

ПРОБЛЕМА ЭМОЦИЙ В СОЦИОЛОГИИ

СОЦИОЛОГИ ОБ ЭМОЦИЯХ: ВВЕДЕНИЕ К ТЕМАТИЧЕСКОМУ РАЗДЕЛУ НОМЕРА

С 1980-х гг. социологи стали активными участниками дискуссии о взаимном влиянии эмоций и социальных отношений. Авторы, разрабатывающие направление «Социология эмоций», говорят том, что институциональная организация общественной жизни играет важную роль в определении человеческих эмоций, диктует правила для наших эмоциональных реакций, снабжает методами управления эмоциями и даже обязывает эмоционально трудиться. В развитии социологического дискурса об эмоциях можно выделить два периода:

- *протопериод* (до 80-х гг. XX в.), характеризующийся тем, что в работах отдельных представителей разных теоретических школ — прежде всего символического интеракционизма — появляются новаторские идеи о включенности переживаний человека в социальный универсум;
- *период актуализации проблем эмоций в социологии* (с 1980-х гг. — по настоящее время), отличающийся постоянством интереса к эмоциональной сфере, обоснованием ключевых концептов, делающих возможным понимание традиционной социологической проблематики в ее связи с эмоционально-чувственными факторами, а также ростом научных публикаций по этой теме, проведением конференций, секций, развитием учебных программ.

Говоря о протопериоде в становлении социологии эмоций, вспомним работу Ч. Х. Кули «Человеческая природа и социальный порядок» [1], где излагаются его идеи о феномене «зеркального я». Концепция самости Кули связана с эмоциональными реакциями индивида на групповые оценки. Кули утверждал, что устойчивые чувства гордости или стыда, появляющиеся у индивидов как реакция на восприятие их поступков другими людьми, цементируют характер. Задолго до обоснования идей о социальной стратификации эмоций ученый писал о типичных чертах «чувства я» у чернокожих американцев, иммигрантов, рабочих, то есть «категорий людей, так или иначе зависящих от чужого произвола», лишаящего их возможности гордиться собой [1, с. 189–190]. Работа Кули создает основу для последующего теоретизирования, нацеленного на социальные аспекты эмоционального опыта личности.

Теоретический задел, повлиявший на переход от протопериода к устойчивой институционализации предметной области социологии эмоций, содержится в работах И. Гофмана. Этот социолог изучал культурные скрипты (или поведенческие сценарии), регулирующие проявление эмоций внутри фреймов социальных ситу-

аций. Его книга 1959 г. «Представление себя другим в повседневной жизни» [2], демонстрирует образец того, как через описание забавных случаев, мимолетных городских столкновений можно перейти к обоснованию нового аналитического подхода, раскрывающего ситуативное производство социальной жизни. В этом ситуативном производстве эмоции используются актерами в качестве сигналов для развития взаимодействия. Для того чтобы понять, как продолжить взаимодействие, общающиеся смотрят на поведение друг друга, в частности на эмоциональные проявления. Невербальные знаки проявления эмоций служат ключами к пониманию особенностей взаимодействия. Так, в незнакомой обстановке, наблюдая за поведением и эмоциональными реакциями других, человек получает основную информацию об ожидаемой динамике в сложившихся условиях. Эмоции, наряду с другими характеристиками ситуации (например, речью, одеждой, вещами), направляют людей в их выборе культурного сценария для взаимодействия, усвоенного/освоенного по прошлому опыту.

Эмоции как инструмент социального конструирования порядка особенно наглядно анализируются Гофманом при обсуждении феномена встречи лицом к лицу или столкновения. Столкновение предполагает общий фокус внимания, взаимную открытость для речевого общения, физическую близость, ритуалы начала и окончания взаимодействия, проявление чувств (поток эмоций) и правила корректировки девиантных действий [3, p. 18]. Поскольку столкновение включает обменный поток эмоциональными реакциями между участниками, выражение этих эмоций способствует солидарности общающихся. Интенсивность и продолжительность эмоций у встретившихся является индикатором для понимания особенности их отношений. Можно сказать и наоборот — особенность отношений двух или нескольких людей задает способ проявления эмоций при столкновении-встрече. Культурные скрипты оформляют каждый элемент столкновения, координируя эмоциональные аспекты одного из самых распространенных типов взаимодействия.

