

# De consequenties van categorieën: een analyse van grensoverschrijdende genre-identiteit in de populaire muziek<sup>1</sup>

Alex van Venrooij & Vaughn Schmutz

## 1. Inleiding

Artistieke classificatiesystemen, zoals genres, spelen een belangrijke rol in de wijze waarop actoren betekenis geven binnen kunstvelden (DiMaggio 1987). Net als categorieën als ‘hoge’ en ‘lage’ cultuur, evaluatieve categorieën als ‘mooi’ en ‘lelijk’, faciliteren genre-categorieën de collectieve interactie tussen culturele producenten, consumenten en intermediairs (Becker 1982; Roy & Dowd 2010). Culturele industrieën hanteren bijvoorbeeld genres om markten te interpreteren en te ordenen (Roy 2004; Dowd 2003; Negus 1999). Critici gebruiken genre-categorieën om culturele objecten met elkaar te vergelijken en te waarderen (van Venrooij 2009; Schmutz 2009) en consumenten laten zich bij het maken van hun keuzes leiden door verwachtingen over genres of formuleren hun voorkeuren in termen van genres (Bourdieu 1984).

Hoewel classificatiesystemen het collectieve karakter van kunstvelden mogelijk maken, leggen deze ook beperkingen op aan de speelruimte van actoren. Genre-categorieën behelzen wederzijdse verwachtingen en het doorbreken van deze verwachtingen kan negatieve consequenties hebben voor de waardering en het succes van culturele producten. Met name onderzoekers binnen de economische en organisatiesociologie hebben zich – gebruikmakend van inzichten uit de cultuursociologie (Hsu & Hannan 2005) – de afgelopen jaren gericht op het onderzoeken van deze (negatieve) consequenties van het hebben van een ‘fuzzy’, ambigue identiteit – oftewel in meerdere categorieën tegelijk passen (Hannan 2010; Hsu *et al.* 2010). Hun onderzoek toont aan dat culturele producten of producenten die geen eenduidige categoriale identiteit hebben vaak gestraft worden in termen van commercieel succes (Zuckerman & Kim 2003) of waardering door publiek en critici (Hsu 2006a). Dit onderzoek biedt daarmee empirische ondersteuning voor ideeën uit de cultuursociologie over, onder meer, de negatieve reacties op ‘onclassificeerbare’ objecten (Douglas 1966) en de bewaking van symbolische grenzen (DiMaggio 1987; Lamont & Molnar 2002).

Dit artikel bouwt voort op dit recente onderzoek naar de consequenties van fuzzy identiteiten maar voegt hier een aantal elementen aan toe. Ten eerste richt het bestaande onderzoek zich voor een belangrijk deel op ‘fuzzy identiteiten’ binnen *institutionele* classificatiesystemen. Institutionele classificatiesystemen – de door semi-officiële, gezaghebbende instanties zoals bibliotheken of encyclopedieën gehanteerde classificaties – benaderen vaak 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 & Star 2000). *Praktische* of *informele* classificatiesystemen, zoals gehanteerd door actoren in de alledaagse praktijk, volgen deze logica vaak niet (Bourdieu 1990). Categorieën hebben hierin vaak poreuze grenzen, zijn niet eenduidig en objecten zijn vaak slechts tot op zekere hoogte deel van categorieën (Rosch 1978). Gezien de op zichzelf al *fuzzy* karakteristieken van praktische classificatiesystemen zouden *fuzzy* objecten hierin minder negatieve consequenties kunnen ondervinden. In classificatiesystemen waarin de grenzen tussen categorieën vaag zijn, kan grensoverschrijding wellicht minder heftige reacties geven (Ruef & Patterson 2009). Daarom richten we ons in dit onderzoek op de praktische classificatiesystemen van critici die niet het doel hebben om een overkoepelend taxonomisch systeem te creëren maar wiens classificaties vooral een praktische logica volgen.

Ten tweede richten we ons in dit artikel op een veld dat een relatief turbulent en dynamisch classificatiesysteem bezit, namelijk het veld van de populaire muziek. Veel van het bestaande onderzoek richt zich op genresystemen binnen velden zoals film (Hsu 2006a, 2006b) die gekenmerkt worden door een relatief klein aantal categorieën en bovendien relatief stabiel en weinig dynamisch zijn. Het classificatiesysteem van de populaire muziek is daarentegen zeer gedifferentieerd en is voortdurend aan verandering onderhevig (Lena & Peterson 2008). Dit roept opnieuw de vraag op of het bestaande onderzoek zich niet al te zeer heeft toegespitst op relatief sterk geïnstitutionaliseerde en gecodificeerde classificatiesystemen en of de negatieve consequenties van *fuzziness* ook te vinden zijn in classificatiesystemen die dynamisch en fluïde zijn (Rao *et al.* 2005; Ruef & Patterson 2009).

Ten derde nemen we om deze reden ook veranderingen in classificatiesystemen over de tijd mee in onze analyse. De grenssterkte tussen categorieën kan over de tijd veranderen door pogingen van actoren om elementen van categorieën met elkaar te vermengen (Rao *et al.* 2005). Het ‘contrast’ tussen categorieën (Negro *et al.* 2010) kan met andere woorden variabel zijn en door eerdere pogingen om deze te doorbreken over de tijd verzwakken.

Ten vierde gaan we uit van de gedachte dat de mogelijke negatieve consequenties van *fuzziness* niet voor alle actoren binnen een veld gelijk zijn. Rao en collega’s (2005) laten in hun studie naar het culinaire veld zien dat het combineren van genres door chefs met een hogere status in het veld minder negatief gewaardeerd wordt dan in het geval van actoren met minder symbolisch kapitaal.

In dit artikel worden de gevolgen van een fuzzy genre-identiteit onderzocht op het commerciële en kritische succes van 2951 popalbums uitgebracht in de periode

2000 tot 2007. De data zijn afkomstig van een online archief van muziekrecensies, Metacritic.com, dat recensies verzamelt uit meer dan 80 verschillende publicaties. Via een semi-automatische inhoudsanalyse en latente semantische analyse worden de *emic* genreclassificaties van popalbums in meer dan 40.000 recensies gecodeerd en geanalyseerd. Dit geeft een uiterst omvangrijk en nauwkeurig beeld van de classificaties zoals gehanteerd door critici in het veld van de popmuziek, en daarmee de gevolgen van fuzzy genre-identiteiten, op commercieel en kritisch succes.

In het volgende zullen we allereerst het belang van genrecategorieën bespreken binnen de culturele industrie van de popmuziek. Daarna bespreken we het recente onderzoek uit de organisatiesociologie naar de mogelijk negatieve gevolgen van fuzzy identiteiten. Vervolgens richten we ons op de vraag hoe de karakteristieken van classificatiesystemen – die tussen velden kunnen verschillen en over de tijd kunnen veranderen – van invloed kunnen zijn op dit mechanisme, en waarom in dit licht onderzoek naar de consequenties van categorieën binnen het popmuziekveld gewenst is. Hier bespreken we ook hoe de status van actoren dit mechanisme kan beïnvloeden. In paragraaf 3 bespreken we de dataverzameling, constructie van variabelen en de latente semantische analyse die noodzakelijk is om zowel dicht bij de *emic* categorisering van critici te blijven als ook de fuzziness van deze classificaties niet te overschatten. In paragraaf 4 analyseren we de resultaten van regressieanalyses van de invloed van fuzziness op commercieel en kritisch succes van albums. We eindigen met de hoofdconclusies van onze analyses en bespreken mogelijkheden tot verder onderzoek.

## 2. Theoretische achtergrond

### 2.1. Genres in culturele industrieën

Het belang van genrecategorieën in populaire muziek, en de mogelijk negatieve gevolgen van een fuzzy genre-identiteit, valt te begrijpen binnen het filter-flow model van Hirsch (1972). Hirsch 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 een moment van selectie plaatsvindt waarbij een deel van de culturele producten doorgelaten wordt en een ander deel niet. 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.

Het eerste filtermoment bestaat tussen de 'pool' van (potentiële) artiesten die muziek maken en degene die door Artist & Repertoire-managers een kans wordt gegeven een album te maken voor een label of platenmaatschappij. Genres spelen een belangrijke rol in dit selectiemoment. In de woorden van Simon Frith (1993, 75-76): "Genre distinctions are central to how record company A&R de-

partments work. The first thing asked about any demo tape or potential signing is what *sort* of music is it". Hoewel artiesten zelf liever niet in genre-categorieën geplaatst willen worden, is het ontwijkend antwoorden op deze vraag volgens verschillende bronnen niet bevorderlijk voor het krijgen van platencontracten (Negus 1999; Brennan 2006).

Een tweede filtermoment ontstaat in de competitie om 'surrogate consumers' zoals radio en muziektijdschriften. In de muziekindustrie zijn de productiekosten van albums over het algemeen laag vergeleken met de kosten verbonden aan marketing. Echter, vanwege de hoge mate van onzekerheid over welke producten wel of niet succesvol zullen zijn, zijn platenmaatschappijen geneigd om het marketingbudget vooral te gebruiken voor de grote sterren en voor het overgrote deel van hun output te vertrouwen op de 'gratis' marketing die 'surrogate consumers' als radio en media kunnen verzorgen. Eén van de opvallendste kenmerken van het Amerikaanse popmuziekveld is daarbij de sterke segmentatie van radioformats naar genre. Voor de verspreiding van muziek op de radio, en daarmee onder het grote publiek, blijkt een duidelijke genre-identiteit belangrijk. In zijn studie naar diffusiepatronen van popsongs laat Rossman (2012) zien dat singles die duidelijk passen binnen bestaande genres zich sneller over radiostations verspreiden, en daarmee een groter publiek bereiken, dan songs die niet voldoen aan de genreconventies. Net als andere actoren in het veld proberen radiostations onzekerheid te verkleinen door te kiezen voor songs die herkenbaar zijn en niet te veel afwijken van wat als geaccepteerde genreconventies gelden. Platenlabels stellen zich hier op in door zich te ook intern te organiseren langs genrelijnen en artiesten zo duidelijk mogelijk te categoriseren in een van de geaccepteerde genres om zo het succes in het verkrijgen van 'airtime' te vergroten (Negus 1992).

