرعت در ویدئوهای مختلف اینستاگرامی شنیده شد. در نگاه اول، ترانه به‌ظاهر روایتی از یک علاقه ساده است، اما خواننده سادگی را حتی در انتخاب شعرش هم قرار داده و بدون استفاده از بازی زبانی خاص یا حتی پیچیدگی احساسی، آن را بیان کرده.

«دختر چشم‌پرو مشک‌کی که دل نمیده به هیشکی تو محملون نداشیم که نداشیمت به‌یاسدای سهراب پاکزا، از جمله قطعاتی است که به‌سرعت در ویدئوهای مختلف اینستاگرامی شنیده شد. در نگاه اول، ترانه به‌ظاهر روایتی از یک علاقه ساده است، اما خواننده سادگی را حتی در انتخاب شعرش هم قرار داده و بدون استفاده از بازی زبانی خاص یا حتی پیچیدگی احساسی، آن را بیان کرده.
«دختر اِیرونی نمی‌دونی کی شده کشته مردت این پسر بد سر چشات شده به بچه مثبت»
در مثالی دیگر، ناصر زینعلی در آهنگ «چشمون سیاه» با تکرار پیاپی عبارت «ای وای ای وای ای وای» فضای ترانه را پر می‌کند؛ عبارتی که بیش از آن‌که در خدمت روایت یا معنا باشد، کارکرد موسیقایی دارد و صرفاً برای ایجاد ریتم و هم‌نوایی با مخاطب انتخاب شده است.
«قربون دلت ای وای ای وای ای وای... که برخورده بهت ای وای ای وای ای وای! من نمردم که اگه دلت تنگ...»
یه نشونی بهم یه وای ای وای ای وای! چشمون سیاه من ناز دارم دلبرم... دردت به جونم آخ ناز تو رو می‌خرم... دیگه عمر آتوتم از عشق تو بگذرم!»
معین زندی نیز در «مشق امشب» کوشیده است با بهره‌گیری از زبان ساده و عاطفی، دل‌مشغولی‌های عاشقانه خود را بازگو کند. اگرچه این ترانه نسبت به نمونه‌های پیشین تلاش بیشتری برای ساخت تصویری ذهنی به‌خرج داده، اما همچنان پویایی اثر، بیشتر بر پایه لحن موسیقایی و خوانش خاص خواننده شکل می‌گیرد تا نین مایه ادبی یا معنایی آن.
«مشق امشبم هزار دفعه نوشتن از روی اسم توئه انگار روح من تو جسم توئه... با خودم این شب‌ها هم اسم قشنگ تو رو دیکته می‌کنم جز تو به کسی فکر نمی‌کنم...»
تواز هر چی خوشگله سریا جلو چشم حسودا نر یا شوخی شوخی داره جدی میشه تو منو کشتی با دلبریا»

همان‌طور که پیش‌تر گفتیم، برخی از قطعات موسیقی، بدون آنکه نامی از خواننده شناسخته شده‌ای داشته باشند، صرفاً با تکیه بر اجرای نمایشی یا ریتم پرکشش، در مدت‌زمانی کوتاه مورد توجه قرار می‌گیرند. نمونه شاخص این دسته، آهنگ «عجب وضعی شده» (دو خواننده این گروه، وضعی را وضعی نوشته‌اند) از گروه دویار است؛ گروهی نوظهور که به‌واسطه ویدئوهایی با چشش نمایشی مشخص، موفق به جلب نظر کاربران شبکه‌های اجتماعی شد.

در این ویدئوها، اعضای گروه به همراه چند مرد دیگر، در لوکیشن‌های گوناگون، مشغول خواندن و رقص هستند و بخشی از آهنگ را به‌شکل هم‌خوانی اجرا می‌کنند:



