

Den kommersiella musiken

Begreppet kommersiell musik är ett ganska etablerat begrepp. Det avser i regel musik skapad i syfte att tjäna pengar. Begreppet är dock inte oproblematiskt. Det är något lättsinnigt att se kommers begränsad till det rent pekuniära, alltså pengamässiga. Pierre Bourdieu har etablerat begreppet *kulturellt kapital*.^{*} Denna form av kapital, som innebär att ha ”kulturell pondus”, har i stort sett samma funktion och mening som det pekuniära kapitalet, att spara och växla in i makt, fördelar, vällevnad eller vad man åstundar. Denna betraktelse ska visa hur det kulturella kapitalet verkar på samma sätt som det pekuniära, fast i prydligare och mera rumsrena former, vilket därmed gör det lite suspekt. Detta fenomen gäller inte bara musikens fält, utan förekommer i stort sett inom hela samhället.

Kapitalism och *kommersialism* är nära förknippade med varandra och bildar ett begreppspar. *Kulturell kapitalism* och *kulturell kommersialism* verkar analogt med de pekuniärt betingade begreppen och hör ihop på samma sätt.

Problemet med den kommersiella musiken skulle bland annat vara att vinstintresset leder bort från ”konstnärliga” kvalitéer. Istället riktar musiken och massproduceras stöpt i variationslösa former. Om så verkligen är fallet, vilket är diskutabelt – och ytterst problematiskt – och i vilken grad, är en helt annan diskussion. Gränsen för vad som verkligen är kommersiell musik i denna mening är otydlig. Ofta har kommersiell musik varit mer eller mindre liktydigt med populärmusik; kommersiell musik riktar mot ”massorna” för att förföra dem och lägga rabarber på deras slantar.

Om vi utvidgar synen på kommersiell musik till att omfatta även *kulturellt kommersiell* musik så öppnar sig ett brett spektrum av intressanta infall.

Hur verkar då det kulturella kapitalet? Den som äger ett stort kapital har också makten att styra normerna, och påverkar därmed dem som förfogar över ett mindre kapital. Tack vare denna makt förräntar sig kapitalet generöst. Innehavet förlänar aktning, ställning och status. Därmed är det kulturella kapitalet åtråvärt.

Detta drabbar dem som saknar kulturellt kapital. Antingen är de piskade att följa de smaktrender som kapitalisten anvisar, eller så hamnar de i ett utanförtråk, där de är hänvisade till den pekuniärt kommersiella musiken. Det finns alltså ett starkt samband mellan kulturell kommersialism och pekuniär, där den kulturella tjänar på att från sin diskreta position peka ut den pekuniära kommersialismen som ett otyg. Därmed blir också begreppet *kommersiell musik* ett verktyg för den kulturelle kapitalisten.

Ett ytterligare samband är att de olika kapitalen går att växla fram och tillbaka. Den med stort kulturellt kapital kan, utifrån sin maktposition, styra omständigheterna till pekuniära vinster. Likaså är det vanligt att de med stort pekuniärt kapital ser till att hålla sig med ”god smak”.

Ur detta perspektiv är kulturell kommersialism en styggelse när den missbrukas. I och med denna brasklapp kan den medvetna hålla sin blick öppen för fenomenet och förhålla sig kritisk till den kulturella kommersialismen.

* Andra begrepp i samma genre, skapade av Pierre Bourdieu, är *socialt kapital* och *symboliskt kapital*.