



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

De categorische imperatief in de populaire muziek

van Venrooij, A.; Schmutz, V.

DOI

[10.5117/SOC2013.1.VENR](https://doi.org/10.5117/SOC2013.1.VENR)

Publication date

2013

Document Version

Final published version

Published in

Sociologie

License

CC BY-NC-ND

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

van Venrooij, A., & Schmutz, V. (2013). De categorische imperatief in de populaire muziek. *Sociologie*, 9(1), 73-96. <https://doi.org/10.5117/SOC2013.1.VENR>

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

De categorische imperatief in de populaire muziek*

Alex van Venrooij & Vaughn Schmutz

Recente studies hebben aanwijzingen gevonden voor het bestaan van een 'categorische imperatief'. Objecten die niet op eenduidige wijze te classificeren zijn binnen de categorieën van hun veld betalen daarvoor een prijs: ze worden genegeerd of lager gewaardeerd. In dit artikel onderzoeken we of deze categorische imperatief ook van toepassing is op de classificatie van popalbums in genrecategorieën en vergelijken de gevolgen van genreambigüiteit binnen twee (sub)velden van de populaire muziek. De resultaten tonen dat genreambigüiteit een negatief effect heeft binnen het commerciële subveld, maar een positief effect binnen het artistieke subveld.

Inleiding

De classificatie van sociale objecten is een steeds belangrijker onderzoeksprobleem op het snijvlak van cognitieve psychologie, cultuursociologie en organisatiesociologie (DiMaggio 1997; Hannan 2010). Eén van de centrale bevindingen tot nu toe is dat objecten die niet eenduidig passen binnen één van de categorieën van sociale en culturele classificatiesystemen daarvoor een prijs betalen (Zuckerman 1999). Ze worden niet begrepen, genegeerd of lager gewaardeerd. In dit artikel richten we ons op de vraag of deze 'categorische imperatief' ook geldt voor culturele producten en hun classificatie binnen esthetische categorieën zoals genres. Wat zijn de gevolgen voor culturele produc(en)ten die niet eenduidig passen in één van de genrecategorieën van het culturele veld waartoe ze behoren? Zijn de consequenties van een ambigue of hybride identiteit louter negatief of kan ambigüiteit een signaal zijn van innovatie, diepgang of artistieke zeggingskracht (Griswold 1987; Douglas 1966: 46). Ons argument is dat de gevolgen van categoriale ambigüiteit – het passen in meerdere categorieën – voor culturele producten inderdaad tweeledig zijn. De richting van deze consequenties is daarbij echter wel afhankelijk van de institutionele en symbolische structuur van het veld. Culturele velden kunnen variëren in de mate waarin ze categorische ambigüiteit toestaan. Sommige velden kennen rigide grenzen en laten vooral negatieve reacties zien op

* De auteurs danken Tim Dowd, Greta Hsu, Kim de Laat, Marc Verboord, Wei Zhao, de deelnemers van het Culture Club seminar aan de Universiteit van Amsterdam, en de twee anonieme reviewers voor hun commentaar op eerdere versies van dit artikel. Dit artikel is geschreven met een subsidie van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO, projectnr. 275-45-003) in het kader van het Veni-project 'Dynamics of Genres' van de eerste auteur.

grensoverschrijdingen. Andere velden hebben een meer fluïde classificatiesysteem en staan ambiguïteit meer toe (DiMaggio 1987; Zerubavel 1991).

Wij richten ons in dit artikel op de consequenties van categoriale ambiguïteit binnen het veld van de populaire muziek, en wel om de volgende redenen. Ten eerste spelen genreclassificaties binnen dit veld een belangrijke rol. Genres worden veelvuldig aangehaald door artiesten in hun interacties met elkaar (Faulkner en Becker 2009), door labels en platenmaatschappijen om markten te benoemen en af te bakenen (Negus 1999; Dowd 2011), door critici om culturele objecten te kunnen vergelijken en waarderen (Schmutz 2009; Van Venrooij 2009), en door het publiek bij het bepalen van hun smaak en sociale identiteit (Savage 2006; Van Eijck 2001). Hoewel het bestaan van de categorische imperatief in kwalitatief onderzoek door spelers in het veld wordt bevestigd (Brennan 2006; Negus 1999), ontbreken tot nu toe systematische, kwantitatieve analyses van dit verschijnsel binnen de populaire muziek.¹

Ten tweede richten we ons op dit specifieke veld omdat de dynamiek van het genresysteem binnen de popmuziek ook het bestaan van een 'anticategorische imperatief' lijkt te suggereren. Het popveld kent vergeleken met andere velden een veel dynamischer classificatiesysteem waarin categorieën met elkaar worden vermengd, veelvuldig nieuwe categorieën worden gecreëerd (Lena en Peterson 2008) en de grenzen tussen categorieën over het algemeen meer fluïde en permeabel lijken te zijn geworden (Regev 2002; Van Venrooij 2009). De categorische imperatief impliceert de reproductie van bestaande categorieën.

Ten derde biedt het popmuziekveld de mogelijkheid tot een comparatieve analyse van de consequenties van categoriale ambiguïteit. Net als veel andere velden kent de populaire muziek een opdeling in twee subvelden – het grootschalige en kleinschalige subveld (Bourdieu 1993; Hesmondhalgh 2006). Deze werken volgens verschillende institutionele logica's (Thornton et al. 2012; Dowd 2011) en kunnen daardoor verschillen in de reacties op categoriale ambiguïteit. Onze analyse zal laten zien dat het voor grootschalige producenten binnen de mainstream markt voordeliger is om een 'pure' identiteit te hebben, terwijl voor kleinschalige producenten in het onafhankelijke circuit een ambigue genre-identiteit niet negatief hoeft te zijn en zelfs positieve gevolgen kan hebben. Hiermee tonen we aan dat de werking van de categorische imperatief contextafhankelijk is.

In het volgende deel zullen we allereerst de bredere theoretische achtergrond bespreken van het onderzoek naar de categorische imperatief. Vervolgens maken we gebruik van het werk van DiMaggio (1987) en Bourdieu (1993) om te beargumenteren waarom de gevolgen van categoriale ambiguïteit binnen de popmuziek kunnen verschillen. Daarna bespreken we onze onderzoeksopzet en dataverzameling. Vervolgens bespreken we onze belangrijkste resultaten en conclusies.

1 Een uitzondering is het werk van Rossman (2012), die de gevolgen van genreambiguïteit van popsongs bestudeert voor hun diffusie op de radio.

Categorieën en legitimiteit binnen de organisatiesociologie

Categoriale ambiguïteit van sociale objecten heeft recentelijk vooral binnen de organisatiesociologie veel aandacht gekregen. Deze interesse komt voort uit een aantal centrale problemen en concepten binnen, met name, de ecologische en neo-institutionele organisatiesociologie (Hannan en Freeman 1989; DiMaggio en Powell 1983).

De ecologische organisatiesociologie bestudeert de demografie van *populaties* van organisaties. Niet het succes of falen van een enkele organisatie staat centraal, maar de overlevingskansen van de 'soort'. Met behulp van ecologische principes uit de biologie – zoals competitie over schaarse goederen, de draagkracht van niches, et cetera – probeert zij de dynamiek van het succes en falen van populaties te begrijpen en te verklaren. De interesse voor categorieën en ambiguïteit is een gevolg van het fundamentele probleem binnen de ecologische organisatiesociologie, namelijk hoe de grenzen van de populatie, de organisatievorm of 'soort' te bepalen. Hoe bepaalt men welke organisaties wel of niet behoren tot een populatie van bijvoorbeeld universiteiten, ziekenhuizen of – zo men wil – rockbands? Grenzen van categorieën blijken namelijk in de praktijk niet scherp, maar *fuzzy* of vaag (Hannan 2010). De cognitieve psycholoog Rosch (1978) vindt dat objecten verschillen *in de mate* waarin deze 'typisch' zijn voor categorieën. 'Prototypische' objecten zijn exemplarisch voor de categorie terwijl andere objecten slechts deels lid van een categorie zijn. Objecten zijn dan ook niet wel óf niet lid van een categorie, maar in meer of mindere mate: ze kunnen variëren in hun *grade-of-membership*. De demarcatie van de categorie wordt daarom altijd op een arbitrair punt getrokken in een continuüm (Zerubavel 1991). De recente ecologische organisatiesociologie beschouwt de *fuzziness* van categorieën inmiddels niet meer als een technisch maar als een inhoudelijk probleem. In een meer constructivistische benadering kiest zij er nu voor om de grenzen van categorieën als onderwerp van analyse te maken en *fuzziness* van categorieën in het empirisch onderzoek te verdisconteren (Hannan et al. 2007; Hannan 2010). Door bijvoorbeeld te bestuderen wat de effecten zijn van meer of minder duidelijk afgebakende categorieën op de groei- en sterftecijfers van populaties (Bogaert et al. 2010; Boone et al. 2012) of hoe het behoren tot verschillende categorieën de waardering en het succes van organisaties beïnvloedt (Hsu et al. 2009), heeft dit onderzoeksprogramma de consequenties van categoriale ambiguïteit op de agenda van de organisatiesociologie gezet. Het heeft daarmee ook een belangrijke stap gezet naar een directere operationalisering van een centraal concept binnen de neo-institutionele organisatiesociologie: legitimiteit.

