

УДК 316.014; 159.98

Игротехника как метод трансформационного воздействия

Диева Анна Александровна

Аспирант,
кафедра социологии,
Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6;
e-mail: anna.dieva@yandex.ru

Аннотация

Использование игровых элементов и технологий в неигровых контекстах (геймификация) – важная тенденция в различных областях современной жизни. В организационном контексте геймификация, как правило, рассматривается с узкофункциональных, менеджериальных позиций, при которых используются лишь отдельные элементы игровой культуры. В статье анализируются особенности трансформативной игротехники, нацеленной на формирование устойчивых изменений мотивации, установок, психологических качеств и поведения индивидов и социальных групп. Существуют различные концепции трансформативной игротехники: «значимая геймификация», трансформативные ролевые игры, «игры для изменений», однако сфера их применения охватывает прежде всего решение социальных и психологических проблем. В организационно-управленческом контексте ключевые факторы успеха трансформативной игротехники включают рефлексивность участников относительно целей и игрового опыта, возможности открытого, неограниченного жесткими рамками поведения участников, ограничение квантификации игровых достижений и контроля со стороны менеджмента, обеспечение возможностей для социального взаимодействия, социальное и психологическое профилирование игроков.

Для цитирования в научных исследованиях

Диева А.А. Игротехника как метод трансформационного воздействия // Теории и проблемы политических исследований. 2018. Том 7. № 1А. С. 241-249.

Ключевые слова

Геймификация, игрофикация, «значимая геймификация», трансформативные ролевые игры, игровые методы управления.

Введение

Игра является универсальным феноменом культуры, присущим всем без исключения человеческим сообществам. В традиционном понимании она рассматривается лишь как одна из множества видов деятельности, имеющая четко определенные пространственно-временные границы и вполне конкретные функции, прежде всего досугово-развлекательные и педагогические. Однако более глубокий и целенаправленный социально-философский и культурологический анализ показывает, что игра – фундаментальный феномен культуры, нередуцируемый к другим явлениям и проникающий практически во все сферы человеческой жизни [Хейзинга, 2011; Финк, 2017].

Единого понимания игрового феномена не существует; в качестве его фундаментальных характеристик можно выделять состязательность, симуляцию (моделирование), наличие выигрыша и проигрыша, наличие правил или особого смыслового пространства, развлекательность и др. Однако такая неопределенность дефиниций во многом и отражает универсальность игрового феномена и возможности его проявления в самых разных сферах жизни: от досуга до военно-политических отношений и экономической деятельности.

Универсальность игры, ее глубокая укорененность в социальной системе и культуре обуславливают и возможность явного выхода игры за пределы четко очерченных хронотопов, в которых традиционно развивается игра, таких как спортивные состязания, театральные представления или игра в лото за семейным столом [Бронзино, Маркузе, Бодрийяр, 2011; Бронзино, 2011]. На определенном этапе развития общества потребления игровые практики все более явно проявляются в неигровых контекстах, а игровая логика начинает целенаправленно использоваться для решения «серьезных» задач, в частности деловых и управленческих. В современной науке эти процессы описываются различными терминами, такими как «игрофикация», «играизация» или «геймификация» [Raessens, 2006; Deterding et al., 2011; Никитин, 2016]. Различие в терминологии может отражать различные аспекты распространения игровых практик; например, под геймификацией обычно имеется в виду использование технологий компьютерных игр в таких неигровых контекстах, как образование, социальная работа, охрана окружающей среды, бизнес и др. Однако лейтмотивом большинства работ в этой области является признание, что игровые логики и практики становятся все более важной парадигмой, определяющей восприятие и поведение человека в современном обществе, влияющей на характер и результаты «серьезной» деятельности, формирование идентичности и системы социальных отношений.