Naast radio zijn tijdschriften en magazines een andere belangrijke 'surrogate consumer' voor platenlabels. Labels richten ook hier hun promotieactiviteiten op deze bemiddelaars in plaats van direct op het publiek. Dit kan de vorm aannemen van het toezenden van promotionele cd's vergezeld van *press kits* – waarin biografische achtergrondinformatie, genreclassificaties of verwijzingen naar eerder succes worden opgenomen om recensenten ervan te overtuigen een recensie te plaatsen (Lena 2009). Hoewel de invloed van de muziekers op consumenten waarschijnlijk minder groot is dan de invloed van radio (Shuker 1994, 93), blijkt uit interviews met artiesten en labels dat deze de gevolgen van (het ontbreken van) aandacht in de muziekers wel degelijk ervaren (Brennan 2006). Voor distributeurs en verkopers is media-aandacht vaak een voorwaarde voor het opnemen van een album in de schappen. Bovendien blijkt uit kwalitatief onderzoek dat het volgens artiesten en labels niet alleen voldoende is om aandacht te krijgen van de pers, maar ook in de juiste bladen – dat wil zeggen in de bladen gericht op het publiek en genre dat beoogd wordt (Brennan 2006). Deze rol van media-aandacht kan echter – zoals we zo dadelijk zullen beargumenteren – wel groter zijn voor artiesten die aan het begin van hun carrière staan en relatief onbekend zijn dan voor de 'sterren' die al een reputatie hebben verworven en/of door eigen marketing van labels worden gesteund.

De belangrijkste conclusie tot nu toe is echter dat de selectie, classificatie en waardering van culturele producten door 'surrogate consumers' zoals critici een belangrijk 'moment' is in de keten van productie naar consumptie. Onder omstandigheden van onzekerheid bieden genres de geaccepteerde, legitieme modellen voor routines en 'rules of thumb' bij het maken van keuzes door de verschillende 'gatekeepers' in het hierboven beschreven selectieproces (Bielby & Bielby 1994; Franssen & Kuipers 2011). Genres bestaan uit gedeelde conventies en wederzijdse verwachtingen die de interactie tussen verschillende actoren coördineren en faciliteren (Becker 1982; Roy & Dowd 2010). Culturele producten die zich niet houden aan bestaande genres worden gezien als illegitiem, verhogen de onzekerheid, brengen extra 'transactiekosten' met zich mee en stuiten daarom op verzet. Conformisme aan bestaande modellen is daarmee over het algemeen de uitkomst van het filter-flow proces en bestaande genres worden op deze wijze in de praktijk herbevestigd.

## 2.2. De categorische imperatief

Hoewel het belang van conformisme aan bestaande, *taken-for-granted* categorieën afgeleid kan worden uit het collectieve karakter van culturele productie is systematisch onderzoek naar de negatieve consequenties van categorische ambiguïteit binnen de cultuursociologie in engere zin relatief schaars (maar zie Bielby & Bielby 1994; Rossman 2012). Vooral binnen de organisatie- en economische sociologie heeft het onderzoek naar de consequenties van categorieën echter de laatste jaren een hoge vlucht genomen (voor overzichten zie Hsu *et al.* 2010; Hannan 2010). Het is deze literatuur waarop we ons in dit artikel voor een belangrijk deel baseren.

Uitgangspunt van deze literatuur is de neo-institutionele theorie die betoogt dat organisaties voor hun succes afhankelijk zijn van de acceptatie en legitimatie in de ogen van invloedrijke actoren op veldniveau (DiMaggio & Powell 1983; Johnson *et al.* 2006). Organisaties die passen binnen de modellen en categorieën die legitimerende instanties – zoals de overheid, professionele associaties, *rating agencies*, critici, enzovoort – als vanzelfsprekend en legitiem beschouwen, ontwikkelen en verspreiden zich beter en sneller dan organisaties die afwijken van de geaccepteerde modellen.

Een belangrijke empirische toets van dit mechanisme is te vinden in het werk van Zuckerman (1999). In zijn onderzoek naar de financiële markt – een markt waarin analisten een intermedieërende en legitimerende rol vervullen – laat Zuckerman (1999) zien hoe een 'mismatch' tussen de identiteit van een bedrijf en de door deze analisten gehanteerde categorieën een negatief effect heeft op de waarde waarop het bedrijf wordt verhandeld. Bedrijven die niet passen binnen de categorieën van deze 'legitimerende actor' worden vaker genegerd en betalen daarvoor uiteindelijk een prijs – een 'illegitimacy discount'. Zuckerman (1999) toont met andere woorden de werking van een 'categorisch imperatief' aan: een duidelijke categorische identiteit binnen de geldende categorieën van de markt is

een voorwaarde voor succes binnen die markt. Zuckerman en Kim (2003) vinden een vergelijkbaar mechanisme in de markt voor bioscoopfilms. Ook in deze markt spelen intermediairs – in dit geval filmcritici – een rol in het verlenen van een legitieme identiteit aan producenten en producten. Zuckerman en Kim (2003) laten ook hier zien dat de ‘juiste’ classificatie van films als ofwel behorend tot de ‘major’ of ‘independent’ markt van invloed is op het successieve succes in een van beide markten. Dit geldt met name voor ‘indie’ films waarvan de identiteit minder vaststaat dan voor major films en de macht van critici in het legitimeren van een film als behorend tot een van beide marktsegmenten groter is.

Ook Hsu (2006a) onderzoekt de invloed van classificaties op succes in de markt voor bioscoopfilms. Zij richt zich echter op de directe invloed van fuzzy genre-identiteit op de omvang en waardering van zowel het ‘gewone’ publiek als de kritische pers. Haar onderzoek toont aan dat films met een fuzzy genre-identiteit – afgemeten aan de genreclassificatie door websites als IMDB en Rotten Tomatoes – enerzijds wel een groter publiek weten te bereiken en meer media-aandacht kunnen genereren (waarschijnlijk door meerdere smaakposities aan te spreken) maar anderzijds lager worden gewaardeerd door het publiek en de pers.<sup>2</sup> Deze ‘trade-off’ ontstaat volgens Hsu (2006a) enerzijds doordat het combineren van genres betekent dat een producent zich moet bekwamen in meerdere genres en daardoor een minder goed product kan leveren (het ‘jack of all trades, master of none’-syndroom). Anderzijds zorgt de combinatie van verschillende genreconventies in één film voor verwarring bij publiek en pers die om deze reden de film minder zullen waarderen (vgl. Hsu *et al.* 2009).

Onderzoek naar de consequenties van fuzzy classificaties is naast financiële markten en film uitgebreid naar andere terreinen, waaronder wijn (Negro *et al.* 2010), restaurants (Kovács & Hannan 2010), software (Pontikes 2012). Het is echter opvallend dat tot nu toe nog geen studies zijn verricht binnen het veld van de populaire muziek. Deels heeft dit te maken met de beschikbaarheid van databronnen zoals IMDB en Rotten Tomatoes die onderzoek naar een vergelijkbare culturele industrie als film aantrekkelijker hebben gemaakt. Ook is het aantal films dat jaarlijks wordt uitgebracht veel kleiner dan het aantal popalbums en wordt een veel groter deel van alle films gerecenseerd door filmcritici (Roger Ebert alleen al recenseerde bijvoorbeeld 71% van alle in Amerika geproduceerde films, Hsu 2006b, 474), wat het mogelijk maakt om de effecten van genreclassificaties op de gehele populatie te analyseren. Mogelijke verschillen in de dimensies van classificatiesystemen waarbinnen grensoverschrijding plaatsvindt, maakt een onderzoek naar het popmuziekveld echter wel relevant.

### 2.3. De dimensies van classificatiesystemen

De hierboven genoemde studies bestuderen de gevolgen van fuzziness in velden en markten waarin het classificatiesysteem relatief sterk geïnstitutionaliseerd is. Ruef en Patterson (2009) hebben echter beargumenteerd dat in minder sterk

geïnstitutionaliseerde classificatiesystemen de fuzziness van objecten in principe op minder negatieve consequenties hoeft te rekenen. Als de grenzen tussen categorieën in classificatiesystemen zwak en niet oppositioneel zijn dan heeft het overschrijden van deze grenzen geen serieuze gevolgen. Met andere woorden, als 'categorische ambiguïteit' hoog is dan hoeft 'object ambiguïteit' niet negatief, maar eventueel zelfs positief beoordeeld te worden, als een vorm van innovatie of het begin van een nieuwe categorie waarvoor nog geen naam bestaat (Rao *et al.* 2005; Pontikes 2012).

Om het dynamische karakter van classificatiesystemen te incorporeren is door onder meer Hannan en collega's (2007) en Negro en collega's (2010) het concept 'categorisch contrast' geïntroduceerd. Een categorie heeft een hoog contrast als de objecten die in de categorie vallen uitsluitend in deze categorie te plaatsen zijn. Een categorie heeft een laag contrast als de objecten die 'lid' zijn van deze categorie ook in andere categorieën vallen. Ook is het bij categorieën met hoog contrast duidelijker wat de elementen van objecten zouden moeten zijn om in de categorie geïnclassificeerd te kunnen worden, en de objecten in de categorie bezitten een groot deel van deze elementen. In categorieën met laag contrast overlappen de elementen veel meer met andere categorieën waardoor objecten niet binnen of buiten categorieën vallen, maar slechts voor een deel als lid van een bepaalde categorie worden gezien. Kovács en Hannan (2010) laten dan vervolgens zien dat de negatieve consequenties van fuzziness afhankelijk is van de mate van 'contrast' tussen categorieën. Het overschrijden van contrastrijke categorieën roept sterkere reacties op dan het overschrijden van categorieën met minder sterk contrast. Dit betekent met andere woorden dat de karakteristieken van het classificatiesysteem waarbinnen een object geplaatst wordt in de analyse moet worden meegenomen.