De neo-institutionele organisatiesociologie richt zich net als de ecologische organisatiesociologie op het mesoniveau van organisatievelden, maar onderscheidt zich in eerste instantie door haar nadruk op culturele en institutionele factoren bij het verklaren van het succes en de verspreiding van organisatievormen. Het neo-institutionele uitgangspunt is dat organisaties ingebed zijn in *culturele* omgevingen van ideeën en opvattingen over wat de acceptabele en legitieme organisatievormen zijn (Johnson et al. 2006). Organisaties hebben niet alleen materiële bronnen nodig om te overleven maar ook culturele acceptatie. Ze zijn daarom niet

alleen in competitie met elkaar maar ook afhankelijk van de culturele acceptatie zoals deze door belangrijke, invloedrijke actoren in de omgeving van organisaties wordt verleend. De overheid kan bijvoorbeeld 'regulatieve legitimiteit' verlenen aan organisatievormen; professionele associaties bieden 'normatieve legitimiteit' en andere (succesvolle) organisaties bieden als rolmodellen 'cognitieve legitimiteit' (Scott 2008; DiMaggio en Powell 1983). Deze 'legitimerende actoren' behoren volgens de neo-institutionele sociologen daarmee ook in de analyse van de diffusie en/of het uitsterven van organisatievormen te worden betrokken.

Hoewel 'legitimiteit' een centraal theoretisch concept is binnen het neo-institutionalisme, hebben verschillende auteurs erop gewezen dat wat betreft de operationalisering van dit concept slechts 'indirecte' indicatoren werden gebruikt (Schneiberg en Clemens 2006; Mohr 2000). Het onderzoek binnen de neo-institutionele school blijkt in de praktijk vooral gericht op de analyse van de structurele kanalen (zoals netwerken) waardoorheen culturele betekenissen zich door het veld verspreiden, maar niet op de analyse van deze betekenissen zelf (Mohr 2000). Ook is er daardoor geen aandacht voor de *concrete* rol die invloedrijke actoren binnen het veld hebben op het legitimatieproces. Hoewel conformiteit aan legitieme categorieën dus één van de centrale theoretische uitgangspunten is, heeft het empirisch onderzoek het mechanisme waarbij conformiteit via de culturele classificaties door legitimerende actoren wordt afgedwongen vrijwel niet direct onderzocht. Het recente werk binnen de ecologische school naar categoriale ambiguïteit heeft hierin echter verandering gebracht (Hannan 2010; Hsu et al. 2009). Door te analyseren hoe 'publieken' organisaties classificeren, in welke mate ze hierin met elkaar overeenstemmen, hoe *crisp* of *fuzzy* de grenzen van de categorieën worden aangebracht en welke gevolgen deze classificatieprocessen hebben voor de groei- en sterftcijfers van organisatiepopulaties, heeft de ecologische organisatiesociologie een veel directere manier gevonden om de invloed van legitimeringsprocessen te bestuderen. Gezien de analogie tussen organisatievormen en cultuurvormen – oftewel genres – biedt deze onderzoekslijn ook interessante mogelijkheden voor cultuursociologen en hun interesse in de legitimering en institutionalisering van kunstvormen (Boone et al. 2012; Hsu en Hannan 2005).

De categorische imperatief²

De consequenties van categorische ambiguïteit zijn voor het eerst empirisch aangetoond door Zuckerman (1999) in zijn onderzoek naar financiële markten. De financiële aandelenmarkt heeft twee kenmerken die deze een geschikt onderzoeksdomen maken voor het onderzoeken van de kosten van illegitimiteit. Ten eerste is de financiële aandelenmarkt een 'gemedieerde' markt, waarin potentiële kopers van aandelen afhankelijk zijn van de informatie van analisten. In markten

2 Een kritiekpunt op Zuckerman is dat hij in methodologisch opzicht niet volledig voldoet aan het ideaal van de directe analyse van legitimiteit in en door classificatieprocessen. Zuckerman (1999) baseert zich in zijn analyse op de netwerkrelaties tussen producten en critici als basis waarop de categorische identiteit van firma's in de ogen van critici wordt vastgesteld, in plaats van het inhoudelijke *discours* van critici over deze bedrijven te analyseren (Hsu en Hannan 2005: 484).

zoals deze, waarin de waarde van producten door consumenten moeilijk te bepalen is, spelen *surrogate consumers* een belangrijke rol in het bieden van handvaten in het keuzeproces. Ten tweede kent de financiële markt ook een classificatiesysteem van industriële categorieën waarin analisten zich specialiseren. In zijn onderzoek laat Zuckerman zien dat bedrijven die niet de aandacht krijgen van de specialist in hun industriële categorie, en dus door de analisten niet als volledig lid van deze categorie beschouwd worden, op een lagere waarde verhandeld worden dan bedrijven die wél de aandacht krijgen van de in hun categorie gespecialiseerde analist. Bedrijven met een onduidelijke identiteit binnen dit classificatiesysteem worden over het algemeen genegeerd door analisten en zijn daarom minder succesvol in de markt. Hetzelfde mechanisme werkt volgens Zuckerman ook in een andere markt: de filmwereld (Zuckerman en Kim 2003). Ook in deze markt bemiddelen critici in het keuzeproces van consumenten en specialiseren ze zich over het algemeen in verschillende segmenten van de markt: de markt voor *major* of *indie* films. Zuckerman en Kim (2003) vinden opnieuw dat het voor het succes van films in één van beide markten belangrijk is om door de 'juiste' critici te worden besproken. Critici verlenen als het ware een marktidentiteit aan films en voor succes in een bepaald marktsegment is het belangrijk dat deze films ook door critici als behorend tot dit segment worden geïdentificeerd.

Hsu (2006a; Hsu et al. 2009) bestudeert ook de markt voor films, maar richt zich op de classificatie van films naar genre en onderzoekt de gevolgen van *multiple category membership* voor de waardering van films door het publiek en critici. Volgens Hsu (2006a) kunnen filmproducenten gemotiveerd worden om films te maken die in meerdere genres tegelijkertijd passen om hiermee hun potentiële publiek te vergroten. Het vermoeden is echter dat hierbij een *trade-off* optreedt. Enerzijds kunnen multigenre films weliswaar een groter publiek bereiken maar anderzijds lopen ze hierdoor het risico lager gewaardeerd te worden. Hsu geeft twee mogelijke redenen voor het optreden van dit negatieve effect. Ten eerste moeten producenten van multigenre films hun middelen spreiden over verschillende genres en daarmee lopen ze het gevaar van het *jack of all trades, master of none* syndroom. Ze maken met andere woorden een slechtere film omdat ze zich niet op één genre focussen. Ten tweede, en belangrijker, is dat de combinatie van elementen uit verschillende genres het publiek kan verwarren. Hsu (2006a) vindt dat inderdaad bij critici deze *trade-off* optreedt. Multigenre films worden weliswaar door meer critici gerecenseerd maar de gemiddelde waardering van deze films ligt significant lager dan bij films met een duidelijke genre-identiteit.

Ambigüiteit van objecten en categorieën

Het werk van Hsu (2006a) heeft een belangrijke aanzet gegeven tot onderzoek naar de rol van genreclassificaties binnen culturele velden. Haar werk kan echter op twee manieren worden uitgebreid. Ten eerste heeft het filmveld – vergeleken met andere velden zoals het veld van de popmuziek – een relatief sterk geïnstitutionaliseerd genresysteem dat gekenmerkt wordt door een klein aantal categorieën die bovendien relatief stabiel en weinig dynamisch zijn. Het aantal genres in

de populaire muziek overstijgt echter met gemak het aantal van 60 en is voortdurend aan verandering onderhevig (Lena en Peterson 2008). Dit roept de vraag op of de resultaten van Hsu (2006a) ook gerepliceerd kunnen worden in velden met minder sterk geïnstitutionaliseerde en gecodificeerde classificatiesystemen. Verschillende auteurs hebben beargumenteerd dat de negatieve gevolgen van ambigue identiteiten afhankelijk kunnen zijn van de mate van institutionalisering van het classificatiesysteem (Ruef en Patterson 2009; Kovács en Hannan 2010). In classificatiesystemen waarin de grenzen tussen categorieën zwak, vaag of in flux zijn, kan *multiple category membership* wellicht tot minder negatieve reacties leiden, en zelfs als vorm van innovatie positief gewaardeerd worden (Griswold 1987; Pontikes 2012; Rao et al. 2005). We moeten, met andere woorden, een onderscheid maken tussen ‘ambigüiteit van categorieën’ en ‘ambigüiteit van objecten’. Als de ambigüiteit van categorieën hoog is en categorieën niet sterk van elkaar worden onderscheiden, wordt de ambigüiteit van objecten niet noodzakelijk als negatief beoordeeld, maar eventueel zelfs gewaardeerd als een positieve vorm van innovatie of het begin van een nieuwe categorie (Rao et al. 2005). Om deze mogelijkheid te onderzoeken richten we ons in dit artikel niet alleen op een veld dat een veel dynamischer, zwakker classificatiesysteem lijkt te hebben, maar ook op de comparatieve analyse van objectambigüiteit in twee (sub)velden die – naar wij beargumenteren – verschillen in de karakteristieken van hun classificatiesysteem. Ten tweede, en hiermee samenhangend, baseert Hsu (2006a) zich in haar dataverzameling en operationalisering van ‘objectambigüiteit’ op de genreclassificaties van (enkele) websites uit het filmveld (Rotten Tomatoes, IMDB, Showbizdata.com).³ De door deze websites gehanteerde classificatiesystemen benaderen de vorm van formele, taxonomische systemen waarin categorieën elkaar uitsluiten, alle mogelijkheden dekken, en waarin de veronderstelling is dat objecten op eenduidige wijze te classificeren zijn (Bowker en Star 2000). Het gebruik van deze semiofficiële classificatiesystemen zou de mate van ‘objectambigüiteit’ van culturele objecten tegelijkertijd kunnen over- en onderschatten. Enerzijds zullen de objecten die in dit soort systemen in meerdere categorieën worden geïnclassificeerd de meer uitgesproken vormen van ambigüiteit bezitten. Subtielere vormen van ambigüiteit blijven buiten beschouwing aangezien samenstellers van institutionele classificatiesystemen objecten zoveel mogelijk in vrij brede en elkaar uitsluitende categorieën indelen. Anderzijds kan dit de ambigüiteit van objecten overschatten omdat institutionele classificatiesystemen de ambigüiteit van de categorieën zelf minimaliseren. Binnen praktische classificatiesystemen, de categorieën zoals gehanteerd door actoren in het veld in hun alledaagse praktijken, is de ambigüiteit van categorieën veel groter aangezien deze niet met behulp van expliciete regels worden toegepast maar eerder de *fuzzy logic* van de praktijk volgen (Bourdieu 1990). Een object dat in de praktische classificaties van actoren in