«دلم افتاده وسط، جمش کن آی جمش کن! تو کتش حرف حساب نمی‌ره، آدمش کن...»
قربون اون قد بالات، جون من، جون چشات، نازتو کمش کن!»
ساختار ترانه، بر پایه عباراتی محاوره‌ای و آشنا شکل گرفته و در کنار اجرای جمعی و تصویری‌های متحرک و ریتمیک، به‌گونه‌ای طراحی شده است که در ذهن مخاطب بنشیند؛ هرچند این به یاد ماندن، بیشتر به‌فرم اجرا و تکرار رسانه‌ای مربوط است تا به‌غنای موسیقایی یا ادبی اثر. این نوع نمونه‌ها به‌خوبی نشان می‌دهند که چگونه در فضای شبکه‌های اجتماعی، گاه شکل ارانه از خود محتوا مهم‌تر می‌شود. آنچه در همه این نمونه‌ها دیده می‌شود، برتری یافتن فرم بر محتواست. آن‌چه مخاطب را جذب می‌کند، نه معنا و مضمون شعر، بلکه ریتمی روان، تکرارشونده و آشناس‌ت که به‌خوبی با فضای بصری شبکه‌های اجتماعی هماهنگ می‌شود. این آهنگ‌ها برای شنیدن‌های کوتاه و گذرا ساخته شده‌اند و بیشتر از آن‌که در ذهن بمانند، فقط از آن عبور می‌کنند. در چنین آثاری، نه ساختار هنری پیچیده‌ای وجود دارد، نه تلاش چشم‌گیری برای روایت‌گری یا تصویرسازی در شعر. سادگی، تکرار و قابلیت استفاده آسان در ویدئوهای اینستاگرامی، مهم‌ترین دلایل موفقیت آن‌ها هستند؛ موفقیتی که بیشتر به دیده‌شدن و شنیده‌شدن سریع وابسته است تا ماندگاری.

وایرال‌شدن، بی‌شک اتفاق مهمی است، اما وقتی پشتوانه هنری نداشته باشد، اغلب دوام نمی‌آورد. این آهنگ‌ها بیش از آن‌که برای ماندن ساخته شده باشند، برای گذشتن هستند؛ قطعاتی که با یک ریتم آشنا در ویدئویی ظاهر می‌شوند، مدتی کوتاه در حافظه شنیداری مخاطب باقی می‌مانند و بعد، به‌سرعت جای خود را به صدایی دیگر از همان جنس می‌دهند. با این همه، این سبک موسیقی هم بخشی از واقعیت فرهنگی زمانه ماست. شناخت آن، راهی است برای فهم دقیق‌تر از ذائقه امروز، از الگوریتم‌هایی که جریان‌ساز شده‌اند، و از شیوه‌ای که هنر در عصر شبکه‌های اجتماعی مصرف می‌شود.

موسیقی‌هایی برای گوش دادن، نه فقط شنیدن

آیا تا به حال به تفاوت «شنیدن» و «گوش دادن» اندیشیده‌اید؟ شنیدن، واکنشی طبیعی به صداست؛ امواج صوتی که به گوش می‌رسند و بی‌آنکه اراده‌ای پشت‌شان باشد، در حافظه کوتاه‌مدت جا می‌گیرند. اما گوش دادن، فعلی آگاهانه است؛ تجربه‌ای با دقت، تمرکز و توجه به جزئیات. اینجا‌ست که موسیقی، از صرفاً یک صدا، به یک تجربه عاطفی و ذهنی تبدیل می‌شود. همان‌طور که در بخش‌های پیشین آهنگ‌ها را به «اینستاگرامی» و «غیراینستاگرامی» تقسیم کردیم، می‌توان نام دیگری هم برای دسته غیراینستاگرامی انتخاب کرد؛ آثاری که برای گوش دادن ساخته شده‌اند. آهنگ‌هایی که صرفاً در پس‌زمینه یک ویدئو نمی‌چرخند، بلکه شنونده را با خود همراه می‌کنند، تأمل برانگیزند و گاه ردپایی عمیق در ذهن و دل بر جامی گذارند.

در همین فهرست پردانلودترین آهنگ‌های سال ۱۴۰۳، نمونه‌هایی از این دست کم نیستند. یکی از آن‌ها، اثری است از علیرضا قربانی با شعر حسین غیائی که در اسفند ۱۴۰۳ برای تیتراژ سریال «تابان» منتشر شد. قطعه‌ای که هم از نظر شعر و هم اجرا، واجد کیفیتی است که شنیدن را به تجربه‌ای درونی تبدیل می‌کند.