К обсуждаемым Гофманом явлениям, связанным с эмоциями, относится «работа лица» (или лицезаводство). Практика работы лица анализируется социологом в связи с его общим интересом к процедурам коррекции сбоев, несостыковок, отклонений в социальных взаимодействиях. В исследовании «Ритуал взаимодействия. Очерки поведения лицом к лицу» [4] Гофманом проанализированы неловкие ситуации в общении и определены ритуальные элементы восстановления лица. По Гофману лицо есть социальный ресурс личности, эффективно используемый для выполнения функции воздействия на других в непосредственном контакте.

Выражение лица далеко не спонтанно. Гофман подчеркивает, что выбор лица определяется социальным положением индивида и, таким образом, культурой. Когда поведение человека диссонирует с выбранным для коммуникации лицом, и это замечают другие, человек должен работать, чтобы скрыть смущение и восстановить лицо. Таким образом, культурные скрипты важны не только в выборе лица, но и в попытке восстановить лицо.

Логика Гофмана в размышлениях об инструментальности эмоций, запускающих тот или иной сценарий развития ситуации взаимодействия, его внимание к жесткости поведенческих сценариев, регулирующих эмоции во всех типах социальных столкновений, его эвристическое наблюдение за работой лица — все это стало импульсом для аффективного поворота 1980–1990-х гг.

Актуализация проблем эмоций в социологии осуществлялась в контексте таких социальных и культурных трендов, как: разочарование в прогрессе и рациональности, превращение сферы сервиса в важнейший сегмент экономики, цифровая революция с ее потоковым принципом трансляции информации и т. п. В меняющемся мире конца XX столетия социология не действия, а переживания начинает отвечать на главный социологический вопрос: «Как возможны воспроизводящиеся в пространстве и времени целостности наших коллективов?»

Более чем тридцатилетний период собирания предметной области социологии, фокусирующейся на эмоциях, можно охарактеризовать, опираясь на обзор трудов ключевых авторов. Практически ни одна из публикаций по теме эмоций не обходится без ссылок на Арли Хохшильд, описавшую коммерциализацию управления эмоциями [5–7]. Хотя контроль над эмоциями является частью повседневной жизни, компании вводят и активно используют управление эмоциями своих сотрудников для получения прибыли. Так появляется эмоциональный труд. Эмоциональный труд сотрудника требуется там и тогда, когда необходимо вызвать или подавить свои чувства для того, чтобы поддерживать некоторое надлежащее впечатление у других, например клиентов, покупателей, заказчиков и т. п. Эмоциональный труд включен в выполнение профессиональных функций работника. Получая зарплату как профессионал, работник вознаграждается в том числе и за необходимый эмоциональный труд. Хотя эмоциональный труд очень похож на управление эмоциями, поскольку оба эти понятия относятся к правилам, определяющим нормативную эмоциональную реакцию, ключевое различие между эмоциональным трудом и управлением эмоциями — цель. Управление эмоциями сосредоточено исключительно на контроле индивидом своих эмоций для достижения личных целей и преимуществ. Эмоциональный труд, напротив, требует управлять своими эмоциями для того, чтобы влиять на эмоции другого человека. Еще одно различие между эмоциональным трудом и управлением эмоциями в том, где, в каком месте эмоциональный контроль осуществляется. Эмоциональный труд выполняется в служебной обстановке и направлен на потребителя или клиента. Управление эмоциями — это часть повседневной жизни, которая осуществляется индивидом в любом месте. Хохшильд показала критерии рабочих мест, определяющие возможность для использования там эмоционального труда. Это наличие контакта с публикой лицом к лицу или «голоса к голосу», необходимость стимулирования эмоционального состояния в другом человеке, регулирование работодателем эмоциональной активности работника. Правила проявления эмоций важны в процессе эмоционального труда, потому что они направляют эмоции. Эти правила определяют параметры служебных действий, разграничивая, какие эмоции работник, как ожидается, воспроизведет в самом себе для того, чтобы спровоцировать надлежащие эмоции у других.