3 Strikt genomen onderzoekt Hsu niet de onafhankelijke invloed van de classificaties van legitimerende actoren aangezien ze de classificaties van de websites als proxy ziet voor de genreverwachting onder het publiek en niet als een vorm van invloed op het publiek. In het geval van Zuckerman (1999) is de mediërende rol van analisten duidelijker dan in het geval van critici of websites in het filmveld (zie ook Zuckerman en Kim 2003: 47-48).

meerdere categorieën tegelijk wordt geplaatst, hoeft daarom niet zozeer een voorbeeld te zijn van ‘objectambigüiteit’, maar kan een voorbeeld zijn van de onduidelijke, vage grenzen tussen praktische categorieën.

Classificatiesystemen binnen de populaire muziek

Classificatiesystemen kunnen op meerdere dimensies van elkaar verschillen (DiMaggio 1987). Ze kunnen meer of minder gedifferentieerd zijn, meer of minder hiërarchisch geordend zijn, de consensus over classificaties kan sterker of zwakker zijn en de grenssterkte tussen categorieën – de mate waarin het overschrijden van grenzen worden bestraft – kan variëren. Comparatief onderzoek naar classificatiesystemen kan op verschillende niveaus worden uitgevoerd.⁴ Wij zullen ons hier richten op verschillen in classificatiesystemen binnen het veld van de populaire muziek tussen, wat Bourdieu heeft genoemd, de (sub)velden van grootschalige en kleinschalige productie. Vergelijkbaar met andere kunstvelden bezit ook het populaire muziekveld een autonome en heteronome pool (Hesmondhalgh 2006; Lizardo 2009; Dowd 2004). Beide polen van het veld variëren onder meer in welke waarden en doelen dominant zijn (artistiek succes versus commercieel succes), welk publiek bereikt wordt (de *aficionados*/medeproducenten versus de modale consument) en welke vorm organisaties aannemen (kleine, zelfstandige ondernemingen versus grote, bureaucratische organisaties). Grofweg het *filter-flow* model van Hirsch (1972) volgend, zijn er drie redenen waarom het classificatiesysteem kan verschillen aan beide polen van het populaire muziekveld.⁵

Allereerst kan de mate van competitie en de hoogte van de toetredingsdrempels tot het veld invloed hebben op de structuur van classificatiesystemen. Volgens DiMaggio (1987: 451) zal in velden met lage toetredingsdrempels het classificatiesysteem gedifferentieerder maar minder sterk geïnstitutionaliseerd zijn. In velden met lage drempels zal de hoge mate van competitie artiesten een prikkel geven om zich van elkaar te onderscheiden, nieuwe genres in het leven te roepen en bestaande genres te vermengen tot nieuwe, hybride genres (Regev 2002).⁶ Door deze dynamiek en differentiatie zullen veel categorieën slechts een nominaal karakter houden. Gedeelde verwachtingen over de karakteristieken van nieuwe genres hebben niet de tijd om zich uit te kristalliseren waardoor afwijkingen van deze verwachtingen niet tot consequenties leiden. Consensus over de

4 Voor comparatief onderzoek naar classificatiesystemen op nationaal niveau, zie: Janssen et al. 2010.

5 Hirsch (1972) beschrijft welke keten van organisaties een cultureel product doorloopt om uiteindelijk van producent bij consument te geraken. Het model ontleent zijn naam aan het feit dat bij iedere schakel in de keten selectie plaatsvindt waarbij slechts een deel van de culturele producten doorgelaten wordt. De keten heeft met andere woorden de vorm van een trechter, waarbij aan het begin van de keten een veelvoud van producten met elkaar in competitie is en waarvan slechts een klein deel uiteindelijk door het publiek gehoord, gezien en gewaardeerd kan worden.

6 Dit is bijvoorbeeld het geval in het veld van de elektronische dansmuziek waarin competitieve druk en de drang tot distinctie tot een classificatiesysteem heeft geleid met meer dan driehonderd verschillende subgenres (McLeod 2001).

betekenis van categorieën zal sowieso moeilijk tot stand komen aangezien nieuwe categorieën voortkomen uit de onderlinge strijd tussen artiesten om een positie te verwerven in het veld (Bourdieu 1993: 261). Fragmentatie vermindert consensus, en daarmee de kans dat categorieën legitimiteit en vanzelfsprekendheid verkrijgen (Boone et al. 2012; Johnson 2006).⁷ Deze competitie zal waarschijnlijk het sterkst zijn in het autonome subveld van de popmuziek waar de toetredingsdrempels over het algemeen lager zijn dan in het heteronome subveld. De *indie* labels zijn bijvoorbeeld sterker gelieerd aan de verschillende muziekcènes, geven meer kansen aan nieuwe artiesten en investeren minder in de gevestigde sterren dan de grote platenmaatschappijen (Peterson en Berger 1975; Dowd 2004).

Ten tweede is de organisatiestructuur van platenmaatschappijen aan beide kanten van het veld van invloed op het classificatiesysteem. Binnen kleinere labels hebben managers over het algemeen minder invloed en worden meer verantwoordelijkheden gedelegeerd aan de artiesten (Hesmondhalgh 1997; Negus 2002; Peterson en Berger 1971). Deze balans tussen artiesten en managers is belangrijk omdat zij vaak conflicterende belangen hebben. Artiesten hebben een professionele interesse in innovatie, het veranderen van conventies en het ontwikkelen van nieuwe muzikale vormen. Managers zijn hoofdzakelijk gericht op het routinematig selecteren en aanpassen van culturele producten binnen bestaande categorieën zodat deze door de verschillende ketens binnen de eigen organisatie gelooft kunnen worden en bovendien aangepast zijn aan de categorieën van distributeurs, radio en media waarvan het *label* uiteindelijk afhankelijk is (Negus 1999; Peterson en Anand 2004: 316; Rossman 2012). Managers binnen grote platenmaatschappijen trainen muzikanten dan ook om de sterk gecodificeerde genrecategorieën te volgen (Lena en Peterson 2008). De genreverwachtingen van distributeurs, radio, media dringen ook diep binnen in de organisatie van de grote platenmaatschappijen, die zich intern opdelen in genrespecifieke divisies (Negus 1999). De grotere invloed van managers binnen de *major* labels betekent dan ook dat de muzikale producten minder zullen afwijken van bestaande genrecategorieën en dat albums en artiesten *die* afwijken waarschijnlijk onvoldoende aandacht kunnen genereren om succesvol in deze markt te zijn.

De derde reden voor verschillen in classificatiesystemen ligt besloten in de karakteristieken van het publiek aan beide kanten van het veld. Het publiek aan de autonome pool van het veld bezit het veldspecifieke kapitaal dat nodig is om de culturele producten aan deze kant van het veld te begrijpen – ze bezitten volgens Bourdieu (1993) de juiste ‘code to decode’. Dit publiek zal het culturele product beoordelen vanuit het standpunt van de maker, met behulp van ‘autonome’ criteria die verwijzen naar de bijdrage aan het veld zoals creativiteit, originaliteit en innovatie (Lizardo 2009; Van Venrooij en Schmutz 2010). Genreambigüiteit zal dit publiek dan ook niet in verwarring brengen, maar dit interpreteren als teken van gelaagdheid, dubbelzinnigheid en diepgang (Griswold 1987). Het publiek aan de heteronome pool zal culturele producten vanuit een gebruikersoriëntatie beoordelen, bevestigd willen worden in zijn verwachtingen, en niet door experi-

7 Zoals één van DiMaggio's proposities luidt: 'the more differentiated the system of classification, the less universal'.

menten en innovatie in verwarring willen worden gebracht. Ambigüiteit zal door dit publiek waarschijnlijk minder worden gewaardeerd.