Binnen de cultuursociologie heeft DiMaggio (1987) verschillende proposities opgesteld over invloeden op de karakteristieken van classificatiesystemen. Hij maakt een onderscheid tussen differentiatie (hoeveel verschillende categorieën in een classificatiesysteem worden onderscheiden), hiërarchie (de mate waarin categorieën meer status en prestige hebben dan andere), universaliteit (in welke mate er consensus bestaat over de classificaties) en grenssterkte (in welke mate de grenzen tussen categorieën worden bewaakt en grensoverschrijdingen tot negatieve reacties leiden). Deze karakteristieken van classificatiesystemen kunnen zowel tussen velden als ook over de tijd binnen velden verschillen en veranderen.

Als we het classificatiesysteem van film vergelijken met dat van popmuziek kunnen we vaststellen dat het classificatiesysteem van populaire muziek gedifferentieerder is dan dat van film. Hsu (2006a) beschrijft dat films in 17 genres te categoriseren vallen, terwijl in popmuziek het aantal genres met gemak het aantal van 60 passeert (Lena & Peterson 2008). Deze hoge mate van differentiatie in het veld van de populaire muziek kan verschillende oorzaken hebben. Ten eerste is, van de consumptiekant, popmuziek relevanter als middel voor het afbaken van sociale grenzen dan film. Volgens DiMaggio (1987) kan differentiatie

gedreven worden door de behoefte aan rituele classificaties die gebruikt worden om groepsgrenzen te onderscheiden. Aangezien muziek, en popmuziek in het bijzonder, een belangrijk middel is tot sociale differentiatie zou om deze reden het classificatiesysteem van popmuziek verfijnder kunnen zijn (DiMaggio 1987; McLeod 2001). Ten tweede is, van de productiekant, het veld van de populaire muziek toegankelijker voor producenten dan film en daarmee is de competitie tussen artiesten en de druk om zich te differentiëren groter dan in de filmwereld. DiMaggio (1987, 451) suggereert dat classificatiesystemen om deze reden sterker gedifferentieerd zullen zijn in velden met lagere *entry barriers*. De hogere mate van collectieve afstemming noodzakelijk voor het maken van film en de hogere risico's verbonden aan het maken van een film kunnen de houdgreep van genreconventies ook versterken.

De hoge mate van differentiatie in het popmuziekveld kan gepaard gaan met een afname in de universaliteit en de grenssterkte van het classificatiesysteem. Een van DiMaggio's (1987, 448) stellingen luidt 'the more differentiated the system of classifications, the less universal'. Er zal waarschijnlijk meer consensus bestaan over de classificatie van een artiest als 'rock', dan over de classificatie als 'garage-punk'. Hoe verfijnder de classificaties, hoe meer idiosyncratisch hun betekenis en hoe minder duidelijk de 'extensie' zal zijn van de categorie. Competitiedruk tussen artiesten kan ook de grenssterkte tussen categorieën verlagen. In hun zoektocht naar innovatie kunnen producenten gebruik maken van de strategie tot 'hybridisering' (Regev 2002) of 'bridging' (Roy 2004) waardoor grenssterkte tussen categorieën afneemt. Nieuwe categorieën ontstaan vaak uit de hybridisering van bestaande categorieën, zoals in het geval van rock 'n' roll (Ennis 1992). Om deze redenen zou fuzziness in populaire muziek in vergelijking met film wellicht tot minder negatieve reacties kunnen leiden.

De karakteristieken van classificatiesystemen binnen een veld kunnen echter ook over de tijd veranderen (Hsu *et al.* 2008). De grenssterkte tussen categorieën kan verminderen als actoren een proces van erosie in werking zetten door elementen van categorieën met elkaar te vermengen, en deze strategie vervolgens via imitatiemechanismen worden overgenomen door anderen binnen het veld. Deze processen van grenserosie worden waarschijnlijk vooral geïnitieerd door actoren met een hoge status binnen het veld (Podolny 2005; Rao *et al.* 2005).

#### 2.4. Status en grensoverschrijding

Actoren met meer status zijn minder gebonden aan sociale verwachtingen en hebben meer ruimte om af te wijken van genreconventies (Podolny 2005). Bovendien worden de strategieën van actoren met meer status vaak overgenomen door actoren met minder status aangezien zij zichtbare voorbeelden zijn binnen culturele velden. In hun studie naar het culinaire veld vinden Rao en collega's (2005) dat chefs met meerdere Michelinsterren minder gebonden zijn aan culinaire genrecategorieën en minder negatief beoordeeld worden als zij elementen



van verschillende categorieën met elkaar vermengen. De negatieve consequenties van grensoverschrijding gelden met andere woorden minder voor actoren met een hoge status in het veld dan voor actoren met minder status, voor wie de ‘categorische imperatief’ sterker geldt. Een vergelijkbaar resultaat is gevonden voor jazzmuzikanten (Pinheiro & Dowd 2009). Voor beginnende jazzmuzikanten loont het om zich te specialiseren in enkele categorieën omdat ‘generalisme’ in dit stadium van de carrière een signaal is van incompetentie, maar voor jazzmuzikanten later in hun carrière is ‘generalisme’ juist belangrijk omdat deze anders worden gezien als een ‘one trick pony’.

In de popmuziek lijken gevestigde artiesten ook minder beperkt te worden door genres. De informatie die genres bieden aan consumenten over de identiteit en conventies van muziek lijken vooral belangrijk voor artiesten die relatief onbekend zijn. Gevestigde artiesten worden daarentegen vaak gezien als ‘beyond genre’ of als een genre op zichzelf (Hesmondhalgh 1998). Een van de respondenten van Brennan (2006, 227) zegt daarover het volgende: “There is this never-ending need that critics and editors at magazines have to fit things into a category. Unless you get the rare case, someone like Beck, someone like Björk, who have managed due to perseverance to just transcend it all – ‘well, she’s just Björk’, ‘he’s just Beck’. You just have to say their names and you’ve got it”. Genre-fuzziness zou dus vooral negatieve consequenties kunnen hebben voor niet-gevestigde artiesten die hun naam nog moeten maken in het veld.

### 3. Data en methode

In dit artikel worden de gevolgen van een fuzzy genre-identiteit onderzocht op het commerciële en kritische succes van 2951 popalbums uitgebracht in de periode 2000 tot 2007. De data zijn afkomstig van een internetwebsite Metacritic die recensies van popmuziekalbums verzamelt, archiveert en toegankelijk maakt voor een groot publiek. Vergelijkbaar met websites zoals Rotten Tomatoes voor films, is Metacritic een voorbeeld van door consumenten geraadpleegde ‘metasites’ – of judgments devices (Karpik 2010) – die richting en hulp bieden bij het maken van keuzes tussen ‘experiential goods’ zoals films, boeken, muziekalbums. Metacritic verzamelt sinds het jaar 2000 albumrecensies uit meer dan 80 verschillende publicaties, waaronder nationale kranten in de VS en Engeland (*Los Angeles Times*, *The New York Times*, *The Guardian*), tijdschriften als *Village Voice*, *Rolling Stone*, *Vibe*, *NME* en digitale publicaties als *Pitchfork*. De gekozen publicaties zijn volgens Metacritic de meest invloedrijke en gerespecteerde bronnen voor muziekrecensies binnen het popmuziekveld. Metacritic neemt in haar database albums op waarvan in drie of meer van deze publicaties een recensie verschijnt.

Voor elk album in de dataset verzamelt Metacritic de volgende informatie. Ten eerste geeft het de algemene identificerende informatie over de naam van de ar-

tiest, het album, het label waarop het album is uitgekomen, de releasedatum, en de titels van de publicaties waarin een recensie is verschenen. Ten tweede krijgt iedere recensie een score op een schaal van 0-100. Deze score is ofwel gebaseerd op de score die de publicatie zelf aan het album heeft gegeven, ofwel geven redacteuren van Metacritic zelf een score op basis van hun lezing van de recensie. Ten derde classificeert Metacritic zelf het album in maximaal 4 genres. Ten vierde toont Metacritic 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).

We verzamelden deze data voor alle 3252 albums en 47.230 recensies uit de Metacritic-database in de jaargangen van 2000 tot 2007.<sup>3</sup> Voor het vaststellen van onze belangrijkste variabele (de genrefuzziness per album)- biedt deze dataset verschillende mogelijkheden. Net als Hsu (2006a) is het mogelijk om gebruik te maken van de genreclassificaties door Metacritic editors. Dit heeft echter enkele nadelen. Ten eerste privilegieert dit de genreclassificaties van één enkel actor in het veld, namelijk Metacritic zelf. Ten tweede zijn de genreclassificaties van Metacritic een voorbeeld van *institutionele* classificatiesystemen die vaak eenvoudiger, diffusere categorieën hanteren, om op deze wijze een zo universeel mogelijke classificatie van albums te geven. Door algemene classificaties te gebruiken zoals ‘rock’ of ‘hip-hop’ onderschat het waarschijnlijk de differentiatie en de ‘feine Unterschiede’ van de *praktische* classificaties die in het veld zelf worden gehanteerd. Vergelijkbaar met de kritiek op de grofmazige categorieën in studies naar culturele consumptie (Holt 1997) zouden we kunnen zeggen dat de institutionele classificatiesystemen te veel informatieverlies opleveren. Voor het onderzoeken van genrefuzziness in de ogen van critici opteren we in dit artikel daarom voor het gebruiken van de *emic* categorisering van de critici zelf, zoals deze in de quotes uit hun reviews zichtbaar zijn.<sup>4</sup> Een inductief onderzoek naar *emic* classificaties brengt echter wel de nodige methodologische uitdagingen met zich mee. De belangrijkste daarvan zullen we hieronder toelichten.