Анэт Рафаэли и Роберт Саттон расширили идеи Хохшильд о правилах для эмоций. Они объяснили действие эмоциональных сделок между работником и клиентом в качестве дополнительного источника ожиданий эмоционального труда (в дополнение к организационно определенным правилам) [8]. Эмоциональные сделки описывают цикл взаимодействия, в ходе которого эмоции работника выражены, воздействие получено и эмоции скорректированы в пределах конкретной ситуации. Таким образом, «эмоциональные работники» руководствуются правилами

проявления эмоций, существующими в организации, а также правилами конкретного взаимодействия. Это означает, что эмоциональная культура, определяющая эмоциональный труд, включает в себя организационную культуру, а также динамику интеракций.

Изучая предметную область социологии, где актуализируется проблема эмоций, отметим, что есть ряд авторов, развивающих социально-структурное (или статусное) понимание эмоций. Это Дж. Барбалет [9], Р. Коллинз [10], Дж. Тернер [11]. Социально-структурная теория рассматривает эмоции на уровне социальной организации общества как явление, обусловленное местом в социальной иерархии. Социально-структурная теория видит в эмоциях ресурс, который, наряду с другими ценящимися в мире людей приобретениями — деньгами, властью, престижем и т.п., — всегда распределяется неравномерно, и социальные классы или другие общности характеризуются иерархически заданным эмоциональным опытом. Дифференциация эмоций связана также с тем, что индивиды всегда эмоционально реагируют на свое место в системе стратификации, на распределение ресурсов, и имеют свое мнение о ресурсах других людей в тех же или других социальных слоях. Аффективное приращение теории социальной стратификации позволяет социологу корректнее интерпретировать типичность социальных действий людей с одинаковыми статусами, поскольку не только смысл, но и душевные волнения направляют наши действия по определенной траектории.

Теорию классовых чувств представил Джек Барбалет, утверждающий, что такие эмоции, как обида, стыд, мстительность и страх, могут быть по-разному распределены по группам с разным уровнем власти и престижа. Центральное место в теории Барбалета занимает феномен ресентимента, вызванный сравнением, измерением людьми объемов получаемых ими ресурсов. Когда мы видим, что другие получили власть и какие-либо вознаграждения в нарушение норм и культурных представлений о справедливости, мы испытываем негодование сознательно или подсознательно. Кроме того, члены социальной общности чувствуют коллективную обиду, видя членов других групп общества, обладающих чем-либо за их счет.

Эмоции, возникшие в процессе сравнения, в дальнейшем могут приобретать дополнительные характеристики. Так, тревога, беспокойство и даже страх у представителей общественного класса, которым не хватает власти для реализации своих интересов, окрашивается в дальнейшем в иные эмоциональные тона. Беспокойство за отсутствие ресурсов, если оно сопровождается концентрацией на собственных недостатках, приводит к отчуждению и ощущению социального падения. Однако, когда другая социальная группа рассматривается как ответственная за лишение ресурсов первой группы, страх превращается в гнев, агрессию, что приводит к сопротивлению и создает напряжение внутри социальных классов и между ними.

Анализ Барбалета нацелен не только на негативные эмоции. Он рассматривает также чувство уверенности, которое дифференцированно распределено по группам на иерархической лестнице. Уверенность возникает, когда люди предполагают, что их будущее предсказуемо и находится под их контролем; это чувство людей из более богатых и наделенных властью групп. Наоборот, люди из низших социальных слоев не имеют уверенности в профессиональной занятости, в получении материальных ресурсов, власти, престижа, и они гораздо более вероятно, чувствуют невозможность контроля своего будущего, то есть они лишены ощущения уверенности.

Эмоциям, распределенным по социальным классам, уделял внимание Рэндалл Коллинз. Рассматривая взаимодействия в теории интерактивных ритуалов, Коллинз подчеркивал, что существующий и концентрирующийся в руках одних контроль ресурсов власти, материального благополучия и престижа проявляется на микроуровне взаимодействия. Люди, обладающие ресурсами, способны влиять на других, что, в свою очередь, повышает их уверенность в себе, позитивное самовосприятие, дает чувство гордости. Таким индивидам принадлежит важная роль в достижении целей во взаимодействии и продолжении контактов, а значит — и в поддержании социальной структуры, в которую это взаимодействие встроено.