Om deze drie redenen is het waarschijnlijk dat beide subvelden op verschillende manieren zullen reageren op genreambigüiteit. De categorische imperatief zal sterker zijn aan de heteronome kant van het veld en we verwachten dan ook vooral hier de negatieve consequenties van *multiple category membership* te zien.

Data en methode

Uitgangspunt van de dataverzameling is het *online* archief Metacritic (www.metacritic.com) dat recensies van popalbums verzamelt uit meer dan vijftig verschillende publicaties – waaronder nationale kranten in de VS en Engeland (*Los Angeles Times*, *The New York Times*, *The Guardian*), (muziek)tijdschriften als *Village Voice*, *Rolling Stone*, *Vibe*, *NME* en invloedrijke digitale publicaties als *Pitchfork*.⁸ Voor elk album in haar dataset verzamelt Metacritic algemene identificerende informatie over de naam van de artiest, het album, het label waarop het album is uitgekomen, de releasedatum, en de titels van de publicaties waarin een recensie is verschenen. Iedere recensie krijgt daarnaast een score op een schaal van nul tot honderd. Deze score is ofwel gebaseerd op de score die de publicatie zelf aan het album heeft gegeven, ofwel van de redacteuren van Metacritic die een score geven op basis van hun lezing van de recensie. Daarnaast classificeert Metacritic het album in maximaal vier genres en toont het per recensie een centrale quote die de belangrijkste conclusie van de recensie weergeeft. Voorbeelden van quotes zijn “His most accessible and engaging CD to date” (uit recensie van Joseph Arthur door Billboard) of “Unlike other would-be indie-dance pretenders, this is properly danceable stuff; fat basses and catchy percussion beats are punctured by intoxicating keyboard motifs” (uit recensie van Radio 4 door Drowned in Sound). Voor alle 457 albums uit het jaar 2004, gerecenseerd in 6820 recensies in 57 publicaties, verzamelden we deze data.

Genreambigüiteit

Deze dataset biedt twee mogelijkheden voor het operationaliseren van de genreambigüiteit per album. Ten eerste kunnen we gebruikmaken van de genreclassificaties door de Metacritic-redacteuren. Ambigüiteit kan gemeten worden als het aantal genrecategorieën per album (zie ook Hsu 2006a: 431). Het gebruik van de Metacritic-categorieën privilegieert echter de genreclassificaties van één enkele actor in het veld – namelijk Metacritic zelf. Daarnaast is het classificatiesysteem van Metacritic een voorbeeld van een *institutioneel* classificatiesysteem dat de eerder genoemde nadelen heeft voor het operationaliseren van ambigüiteit. Ten tweede kunnen we gebruikmaken van de *emic* classificaties van de critici zelf, zoals deze in de quotes uit hun reviews zichtbaar zijn. Deze classificaties zijn de praktische classificaties van een groot aantal critici uit het veld zelf. Culturele

8 Metacritic neemt in haar database albums op waarvan in drie of meer van deze publicaties een recensie verschijnt.

objecten met een onduidelijke, ambigue identiteit – zo veronderstellen we – worden niet alleen in verschillende categorieën geïnclassificeerd, maar ook door verschillende recensenten op verschillende wijze geïnclassificeerd. Doordat albums door potentieel 57 verschillende publicaties geïnclassificeerd kunnen worden, kunnen we met andere woorden ook de consensus tussen critici in de analyse betrekken (vgl. Hsu 2006a: 426).

Voor het vergaren van de *emic* classificaties zijn alle 6820 quotes uit recensies handmatig gecodeerd. Deze codering resulteerde uiteindelijk in zestig verschillende genre-categorieën met een minimale frequentie van zes. Een minimale gebruiksfrequentie geeft aan dat een label of term als zelfstandig genre in het kritische discours wordt gebruikt. Dit is van belang in het geval van genrelabels die bestaan uit samentrekkingen zoals *country-rock* of *dance-punk*. Als dit soort combinaties een minimale gebruiksfrequentie bereikt, gaan wij ervan uit dat deze combinaties als *zelfstandig* genre erkend worden en dus niet een voorbeeld zijn van grensoverschrijding *tussen* twee genres. Genrelabels die minder dan zes keer werden gebruikt zijn niet meegenomen, en alleen in gevallen van afkortingen (*altrock* voor *alternative rock* of *metal* voor *heavy metal*) samengevoegd. Niet alle quotes van recensies bevatten een genre-categorie. In de analyse van deze operationalisering van genreambigüiteit beperken we ons tot de subset van albums waarvan de quotes genrelabels bevatten. Om ook de consensus tussen critici in onze analyse mee te nemen selecteren we bovendien alleen albums met meerdere recensies die genrelabels bevatten. Dit is het geval voor 248 albums in onze dataset met in totaal 961 recensies.

De analyse van ambigüiteit in het geval van praktische classificaties levert wel een moeilijkheid op. We moeten hierbij namelijk rekening houden met de mogelijkheid dat de ambigüiteit van objecten die tot meerdere categorieën worden gerekend afhankelijk is van de mate van 'contrast' tussen de categorieën (Hannan 2010; Kovács en Hannan 2010). Hoewel bijvoorbeeld *electro* en *electroclash* als twee afzonderlijke genrelabels worden gebruikt in het discours van critici, lijkt de ambigüiteit van een album dat in deze twee categorieën wordt geïnclassificeerd minder sterk te zijn dan van een album dat geïnclassificeerd wordt als *blues* en *disco*. Het 'contrast' tussen deze twee laatste categorieën is waarschijnlijk sterker dan tussen de eerstgenoemde categorieën en daarmee ook de objectambigüiteit van een blues/disco album (Negro et al. 2010). Om het 'contrast' tussen categorieën in onze constructie van deze variabele te verwerken, passen we daarom eerst een latente semantische analyse toe op de genrevariabelen (Landauer 1998). Dit doen we in de volgende stappen. Het startpunt is de matrix van 961 recensies x 60 genrelabels. Van deze matrix maken we eerst een 961 recensie x 961 recensie matrix door te meten in hoeverre recensies dezelfde genrelabels bevatten.⁹ Vervolgens onderwerpen we deze matrix aan een *multidimensional scaling* waardoor de recensies in een kleiner aantal dimensies worden gepositioneerd (in dit geval zes

9 Dit wordt gemeten op basis van een Jaccard-maat voor gelijkheid tussen recensies in hun genreprofiel. Deze Jaccard-maat varieert tussen 0 en 1. Twee recensies die exact dezelfde genrelabels bevatten scoren een 1 en recensies die geen labels 'delen' scoren een 0.

dimensies).¹⁰ De oorspronkelijke 961 x 60 matrix is daarmee gereduceerd tot een 961 x 6 matrix. Met andere woorden, de zestig genrelabels zijn teruggebracht tot zes latente (genre)dimensies waarin de genres zijn gegroepeerd die in het gehele corpus vaker in recensies samen worden gebruikt. Recensies die dezelfde of vergelijkbare genrelabels bevatten zullen relatief dicht bij elkaar staan in deze zesdimensionale ruimte en recensies met sterk van elkaar verschillende genrelabels zullen verder van elkaar af staan. De ambiguïteit van ieder album kunnen we nu meten door de spreiding van de recensies in deze ruimte te meten (Van Venrooij 2009; Mohr en Lee 2000).¹¹ Albums met een 'pure' identiteit hebben recensies die dicht bij elkaar staan, de recensies van andere albums staan verder van elkaar. Door deze latente semantische analyse kunnen we met meer zekerheid zeggen dat een hoge score op deze variabele een indicatie is voor de classificatie van 'contrastvolle' genres.

Tabel 1 geeft voorbeelden van deze operationalisering van ambiguïteit in de praktische classificaties van critici. Deze tabel geeft de scores weer voor zeven albums die door twee of meer recensenten zijn geïdentificeerd. Het eerste album van Son Ambulance is gecategoriseerd als 'pop' en 'rock' en aangezien dit een veelvoorkomende combinatie is in de gehele dataset scoort deze combinatie van categorieën laag op onze index voor ambiguïteit: 0,01. De albums van Gwen Stefani en Northern State zijn door de verschillende recensenten op dezelfde wijze geïdentificeerd en scoren daarom een 0. Het album van Joss Stone met de classificaties 'soul' en 'R&B', scoort ook laag aangezien deze twee categorieën vaak samen gebruikt worden. De drie albums van Auf der Maur, Le Tigre en Trans Am scoren hoger op ambiguïteit. De classificatie van deze albums combineert inderdaad genres met hoog contrast zoals *progrock*, *rock music* en *synthpop* in het geval van Trans Am.

- 10 Deze 6-dimensionale oplossing heeft een stresswaarde van 0,1479. Een stresswaarde tot 0,2 wordt over het algemeen acceptabel gezien, zeker in het geval van een grote inputmatrix.
- 11 Hiervoor maken we gebruik van een methode om de volume van niches in multidimensionale ruimtes te meten (McPherson 1983; Mohr & Lee 2000). Voor alle recensies per album berekenen we eerst de gemiddelde positie van de recensies van dat album op alle 6 dimensies. Vervolgens tellen we aan beide kanten van het gemiddelde 1,25 van de standaarddeviatie op. Door de breedte van de niche op alle zes dimensies met elkaar te vermenigvuldigen krijgen we het totale 'nichevolumen' van ieder album binnen de genreruimte.