«من اون شهر دورم که در یا نداره که بی تو غرویم تماشا نداره
من اون شهر دورم پر از جای خالی پر از آرزوی به جشن خیالی
چقدر فکر کردم به دل‌بستگی هام به به خواب راحت واسه خستگی هام
با به بالش پر پر از آرزوها چقدر فکر کردم به پرواز قوها
خدا رو چه دیدی شاید پر گرفتیم شاید خنده‌هامونو از سر گرفتیم
نگو چی گذشت و نگو چی کشیدی شاید شب تموم شد خدا رو چه دیدی»
در همین فضا، عرفان طهماسبی نیز در سال گذشته با انتشار چنث اثر و پرگزارای نخستین کسرت خود، حضوری پررنگ داشت. او در شهریور ۱۴۰۳ با قطعه



«دلگیر»، و در اسفند با آهنگ «هزار و یک شب» مخاطبان زیادی را با خود همراه کرد. با اینکه این دو از لحاظ فضای آهنگ تفاوت زیادی داشتند، اما توجه مخاطب به هرودی این آهنگ‌ها، نشان از کاربلدی عرفان طهماسبی و تیش داشت. دلگیر توسط عرفان طهماسبی و هزار و یک شب توسط حسین محمودی و کلار سروده شدند. این دو قطعه نشان می‌دهند که چگونه می‌توان میان فرم و محتوا، تعادلی لطیف برقرار کرد؛ نه ریتم قربانی شعر است، نه کلام اسیر کلیشه.

دلگیر با حال و هوایی احساسی و واژه‌هایی ساده اما تأثیرگذار، به‌دغدغه‌ها شدن و ترس از فراموشی می‌پردازد:
«می‌ترسم از آن شب که تو آسوده‌بی من سر کنی
پایان احساس مرا باور کنی باور کنی...
می‌ترسم آخر یک نفر این خانه را ویران کند
درد دلت را بشنود بهتر ز ما در مان کند»

با اینکه دلگیر اثرت الهی دلتا برات بسازه...»
در مقابل، هزار و یک شب با فضایی شادتر و رنگ‌آمیز عاطفی متفاوت، توانست مخاطبان گسترده‌تری را جذب کند، بدون آنکه از لحن شاعرانه‌اش فاصله بگیرد:
«قصه هزار و یک شب تو دلم کاشتی تو چی آوردی که جاش قلبمو برداشتی
مثل پاییز اومدی در به درم کردی اومدی چشمه بشی تنه‌ترم کردی
دعا کن دلم آروم بگیره دعام کن اگه منو یادت نمیره
من آسون نسیدم به تو حیفه دنیا تو رو ازم آسون بگیره»
درنهایت، نمی‌توان از محسن چاووشی سخن نگفت؛ خواننده‌ای که آثارش اغلب تنها به‌دلیل صدای خاص یا تنظیم متفاوت شنیده نمی‌شوند، بلکه به‌واسطه لحن خاص خودش و شعرهای انتخابی و پرده‌ردش، در ذهن شنونده ماندگار می‌شوند. در میان چند آهنگی که چاووش در سال گذشته منتشر کرد، قطعه «همین مونده بود» توانست توجهات زیادی را به خود جلب کند.

«همونم همون که با دست تنگ تو مشتت برات صدف داشتم!
با این حال هم به هرکی که تو دلت خونه کرد شرف داشتم...
گذشتم ازت نگام کن منو حالمه بده نه چشمم توه...
شب آخرو تو هم هرچقدر ازم دور شی واست بهتره...
شکستم درست بریدم قبول می‌دونی که من به ندلم هنوز!
تماشاام کن همه زهرمو کشیدین ولی کشندم هنوز...»