De meest voor de hand liggende uitdaging ligt in het feit dat de *emic* classificaties van critici besloten liggen in de ongestructureerde vorm van een omvangrijke hoeveelheid tekst. Om alle 47.230 review quotes op een systematische wijze te coderen op het voorkomen van genreclassificaties is daarom gebruik gemaakt van een in SAS geschreven computerprogramma (Mohr 1994). Dit programma leest de quotes en geeft op basis van een lijst van genretermen per quote aan of een genreterm voorkomt of niet. Deze lijst met genretermen is geconstrueerd in een iteratief proces van coderen en hercoderen. Het startpunt voor dit proces waren de genretermen die door een eerdere handmatige codering zijn verkregen van alleen de recensies uit 2004 (Van Venrooij & Schmutz 2013), aangevuld met de lijst van alle genretermen die door de encyclopedie *Allmusic guide* worden genoemd. Omdat we er niet vanuit kunnen gaan dat deze lijst volledig is – de

lijst met genres uit 2004 kan bijvoorbeeld genres missen die voordien en daarna werden gebruikt in het discourse van critici en *Allmusic Guide* bevat alleen relatief sterk geïnstitutionaliseerde genretermen – zijn de quotes verder doorzocht op additionele (en variaties op reeds meegenomen) genretermen die vervolgens aan de lijst zijn toegevoegd. Ten eerste zijn hiervoor *keyword-in-context* analyses gedaan van alle bekende genretermen waardoor variaties van het gebruik van genretermen én nieuwe genretermen aan de lijst konden worden toegevoegd.<sup>5</sup> Ten tweede zijn vervolgens steekproefsgewijs quotes doorgenomen totdat dit iteratieve proces uiteindelijk geen extra genretermen meer opleverde.

Een andere uitdaging ligt in de hoge mate van differentiatie van *emic* classificaties. Het ‘naturally occurring discourse’ van critici bevat een zeer rijke schakering aan categorieën, meer dan welke ons bekende lijst van popgenres dan ook. De door ons inductief geconstrueerde lijst van genretermen bevat uiteindelijk meer dan 1000 verschillende (variaties van) genretermen met onder meer samengestelde categorieën (‘neopsychedelic indiefolk’, ‘blue-eyed discofunk’, ‘punkfunk’), naar geografische locatie of tijdsperiode gespecificeerde classificaties (‘british heavy metal’, ‘classic pop’) en enkelvoudige genretermen (‘rap’, ‘rock’, ‘pop’).<sup>6</sup>

Niet alle genretermen komen even vaak voor, en we hebben besloten in de volgende analyses alleen de genretermen mee te nemen die in 10 of meer recensies worden gebruikt.<sup>7</sup> Dit is niet slechts een pragmatische overweging. We hebben hier twee inhoudelijke redenen voor. Ten eerste garandeert een zekere minimale gebruiksfrequentie dat we afwijkend en idiosyncratisch taalgebruik van recensenten – die daarmee de differentiatie in categorieën verhogen – niet interpreteren als genrefuzziness. Genretermen die minder dan 10 keer voorkomen hercoderen we om deze reden als behorend tot een genre dat wel een frequentie had van 10 of meer (‘White boy soul’ werd bijvoorbeeld gehercodeerd als ‘blue eyed soul’). Ten tweede is een minimale gebruiksfrequentie een indicatie dat we te maken hebben met een, tot op zekere hoogte, geïnstitutionaliseerde genreterm (vgl. Hannan *et al.* 2007). Dit is met name van belang in het geval van genretermen die bestaan uit samentrekkingen zoals ‘punk-funk’ of ‘folk-rock’. Het gebruik van deze samengestelde genretermen roept de vraag op of de classificatie van een album met een dergelijk label wijst op de categorisering in een enkel, zelfstandig genre of in een combinatie van meerdere genres – en daarom van fuzziness. Dit is een algemener probleem in de studie van genrefuzziness: nieuwe genres komen vaak voort uit de hybride combinatie van andere genres (Lena & Peterson 2008). Ook genres die we nu als zelfstandige categorieën beschouwen zoals ‘rock ‘n’ roll’ zijn de uitkomst van het fuseren van genres als country en R&B (Ennis 1992). Voor de studie van genrefuzziness levert dat echter de vraag op op welk moment een proces van *hybridisering* van meerdere genres uitkristalliseert tot een *zelfstandig* genre zodat we een classificatie van een album of artiest als rock ‘n’ roll niet langer zien als een combinatie van country en R&B, maar als een volledige lid van de nieuwe categorie.<sup>8</sup> De invoering en acceptatie van een nieuwe term is vaak het sluitstuk van dit proces van hybridisering en

kan als markering dienen van het ontstaan van een nieuwe zelfstandige categorie (Hsu & Hannan 2006: 486; Lena & Peterson 2008).<sup>9</sup> Maar in veel gevallen – zoals ‘punk-funk’ of ‘folk-rock’ – is de hybride oorsprong van het genre in de term zelf nog altijd aanwezig. Ook hier is ons uitgangspunt dat als het gebruik van dit soort combinatietermen een minimale frequentie heeft bereikt wij ervan uit kunnen gaan dat deze als *zelfstandig* genre erkend worden en dus niet een voorbeeld is van grensoverschrijding *tussen* twee genres. Om deze reden zijn genre termen die bestaan uit een samentrekking van twee of meerdere genres maar minder dan 10 keer voorkomen (bijvoorbeeld ‘countryfunk’) gehercodeerd in de zelfstandige genres (‘country’ en ‘funk’). Uiteindelijk leverde dit 152 verschillende genres op die zijn meegenomen in de analyse.<sup>10</sup>

Maar ook tussen deze 152 genres kunnen echter nog semantische en esthetische gelijkenissen bestaan. Hoewel bijvoorbeeld ‘rap’ en ‘hip-hop’ beide vaker dan 10 keer worden gebruikt – en om deze reden in principe als twee zelfstandige categorieën aangemerkt worden – is het in dit geval vrij duidelijk dat hier sprake is van synoniemen. We hebben echter niet gekozen om mogelijke synonieme categorieën handmatig samen te voegen. Ten eerste om zo dicht mogelijk bij het taalgebruik van recensenten te blijven en ten tweede om niet te zeer te vertrouwen op de kennis van de onderzoeker over de relaties tussen gebruikte termen in het veld en zo veel mogelijk te werken op basis van objectieve criteria. Categorieën zijn in dit stadium slechts samengevoegd in enkele uitzonderlijke gevallen zoals bij afkortingen (‘pop’ en ‘pop music’ zijn bijvoorbeeld samengevoegd). We zullen hieronder de procedure beschrijven die moet voorkomen dat we classificaties met synonieme categorieën verwarren met genrefuzziness. Deze procedure verdisconteert tegelijkertijd ook de mogelijkheid van esthetische relaties tussen genres. Genre categorieën kennen een onderlinge structuur en kunnen behoren tot dezelfde clusters of ‘streams’ (Ennis 1992; Lena & Peterson 2008). Onderzoek naar institutionele classificatiesystemen maakt over het algemeen gebruik van classificaties op dit ‘hoogste’ niveau van clusters om op deze manier het wederzijdse contrast tussen de categorieën te garanderen waardoor een combinatie van categorieën ook daadwerkelijk een indicatie is van grensoverschrijding. Vanwege de meer gedifferentieerde structuur van de *emic* classificaties in onze data dienen we echter rekening te houden met deze ‘esthetische clustering’ van genre termen. De genrefuzziness van een album dat wordt geclassificeerd met meerdere genres uit hetzelfde cluster (‘R&B’, ‘soul’, ‘funk’) zou idealiter lager moeten worden ingeschat dan een album dat door recensenten met een combinatie van ‘contrastvolle’ genres uit verschillende clusters wordt geclassificeerd (‘blues’, ‘techno’, ‘country’). Onze operationalisering van genrefuzziness verdisconteert zowel deze semantische als esthetische gelijkenissen door gebruik te maken van onderliggende patronen in onze dataset zelf. Hierdoor hoeven we zelf als onderzoekers geen – veelal subjectieve – inschatting te maken van welke genres meer of minder met elkaar in relatie staan. Voor een meer systematische en betrouwbare analyse van deze betekenisvolle relaties kunnen we

gebruik maken van mathematische technieken gebruikt binnen de 'measurement of meaning' (Mohr 1998).

De door ons gehanteerde procedure gaat uit van de gedachte, à la Wittgenstein, dat betekenis ligt in het gebruik. Genre termen die vaker in dezelfde context worden gebruikt – in dezelfde zin of quote of voor de beschrijving van hetzelfde object – kunnen worden verondersteld semantische of esthetische gelijkenissen te vertonen. Een simpele genres x genres matrix met in de cellen het aantal keren dat twee genres in dezelfde context worden gebruikt kan dan een mathematische representatie geven van deze onderlinge relaties tussen genres. Deze eenvoudige 'co-occurrence' matrix heeft echter het nadeel dat het geen rekening houdt met verschillen in de frequentie waarmee genre termen worden gebruikt. Twee genres die beide 100 keer voorkomen maar slechts 10 keer in dezelfde context, krijgen bijvoorbeeld dezelfde 'similarity score' als twee genres die beide slechts 10 keer voorkomen maar altijd samen in dezelfde context. De veelgebruikte Jaccard maat standaardiseert de gelijkenis tussen twee genres met een waarde tussen 0 en 1 door het aantal keren dat A en B *samen* voorkomen te delen door het totaal aantal keren dat A en B apart en A en B samen voorkomen. In het genoemde voorbeeld zou de eerste overlap tussen twee genres de Jaccard index van  $10/190 = 0,05$  krijgen en de tweede overlap een waarde van 1. Op basis van deze genre x genre matrix met Jaccard scores zouden we dan vervolgens de genrecombinaties per album kunnen wegen. Hoe hoger de Jaccard index van een genrecombinatie, hoe lager de bijdrage aan genrefuzziness van deze genrecombinatie.