Ученый считает, что в различных сферах жизнедеятельности — в профессиональных организациях, политике, домашнем хозяйстве, досуге — опыт людей, в том числе эмоциональный, сформированный цепочками ритуалов интеракции в этих сферах, будет влиять на их взгляды и последующие действия. Те, кто имели власть, материальные ресурсы и престиж, будут испытывать положительные эмоции по отношению к себе и проявлять доверие по отношению к окружающим. И так как эти люди, скорее всего, находятся в верхних эшелонах классовой структуры, положительные эмоции, такие как удовлетворение, удовольствие, циркулируют в этих классах.

Исходя из идей Р. Коллинза и Дж. Барбалета, Джонатан Тернер сформулировал ряд идей о распределении эмоций в иерархической системе общественных классов и групп. Для Тернера важно, что на макроуровне социальной организации человеческие общества функционируют как социальные институты (например, экономика, семья, церковь, наука, образование, государство и т. п.). Ресурсы распределяются по институциональным сферам, и стратификация проявляется как дифференцированная концентрация различных ресурсов внутри каждой из институциональных сфер.

Тернер вслед за Т. Парсонсом использует понятие обобщенных символических посредников, означающее, что каждая институциональная сфера воспроизводит деятельность с помощью своего собственного ключевого фактора, участвует в обмене с помощью него с другими институтами и формулирует идеологию (правильно/неправильно, хорошо/плохо), исходя из смысла своего посредника.

Деньги есть посредник для экономики, с помощью денег происходят сделки и идеологическая легитимация функционирования экономики; власть — посредник для государственных институтов, именно власть легитимирует деятельность акторов в сфере политики; любовь/преданность — посредник в семье, и эти смыслы формируют основу семейной идеологии.

То же самое относится и к другим социальным институтам: знаниями оперирует институт образования, истиной — наука, здоровьем — медицина, а религиозные организации соотносят свои действия с миром священного. Посредник каждого социального института включен в обменные процессы между различными институтами. Например, обмен между экономикой и государством есть обмен денег на власть; обмены между семьей и государством совершаются с использованием привилегий, предоставленных семье, в обмен на лояльность семейной социализации к политике государства, и так для всех потенциальных обменов в самых разнообразных институциональных областях.

Развивая идеи о равенстве в эмоциях, Тернер полагает, что люди, достигшие успеха во многих областях, накапливают разнообразные ценные ресурсы и уверены, что смогут и дальше их получить, включившись в деятельность других социальных институтов. В итоге распределение положительных и отрицательных эмоций будет примерно соответствовать распределению символических посредников. Представители исключенных групп, следовательно, будут иметь опыт преимущественно негативных эмоций, потому что они не обладают символическими посредниками из различных институциональных сфер.

Неравномерное распределение положительных и отрицательных эмоций имеет большое влияние на готовность членов общественных классов легитимизировать деятельность социальных институтов. Те, кто успешен и получил ресурсы в ключевых институциональных областях, считают институт легитимным, в то время как другие, «исключенные», нелегитимным. Существенно также то, что люди, ощутив и подавив свои негативные эмоции (например, стыд за неуспешность), как правило, испытывают гнев, который может быть мобилизован в акты коллективного насилия. Этот подход напоминает точку зрения К. Маркса о стратификации, генерирующей отрицательные эмоции среди представителей низших классов, и о том, что эти эмоции могут при определенных условиях привести к социальным движениям за изменения системы неравенства.

В изучении проблематики эмоций постепенно накапливается багаж эмпирических исследований. Так, известный американский представитель методологии качественной социологии Норманн Дензин исследовал кино и эмоции, сосредоточившись на аспекте эмоциональной социализации посредством институтов, воспроизводящих культуру. Такие институты есть «группы или учреждения, явно ориентированные на производство культурных смыслов» [12, р. 90]. Хотя Дензин фокусировался на кинематографе, есть и другие институты — это прежде всего масс-медиа, система образования, церковь и т. п.