Осознанное и целенаправленное применение игровых технологий и практик в организационном контексте в настоящее время изучается достаточно широко, прежде всего в сфере бизнеса и образования [Reiners, Wood, 2015; Dell'Aquila et al., 2017]. Возможности включения игровых элементов в повседневную деятельность современной организации связаны с двумя главными факторами. Во-первых, прогресс в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) определяет широкие возможности внедрения технических решений, использующих те или иные игровые элементы (система накопления очков, выигрыши и рейтинги лидеров, виртуальные персонажи, товары и целые миры, анимация, моделирование различных ситуаций и действий и т.д.). Эти решения могут быть адаптированы для различных организационных задач и интегрированы в рутинные процессы. Во-вторых, это выход на сцену нового поколения молодых людей («миллениалии», «Интернет-

поколение», «Поколение Y»), для которых игровые практики, в особенности основанные на ИКТ, являются естественной формой, в которой осуществляется в том числе серьезная деятельность, например учебная или трудовая.

Использование игровых практик в организационном контексте носит преимущественно инструментальный характер. Иными словами, руководство компаний отбирает и внедряет отдельные решения, позволяющие реализовать потенциал человеческой склонности к игре для решения вполне конкретных управленческих задач, связанных, прежде всего, с повышением мотивации персонала. Типичным приемом является использование геймифицированных интерфейсов для оперативной обратной связи и виртуальных «вознаграждений» за выполненную работу, а также повышения развлекательности скучных рутинных обязанностей (см., напр., [Reiners, Wood, 2015; Thom, Millen, DiMicco, 2012; Цыплакова, 2016]).

Однако такой узкофокусированный, менеджерский подход склонен игнорировать более глубокий потенциал игры как особой формы деятельности (а в определении Е. Финка – формы бытия) и ее трансформативное воздействие на личность. Компании, внедряющие игровые технологии, ориентированы на достижение конкретных управленческих целей: повышение мотивации сотрудников, рост продаж, снижение текучести кадров и т.п. Это мешает восприятию всей сложности игры как культурного феномена и особой смысловой реальности, способной менять базовые установки и поведенческие паттерны отдельного человека и социальных групп. Во многом этому способствует и избирательный характер большинства реализуемых проектов геймификации: использование отдельных элементов игры вместо создания полноценной игровой реальности.

Несмотря на это, ряд исследователей, в том числе прагматически ориентированных, стремятся выйти за рамки узкого менеджерского подхода и вскрыть более глубокие пласты игрофикации организации. В этой связи исследователи используют различные термины: «значимая геймификация», «трансформативные ролевые игры», «игры для изменений» [Dell'Aquila et al., 2017; Nicholson, 2015; Antle, Tanenbaum, Macaranas, Robinson, 2014]. Для удобства мы обобщим эти подходы под названием трансформативной игротехники.

Понятие «значимой геймификации» было предложено Скоттом Николсоном в качестве противопоставления более традиционному подходу к геймификации, основанного на получении в ходе игры внешнего вознаграждения [Nicholson, 2015; Nicholson, 2013]. В основе этого противопоставления лежит понимание того, что основанные на непосредственном виртуальном вознаграждении изменения поведения в ходе игры носят временный, неустойчивый характер и прекращаются в отсутствие награды. Основанная на бихевиористской теории, такая геймификация не способна к воздействию на индивида, которое бы носило трансформативный характер.

Задача трансформативного долговременного воздействия на поведение, основанного на внутренней мотивации, оказывается гораздо более сложной. Отталкиваясь от теории самодетерминации Э. Деси и Р. Райана, Николсон предлагает модель «значимой геймификации», получившей название RECIPE, включающей в себя следующие игровые элементы:

1. Игра (play) – способствует свободе исследования новых возможностей и совершения ошибок. В данном случае автор использует традиционное для англоязычной литературы противопоставление терминов game и play, чтобы подчеркнуть, что play – это игра без правил и жесткой структуры, характерной для game. Такая игра позволяет преодолевать границы, навязанные структурой и правилами и экспериментировать с новыми правилами.

2. «Легенда» (exposition) – создание историй, связывающих игру с реальным миром, а также возможность участников создавать свои собственные истории.

3. Выбор (choice) – игровая система должна предоставлять участникам достаточные возможности выбора.

4. Информация (information) – игровые технологии используются для увеличения знаний участников о реальном мире.

5. Вовлечение (engagement) – стимулирование интереса участников учиться у других.

6. Рефлексия (reflection) – помощь участникам в поиске новых интересов и осмыслении прошлого опыта, который может увеличить вовлеченность и обучение.