Als we hier zouden stoppen dan zouden we de genrecombinaties alleen wegen op basis van hun *manifeste* overlap. We kunnen echter nog een stap verder gaan en de diepere, *latente* relaties tussen genres incorporeren (Mohr 1998). Twee termen die bijvoorbeeld synoniem zijn hoeven namelijk niet in dezelfde context voor te komen. Sterker nog, synonimiteit impliceert juist dat termen voor elkaar gesubstitueerd kunnen worden en daarom niet noodzakelijk in dezelfde context gebruikt hoeven worden. Het is echter wel waarschijnlijk dat synoniemen *indirect* – via hun gemeenschappelijke relaties tot andere termen – met elkaar in verband staan. Om een hypothetisch voorbeeld te gebruiken: 'hip-hop' en 'rap' scoren wellicht niet hoog op 'co-occurrence' maar worden beide wel vaak in verband gebracht met 'R&B'. Deze twee genres zijn met andere woorden in een netwerk van relaties via andere genres met elkaar verbonden. Het oogmerk is dan om ook deze latente relaties te verdisconteren in onze maat voor genrefuzziness.

Een *multidimensional scaling analyse* (MDS) kan hiervoor worden gebruikt. Een MDS-analyse neemt een  $N \times N$  matrix met daarin informatie over de gelijkenissen tussen  $N$ -objecten (bijvoorbeeld onze genre x genre matrix) en vertaalt deze gelijkenissen tussen objecten tot Euclidische afstanden in een gemeenschappelijke ruimte met enkele dimensies. Als objecten in de originele matrix een hoge mate van gelijkenis hebben dan positioneert de MDS deze objecten dicht bij elkaar en als ze minder gelijkenis vertonen worden ze verder van elkaar gepositioneerd. Het doel daarbij is om tegelijkertijd de onderlinge gelijkenissen tussen *alle* objecten zoveel mogelijk te behouden en de onderliggende dimensies

te vinden in de patronen van gelijkenissen. Een stresswaarde geeft daarbij aan hoezeer de projectie van de MDS in de laag-dimensionale ruimte afwijkt van de oorspronkelijke inputmatrix.<sup>11</sup> Als de projectie binnen een acceptabele niveau van de stresswaarde blijft, betekent dit dat de MDS, op basis van een onderliggende structuur in de relaties tussen objecten, de complexiteit van de relaties heeft weten 'samen te vatten' in de dimensies van de laag-dimensionale ruimte. In ons geval is de MDS-analyse in staat de relaties tussen de 152 genres terug te brengen tot een projectie in 6 dimensies.<sup>12</sup> De Euclidische distantie tussen de genres in deze 6-dimensionale ruimte kan dan als een maat voor de distantie tussen genres worden genomen waarin de directe en indirecte relaties tussen genres zijn verdisconteerd.<sup>13</sup>

Voor ieder album berekenen we dan de 'genre-fuzziness' als volgt. Voor iedere combinatie van de genres waarmee een album is geclassificeerd berekenen we de Euclidische distantie in de MDS projectie en we nemen dan vervolgens de gemiddelde distantie van alle genrecombinaties per album (vergelijk Pinheiro & Dowd 2009). Deze procedure voeren we dan vervolgens uit voor afzonderlijke periodes van twee jaar. Op deze wijze berekenen we de (latente) gelijkenissen tussen genres telkens op basis van de data over het gebruik van genres in het jaar van analyse plus het jaar daarvoor. Alleen voor de albums uit 2000 is de data van een enkel jaar gebruikt. De reden voor deze 'tijdsgebonden' meting van genre-fuzziness is dat we veronderstellen dat de esthetische relaties tussen genres over de tijd kunnen veranderen (Rao *et al.* 2005). Het 'contrast' tussen categorieën kan van jaar tot jaar variëren.

Voor ieder album berekenen we ook de 'publicatiediversiteit'. Op basis van de informatie over welke publicaties welke albums recenseren construeren we een variabele die meet in hoeverre een album door een 'ongewone' combinatie van publicaties wordt gerecenseerd, wat ook een indicator kan zijn van het 'onclassificeerbare' karakter ervan (vergelijk Zuckerman & Kim 2003). Hiervoor wordt ook per twee jaar een publicatie x publicatie matrix gecreëerd waarin de cellen een distantie maat (1-Jaccard) bevat. Deze is hoger als twee publicaties weinig dezelfde albums recenseren en laag als ze wel gericht zijn op dezelfde albums. Ook hier wordt het gemiddelde genomen van de paarsgewijze distanties tussen alle publicaties die een album gerecenseerd hebben.

Voor het vaststellen van de reputatie en positie van artiesten verzamelden we de volgende data. Op basis van discografische data<sup>14</sup> coderen we of het album een debuutalbum is van een artiest of niet. In totaal zijn 456 albums in onze dataset debuutalbums (zie tabel 1). Ook nemen we 'leeftijd' van de artiest mee als het aantal jaar tussen het huidige album en het debuutjaar. Als indicatie voor commercieel succes van artiest is genomen het gemiddeld aantal weken dat eerdere albums in de Billboard hitlijst stonden. Het winnen van een *Grammy Award* wordt over het algemeen ook gezien als een belangrijk indicator van status en reputatie in het veld. Wij coderen daarom of een artiest voorafgaand aan het huidige album een *Grammy Award* heeft gewonnen.

**Tabel 1.** Beschrijvende statistiek van variabelen.

Variabelen	N	%	Min	Max	Gemiddelde
Jaar van albumrelease					
2000	228	7.0	-	-	-
2001	305	9.4	-	-	-
2002	360	11.1	-	-	-
2003	429	13.2	-	-	-
2004	457	14.1	-	-	-
2005	477	14.7	-	-	-
2006	508	15.6	-	-	-
2007	488	15.0	-	-	-
Vorig succes					
Debuutalbum	456	14.0	-	-	-
Leeftijd artiest/groep	-	-	0	49	8.0
Eerdere albums in hitlijst	1325	40.7	0	42	2.0
Gemiddeld aantal weken in hitlijst	-	-	0	218.33	11.0
Voormalig winnaar Grammy	399	12.3	-	-	-
Albumrecensies					
Aantal recensies	-	-	1	46	14.5
Publicatiediversiteit	-	-	0	1	.70
Genrefuzziness	-	-	0	4	1.92

Voor het modelleren van de consequenties van genrefuzziness nemen we als afhankelijke variabelen in regressieanalyses 1) het commercieel succes van een album gemeten als de log van het aantal weken op de Billboard 200 Album Chart 2) de gemiddelde score van het album in de recensies 3) het aantal recensies dat een album heeft gekregen.

## 4. Resultaten

### 4.1. Fuzzy genre-identiteit en commercieel succes

Tabel 2 presenteert de resultaten van een OLS-regressieanalyse waarin we de invloed van genrefuzziness op commercieel succes modelleren. In model 1 introduceren we allereerst de variabelen die betrekking hebben op het eerder succes en de positie in het veld van de artiest (de leeftijd van de artiest, of het gaat om een debuutalbum, het gemiddeld aantal weken dat eerdere albums van dezelfde artiest in de Billboard hitlijst stonden, of de artiest eerder een *Grammy* heeft gewonnen) en de variabelen met betrekking tot de publicaties die het album hebben gerecenseerd (hoeveel recensies een album heeft ontvangen en door welke publicaties een album

is gerecenseerd – of dit een meer of minder ongewone combinatie van publicaties betreft). Daarnaast controleren we voor het jaar waarin het album is uitgebracht.

**Tabel 2.** Invloed fuzziness op commercieel succes (OLS gestandaardiseerde coëfficiënten).

Variabelen	Commercieel succes (log van weken in de hitlijst)		
	1	2	3
Jaar van albumrelease	-.053**	-.060**	-.060**
Leeftijd artiest/groep	-.011	-.014	-.013
Debuutalbum	.083**	.083**	.083**
Gemiddeld aantal weken in hitlijst	.665**	.663**	.606**
Voormalig winnaar Grammy	.114**	.120**	.119**
Aantal recensies	.205**	.212**	.211**
Publicatiediversiteit	-.032*	-.032*	-.032*
Genrefuzziness	–	-.030*	-.048**
Gem. weken x fuzziness			.069**
<i>N</i>	2951	2951	2951
<i>Adjusted R-square</i>	.544	.545	.546

\*\*p < .01, \*p < .05, ^p < .10

Met betrekking tot de invloed van reputatie en positie op commercieel succes laat model 1 vooral zien dat vorig succes een goede voorspeller is van huidig succes. Artiesten die eerder een langdurige hitnotering hadden kunnen opnieuw rekenen op een langer verblijf in de hitlijsten. Dit bevestigt de wijsheid binnen het veld dat ‘success breeds success’ en eerder succes tot cumulatief voordeel kan leiden via het mattheüseffect (Merton 1968). Hiermee samenhangend zien we ook een positieve invloed van het winnen van een *Grammy Award*. Over het algemeen zijn dit de artiesten die een sterstatus hebben binnen het veld en het winnen van een *Grammy Award* is vaak gekoppeld aan commercieel succes (Anand & Watson 2004). Debuutalbums hebben ook een positief effect op commercieel succes. Hoewel dit enigszins contra-intuïtief lijkt moet hierbij worden opgemerkt dat deze variabele het onderscheid maakt tussen de artiesten die geen eerder succes hadden omdat ze nog geen eerdere albums hadden uitgebracht (en daarom 0 scoren op gemiddeld aantal weken en winnaar *Grammy*) de artiesten die geen eerder succes hebben behaald maar wel al actief waren. Vergeleken met deze artiesten hebben debutanten een grotere kans op commercieel succes, wat ook een indicatie kan zijn van het belang van ‘track records’: voormalig niet-commerciële artiesten hebben vergeleken met debutanten een minder grote kans om een commercieel succesvolle artiest te worden.