Дензин писал, что эмоциональные практики, демонстрируемые в фильме (например, гендерные аспекты поведения) включают в себя представления о близости. Фильмы обеспечивают особые образы романтических отношений. Эти образы интегрируются в эмоциональную культуру общества и влияют на то, как определяется современниками любовь и близость. Поэтому исследование эмоциональности должно быть всегда связано с анализом культурного, исторического и институционального контекстов. Например, гендерные аспекты эмоциональных переживаний определяются общими условиями социального порядка.

Таким образом, на карте научных исследований постепенно оформляется область социологической проблематизации эмоций, которая проявляет себя, во-первых, в интересе социологов к социальной стратификации эмоционального опыта, что можно наблюдать в неравенстве доступа к положительным переживаниям у представителей социальных классов и групп. Социальное исключение переосмысливается как ущемление в правах на чувства. Эмоции институционализированы, включены в воспроизводство неравенства, статуса и власти.

Во-вторых, социологи критически размышляют о естественности переживаний и чувств людей, раскрывая давление социальных конвенций и норм на то, как и что должен чувствовать индивид, взаимодействующий в коллективе. Например, в социологии труда в связи с современными требованиями быть

клиентоориентированными широко разрабатывается концепция «эмоционального труда».

В-третьих, социологи задаются вопросами о роли эмоций в восприятии и познании социального мира: создании знания, воспроизводстве стереотипов и формировании идентичностей. Сегодня, например, в социологии города посредством анализа эмоций, возникающих в городских пространствах, разрабатываются научные представления о городской ритмологии, эмоциональной географии, городском воображаемом и городском чувственном.

Редколлегия социологической серии Вестника СПбГУ представляет читателям подборку статей, объединенных в тематический раздел «Проблема эмоций в социологии». Раздел открывает статья *Ольги Симоновой*, артикулирующей базовые принципы социологии эмоций. По мнению этого автора, активное продвижение социологического видения эмоций обеспечивается интеграцией микро- и макросоциального анализа явлений. Страх, гнев, стыд, гордость благодаря социологическому анализу раскрываются как основа социальных протестов, дискриминаций и т. п. структурных явлений. В работе Симоновой даются предложения по разграничению психологических и социологических исследовательских стратегий, намечается способ классификации эмоций, подчеркивается важность исторического взгляда на эмоции.

Теоретическую работу, укрепляющую предметный каркас социологии эмоций, продолжает статья *Владимира Ильина*. Автор решает сложную задачу разграничения в использовании двух основных понятий «чувства» и «эмоции». Согласно видению этого социолога, понятие «чувства» относится к внутренним переживаниям индивида, когда же мы сталкиваемся с проявленными вовне душевными порывами, необходимо говорить об эмоциях. Следовательно, прерогатива социологии — это в первую очередь эмоции.

Аффективный поворот как движение к новым исследовательским горизонтам в одном из традиционных социологических направлений — исследовании социальных проблем — анализируется *Еленой Богомягковой*. Общественный дискурс о язвах общества с точки зрения социологии эмоций складывается только тогда, когда легитимируется культурная установка на сострадание к другим, незнакомым людям. Следовательно, политика в отношении социальных проблем сопрягается с историческим развитием норм, регулирующих эмоциональность. Автор объясняет социальные проблемы как эмоционально насыщенные явления и выдвигает тезис о целесообразности и научной плодотворности использования знаний, полученных в рамках социологии эмоций, для объяснения социальных проблем.

Эмпирический кейс конструирования эмоций счастья в рекламе представлен в статье *Ольги Савельевой и Алены Капустиной*. Рекламное сообщение — это единство товарного и социокультурного дискурсов. Причем, как показывают авторы, современная реклама формирует интересные образцы лидирования социокультурного дискурса, что в итоге не снижает, а усиливает коммерческий успех. В этой связи образы индивидуального и коллективного счастья чрезвычайно востребованы у создателей рекламы. Статья включает данные опроса респондентов, выяснявшего, совпадают ли житейские представления о счастье с репрезентацией счастья в рекламе. «Возможность заниматься любимым делом» является критерием счастья для респондентов, однако в рекламе они этого мотива не находят.