Tabel 1. Voorbeelden van index genreambigüiteit op basis van praktische classificaties

album	Genreambigüiteit	dancemusic	disco	popmusic	progrock	psychedeli- crock	punk	punkrock	randb	rap	rockmusic	soul	synthpop
Son Ambulance	0,01	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Son Ambulance	0,01	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Gwen Stefani	0,00	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gwen Stefani	0,00	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gwen Stefani	0,00	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Joss Stone	1,45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Joss Stone	1,45	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Auf Der Maur	136,54	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Auf Der Maur	136,54	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Le Tigre	117,57	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Le Tigre	117,57	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Le Tigre	117,57	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Le Tigre	117,57	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Northern State	0,00	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Northern State	0,00	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Northern State	0,00	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Trans Am	199,64	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Trans Am	199,64	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Trans Am	199,64	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Evaluatieve categorieën

De quotes zijn ook gecodeerd op het gebruik van esthetische codes – woorden, adjectieven, zinsneden – die een evaluatieve betekenis uitdrukken. Woorden zoals ‘beautiful’, ‘catchy’, ‘focused’, ‘sweet’, ‘aggressive’ of passages als ‘easy to get hooked on’ zijn voorbeelden van het discursieve gebruik van esthetische codes. Deze esthetische codes hebben een classificerende betekenis en kunnen gezien worden als indicatief voor de evaluatieve schema’s die recensenten gebruiken om betekenis te geven aan albums (Griswold 1987; Hsu 2006b; Van Venrooij 2009). Ambigüiteit van albums kan ook gepaard gaan met incoherentie in de evaluatieve schema’s die recensenten gebruiken. We hebben 133 esthetische codes gevonden die 20 keer of vaker werden gebruikt. Om semantische patronen te ontdekken in het gebruik van deze codes is dezelfde procedure gebruikt als hierboven, en de spreiding is gemeten in de ruimte van esthetische codes (Van Venrooij 2009). Deze variabele geeft dan aan hoe vergelijkbaar of verschillend de esthetische codes zijn die voor elk album worden gebruikt. Codes die vaak samen gebruikt worden – zoals ‘sweet’, ‘accessible’, ‘catchy’ – worden verondersteld een coherent evaluatief schema of discours te vormen. Een hoge score op deze variabele betekent dan ook dat recensenten gebruikmaken van inconsistente esthetische codes en discoursen (Hsu 2006b; Swidler 2001).

Veldposities

Voor de comparatieve analyse van de gevolgen van ambigüiteit aan beide kanten van het veld verzamelden we de volgende gegevens. Aan de productiekant hebben we de platenlabels¹² gecodeerd als *major* of *indie*. Deze opdeling is vaak moeilijk te maken door het bestaan van pseudo-onafhankelijke platenmaatschappijen die relatief zelfstandig opereren maar wel op verschillende wijzen verbonden kunnen zijn aan één van de *major* platenlabels (Dowd 2004). Ook is de definitie van wat het betekent om een ‘onafhankelijke’ platenmaatschappij te zijn vanwege de verschillende typen betrekkingen die kunnen bestaan tussen *indies* en *majors* onderwerp van discussie en strijd binnen het veld. Volgens sommigen zijn alle onafhankelijke labels die een distributiedeel hebben onderdeel van een *major*. Volgens anderen zijn labels die een distributiedeel hebben met een *major* maar wel op zijn minst vijftig procent eigendom zijn van het onafhankelijke label *indies*. Hoewel de indeling naar organisatievorm zelf dus *fuzzy* is, en een zelfstandige studie gewijd zou kunnen worden aan dit onderscheid, is ons doel in dit artikel slechts om op basis van een binaire indeling de vergelijking naar veld te maken. Wij volgen daarom de procedure van Peterson en Berger (1975), Lopes (1992), Dowd (2004) en Lena (2006) die gebruikmaken van de *Billboard International Buyer’s Guide 2004* waarin op basis van eigendomsrelaties platenlabels ingedeeld worden als *major* of *indie*. Als een label niet is opgenomen in de *Buyer’s Guide* werden additionele bron-

12 De platenlabels worden in de database van Metacritic genoemd maar zijn waar mogelijk ook gecontroleerd met de platenlabels zoals genoemd in de Billboard hitlijsten. In het geval van een discrepantie is gekozen voor het label zoals genoemd door Billboard. In het geval een album geen notering in de hitlijsten had, is het label gecontroleerd door nog drie andere discografische databases te raadplegen: AllMusicGuide, MusicBrainz en Discogs.

nen geconsulteerd, zoals Billboard Magazine, ledenlijsten van brancheorganisaties voor indielabels, internetbronnen, etc. Als expliciet wordt vermeld dat een album wordt gedistribueerd door een major, coderen we deze ook als major. Het album van Franz Ferdinand is bijvoorbeeld uitgebracht bij Domino (een onafhankelijke platenmaatschappij) maar wordt gedistribueerd door Sony en coderen we daarom als *major*.

Aan de receptiekant maken we gebruik van het feit dat publicaties zich over het algemeen specialiseren in hun berichtgeving over de major of onafhankelijke producties (Zuckerman en Kim 2003). Voor iedere publicatie kunnen we dan ook vaststellen in welke mate ze zich op een van beide typen producenten richten door het percentage te berekenen van alle recensies dat gericht is op onafhankelijke labels. Vervolgens berekenen we per album het gemiddelde van de 'indiescore' voor alle publicaties die het album hebben gerecenseerd. De albums die hoger dan een standaarddeviatie boven het gemiddelde scoren, beschouwen we dan als albums die door de 'indiegeoriënteerde' pers besproken worden. De albums die lager dan een standaarddeviatie onder het gemiddelde scoren, zijn de albums die in de overwegend op het majorveld georiënteerde publicaties worden gerecenseerd.¹³

De subvelden kunnen ook onderscheiden worden naar welke vorm van erkenning dominant is. Volgens Bourdieu (1993) is commercieel succes de inzet aan de heteronome pool van culturele velden en blijkt van waardering door het grote publiek. Commercieel succes wordt gemeten als (de log van) het aantal weken dat een album in de Billboard 200 stond. Dit is de meest betrouwbare en gebruikte graadmeter voor albumverkopten in de VS. Waardering onder critici is daarentegen indicatief voor succes aan de autonome kant van het veld. Volgens het ideaaltypische model van Bourdieu zouden producenten hier erkenning onder hun *peers* verkiezen boven commercieel succes bij het grote publiek. Kritisch succes is gemeten als het gemiddelde van de score dat de 57 verschillende publicaties aan de albums gaven. In de praktijk zijn deze twee statusbronnen binnen velden als populaire muziek niet altijd sterk van elkaar gescheiden en kunnen ze ook samenvallen. Bovendien zijn critici zoals hierboven aangegeven ook in meer of mindere mate op het subveld van kleinschalige productie georiënteerd, en kunnen deze zowel gericht zijn op artistieke als commerciële waarden (Van Venrooij en Schmutz 2010).

We controleren in onze analyses ook voor de 'sterrenstatus' of het eerdere succes van artiesten aangezien deze zowel het commerciële als het kritische succes kunnen beïnvloeden. Ten eerste meten we de lengte van de muzikale carrière als het aantal jaar sinds het debuutalbum. Ten tweede meten we de populariteit van de act of artiest als het gemiddeld aantal weken dat vorige albums van deze artiest in de Billboard 200-hitlijst stonden. Daarnaast controleren we ook voor het totaal

13 Er zijn verschillende albums die door onafhankelijke labels zijn uitgebracht maar wel door de majorgeoriënteerde pers worden gerecenseerd, bijvoorbeeld het album van Hanson uitgebracht op 3CG, Jem op ATO en Tim McGraw op Curb. Deze artiesten worden over het algemeen ook gezien als 'mainstream'.

Tabel 2. *Beschrijvende statistiek voor albums in twee datasets*

	Dataset met insti- tutionele classifica- ties	Dataset met prak- tische classificaties
Genreambigüiteit		
Aantal genrelabels (gemiddelde)	2,04	--
Een genrelabel	19,7%	--
Twee genrelabels	59,4%	--
Drie genrelabels	18,0%	--
Vier genrelabels	2,9%	--
Genreambigüiteit (gemiddelde)	--	36,58
Aantal recensies	14,92	16,76
Star power		
Aantal jaren sinds debuut	7,6	6,8
Notering op de Billboard lijst	39,5%	39,9%
Gemiddeld aantal weken op hitlijst, vorige albums	11,0	6,1
Organisatievorm		
Indielabel	58,4%	58,1%
Majorlabel	41,6%	41,9%
Gemiddeld aantal weken op hitlijst	16,97	7,37
Gemiddelde kritische waardering	69,39	69,98
N	457	248

aantal recensies per album. Tabel 2 geeft de beschrijvende statistiek voor de afhankelijke en onafhankelijke variabelen in de twee datasets.