Als we kijken naar de invloed van de ‘publicatievariabelen’ in model 1 dan zien we dat het aantal recensies dat een album krijgt samengaat met een toe-



name in commercieel succes. Hoewel we de causale richting tussen recensies en commercieel succes voorzichtig moeten interpreteren lijken albums met meer media-aandacht het beter te doen in de Billboard hitlijst. Enerzijds zouden recensenten aandacht kunnen besteden aan albums *omdat* deze commercieel succesvol zijn, hoewel een groot gedeelte van de recensies bij het verschijnen of kort daarna van een album worden gepubliceerd. Anderzijds kunnen recensenten beïnvloed worden door de marketingcampagnes van labels, en is het aantal recensies een weerspiegeling daarvan. Echter, gezien het feit dat we controleren voor eerder succes en het winnen van *Grammy Awards*, zouden we hier toch van een afzonderlijk en additioneel effect van media-aandacht op commercieel succes kunnen spreken. Vergeleken met andere commerciële 'sterren' waarvoor waarschijnlijk een vergelijkbaar budget beschikbaar is voor marketing, scoren de artiesten die meer media-aandacht krijgen toch beter.

Hoewel meer media-aandacht het commercieel succes van een album verhoogt, laat model 1 echter ook zien dat de diversiteit van de publicaties die een album recenseren juist een negatief effect heeft op commercieel succes. Media-aandacht is goed voor de verkoop van een album, maar albums die geen duidelijke identiteit bezitten en in een ongebruikelijke combinatie van publicaties aandacht krijgen, doen het slechter in commercieel opzicht. Dit is een eerste belangrijke aanwijzing dat het hebben van een duidelijk profiel belangrijk is voor het verwerven van commercieel succes in de *mainstream* markt.

In model 2 onderzoeken we of hetzelfde verband tussen identiteit en commercieel succes zichtbaar is voor de mate waarin critici een meer of minder fuzzy genre-identiteit aan een album toekennen. Net als de diversiteit aan publicaties laat ook de genrefuzziness een significant negatief effect zien op commercieel succes. Dit betekent dat albums die door recensenten gezien worden als behorend tot meerdere, contrastrijke genres – controlerend voor de andere variabelen – een penalty krijgen in termen van commercieel succes. Ook als we geen directe invloed kunnen vermoeden tussen de classificaties van recensenten en het succes in de *mainstream*markt, dan is het redelijk om aan te nemen dat de classificatie in meerdere, contrastrijke genres door een groep van experts een voorbode kan zijn voor de verwarring over de genre-identiteit onder het grote publiek in het geval van multigenre albums. Het lijkt dan niet vergezocht om te veronderstellen dat de voorkeur van de 'modale consument' binnen de *mainstream* markt uitgaat naar albums met een heldere, duidelijke genre-identiteit. De modale consument kan met Pontikes (2012) omschreven worden als een 'market-taker'. 'Market-takers' zijn consumenten die door het gebruik van classificaties een product proberen te vinden dat het beste aansluit bij hun behoeften en vertonen een lage tolerantie voor ambiguïteit en innovatie. Dit lijkt ook hier het geval te zijn. Ondanks het feit dat het classificatiesysteem van popmuziek veel gedifferentieerder is, en meer fluïde grenzen lijkt te hebben, blijken deze genregrenzen voor het grote publiek dan toch ook 'sterke' grenzen te zijn, waarbij grensoverschrijding tot een negatieve reactie kan leiden. Dit resultaat lijkt daarmee de belangrijkste conclusies van het werk van Hsu en anderen te onderschrijven.

Tot slot onderzoeken we in model 3 de gedachte dat de gevolgen van fuzziness kunnen variëren voor artiesten met verschillende status binnen het veld. We introduceren hier een interactie-effect tussen genrefuzziness en eerder commercieel succes. Het positieve interactie-effect geeft aan dat de negatieve effecten van fuzziness lijken te verdwijnen naarmate de artiest een sterkere commerciële trackrecord heeft. Dit kan betekenen dat succesvolle artiesten inderdaad 'beyond genre' zijn, en meer ruimte hebben om zonder negatieve consequenties de grenzen van genres op te zoeken en met elkaar te vermengen. Hoewel we geen significant interactie-effect vinden voor *Grammy* winnaars en fuzziness, laat een afzonderlijke analyse van *Grammy*- vs niet-*Grammy*-winnaars (tabel 5) een vergelijkbare interpretatie toe, namelijk dat de negatieve gevolgen van fuzziness minder sterk zijn voor *Grammy*-winnaars. De hogere status van de artiest lijkt de effecten van fuzziness te dempen. De 'categorische imperatief' lijkt minder sterk te gelden voor de buitencategorie.

#### 4.2. Fuzzy genre-identiteit en kritisch succes

Voor het analyseren van de effecten van genrefuzziness op kritisch succes hebben we twee afzonderlijke analyses uitgevoerd voor 1) de gemiddelde waardering van het album in de recensies 2) het aantal recensies dat een album heeft gekregen. We vergelijken de effecten van genrefuzziness op beide vormen van kritisch succes om te beoordelen of hier net als in het geval van film sprake is van een *trade-off* (Hsu 2006a). Enerzijds zou genreoverschrijding kunnen bijdragen aan het aanspreken van een groter publiek (oftewel meer recensies) maar anderzijds zou daarvoor een prijs betaald kunnen worden in termen van een lagere kritische waardering.

In het eerste model van tabel 3 analyseren we opnieuw eerst de effecten van de reputatie en positie van de artiest op de gemiddelde waardering van het album in recensies. Model 1 laat zien dat eerder commercieel succes van de artiest een negatief effect heeft op de waardering van het huidige album. Critici lijken zich in hun waardering in die zin te distantiëren van de commerciële acts en daarmee vooral gericht te zijn op het genereren van veldinterne legitimatie (Bourdieu 1993). Het is opvallend dat de leeftijd van de artiest of groep een significant effect heeft op de gemiddelde kritische score. Dit zou een uitdrukking kunnen zijn van het feit dat critici over het algemeen het criterium hanteren dat kwaliteit gelijk staat aan diegene die de 'test of time' doorstaan hebben en reeds een reputatie hebben opgebouwd waarop ze zich kunnen baseren en met meer vertrouwen een hoge waardering aan durven geven. Net als andere actoren binnen het veld proberen critici ook hun eigen positie te legitimeren en critici lopen minder risico bij het geven van een hogere waardering aan artiesten die zich al hebben bewezen in het veld (Janssen 1996; van Rees 1987). Model 1 laat ook een positief effect zien voor het aantal en de diversiteit aan publicaties. In het algemeen lijkt het dus zo te zijn dat de albums die door meer, en meer diverse, publicaties worden besproken hoger scoren in waardering door de critici.

**Tabel 3.** Invloed fuzziness op kritische waardering (OLS gestandaardiseerde coëfficiënten).

Variabelen	Kritisch succes (gemiddelde waardering)		
	1	2	3
Jaar van albumrelease	-.093**	-.097**	-.097**
Leeftijd artiest/groep	.067**	.070**	.062**
Debuutalbum	-.016	-.015	-.013
Gemiddeld aantal weken in hitlijst	-.270**	-.276**	-.228**
Voormalig winnaar Grammy	.051**	.049*	.051*
Aantal recensies	.256**	.261**	.256**
Publicatiediversiteit	.162**	.157**	.157**
Genrefuzziness	-	-.027^	-.006
Gem. weken x fuzziness			-.058^
<i>N</i>	2951	2951	2951
<i>Adjusted R-square</i>	.186	.190	.187

\*\*p < .01, \*p < .05, ^p < .10

In model 2 van tabel 3 voegen we de genrefuzziness variabele toe. Hoewel slechts significant op het 0.1 niveau lijkt de waardering door critici negatief te worden beïnvloed door genrefuzziness. Dit zou overeenkomen met de bevindingen van Hsu (2006a) dat critici door de moeilijk te categoriseren genre-identiteit van een album niet de beschikking hebben over duidelijke evaluatieve categorieën en daarom deze albums lager waarderen. Model 3 geeft ook een voorzichtige indicatie dat eerder commercieel succes het negatieve effect van fuzziness zou kunnen versterken. Critici zouden wellicht juist voor commerciële artiesten een duidelijkere 'categorisch imperatief' kunnen hanteren, maar het effect is te zwak om hier sterke conclusies aan te verbinden. Ook in de analyse van *Grammy* versus niet-*Grammy*-winnaars (tabel 5) vinden we geen indicatie dat status de effecten van fuzziness op kritische waardering beïnvloedt.