صدای سال ۱۴۰۳

همان‌طور که تا به اینجا گزارش گفته‌شد، در سال ۱۴۰۳، بسیاری از آهنگ‌هایی که بیشتر شنیده شدند، محتوای فدای فرم کرده بودند. این روند، نشانه‌ای است از تغییر ذائقه مخاطب به‌سوی موسیقی‌هایی با ریتم‌های ساده، ملودی‌های تکرارشونده و تنظیم‌هایی با ریتم‌های نسبتاً تند؛ آثاری که بیش از آن‌که برای تأمل ساخته شده باشند، مناسب شنیدن‌های گذرا و مصرف سریع در شبکه‌های اجتماعی هستند. جدولی که در این گزارش آمده، بر پایه رصد و بررسی میدانی روندهای موسیقی در سال گذشته تنظیم شده است. این جدول شامل فهرستی از آهنگ‌هایی است که در بازه‌های زمانی مختلف، بیشترین تکرار و بازپخش را در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، یوتیوب، کانال‌های تلگرامی و برنامه‌های مختص به موسیقی داشتند. معیار اصلی در تنظیم این جدول، میزان حضور آهنگ‌ها در فضای عمومی، فراگیری در میان کاربران و میزان استفاده از آن‌ها در ویدئوهای ویرال بوده است؛ نه لزوماً کیفیت هنری یا داده‌های رسمی. این جدول کمک می‌کند تا درکی دقیق‌تر از نوع موسیقی‌هایی که ذهن شنوندگان ایرانی را در سال ۱۴۰۳ اشغال کرده‌اند به دست آوریم؛ موسیقی‌هایی که گاه تنها با یک بیت ساده یا ریتمی خاص، تبدیل به صدای پس‌زمینه زندگی روزمره شده‌اند و به همان سرعتی که آمدند، از ذهن‌ها فراموش شدند.

