

Исследования феномена игрушки в современной западной науке

Смирнова Е. О.*,

научный руководитель Научно-методического центра игры и игрушки, доктор психологических наук, заведующая лабораторией «Психология детей дошкольного возраста» ПИ РАО, профессор МГППУ

Соколова М. В.**,

кандидат психологических наук, научный сотрудник лаборатории «Психология детей дошкольного возраста» ПИ РАО

В работе представлен обзор современных зарубежных исследований, посвященных изучению феномена игрушки и игры. Основные направления исследований: теоретические подходы к феномену игрушки в культуре и обществе, кросскультурные исследования игрушки, влияние игрушки на развитие личности ребенка, в том числе изучение влияния игрушек на агрессивность детей, особенности современного рынка игрушек, специфика экспертизы игрушек.

Ключевые слова: игрушка, игра, идентичность, развитие личности, постмодерн, кросскультурные исследования, экспертиза.

Игрушка является достаточно распространенным и популярным предметом исследования в европейской и мировой науке. Характерно, что эта область стала центром пересечения самых разных областей знания. Игрушка выступает предметом рассмотрения и исследования самых разных научных дисциплин: философии, истории, семиотики, лингвистики, искусствоведения, маркетинга, педагогики и психологии. Свообразным координатором данных исследований сегодня является международная организация ITRA (International Toy Research Association).

В начале 90-х гг. в университете в Швеции был создан центр исследования игрушки (SITREC). Целью данного центра стало объединение студентов, исследователей и производителей игрушек для участия в междисциплинарных исследованиях. Вскоре была создана международная ассоциация исследователей игрушки (ITRA), куда вошли 60 исследователей из 12 стран. В 1996 г. была организована ее первая конференция «Игрушка в образовательном и социокультурном контексте», где были представлены работы по исследованию игрушки. В рамках этой конференции иг-

* toy_museum@mail.ru

** port_777@mail.ru

рушка рассматривалась как знак культуры и культурных изменений, как своеобразный символ перехода общества к постмодерну. В 1999 г. состоялась вторая конференция «Игрушки как коммуникация». Исследования, представленные на этих конференциях, отражают полифонию мнений и подходов к пониманию сущности игрушки как культурного феномена, к ее образовательной и воспитательной функции.

Среди многообразия этих исследований можно выделить следующие направления.

1. Теоретические подходы к феномену игрушки в культуре и в обществе.

2. Кросскультурные исследования игрушки.

3. Влияние игрушки на развитие личности ребенка.

4. Особенности современного рынка игрушек:

- изучение влияния игрушек на агрессивность детей (военные игрушки)
- необходимость экспертизы (этика; объем рынка).

Остановимся на характеристике каждого из этих направлений.

Теоретические подходы к феномену игрушки в культуре и в обществе

Теоретические подходы к пониманию роли игрушки весьма вариативны – от философских обобщений, связанных с феноменом игрушки, до полного отрицания ее роли.

Большинство исследователей отстаивают ценность игры и игрушки в жизни не только детей, но и взрослых. В статье Т. Н. Rasmussen игрушка рассматривается как своеобразные «ворота» в виртуальную реальность [6]. Автор обращает внимание на тот факт, что игрушка не существует в отрыве от играющего субъекта. Предмет становится игрушкой только в контексте игры, когда он впитывает дух трансформаций и превращений, когда он символизирует собой нечто иное. В этом отличие игрушки от любого другого орудия. Если работа с орудием – это «реализация возможного», то игра с игрушкой – это «виртуализация реальности». Игрушка в определенном смысле

сама является субъектом игры: человек играет не игрушкой, а с ней как с партнером. Сама игрушка играет с играющим. Идеальной и самой древней игрушкой является мяч, перемещения которого непредсказуемы и ведут за собой игрока. Никогда не знаешь заранее и окончательно точно, куда отскочит мяч, с какой силой и скоростью, как поведет себя партнер в игре с мячом и т. д. В этом – бесконечное удовольствие и интерес не только к детским играм с мячом, но и таким играм, как, например, футбол, гольф, теннис, рулетка и др. [11].

Диалектическая сущность игрушки заключается как раз в том, что она одновременно является и объектом и субъектом игры, так же как и сам ребенок. Играющий одновременно хочет действовать с игрушкой и подчиняться ее воздействию.

Поддерживая в целом представления Ж. Пиаже о символической функции игрушки, Т. Н. Rasmussen возражает против положения о том, что игрушки помогают трансформировать или моделировать реальность. С его точки зрения игрушка – это средство **создания виртуального мира**. В то же время для ребенка этот мир является реальным, так как дошкольник живет в мире возможного. Весь мир для него – потенциальное пространство игры или потенциальная игрушка. Построение виртуального мира становится возможным благодаря следующим специфическим качествам игрушки:

- привлекательность, побуждающая взять предмет в руки и действовать с ним;
- возможность трансформации, превращения во что-то другое;
- соотношение с другими типами игрушек, которое порождает непредсказуемый процесс игры.