Resultaten

Op basis van onze theoretische analyse is onze algemene verwachting dat de categorische imperatief belangrijker is voor succes in het subveld van de grootschalige productie binnen de popmuziek, dan in het subveld van de beperkte productie. We analyseren om deze reden de effecten van genre-ambigüiteit op zowel commercieel succes in de mainstreammarkt als de waardering onder de critici. Meer in het bijzonder betekent dit dat we verwachten dat enerzijds ambigüiteit een negatief effect zal hebben op het commercieel succes, en dat dit negatieve effect sterker zal zijn voor albums uitgebracht op major labels of besproken door de majorgeoriënteerde publicaties. Anderzijds verwachten we dat ambigüiteit geen negatief (of zelfs een positief) effect zal hebben op de waardering door critici, en dat dit effect opnieuw sterker is voor albums uitgebracht op onafhankelijke labels of besproken door indiegeoriënteerde pers.

Institutionele classificaties

We beginnen onze analyse met de effecten op commercieel en kritisch succes voor ambigüiteit in termen van de classificaties van Metacritic. Tabel 3 toont de resultaten voor de OLS-regressie met commercieel succes als afhankelijke variabele. Het eerste model bevestigt resultaten van eerder onderzoek en laat zien dat het

Tabel 3 OLS-regressieanalyse van het aantal weken in de Billboardlijst (log)

	Model 1	Model 2	Model 3
Indielabel	-0,241**	-0,387**	-0,172**
Aantal jaren sinds debuut	-0,203**	-0,202**	-0,144**
Gem. aantal weken op hitlijst (log)	0,665**	0,659**	0,477**
Aantal recensies	0,122**	0,124**	0,191**
Aantal genrelabels	-0,060*	-0,020	-0,032
Genrelabels x major label	-	-0,150 [^]	--
Majorgeoriënteerde publicaties	-	-	0,340**
Adj. R square	0,599	0,600	0,661
N	454	454	454

Gestandaardiseerde coëfficiënten; significantie ** $p < .01$, * $p < .05$, [^] $p < .10$

aantal genrelabels inderdaad een negatieve invloed heeft op commercieel succes. Albums die in meerdere categorieën worden gecategoriseerd, zijn in commercieel opzicht minder succesvol – ook als we controleren voor het type label, de carrière-lengte van de artiest en het aantal reviews. De invloed van commercieel succes van eerdere albums op het succes van het huidige album bevestigt de wijsheid binnen het veld dat ‘success breeds success’, oftewel het bestaan van het Matthew-effect dat tot cumulatief voordeel kan leiden. In het tweede model voegen we een interactie-effect toe tussen ambiguïteit en de organisatievorm van het platenlabel om te zien of ambiguïteit een sterker negatief effect heeft voor albums uitgebracht op major labels dan voor indie labels. Hoewel het interactie-effect slechts significant is op het 0,1-niveau, suggereert de negatieve richting van het effect wel dat de categorische imperatief sterker zou kunnen gelden voor de albums uitgebracht door de grote platenmaatschappijen. Het interactie-effect (niet gerapporteerd) tussen ambiguïteit en door welk deel van de pers het album werd besproken (ofwel hoofdzakelijk georiënteerd op de *majors*, ofwel op de *indies*) was niet significant. Het derde model laat wel zien dat de albums die gerecenseerd worden door de mainstreamgeoriënteerde pers inderdaad ook commercieel succesvoller zijn.

Tabel 4 presenteert dezelfde modellen maar heeft de gemiddelde score onder critici als afhankelijke variabele. In tegenstelling tot eerder onderzoek laat model 1 zien dat ambiguïteit geen negatieve invloed heeft op de kritische waardering. Eerder commercieel succes heeft wel een negatief effect op kritische waardering. Dit ondersteunt het idee dat de kritische waardering zich niet laat leiden door het commerciële succes van artiesten en daarmee een alternatieve statushiërarchie kan bieden. Het interactie-effect in het tweede model is positief en hoewel het slechts significant is op het 0,1-niveau ($p=0.073$), is de richting van het effect wel consistent met onze verwachting dat voor indielabels de effecten van ambiguïteit positief kunnen zijn. Model 3 laat geen effect zien voor albums die in de indiegeoriënteerde pers zijn gerecenseerd.

Tabel 4 OLS-regressieanalyse van gemiddelde kritische waardering

	Model 1	Model 2	Model 3
Indielabel	0,115*	-0,108	0,114*
Aantal jaren sinds debuut	0,251**	0,251**	0,251**
Gem. aantal weken op hitlijst (log)	-0,326**	-0,334**	-0,325**
Aantal recensies	0,277**	0,280**	0,277**
Aantal genrelabels	0,005	-0,091	0,005
Genrelabels x indielabel	-	0,267 [^]	--
Indiegeoriënteerde publicaties	-	-	0,006
Adj. R square	0,204	0,207	0,202
N	454	454	454

Gestandaardiseerde coëfficiënten; significantie **p< .01, *p< .05, [^]p< .10

Tabel 5 OLS-regressieanalyse van het aantal weken in de Billboardlijst (log)

	Model 1	Model 2	Model 3
Indielabel	-0,249**	-0,357**	-0,173**
Aantal jaren sinds debuut	-0,189**	-0,191**	-0,144**
Gem. aantal weken op hitlijst (log)	0,669**	0,655**	0,530**
Aantal recensies	0,153**	0,156**	0,216**
Genreambigüiteit (log)	-0,082*	-0,004	-0,002
Genreamb. x major	-	-0,154*	-
Majorgeoriënteerde publicaties	-	-	0,373**
Genreamb. x majorgeoriënt. pub.	-	-	-0,143**
Evaluatieve codes (log)	0,026	0,023	0,012
Adj. R square	0,609	0,616	0,665
N	248	248	248

Gestandaardiseerde coëfficiënten; significantie **p< .01, *p< .05, [^]p< .10

Praktische classificaties

Zoals hierboven beschreven, hebben we een tweede operationalisering van ambigüiteit toegevoegd die niet de classificaties van de redacteurs van Metacritic als uitgangspunt neemt maar de genreclassificaties zoals deze voorkomen in de (quotes uit) recensies uit de meer dan vijftig verschillende publicaties. De volgende analyses zijn dan ook gedaan op een kleinere subset van 248 albums.

Tabel 5 presenteert de resultaten van de OLS-regressie met commercieel succes als afhankelijke variabele. Model 1 laat zien dat er een negatief effect is voor ambigüiteit op commercieel succes – ook als we de praktische classificaties hantieren van critici. Dit bevestigt de resultaten uit tabel 3 en laat zien dat met twee verschillende operationalisering van ambigüiteit een robuust negatief effect blijft hebben op commercieel succes. De commerciële *penalty* voor ambigue objecten lijkt daarmee ook in het popmuziekveld bevestigd. Model 2 en 3 geven daarentegen wel aan dat het effect van ambigüiteit afhankelijk is van de (toegeschreven) identiteit van het label. Model 2 laat een interactie-effect zien waarbij het negatieve effect voor ambigüiteit op commercieel succes sterker is voor major labels dan voor onafhankelijke labels. Het zijn vooral de albums die bestemd lijken voor de mainstreammarkt die gestraft worden binnen deze markt als ze geen duidelijke

lijke genre-identiteit bezitten. Dit zou het geval kunnen zijn omdat organisatievormen vaak als 'lenzen' fungeren en de verwachtingen van het publiek kleuren (Smith 2011). Het grote publiek heeft wellicht duidelijkere (en striktere) verwachtingen van de genre-identiteit van *mainstream* acts en accepteren afwijkingen van deze genreverwachtingen minder in het geval van majors dan van onafhankelijke labels. Dit wordt ook bevestigd door model 3 waarin een interactie-effect zichtbaar is tussen ambiguïteit en het gecenseerd worden door de majorgeoriënteerde pers. Ook hier blijken de negatieve consequenties van ambiguïteit sterker voor die albums die door de pers gezien worden als behorend tot het subveld van de grootschalige productie. De categorische imperatief lijkt dus inderdaad sterker gedragen te worden in het subveld van grootschalige productie.

We kunnen ons afvragen welke relatie precies bestaat tussen de ambigue classificaties van critici en de lagere waardering van deze albums door het grotere publiek. Als we veronderstellen dat het publiek zich in zijn keuzes laat leiden door het lezen van recensies, zou een mogelijkheid zijn dat deze ambigue classificaties een directe, in dit geval negatieve, invloed hebben op de waardering van het grote publiek. In de literatuur is echter geen consensus over de vraag of critici daadwerkelijk invloed hebben op het publiek (Eliashberg en Shugan 1997). Shrum (1992) is één van de weinige systematische studies naar de invloed van critici op de waardering van het publiek. Deze vindt dat deze invloed zich vooral beperkt tot de kritiek van de hoge kunsten en minder van de populaire cultuur. Een ander denkbaar scenario is dat critici en hun classificaties niet direct het grote publiek beïnvloeden maar wel de *gatekeepers* in de keten van productie naar promotie en distributie. Uit kwalitatief onderzoek blijkt dat distributeurs en *retailers* systematische lezers zijn van de muziekers en hun beslissingen om een album op te nemen baseren op hun indruk uit muziekrecensies (Brennan 2006). Gatekeepers bepalen voor een belangrijk deel wat het grote publiek te horen en te zien krijgt, en zijn dan ook verantwoordelijk voor de selectie van die albums die überhaupt commercieel succesvol zouden kunnen worden. Een minder sterke aanname zou ten slotte zijn dat de door critici ervaren ambiguïteit een voorbode is van de reacties van het grote publiek of *gatekeepers*. De ambiguïteit die critici ervaren kan dan een proxy zijn voor de genreverwarring die deze publieken ervaren, en blijkens onze analyse lager waarderen. Blijven we echter bij de aanname dat de *penalties* vooral door gatekeepers worden uitgedeeld – beïnvloed door critici of niet – dan suggereren onze resultaten dat onafhankelijke labels wellicht promotie- en distributiekanaalen gebruiken die minder door genreverwachtingen zijn gestructureerd. Majors blijven bijvoorbeeld voor een belangrijk deel gericht op promotie via de door genreformats gesegmenteerde radiostations (Rossman 2012), terwijl indies vooral promotie maken via nieuwe online platforms, tv-commercials en sociale netwerken. Het is in dit verband interessant op te merken dat genres in nieuwe media – zoals iTunes, Pandora, Youtube – een minder bepalende rol lijken te hebben. Digitale technieken maken het mogelijk consumenten informatie aan te bieden via een netwerkachtige structuur waarbij lijsten van meer of minder gelijkaardige concrete mogelijkheden worden aangeboden, en geen vooraf bepaalde categorische genrestructuur wordt opgelegd. Deze ontwikkeling zou de structuur