In tabel 4 bekijken we de invloed van genrefuzziness en publicatiediversiteit op de omvang van het kritisch succes – het aantal recensies dat een album heeft ontvangen. Uit de regressieanalyse blijkt allereerst dat hoe groter de genrefuzziness van albums, hoe meer recensies het album krijgt.<sup>15</sup> Albums die genregrenzen overschrijden lijken daarmee in termen van omvang van het kritisch publiek dus succesvoller te zijn dan albums met een 'pure' genre-identiteit. Ook de diversiteit in publicaties gaat gepaard met een groter aantal publicaties.<sup>16</sup> In combinatie met de resultaten voor de effecten van genrefuzziness op de kritische waardering wijzen deze resultaten in de richting van het bestaan van een 'trade-off': genreoverschrijdingen kunnen wellicht een breder publiek aanspreken maar ook gepaard gaan met een lagere kritische waardering.

**Tabel 4.** Invloed fuzziness op aantal recensies (OLS gestandaardiseerde coëfficiënten).

Variabelen	Aantal recensies
Jaar van albumrelease	.431***
Leeftijd artiest/groep	.033 <sup>^</sup>
Debuutalbum	-.027
Gemiddeld aantal weken in hitlijst	.037*
Voormalig winnaar Grammy	.024
Publicatiediversiteit	.387***
Genrefuzziness	.144***
<i>N</i>	2951
<i>Adjusted R-square</i>	.288

\*\*\*p < 0.001, \*\*p < .01, \*p < .05, <sup>^</sup>p < .10

**Tabel 5.** Invloed fuzziness op commercieel en kritisch succes voor voormalig winnaars van Grammy en anderen (OLS gestandaardiseerde coëfficiënten).

	Voormalig Grammy winnaars		Niet-Grammy winnaars	
	Commercieel succes	Kritische score	Commercieel succes	Kritische score
Jaar van albumrelease	.013	-.156**	-.079**	-.085**
Leeftijd artiest/groep	-.104*	-.194**	-.027 <sup>^</sup>	.044*
Debuutalbum	-	-	.095**	-.018
Gemiddeld aantal weken in hitlijst	.653**	-.135*	.653**	-.256**
Aantal recensies	.269**	.237**	.233**	.259**
Publicatiediversiteit	.001	.079	-.040*	.169**
Genrefuzziness	-.008	-.037	-.035*	-.021
<i>N</i>	362	362	2588	2588
<i>Adjusted R-square</i>	.475	.120	.445	.200

\*\*p < .01, \*p < .05, <sup>^</sup>p < .10

## 5. Conclusie

Hoewel veel literatuur over culturele industrieën aanneemt dat conformiteit aan legitieme modellen zoals genres bevorderlijk is voor het succes van producten en producenten is het onderzoek dat het mechanisme achter dit sociale proces expliciet onderzoekt schaars. Conformiteit moet worden afgedwongen via het proces waarbij degenen die afwijken van legitieme modellen negatieve sancties ondervinden. Het werk van Zuckerman (1999) en Hsu (2006a, 2006b) heeft een

belangrijke bijdrage geleverd aan het onderzoek naar deze 'categorische imperatief'. Het doel van dit artikel was om dit mechanisme te onderzoeken in het veld van de populaire muziek. Hoewel ook hier regelmatig anekdotisch bewijs wordt gegeven dat genretransgressies negatief beoordeeld worden, ontbreekt tot nu toe systematisch empirisch onderzoek naar dit mechanisme binnen de popmuziek. Bovendien is het onderzoek naar de categorische imperatief in culturele velden vooral uitgevoerd binnen de filmwereld waarin de classificatiestructuur sterk geïnstitutionaliseerd is en om deze reden transgressies wellicht heviger afgestraft worden dan in een veld zoals de popmuziek waarin classificaties dynamisch en fluïde zijn. Daar komt bij dat het bestaande onderzoek zich vooral baseert op de institutionele classificaties van (online) encyclopedieën of instituties als het *American Film Institute* en daarmee de classificatie van een enkele actor in het veld privilegieert en reïficeert. De praktische, collectieve en sociaal geconstrueerde aard van classificaties dreigt daarmee onderbelicht te blijven. Hoewel de originele doelstelling van het onderzoeksprogramma van Zuckerman was om de betekenisgeving door bemiddelaars te onderzoeken kan de loutere focus op de classificaties van een enkel instituut ertoe leiden dat het classificatieproces van culturele objecten niet langer als de constructie van een publiek wordt gezien maar eerder als een objectief kenmerk van het cultureel product.

Om deze reden hebben we ons in dit onderzoek gebaseerd op de *emic* classificaties van populaire muziekalbums van een groot aantal recensenten. Een van de bijdragen die we met dit onderzoek hebben willen leveren is dan ook de introductie van een methode die uit deze ongestructureerde vorm van tekstuele data op systematische wijze de fuzziness van de genreclassificaties door critici kan meten. Dit is geen triviaal probleem, zo hebben we in dit artikel proberen duidelijk te maken, aangezien het gebruik van 'naturally occurring discourse' de inherente fuzziness van het alledaagse, praktische taalgebruik moet verdisconten. De classificaties van actoren in de praktijk van alledag zijn in fundamentele zin vaag (Rosch 1978) en dit geldt nog in sterkere mate voor esthetische classificaties die volgens Bourdieu (1993: 261) gekarakteriseerd worden door 'the most extreme indeterminacy' (vgl. Zerubavel 1991). De fuzzy logic van het alledaagse taalgebruik vormt dan ook een belangrijke uitdaging bij het onderzoek naar fuzzy classificaties.

Ondanks deze methodologische aanpassing en verschuiving naar het veld van de populaire muziek bevestigen onze analyses in grote lijnen de resultaten van eerder onderzoek naar de negatieve consequenties van fuzzy genre-identiteiten. Met name in het vergaren van commercieel succes scores albums met fuzzy identiteiten slechter dan albums met 'pure' identiteiten. Voor artiesten die reeds eerder in hun carrière ofwel commercieel succesvol waren ofwel een *Grammy Award* hebben gewonnen, zijn de consequenties van het overschrijden van genregrenzen echter minder sterk. Dit suggereert dat de categorische imperatief in het geval van commercieel succes minder sterk geldt voor de buitencategorie. Voor het effect van genrefuzziness op kritisch succes zijn de resultaten minder duidelijk. Het negatief effect tussen genreoverschrijding en kritische waardering

is slechts significant op het 0.1 niveau en dit negatieve effect lijkt bovendien, tegen onze verwachting in, sterker voor artiesten met een opgebouwde reputatie binnen het popveld. Anderzijds is er wel een duidelijk positief verband dat album die genre grenzen overschrijden wel meer media-aandacht krijgen. Deze resultaten voor kritisch succes zouden we dan ook kunnen interpreteren als de *trade-off* die Hsu (2006a) ook voor films heeft gevonden.

Een andere interpretatie is echter ook mogelijk. Het duidelijkere negatieve effect op commercieel succes zou ook op een Bourdieuaanse, veldtheoretische interpretatie van de categorische imperatief kunnen wijzen (vgl. van Venrooij & Schmutz 2013). Kritisch succes en commercieel succes zijn volgens Bourdieu twee afzonderlijke en tegengestelde hiërarchische principes die het onderscheid markeren tussen ‘autonome’ en ‘heteronome’ subvelden. Hoewel oorspronkelijk beschreven voor het literaire veld lijkt deze opdeling in artistieke en commerciële subvelden ook in meer populaire cultuurvelden steeds zichtbaarder te worden (Regev 1994; Hesmondhalgh 2006). Het resultaat van deze analyse dat de negatieve consequenties van genrefuzziness geprononceerder zijn voor het vergaren van commercieel succes dan voor kritisch succes zou dan ook een gevolg kunnen zijn van verschillen tussen de logica's van de commerciële en artistieke subvelden van de populaire muziek. Het grote publiek aan de heteronome pool kan minder gecharmeerd zijn van genreoverschrijding dan het op esthetische uitdagingen gerichte publiek aan de autonome pool. De *major* platenmaatschappijen die produceren voor de *mainstream* markt kunnen nadrukkelijker gericht zijn op het conformeren naar bestaande categorieën dan de *indie* labels die artiesten de ruimte geven voor het genre-experiment (Negus 1999). De distributiekanaalen van radio en media die het grote publiek bereiken kunnen sterker door genre-categorieën gestructureerd zijn dan de nichemediavoor de artistiek vooruitstrevende luisteraar. Verschillen in de organisatorische en institutionele context van productie, distributie en receptie zouden met andere woorden de sterkte van de categorische imperatief kunnen bepalen. Aan de cultuursociologie – met haar kennis van culturele productie, distributie en receptie – de taak om deze contextuele, veldspecifieke invloeden verder te onderzoeken.