ردیف	اسم خواننده	اسم آهنگ	تاریخ انتشار	اسپاتیفای	رادیوجوان (تعداد پخش)	اینستاگرام (بازدید / لایک / کامنت، انتشار)	یوتیوب (بیشترین بازدید)	تلگرام (ملویات)
۱	سهراب پاکزا	دختر اِیرونی	شهریور	۲,۱۷۱,۰۴۷	۱۷,۳۱۹,۲۹۳	لایک: ۴۸۱ هزار/ بازدید: ۱۳/۹ میلیون/ کامنت: ۲۲/۱ هزار	۴/۶ میلیون	۳/۲ میلیون
۲	بهنام بانی	شب عشق	خرداد	۱,۵۳۳,۶۸۶	۲۷,۳۱۴,۵۲۸	لایک: ۱۸۲ هزار/ بازدید: ۳/۵ میلیون/ کامنت: ۵/۵ هزارتا	۲ میلیون	۵/۵ میلیون
۳	مجید رضوی	ستاره	شهریور	۱,۴۴۶,۷۱۶	۱۲,۹۲۴,۲۰۵	لایک: ۷۳۲ هزار/ بازدید: ۹/۹ میلیون/ کامنت: ۱۵/۱ هزار	۳/۹ میلیون	۳/۴ میلیون
۴	معین زندی	کف طهرون	بهمن	۲۰۵,۳۹۸	۲,۱۱۵,۵۲۱	لایک: ۳۱۳ هزار/ بازدید: ۴/۳ میلیون/ کامنت: ۱۷/۱ هزار	۹۲ هزار	۱/۱ میلیون
۵	ناصر زینعلی	چشمون سیاه	مرداد	۶۳۶,۸۷۸	۱۶,۳۹۲,۵۷۲	لایک: ۵۴۸ هزار/ بازدید: ۱۱/۸ میلیون/ کامنت: ۱۰/۹ هزار	۱/۶ میلیون	۳/۴ میلیون
۶	محمد علیزاده	یار نظرکرده	شهریور	۱۱۱,۰۳۲	۲,۵۷۱,۸۳۴	لایک: ۱۴۲ هزار/ بازدید: ۲/۷ میلیون/ کامنت: ۴۸۲۹	۲۴۰ هزار	۱/۲ میلیون
۷	عرفان طهماسبی	دلگیر	شهریور	۹۴۰,۹۲۰	۱۰,۱۱۱,۷۴۳	لایک: ۱ میلیون/ بازدید: ۱۲ میلیون/ کامنت: ۲۵/۱ هزار	۷۶۰ هزار	۴/۱ میلیون
۸	مجید رضوی	مثل تو	آبان	۱,۳۹۵,۷۷۲	۱۰,۵۴۴,۷۹۸	لایک: ۵۸۸ هزار/ بازدید: ۸/۸ میلیون/ کامنت: ۱۵/۱ هزار	۷/۹ میلیون	۲/۸ میلیون
۹	عرفان طهماسبی	هزارویک شب	اسفند	۱,۳۱۰,۳۷۳	۹,۸۴۵,۴۲۳	لایک: ۱/۷ میلیون/ بازدید: ۲۲/۱ میلیون/ کامنت: ۳۳/۶ هزار	۹/۳ میلیون	۴ میلیون
۱۰	حامیم	مورو	مرداد	۱,۳۵۰,۸۰۰	۱۲,۹۵۳,۵۰۱	لایک: ۱ میلیون/ بازدید: ۱۷/۱ میلیون/ کامنت: ۳۱۸ هزار	۱/۳ میلیون	۵/۲ میلیون
۱۱	علیرضا قربانی	پرواز قوها	اسفند	۵۹,۴۱۲	-	لایک: ۱۶۷ هزار/ بازدید: ۲/۵ میلیون/ کامنت: ۴/۳ هزار	۳۰۴ هزار	۱ میلیون
۱۲	شروین	آشغال	دی	۱,۰۲۸,۴۶۱	۲۹۲,۸۵۷	لایک: ۲/۸ میلیون/ بازدید: ۵۵/۸ میلیون/ کامنت: ۲۵۲ هزار	۱/۲ میلیون	۷۵۴/۶ هزار
۱۳	محسن چاووشی	همین مونده بود	مهر	۷۴۱,۲۸۰	-	لایک: ۵۵۲ هزار/ بازدید: ۷/۱ میلیون/ کامنت: ۲۳/۵ هزار	۱/۱ میلیون	۳/۵ میلیون
۱۴	معین زندی	مشق امشب	خرداد	۹۴۴,۱۶۳	۴,۹۹۷,۷۸۵	لایک: ۱/۵ میلیون/ بازدید: ۳۳/۶ میلیون/ کامنت: ۱۱۵ هزار	۱/۱ میلیون	۴/۴ میلیون
۱۵	علیرضا طلپسچی	هوار هوار	آذر	-	۸,۰۰۷,۶۳۰	لایک: ۲۳۲ هزار/ بازدید: ۳/۲ میلیون/ کامنت: ۹/۵ هزار	۱۳۹ هزار	۲/۲ میلیون
۱۶	رضا ملک‌زاده	بیا بریم کوه	تیر	۵۴۹,۳۱۳	۶,۴۶۱,۷۸۱	لایک: ۳۶۶ هزار/ بازدید: ۶/۹ میلیون/ کامنت: ۸/۶ هزار	۷۶۸ هزار	۱/۹ میلیون
۱۷	دadan	من تنهام	آبان	۸۵۳,۸۳۵	۶,۸۸۳,۹۶۵	لایک: ۲۵۸ هزار/ بازدید: ۳/۲ میلیون/ کامنت: ۲/۹ هزار	۲۹۵ هزار	۴۷۰ هزار
۱۸	دویار	عجب وضعی شده	مهر	-	-	لایک: ۵۱/۴ هزار/ بازدید: ۱/۵ میلیون/ کامنت: ۱/۹ هزار	۶۴ هزار	۶۲۶ هزار
۱۹	دکاموند و زانایا خسروی	نمی‌دونم	دی	۳۱۷,۹۵۱	۵,۲۹۰,۷۷۹	لایک: ۱۴/۲ هزار/ بازدید: ۳۰۴ هزار/ کامنت: ۵۱۶	۴۶ هزار	۸۶۷ هزار
۲۰	ال جان	گل سنگم	فروردین	۱,۶۴۸,۳۱۶	-	لایک: ۲۱۶ هزار/ بازدید: ۳/۳ میلیون/ کامنت: ۱۱/۶ هزار	۸۹۹ هزار	۵۴۴/۷ هزار