Tabel 6 OLS-regressieanalyse van gemiddelde kritische waardering

	Model 1	Model 2	Model 3
Indielabel	,112	,055	,126 [^]
Aantal jaren sinds debuut	,182**	,181**	,185**
Gem. aantal weken op hitlijst (log)	-,357**	-,364**	-,380**
Aantal recensies	,342**	,343**	,331**
Genre-ambigüiteit (log)	-,098	-,151	-,150*
Genre-amb. x indielabel	-	,090	-
Indiegeoriënteerde publicaties	-	-	-,188*
Genre-amb. x indiegeoriënt. pub.	-	-	,175 [^]
Evaluatieve codes (log)	,119*	,117*	,117*
Adjusted R square	,242	,246	,250
N	248	248	248

Gestandaardiseerde coëfficiënten; significantie **p < .01, *p < .05, [^]p < .10

waarop informatie over muziek wordt geconstrueerd minder op genres gebaseerd kunnen maken (Rossman 2012).

Tabel 6 bevat de resultaten van de regressieanalyses met kritische waardering als afhankelijke variabele. Model 1 laat zien dat er geen *penalty* staat op ambigüiteit in het geval van kritische waardering. Model 2 voegt hier weinig aan toe aangezien het interactie-effect tussen ambigüiteit en indielabel niet significant is maar model 3 laat echter op het 0,1-niveau wel een significant interactie-effect zien tussen ambigüiteit en gerecenseerd worden in de indiegeoriënteerde pers. Hoewel over het algemeen de indiegeoriënteerde pers albums lager waardeert, stijgt hun waardering van albums met toenemende ambigüiteit. Tabel 6 laat ook zien dat de (in)coherentie van de evaluatieve schema's van critici – de mate waarin ze esthetische codes gebruiken die meer of minder tot hetzelfde evaluatieve repertoire behoren – ook significante effecten heeft op de waardering van albums door critici. Ook hier lijkt ambigüiteit niet een negatief effect te hebben op kritisch succes, maar eerder als een vorm van 'cultural power' bij te dragen aan de waardering van muziek door recensenten. Griswold (1987) beargumenteert dat critici vaak juist een voorkeur hebben voor culturele producten die meerdere dimensies en betekenislagen hebben, en niet eenvoudig te classificeren of te evalueren zijn. Culturele objecten met 'cultural power' zijn multi-interpretabel, zonder totaal onbegrijpelijk te zijn. Ook in onze analyse lijkt de waardering van critici vooral naar deze culturele objecten uit te gaan, en met name de critici die zich oriënteren op het veld van de kleinschalige productie.

Conclusie

In dit artikel hebben we onderzocht in hoeverre de categorische imperatief sterker of zwakker is in verschillende subvelden van culturele productie. Een aantal recente studies binnen de organisatiesociologie heeft aangetoond dat organisaties (en hun producten) die niet een eenduidige categoriale identiteit hebben binnen het classificatiesysteem van hun markt, industrie of veld daarvoor een prijs beta-

len. Deze ambigue objecten worden genegeerd, lager gewaardeerd of voor een lagere prijs verhandeld (Hsu 2006a; Zuckerman 1999; Zuckerman en Kim 2003). Deze studies hebben naar eigen zeggen dankbaar gebruikgemaakt van inzichten uit de cultuursociologie in het algemeen en onderzoek naar genres in het bijzonder (Hsu en Hannan 2005). Onze doelstelling in dit paper was om dit onderzoek naar de negatieve gevolgen van ambiguïteit nog verder te verrijken met inzichten uit de cultuursociologie. Met behulp van het werk van DiMaggio (1987) en Bourdieu (1993) hebben we beargumenteerd dat de gevolgen van ambiguïteit afhankelijk kunnen zijn van de institutionele structuur en logica van het betreffende veld. Vanwege verschillen aan zowel de productie- als receptiekant zou ambiguïteit vooral negatieve gevolgen kunnen hebben voor het vergaren van commercieel succes aan de heteronome pool van het veld maar niet voor kritisch succes aan de autonome pool. De empirische analyse bevestigt inderdaad dat ambiguïteit een negatief effect heeft op het behalen van commercieel succes, en met name voor op commercieel succes georiënteerde producenten, en geen negatief of zelfs een positief effect heeft op kritisch succes, en dan vooral voor die producenten die tot het subveld van de kleinschalige productie behoren. Deze analyse laat dan ook zien dat de effecten van categoriale ambiguïteit binnen het kader van de institutionele en symbolische context begrepen moeten worden.

Door zich te baseren op inzichten uit de organisatiesociologie heeft dit onderzoek omgekeerd ook verschillende bijdrages willen leveren aan de cultuursociologie. Ten eerste is het opvallend dat ondanks de grote interesse voor symbolische grenzen en classificatiesystemen er binnen de cultuursociologie maar weinig systematische studies zijn naar de gevolgen van grensoverschrijding. Symbolische systemen worden beschreven en in kaart gebracht maar of en hoe deze geëffectueerd worden en sociale repercussies met zich meebrengen, lijkt veel minder vaak expliciet te worden onderzocht. De oproep van Lamont en Molnar (2002: 187) om meer onderzoek te doen naar de 'systematic cataloguing of the key mechanisms associated with the activation, maintenance, transposition or the dispute, bridging, crossing and dissolution of boundaries' is daarmee nog altijd van kracht. Studies naar de negatieve en/of positieve reacties op categoriale ambiguïteit kunnen hieraan een bijdrage leveren door de condities te onderzoeken waaronder grenzen worden verdedigd en waaronder *fuzziness* wordt toegestaan. Ten tweede is ondanks het rijke theoretische werk van DiMaggio (1987) comparatief onderzoek naar classificatiesystemen nog relatief beperkt. De systematische toetsing van zijn proposities over de relatie tussen veld- en sociale structuren en de karakteristieken is slechts in enkele studies uitgevoerd (zie bijvoorbeeld Janssen et al. 2010). Deze studie waarin DiMaggio's proposities over mogelijke variatie in grenssterkte tussen (sub)velden is getoetst, heeft hieraan een bijdrage willen leveren. Ten derde is binnen de cultuursociologie, en meer specifiek de kunstsociologie, sprake van een artificiële kloof tussen degenen die zich richten op de analyse van de productie van kunst en onderzoekers die de receptie van kunst onderzoeken. Classificatiesystemen zijn echter niet te begrijpen vanuit een productie- of receptieperspectief alleen (zie ook Dowd 2011). Om een voorbeeld te geven uit het werk van DiMaggio (1982), hoewel onder de Amerikaanse elite het symbolische onderscheid tussen hoge en lage cultuur begin van de negentiende eeuw

opgang maakte, bleken pogingen om het sacrale en het profane van elkaar te onderscheiden telkens te stranden op het ontbreken van producenten en organisaties die deze symbolische grenzen in de praktijk ook van elkaar scheidten. Pas met de opkomst van musea en orkesten op basis van het non-profitmodel bleek zoiets als ‘hoge kunsten’ gerealiseerd te kunnen worden, wat de elite vervolgens als cultureel kapitaal inzette bij hun pogingen om zich te onderscheiden van lagere sociale klassen. Op vergelijkbare, maar omgekeerde wijze kunnen producenten wel de ambitie hebben om grenzen tussen genres met elkaar te vermengen en de barrières tussen de kunstvormen te slechten, maar als dat niet door consumenten wordt gewaardeerd, zullen producenten gedwongen worden terug te keren naar de categorische imperatief. Producenten en consumenten houden elkaar, met andere woorden, in de greep en genreverwachtingen zijn bij uitstek een terrein waar zij elkaar treffen. Niet voor niets definieert DiMaggio (1987: 442) classificatiesystemen als ‘the way that the work of artists is divided up in the heads and habits of consumers *and* by the institutions that bound the production and distribution of separate genres’.