Задача значимой геймификации заключается в том, чтобы создать такой игровой дизайн, который будет способствовать реализации этих шести принципов и тем самым создаст предпосылки для включения механизмов внутренней мотивации. Исследования подтверждают, что такие традиционные игровые элементы, как набор очков, уровни и таблицы лидеров, не способны задействовать потенциал внутренней мотивации, хотя могут быть использованы в качестве одного из вспомогательных средств значимой геймификации [Mekler, 2015].

Инициирование механизмов внутренней мотивации – лишь один из аспектов трансформационного воздействия игры на личность в социально значимых целях. Использование игровых технологий в образовании, психотерапии и организационной психологии показывает значительный трансформационный потенциал ролевых игр. Реализуясь в форме психодрамы, социодрамы или симуляций, ролевые игры способны повысить эффективность традиционных технологий обучения, обогатить опыт индивида, способствовать индивидуальному и групповому развитию, содействовать выстраиванию социальных отношений и развитию «мягких» навыков [Dell'Aquila et al., 2017]. Ролевая игра задействует широкий спектр инструментов, способствующих достижению этих целей: инверсия ролей, повторное разыгрывание сцены, «внутренний голос», «зеркальная» техника и т.д. Ключевая ценность игры – возможность экспериментирования с различными ситуациями и формами поведения в безрисковой форме, позволяющей избежать последствий ошибок и неудач, значимых как на личностном, так и организационном уровне.

Ролевая игра моделируется профессиональным специалистом и осуществляется в социально-групповом контексте. Психологическая структура ролевых игр обеспечивает развитие метакогнитивных способностей, способствует принятию перспективы другого, эмпатии, рефлексивному отношению к собственному поведению и эмоциям. В отличие от игр, основанных на вознаграждении, ролевые игры могут приводить к изменениям, которые сохраняются после прекращения игры, оказывая тем самым трансформативное воздействие на личность и социальную группу.

Хотя идея ролевых игр была предложена еще в начале XX века Дж. Морено, а сами они не требуют специальной техники, развитие цифровых технологий позволяет реализовать принципы ролевых игр в новой, виртуальной среде, расширяя их возможности и повышая гибкость. Специалисты используют для образовательных и других неразвлекательных целей как некоторые коммерческие, так и специально разработанные игры. К первым можно отнести популярные фэнтезийные онлайн-игры Everquest и World of Warcraft, ко вторым – Secondhealth (виртуальный госпиталь), VirtualPREX (подготовка учителей), DREAD-ED (управление чрезвычайными ситуациями), S-Cube (подготовка предпринимателей), ORIENT (игра, направленная на интеграцию детей мигрантов и беженцев в школе) и др. [Dell'Aquila et al., 2017]. В рамках международных проектов были созданы специализированные некоммерческие

платформы (Unigame, E-Drama, Infiniteams) для поддержки многопользовательских ролевых игр, направленных на обучение социальным навыкам и адаптацию различных социальных групп. В настоящее время продолжаются эксперименты и обсуждение различных психолого-педагогических моделей использования ролевых игр в виртуальных средах для решения различных задач (см. [Там же]).

Основной фокус использования трансформативных ролевых игр в настоящее время – решение образовательных и социальных задач, осуществляемых, как правило, в рамках некоммерческих проектов. Трансформативный потенциал ролевых игр в организационном контексте как способ организационного научения, развития персонала и поддержки командной работы реализован в значительно меньшей мере.

Анализ современной практики, а также личный опыт участия автора в ролевых играх организационно-управленческой направленности, проведенных как в «естественной», так и виртуальной среде, позволяют сформулировать ряд тезисов относительно возможности использования «значимой геймификации» и трансформативных ролевых игр в организациях.

1. Трансформативная игротехника способна обеспечить долгосрочные, устойчивые изменения в поведении, установках, психологических качествах и даже, возможно, ценностных ориентациях сотрудников, значимые с точки зрения индивида, трудового коллектива, а также организации. На индивидуальном уровне к числу важнейших изменений, которые могут быть инициированы в ходе трансформативных игр, можно отнести:

- развитие «мягких» навыков, прежде всего коммуникативных, связанных с командной работой, принятием перспективы другого;
- повышение уверенности в себе, инициативы, гибкости мышления, рефлексивности, толерантности и развитие других ценных психологических качеств.