## NOTEN

- 1 De auteurs danken de redactie en de 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, projectnummer 275-45-003) in het kader van het Veni-project ‘Dynamics of Genres’ van de eerste auteur.
- 2 Vooral in het geval van critici is de *trade-off* zichtbaar: multigenrefilms worden door meer critici gerecenseerd maar de gemiddelde waardering van deze films ligt significant lager dan bij films met een duidelijke genre-identiteit. Een belangrijke reden waarom de *trade-off* geprononceerder is in het geval van critici is dat deze bij de keuze

- voor het bekijken van een film niet kunnen baseren op word-of-mouth. Daarom is het moment van evaluatie hier gescheiden is van de keuze om de film te zien. Het gewone publiek kan zich voorafgaand aan het eventueel bekijken van een film via de kritiek of mond-tot-mondreclame op de hoogte stellen van de kwaliteit van de film.
- 3 Doordat niet alle albums in een van de quotes een genrelabel bevat (zie hieronder), en soundtracks en albums van various artists worden verwijderd, is het uiteindelijk aantal albums in onze dataset 2951.
  - 4 Een eventueel bezwaar kan zijn dat de quotes op de website van Metacritic nog altijd geselecteerd worden door de redacteurs van Metacritic zelf, en daarom vooral hun indruk van het album weerspiegelt. Maar het blijft duidelijk dat de in de quote aanwezige classificaties van de critici zelf afkomstig zijn.
  - 5 Hiervoor werd gebruik gemaakt van de Natural Language Toolkit (NLTK) in Python (<http://www.nltk.org>). Zie Bird *et al.* (2009)
  - 6 Om te kunnen onderscheiden tussen samengestelde en enkelvoudige genretermen hanteert het computerprogramma een 'trapsgewijze' codering door eerst te zoeken naar 'strings' van 5 woorden, dan 4 woorden, enz. tot 1 woord. Als een 5-string is gevonden, dan verwijdert het deze passage in het verdere zoeken naar 4-strings, enz. Deze 'trapsgewijze' codering zorgt ervoor dat een genrecombinatie (bv. punk-funk) niet ook als twee afzonderlijke genres (punk én funk) wordt gecodeerd en een gespecificeerd genreterm ('classic rock') wordt onderscheiden van de enkelvoudige term 'rock'. Deze 'trapsgewijze' codering biedt ook de mogelijkheid om semantisch ambigue passages – bijvoorbeeld titels met een mogelijk als genre te verwarren woord ('Rock the nation'), eigennamen ('Iggy Pop'), of uitdrukkingen ('the soul of the country') op een correcte wijze te coderen door deze passages uit de tekst te filteren (vergelijk Mohr 1994).
  - 7 Hier is de frequentie van gebruik in alle recensies over de gehele periode genomen.
  - 8 Zie Hannan *et al.* 2007 voor een theoretische beschouwing van dit proces.
  - 9 Ennis (1992: 18-19) beschrijft hoe de term 'rock 'n' roll' de dubbele functie had van het signaleren dat hier grenzen tussen 'blanke' country& western en 'zwarte' R&B werden overschreden, maar deze grensoverschrijding ook tegelijkertijd maskeerde: "While signaling the musical crossing of sensitive racial and moral boundaries, it also masked that announcement".
  - 10 Voor de hieronder volgende analyses zijn de dummy variabelen per recensie voor ieder album bij elkaar gevoegd zodat we per album een string van genre variabelen hebben die de (combinatie van) genres geven die door recensenten aan het album zijn toegeschreven.
  - 11 Een bekende illustratie van het gebruik van MDS is de wijze waarop MDS een tabel van afstanden tussen Amerikaanse steden projecteert in een tweedimensionale vlak en daarbij de landkaart van Amerika waarheidsgetrouw projecteert (Kruskal & Wish 1978).
  - 12 De stresswaarden blijven liggen hierbij onder 0.2, wat aanvaardbaar is gezien de omvang van de inputmatrix. Een clusteranalyse (opvraagbaar bij de eerste auteur) van de Euclidische distanties tussen genres in deze latente ruimte voor de gehele dataset laat zien dat deze methode inderdaad genres nabij elkaar plaatst die op het oog veel gelijkenissen vertonen.

- 13 In 'natural language processing' is 'latent semantic analysis' de naam voor een vergelijkbare techniek om indirecte relaties tussen woorden in een laag-dimensionale ruimte te projecteren en daarmee semantische relaties tussen termen te vinden (vgl. Landauer 1998).
- 14 Deze data is afkomstig van Allmusicguide. Ook de informatie over Grammy Awards is afkomstig uit deze encyclopedie. Informatie met betrekking tot commercieel succes in de Billboard chart komt uit Whitburn (2010).
- 15 De correlatie tussen deze twee variabelen is laag: 0,17.
- 16 De correlatie is 0,3.

## BIBLIOGRAFIE

- Anand, N. & M.R. Watson (2004), Tournament Rituals in the Evolution of Fields, *Academy of Management Journal*, 47(1), 59-80.
- Becker, H. (1982), *Art Worlds*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Bielby, W.T. & D. Bielby (1994), All Hits Are Flukes, *American Journal of Sociology*, 99(5), 1298-1313.
- Bird, S., E. Klein & E. Loper (2009), *Natural Language Processing with Python*. Sebastopol: O'Reilly.
- Bourdieu, P. (1984), *Distinction*. London: Routledge.
- 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. & S.L. Star (2000), *Sorting Things Out*. Cambridge: MIT Press.
- Brennan, M. (2006), The Rough Guide to Critics, *Popular Music*, 25(2), 221-234.
- DiMaggio, P. (1987), Classification in Art, *American Sociological Review*, 52, 440-455.
- DiMaggio, P. & W.W. Powell (1983), The Iron Cage Revisited, *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- Douglas, M. (1966), *Purity and Danger*. London: Routledge.
- Ennis, P. H. (1992), *The Seventh Stream*. Hanover: Wesleyan University Press.
- Franssen, T. & G. Kuipers (2011), Overvloed en onbehagen in de mondiale markt voor vertalingen, *Sociologie*, 7(1), 67-93.
- Frith, S. (1996), *Performing Rites*. Oxford: Oxford University Press.
- Hannan, M.T., L. Polos & 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. (1998), The British Dance Music Industry, *The British Journal of Sociology*, 49(2), 234-251.
- 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.
- Holt, D.B. (1997), Distinction in America?, *Poetics*, 25, 93-120.
- 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.
- Hsu, G. & M.T. Hannan (2005), Identities, Genres, and Organizational Forms, *Organization Science*, 16(5), 474-490.
- Hsu, G., G. Negro & O. Kocak (2010), *Categories in Markets: Origins and Evolution*. Emerald Group Publishing.
- Janssen, S. (1997), Reviewing as Social Practice, *Poetics*, 24, 275-297.
- Johnson, C., T. Dowd & C.L. Ridgeway (2006), Legitimacy as a Social Process, *Annual Review of Sociology*, 31, 53-78.
- Karpik, L. (2010), *Valuing the Unique: The Economics of Singularities*. Princeton: Princeton University Press.
- Kovács, B. & M.T. Hannan (2010), The Consequences of Category Spanning Depend on Contrast, *Research in the Sociology of Organizations*, 31, 175-201.
- Kruskal, J. & M. Wish (1978), *Multidimensional Scaling*. Beverly Hills, CA: Sage
- Lamont, M. & V. Molnar (2002), The Study of Boundaries in the Social Sciences, *Annual Review of Sociology*, 28, 167-195.
- Landauer, T.K., P.W. Foltz & D. Laham (1998), Introduction to Latent Semantic Analysis, *Discourse Processes*, 25, 259-284.
- Lena, J. (2009), Press Kits and the Myth of Professional Autonomy. Paper Presented at the American Sociological Association Conference. San Francisco, CA.
- Lena, J. & R.A. Peterson (2008), Culture as Classification, *American Sociological Review*, 73(5), 697-718.
- McLeod, K. (2001), Genres, Subgenres, Sub-subgenres, and More, *Journal of Popular Music Studies*, 13, 59-75.
- Merton, R.K. (1968), The Matthew Effect in Science. *Science*, 159, 56-63.
- Mohr, J. (1994), Soldiers, Tramps and Others, *Poetics*, 22, 327-357.
- Mohr, J. (1998), Measuring Meaning Structures. *Annual Review of Sociology*, 24, 345-370.
- Negro, G., M.T. Hannan & H. Rao (2010), Categorical Contrast and Audience Appeal, *Industrial and Corporate Change*, 19(5), 1397-1425.
- Negus, K. (1992), *Producing Pop*. London, New York, Melbourne, Auckland: Edward Arnold.
- Negus, K. (1999), *Music Genres and Corporate Cultures*. London: Routledge.
- Pinheiro, D.L. & T.J. Dowd (2009) All that Jazz, *Poetics*, 37(5-6), 490-506.
- Podolny, J.M. (2010), *Status Signals*. Princeton: Princeton University Press.
- Pontikes, E.G. (2012), Two Sides of the Same Coin, *Administrative Science Quarterly*, 57(1), 81-118.
- Rao, H., R. Durand & P. Monin (2005), Border Crossing, *American Sociological Review*, 70, 968-991.
- Rees, C.J. van (1987), How Reviewers Reach Consensus on the Value of Literary Works, *Poetics*, 16, 275-294.

- Regev, M. (2002), The 'Pop-rockization' of Popular Music, pp. 251-264 in D. Hesmondhalgh & K. Negus (Eds.), *Popular Music Studies*. London, Oxford University Press.
- Regev, M. (2005), Producing Artistic Value, *Sociological Quarterly*, 35(1), 85-102.
- Rosch, E. (1978), Principles of Categorization, pp. 27-48 in E. Rosch & B.B. Lloyed (eds.), *Cognition and Categorization*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rossmann, G. (2012), *Climbing the Charts*. Princeton: Princeton University Press.
- Roy, W. (2004), 'Race Records' and 'Hillbilly Music', *Poetics*, 32, 265-279.
- Roy, W. & T.J. Dowd (2010), What is Sociological About Music, *Annual Review of Sociology*, 36, 183-203.
- Ruef, M. & K. Patterson (2009), Credit and Classification, *Administrative Science Quarterly*, 54, 486-520.
- Schmutz, V. (2009), Social and Symbolic Boundaries in Newspaper Coverage of Music, *Poetics*, 37(4), 298-314.
- Shuker, R. (2002), *Popular Music: The Key Concepts*. London and New York: Routledge.
- Venrooij, A. van (2009), The Aesthetic Discourse Space of Popular Music: 1985-86-2004-05, *Poetics*, 37(4), 315-332.
- Venrooij, A. van & V. Schmutz. (2013), De categorische imperatief in populaire muziek, *Sociologie*, 9(1), 73-96.
- Whitburn, J. (2010), *Top Pop Albums*. Menomonee Falls: Record Research.
- Zuckerman, E.W. (1999), The Categorical Imperative, *American Journal of Sociology*, 104(5), 1398-1438.
- Zuckerman, E.W. & T.-Y. Kim (2003), The Critical Trade-off, *Industrial and Corporate Change*, 12, 27-67.