Tenslotte heeft dit onderzoek een algemenere bijdrage willen leveren. De laatste jaren is binnen de sociologie steeds meer aandacht voor culturele en cognitieve classificatiesystemen. Dit hangt voor een deel samen met de bredere acceptatie van het theoretisch inzicht dat de (re)productie van sociale structuren verloopt via het alledaagse proces van betekenisgeving door actoren. *Practice*-theorieën (Sewell 1992; Breiger 2000) wijzen bijvoorbeeld op de wisselwerking tussen objectieve en subjectieve structuren en beargumenteren dat de *waarnemings- en waarderingsschema's* die actoren gebruiken om orde en zin te geven aan de sociale werkelijkheid niet alleen een product zijn van sociale structuren, maar deze sociale werkelijkheid ook produceren. Ook de meest structuralistische benaderingen binnen de sociologie – zoals de netwerksociologie – hebben inmiddels de ‘dualiteit van structuur en cultuur’ omarmd en incorporeren de betekenisgeving van actoren als co-constitutief voor de sociale netwerkstructuur (Pachucki en Breiger 2010; Fuhse 2009). Door ons in dit artikel te richten op de wijze waarop cognitieve classificaties invloed hebben op de reproductie van symbolische en institutionele veldstructuren, hebben we een concrete, empirische invulling proberen te geven aan een vaak als louter theoretisch beschouwd sociologisch probleem.

Literatuur

- Bogaert, S., C. Boone en G.R. Carroll (2010) Organizational Form Emergence and Competing Professional Schemata of Dutch Accounting, 1884-1939. *Research in the Sociology of Organizations*, 31: 115-150.
- Boone, C., Declerck, C.H., Rao, H. en C. Van den Buys (2012) Out of Tune. *Poetics*, 40: 44-66.
- Bourdieu, P. (1990) *The Logic of Practice*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1993) *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.
- Bowker, G.C. en S.L. Star (2000) *Sorting Things Out*. Cambridge: MIT Press.
- Breiger, R. (2000) A Tool Kit for Practice Theory. *Poetics*, 27: 91-116.
- Brennan, M. (2006) The Rough Guide to Critics. *Popular Music*, 25(02): 221-234.

Alex van Venrooij & Vaughn Schmutz

- DiMaggio, P. (1982) Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston. *Media, Culture, and Society*, 4: 33-50.
- DiMaggio, P. (1987) Classification in Art. *American Sociological Review*, 52: 440-455.
- DiMaggio, P. (1997) Culture and Cognition. *Annual Review of Sociology*, 23: 263-287.
- DiMaggio, P. en W.W. Powell (1983) The Iron Cage Revisited. *American Sociological Review*, 48(2): 147-160.
- Douglas, M. (1966) *Purity and Danger*. London: Routledge.
- Dowd, T.J. (2004) Concentration and Diversity Revisited. *Social Forces*, 82: 1411-1455.
- Dowd, T.J. (2011) Production and Producers of Lifestyles. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 51: 113-138.
- Eijck, K. van (2001) Social Differentiation in Musical Taste Patterns. *Social Forces*, 79(3): 1163-1185.
- Eliashberg, J. en S.M. Shugan (1997) Film Critics: Influencers or Predictors? *Journal of Marketing*, 61(2): 68-78.
- Faulkner, R.R. en H.S. Becker (2009) *"Do You Know...?"* Chicago: University of Chicago Press.
- Fuhse, J.A. (2009) The Meaning Structure of Social Networks. *Sociological Theory*, 27: 51-73.
- Griswold, W. (1987) The Fabrication of Meaning. *American Journal of Sociology*, 92(5): 1077-1117.
- Hannan, M.T. en J. Freeman (1989) *Organizational ecology*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hannan, M.T., Polos, L. en G.R. Carroll (2007) *Logics of Organizational Theory: Audiences, Codes and Ecologies*. Princeton: Princeton University Press.
- Hannan, M.T. (2010) Partiality of Memberships in Categories and Audiences. *Annual Review of Sociology*, 36: 159-181.
- Hesmondhalgh, D. (2006) Bourdieu, the Media and Cultural Production. *Media, Culture & Society*, 28(2): 211-231.
- Hirsch, P. (1972) Processing Fads and Fashions. *American Journal of Sociology*, 77(4): 639-659.
- Hsu, G. en M.T. Hannan (2005) Identities, Genres, and Organizational Forms. *Organization Science*, 16(5): 474-490.
- Hsu, G. (2006a) Jacks of All Trades and Masters of None. *Administrative Science Quarterly*, 51: 420-450.
- Hsu, G. (2006b) Evaluative Schemas and the Attention of Critics in the US Film Industry. *Industrial and Corporate Change*, 15: 467-496.
- Janssen, S., Verboord, M. en G. Kuipers (2010) Classificaties in de kunstjournalistiek. *Sociologie*, 3(4): 1-33.
- Johnson, C., T.J. Dowd en C. Ridgeway (2006) Legitimacy as a Social Process. *Annual Review of Sociology*, 32: 53-78.
- Kovács, B. en M.T. Hannan (2010) The Consequences of Category Spanning Depend on Contrast. *Research in the Sociology of Organizations*, 31: 175-201.
- Lamont, M. en V. Molnár (2002) The Study of Boundaries in the Social Sciences. *Annual Review of Sociology*, 28(1): 167-195.
- Landauer, T.K., Foltz, P.W. en D. Laham (1998) Introduction to Latent Semantic Indexing. *Discourse Processes*, 25: 259-284.
- Lena, J. (2006) Social Context and Musical Content of Rap Music, 1979-1995. *Social Forces*, 85(1): 479-495.
- Lena, J. en R.A. Peterson. (2008) Culture as Classification. *American Sociological Review*, 73(5): 697-718.

- Lizardo, O. (2009) The Comparative Analysis of Organizational Forms. *Research in the Sociology of Organizations*, 26: 117-151.
- Lopes, P.D. (1992) Innovation and Diversity in the Popular Music Industry, 1969-1990. *American Sociological Review*, 57: 56-71.
- McLeod, K. (2001) Genres, Subgenres, Sub-Subgenres, and More. *Journal of Popular Music Studies*, 13: 59-75.
- McPherson, M. (1983) An Ecology of Affiliation. *American Sociological Review*, 48: 519-532.
- Mohr, J.W. (2000) *Bourdieu's Relational Method in Theory and Practice*. Paper presented at Annual Meeting of American Sociological Association, Washington D.C.
- Mohr, J.W. en H.K. Lee (2000) From Affirmative Action to Outreach. *Poetics*, 28: 47-71.
- Negro, G., Hannan, M.T. en H. Rao. (2010) Categorical Contrast and Audience Appeal. *Industrial and Corporate Change*, 19(5): 1397-1425.
- Negus, K. (1992) *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. London: Edward Arnold.
- Negus, K. (1999) *Music Genres and Corporate Cultures*. London: Routledge.
- Pachucki, M. en R.L. Breiger (2010) Cultural Holes. *Annual Review of Sociology*, 36: 205-224.
- Peterson, R.A. en D.G. Berger (1971) Entrepreneurship in Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 16(1): 97-106.
- Peterson, R.A. en D.G. Berger (1975) Cycles in Symbolic Production. *American Sociological Review*, 40(2): 158-173.
- Peterson, R. en N. Anand (2004) The Production of Culture Perspective. *Annual Review of Sociology*, 30(1): 311-334.
- Pontikes, E.G. (2012) Two Sides of the Same Coin. *Administrative Science Quarterly*, 57(1): 81-118.
- Rao, H., Durand, R. en P. Monin (2005) Border Crossing. *American Sociological Review*, 70: 968-991.
- Regev, M. (2002) The 'Pop-Rockization' of Popular Music, in: D. Hesmondhalgh en K. Negus (red.) *Popular Music Studies*. London, Oxford University Press, 251-264
- Rosch, E. (1978) Principles of Categorization. In: E. Rosch en B. B. Lloyd (red.) *Cognition and Categorization*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 27-48.
- Rossmann, G. (2012) *Climbing the Charts*. Princeton: Princeton University Press.
- Ruef, M. en K. Patterson (2009) Credit and Classification. *Administrative Science Quarterly*, 54: 486-520.
- Savage, M. (2006) The Musical Field. *Cultural trends*, 15(2): 159-174.
- Schmutz, V. (2009) Social and Symbolic Boundaries in Newspaper Coverage of Music, 1955-2005. *Poetics*, 37(4): 298-314.
- Schneiberg, M. en E.S. Clemens (2006) The Typical Tools for the Job. *Sociological Theory*, 24(3): 195-227.
- Scott, W.R. (2008) *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Sewell, W. (1992) A Theory of Structure. *The American Journal of Sociology*, 98(1): 1-29.
- Smith, E.B. (2011) Identities as Lenses. *Administrative Science Quarterly*, 56: 61-94.
- Swidler, A. (2001) *Talk of Love: How Culture Matters*. Chicago: Chicago University Press.
- Thornton, P.H., Ocasio, W. en M. Lounsbury (2012) *The Institutional Logics Perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- Venrooij, A. van (2009) The Aesthetic Discourse Space of Popular Music. *Poetics*, 37(4): 315-32.
- Venrooij, A. van en V. Schmutz (2010) The Evaluation of Popular Music in the United States, Germany and the Netherlands. *Cultural Sociology*, 4(3): 395-421.
- Zerubavel, E. (1991) *The Fine Line*. Chicago: University of Chicago Press.

Alex van Venrooij & Vaughn Schmutz

Zuckerman, E.W. (1999) The Categorical Imperative. *The American Journal of Sociology*, 104(5): 1398-1438.

Zuckerman, E.W. en T.Y. Kim (2003) The Critical Trade-off. *Industrial and Corporate Change*, 12: 27-67.