На групповом уровне (трудового коллектива) возможные изменения связаны с ростом групповой солидарности, улучшением социально-психологического климата, снижением конфликтности.

На организационном уровне эффекты носят более сложный и многообразный характер. С одной стороны, трансформативные игры могут способствовать решению ряда важных управленческих задач: росту трудовой мотивации сотрудников, корпоративной лояльности, повышению эффективности организационных коммуникаций и трансфера знаний, организационному научению, уменьшению числа конфликтов в отношениях с клиентами. С другой стороны, психологические и социально-психологические изменения на индивидуальном и групповом уровне могут приводить к проблемам, связанным с неспособностью организации удовлетворить возрастающие нематериальные потребности сотрудников, а также необходимость адаптировать систему управления для соответствия новым компетенциям персонала.

2. Использование цифровых технологий расширяет возможности игротехники за счет большей гибкости, масштабности, преодоления пространственных ограничений, автоматизации отдельных функций, расширения доступных коммуникационных каналов, использования визуальных эффектов и др. При этом, в отличие от традиционных геймификационных техник, трансформационные игры имеют несколько ключевых особенностей:

- необходимость разработки целостной игровой модели, невозможность использования лишь отдельных игровых элементов;
- смещение фокуса внимания с квантификации достижений, внешних вознаграждений и прямой игровой конкуренции на рефлексивность участия в игре, многовариантное ролевое

поведение и насыщенное горизонтальное взаимодействие, а также нематериальные мотивы участия в игре, в частности важность мотивов взаимной признательности [Mekler, 2015];

– обязательное включение механизмов «открытого» поведения, то есть свободы принятия решений и создания собственных сценариев действия, возможности безрискового моделирования социальных ситуаций и поведенческого экспериментирования;

– высокий уровень социализации, то есть механизмы и форматы группового взаимодействия при сохранении важной роли модератора.

3. Несколько организационных факторов имеют критическое значение для реализации потенциала трансформационных игр.

Во-первых, управленческая культура и ценности. Даже традиционная, узкофункциональная геймификация требует особой управленческой культуры, допускающей введение игровой культуры в рабочие процессы. В случае трансформативной игротехники управленческая культура и система ценностей руководства должны предполагать скорее гуманистическое, нежели инструментальное отношение к персоналу и внедрению игровых технологий, высокую ценность личностного развития, а также более высокий уровень ответственности и рефлексивности управления. Из этого вытекает и необходимость явно демонстрируемой поддержки использования игровых методов со стороны руководства.

Во-вторых, трансформативная игротехника требует предварительного профилирования участников и разработки игрового сценария или модели с учетом особенностей различных групп сотрудников. Хотя лучшие практики геймификации также предполагают профилирование игроков с целью выбора наилучшей стратегии их включения в игру (см., напр. [Huber, Rörke, 2015]), в случае трансформативной игротехники такая потребность более важна. Различные социальные и социально-профессиональные роли и психотипы по-разному сопрягаются со структурой трансформативных игр, требуют предварительной проработки сценария и оценки возможных последствий на установки и поведение индивидов.

В-третьих, успешная трансформативная игра требует более полного погружения индивида в игровой мир, а также рефлексивности в отношении целей и результатов игры. В отличие от большинства видов традиционной геймификации, включающей игровые элементы в рутинные рабочие процессы, трансформативную игру лучше проводить в качестве серии отдельных мероприятий, значимость которых искусственно акцентируется организационными механизмами (выделением отдельного «игрового» дня, информированием, обсуждением результатов игр и их явным использованием в последующей деятельности организации). Как следствие, качественное проведение трансформативных игр требует тщательной подготовки, профессионального модерирования, значительных организационных усилий как до, так и после ее окончания. Иными словами, недостаточно просто отправить сотрудников на игровой тренинг; если организация рассчитывает на устойчивую трансформацию установок и поведения сотрудников, она должна быть и сама готова к изменениям деловых практик и стиля управления.