Широкий спектр исследований, соединяющий «социальное» и «эмоциональное», постоянно пополняется новыми темами. Эмоции социальны, то есть не сводимы к физиологическим проявлениям конкретного человека, они оформляются и поддерживаются внутри групповых процессов, а это значит, социологам есть что сказать о страхе, радости, грусти, меланхолии и любви.

Редакция искренне благодарит всех авторов раздела за помощь и поддержку в его подготовке и надеется, что тематический раздел Вестника вносит свой, социологический, вклад в полилог научных дисциплин об эмоциях.

*О. Сергеева, д-р соц. наук,
член редакционной коллегии журнала Вестник СПбГУ. Сер. «Социология»*

Литература

1. Кули Ч. Х. Человеческая природа и социальный порядок. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. 320 с. (оригинальная публикация — 1902 г.)
2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. 304 с.
3. Goffman E. *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis: Bobbs-Merrill, 1961. 152 p.
4. Гофман И. Ритуал взаимодействия. Очерки поведения лицом к лицу. М.: Смысл, 2009. 319 с. (оригинальная публикация — 1967 г.)
5. Hochschild A. R. Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure // *American Journal of Sociology*. 1979. Vol. 85. P. 551–575.
6. Hochschild A. R. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press, 1983. 339 p.
7. Hochschild A. R. *The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home*. New York: Viking Press, 1989. 309 p.
8. Rafaeli A., Sutton R. I. Expression of Emotion as Part of the Work Role // *Academy of Management Review*. 1987. N 12. P. 23–31.
9. Barbalet J. M. *Emotion, Social Theory and Social Structure: A Macrosociological Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 210 p.
10. Collins R. Stratification, emotional energy, and the transient emotions // *Research agendas in the sociology of emotions* / ed. by T. D. Kemper. Albany, NY: State University of New York Press, 1990. P. 27–57.
11. Turner J. H. The stratification of emotions: Some preliminary generalizations // *Sociological Inquiry*. 2010. Vol. 80, Issue 2. P. 168–199.
12. Denzin N. On Understanding Emotion: The Interpretive-Cultural Agenda // *Research Agendas in the Sociology of Emotions* / ed. by T. D. Kemper. Albany: State University of New York Press, 1990. P. 85–116.

References

1. Kuli Ch. Kh. *Chelovecheskaia priroda i sotsial'nyi poriadok* [*Human Nature and the Social Order*]. Moscow, Ideia-Press, Dom intellektual'noi knigi, 2000. 320 p. (original'naia publikatsiia — 1902 g.) (In Russian)
2. Gofman I. *Predstavlenie sebii drugim v povsednevnoi zhizni* [*The Presentation of Self in Everyday Life*]. Moscow, KANON-press-Ts, Kuchkovo pole, 2000. 304 p. (In Russian)
3. Goffman E. *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis, Bobbs-Merrill Publ., 1961. 152 p.
4. Gofman I. *Ritual vzaimodeistviia. Oчерki povedeniia litsom k litsu* [*Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*]. Moscow, Smysl Publ., 2009. 319 p. (original'naia publikatsiia — 1967 g.) (In Russian)
5. Hochschild A. R. Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. *American Journal of Sociology*, 1979, vol. 85, pp. 551–575.
6. Hochschild A. R. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, University of California Press, 1983. 339 p.
7. Hochschild A. R. *The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home*. New York, Viking Press, 1989. 309 p.

8. Rafaeli A., Sutton R.I. Expression of Emotion as Part of the Work Role. *Academy of Management Review*, 1987, no. 12, pp.23–31.
9. Barbalet J.M. *Emotion, Social Theory and Social Structure: A Macrosociological Approach*. Cambridge, Cambridge University Press, 1999. 210 p.
10. Collins R. Stratification, emotional energy, and the transient emotions. *Research agendas in the sociology of emotions*. Ed. by T.D. Kemper. Albany, New York, State University of New York Press, 1990, pp.27–57.
11. Turner J. H. The stratification of emotions: Some preliminary generalizations. *Sociological Inquiry*, 2010, vol. 80, issue 2, pp.168–199.
12. Denzin N. On Understanding Emotion: The Interpretive-Cultural Agenda. *Research Agendas in the Sociology of Emotions*. Ed. by T.D. Kemper. Albany, State University of New York Press, 1990, pp.85–116.