Заключение

Опыт участия автора в трансформативных играх показал, что в российских компаниях вышеперечисленные требования выполняются лишь частично. Руководство компаний не всегда понимает смысл и цели таких игр, не знает, каким образом использовать их результаты для организационного развития, недооценивает потенциальные возможности цифровых технологий в проведении игр. Можно заключить, что как геймификация в целом, так и «значимая»

геймификация и ролевые игры на основе современных технологий, в частности, обладают большим потенциалом, который можно использовать в целях личностного и организационного развития, однако этот потенциал остается в значительной мере нереализованным, а конкретные механизмы интеграции игровых технологий в деловую практику – малоизученными.

Библиография

1. Deterding S. et al. From game design elements to gamefulness: Defining 'gamification' // Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments. ACM, 2011. P. 9-15.
2. Raessens J. Playful Identities, or the Ludification of Culture // Games and Culture. 2006. Vol. 1. P. 52-57.
3. Бронзино Л.Ю. Концепция симулякра Жана Бодрийера: методология «алеаторного мышления» и трансформация субъекта в обществе потребления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2011. № 1. С. 11-23.
4. Бронзино Л.Ю., Маркузе Г., Бодрийер Ж. Теоретико-методологический анализ концепта общества потребления // Современные исследования социальных проблем. 2011. Т. 8. № 4. С. 62.
5. Никитин С.И. Геймификация, игрофикация, играизация в образовательном процессе // Молодой ученый. 2016. № 9. С. 1159-1162.
6. Финк Е. Основные феномены человеческого бытия. М.: Канон+, 2017. 432 с.
7. Хейзинга Й. Homo Ludens. Опыт определения игрового элемента культуры. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011. 416 с.
8. Цыплакова Е.О. Геймификация – мотивационная практика или механизм тотального контроля над трудовым процессом? // Экономическая социология. 2016. № 3. С. 82-109.
9. Antle A.N., Tanenbaum J., Macaranas A., Robinson J. Games for change: Looking at models of persuasion through the lens of design. In: Nijholt A. (ed.) Playful User Interfaces, Gaming Media and Social Effects. Singapore: Springer Science+Business Media, 2014. P. 163-184.
10. Dell'Aquila E. et al. Educational Games for Soft-Skills Training in Digital Environments: New Perspectives. Springer, 2017. 169 p.
11. Huber S., Röpke K. How gamification can help companies to become more sustainable: A case study on ride sharing. In: T. Reiners, L.C. Wood (eds) Gamification in Education and Business. Cham: Springer, 2015. P. 615-636.
12. Mekler E.D. The Motivational Potential of Digital Games and Gamification – The Relation between Game Elements, Experience and Behavior Change. Basel: University of Basel, 2015. 114 p.
13. Nicholson S. A RECIPE for meaningful gamification. In: T. Reiners, L.C. Wood (eds) Gamification in Education and Business. Cham: Springer, 2015. P. 1-20.
14. Nicholson S. Two paths to motivation through game design elements: reward-based gamification and meaningful gamification // Conference 2013 Proceedings. 2013. P. 671-672.
15. Reiners T., Wood L.C. (eds) Gamification in Education and Business. Cham: Springer, 2015. 710 p.
16. Thom J., Millen D., DiMicco J. Removing gamification from an enterprise SNS // Proceedings of the ACM 2012 Conference on Computer Supported Cooperative Work. New York: ACM, 2012. P. 1067-1070.

Game-based technique as a method of transformative change

Anna A. Dieva

Postgraduate,
Department of sociology,
Peoples' Friendship University of Russia,
117198, 6 Miklukho-Maklaya st., Moscow, Russian Federation;
e-mail: anna.dieva@yandex.ru

Abstract

The use of game elements and technologies in non-game contexts (gamification) is an important trend in many spheres of modern life. In the organizational context, gamification, as a rule, is typically perceived in a narrow, managerial way, and exploits game culture only partially. The article analyzes the features of transformative game-based technique aimed at the formation of stable changes in motivation, attitudes, psychological qualities and behavior of both individuals and social groups. There are several concepts of transformative game-based technique: "meaningful gamification", transformative role-playing games, "games for change". However, their scope is generally limited to social and psychological issues. At the organizational and managerial context, the key factors of success of transformative game-based technique include the reflexivity of the participants in terms of the objectives of game and gaming experience, opportunity for open behavior of the parties, restricted quantification of players' achievements and managerial control, increased social interaction and interdependence, social and psychological profiling of participants. Gamification in general, as well as meaningful gamification and role-playing games on the basis of modern technologies in particular, have great potential that can be used for personal and organizational development, but this potential remains today largely unrealized, and specific mechanisms for the integration of game technologies into practice are poorly known.

For citation

Dieva A.A. (2018) Igotekhnika kak metod transformatsionnogo vozdeistviya [Game-based technique as a method of transformative change]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 7 (1A), pp. 241-249.

Keywords

Gamification, playification, meaningful gamification, transformative role-playing games, game-based methods of management.

References

1. Antle A.N., Tanenbaum J., Macaranas A., Robinson J. (2014) Games for change: Looking at models of persuasion through the lens of design. In: Nijholt A. (ed.) *Playful User Interfaces, Gaming Media and Social Effects*. Singapore: Springer Science+Business Media, pp. 163-184.
2. Bronzino L.Yu. (2011) Kontsepsiya simulyakra Zhana Bodriyara: metodologiya "aleatornogo myshleniya" i transformatsiya sub"ekta v obshchestve po-trebleniya [Concept of simulacrum: the methodology of "aleatory thinking" and subject's transformation in the consumer society]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sotsiologiya* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology], 1, pp. 11-23.
3. Bronzino L.Yu., Markuze G., Bodriyar Zh. (2011) Teoretiko-metodologicheskii analiz kontsepta obshchestva potrebleniya [Theoretical and methodological analysis of the concept of consumer society]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem* [Modern research of social problems], 8(4), p. 62.
4. Dell'Aquila E. et al. (2017) *Educational Games for Soft-Skills Training in Digital Environments: New Perspectives*. Springer.
5. Deterding S. et al. (2011) From game design elements to gamefulness: Defining 'gamification'. *Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments*. ACM, pp. 9-15.
6. Fink E. (2017) *Osnovnye fenomeny chelovecheskogo bytiya* [Main phenomena of human existence]. Moscow: Kanon+Publ.
7. Huber S., Röpke K. (2015) How gamification can help companies to become more sustainable: A case study on ride sharing. In: T. Reiners, L.C. Wood (eds) *Gamification in Education and Business*. Cham: Springer, pp. 615-636.
8. Kheizinga I. (2011) *Homo Ludens. Opyt opredeleniya igrovogo elementa kul'-tury* [Homo Ludens. Playing man. The experience to define gaming culture element]. Saint Petersburg: Izd-vo Ivana Limbakha Publ.

-
9. Mekler E.D. (2015) *The Motivational Potential of Digital Games and Gamification – The Relation between Game Elements, Experience and Behavior Change*. Basel: University of Basel.
 10. Nicholson S. (2015) A RECIPE for meaningful gamification. In: T. Reiners, L.C. Wood (eds) *Gamification in Education and Business*. Cham: Springer.
 11. Nicholson S. (2013) Two paths to motivation through game design elements: re-ward-based gamification and meaningful gamification. *Conference 2013 Proceedings*, pp. 671-672.
 12. Nikitin S.I. (2016) Geimifikatsiya, igrofikatsiya, igraizatsiya v obrazovatel'nom protsesse [Geimifikatsiya, playifikatsiya, igraizatsiya in educational process]. *Molodoi uchenyi* [Young scientist], 9, pp. 1159-1162.
 13. Raessens J. (2006) Playful Identities, or the Ludification of Culture. *Games and Culture*, 1, pp. 52-57.
 14. Reiners T., Wood L.C. (2015) (eds) *Gamification in Education and Business*. Cham: Springer.
 15. Thom J., Millen D., DiMicco J. (2012) Removing gamification from an enterprise SNS. *Proceedings of the ACM 2012 Conference on Computer Supported Cooperative Work*. New York: ACM, pp. 1067-1070.
 16. Tsyplakova E.O. (2016) Geimifikatsiya – motivatsionnaya praktika ili mekhanizm total'nogo kontrolya nad trudovym protsessom? [Is gamification motivation practice or mechanism of total control over the working process?]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Economic sociology], 3, pp. 82-109.