Амбивалентная форма игрушки позволяет действовать с ней как с другим предметом, благодаря чему происходит «превращение» предметов и создание беспредельного поля возможностей.

В данном рассуждении безусловно прослеживается аналогия с позицией Л. С. Выготского об игре как о создании мнимого пространства, которое не совпадает с про-

странством реального действия. В обоих случаях игра – это способ преобразования не только предмета игры, но и себя.

Особенно часто в работах западных авторов рассматривается роль игрушки в становлении **идентичности** ребенка. Например, в работе L. Berg показано, что построение идентичности происходит не только в отношениях двух субъектов, но и в отношении объекта, каковым может выступать игрушка [2]. Феноменологическое исследование роли игры и игрушки в процессе становления идентичности ребенка показало, что игрушка является необходимым элементом процесса развития идентичности и социальной компетентности в дошкольном периоде детства [Там же]. Ролевая игра чрезвычайно важна для консолидации личности и развития идентичности. В этом смысле игрушки для ролевых игр выходят на первый план как необходимые и «присвоенные» средства. Важно подчеркнуть, что идентичность не возникает в результате пассивного обладания игрушкой. Ребенок должен быть обязательно включен в игровое действие, чтобы его идентичность была реализована и замечена другими. Различные аспекты идентичности должны проработаться ребенком в контексте его развития и взросления; здесь ребенок начинает «играть» со своей идентичностью, переходя от одного аспекта к другому с помощью игрушек.

Важнейшая мысль, которая красной нитью проходит через ряд статей, заключается в необходимости диалогического подхода к развитию ребенка и признании диалогической сущности игры. Человеческая идентичность может развиваться только в отношениях с Другим. Для подтверждения этого положения следует развести понятия «игры» и «игрушки». Игра – более социальна, чем игрушка, которая ее сопровождает. В классической психологии развития (Ж. Пиаже, Э. Эриксон, Л. С. Выготский) показано, что некоторые социальные функции игры появляются в очень раннем детстве. Они начинаются уже в младенческом возрасте, например, с прятков («*peek-a-boo*», в русском варианте игры в «ку-ку»). Игры этого типа чрезвычайно важны

в плане развития идентичности. Это игра, в которой происходит цепочка событий, которая содержит «жизнь» и «смерть». Пряжки показывают ребенку, что он существует – и это происходит только в отношении к другому, который узнает, подтверждает и принимает факт его существования. Эта простая игра дает почувствовать пропасть между видимым и невидимым существованием, когда он существует или не существует для Другого. Пряжки – простейший эмпирический ответ на важнейший вопрос – «Существую ли Я?» Некоторые игрушки, например, фигурки би-ба-бо подходят для таких игр. Однако, конечно же, главным средством становления идентичности являются традиционные куклы, которые позволяют развернуть бесконечные вариации социальных сюжетов [2; 3].

В ряде работ игрушки рассматриваются как важные **лингвистические символы**, своеобразный **язык детства** [3, 11, 12]. Этот язык позволяет ребенку еще в довербальном периоде донести до взрослых свои мотивы, состояния и даже абстрактные понятия [2]. Игрушки являются языковым **мостом** между ребенком и взрослым или между детьми. Красивую метафору, описывающую эту функцию игрушки, предложил Sh. Tap: «Это своеобразная «машина времени», которая позволяет ребенку стать взрослым, а взрослым вернуться в детство» [11].

Одна из проблем, наиболее часто обсуждаемых в работах зарубежных авторов – соотношение взрослого и детского мира в игрушке. В некоторых статьях игрушка рассматривается как уменьшенная копия взрослого мира, которая отражает эстетические вкусы, нравы и представления общества (G. Wegener, F. Mouritsen). В то же время игрушка может быть самобытным и самостоятельным предметом для детской игры (J.-P. Rossie). Данное качество игрушки рассматривается как основание для классификации. A. Nelson, M. Nilsson делят все игрушки на копии (реалистичные игрушки), отражающие предметы окружающего мира (машинки, домики, куклы, животные и пр.) и оригинальные предметы для детской игры (волчки, мячи, пирамид-

ки и пр.). К этой же группе авторы относят все реальные предметы, которыми ребенок действует как с игрушками (настоящий молоток, детский велосипед, скейтборд). По данным исследования [5], количество игрушек-копий в дошкольном возрасте значительно превышает число оригинальных игрушек (в 3,5 раза), причем с возрастом интерес ребенка к реалистичным игрушкам увеличивается. Можно полагать, что именно реалистические игрушки спо-

собствуют успешной социализации ребенка и его вхождению в общество.

Вместе с тем, последние 20 лет ознаменованы решительными изменениями в мироощущении людей и в общем духе времени. Эти изменения нашли отражение в категории «постмодерн». Содержательную характеристику эпохи постмодерна дает Хейн Реттер через ее сравнение с эпохой модерна, которое представлено в таблице.

Эпоха модерна	Эпоха постмодерна
Универсальные ценности и идеалы	Плюрализм ценностей и идеалов
Реальность как источник знаний и опыта	Виртуальная реальность как источник знаний и опыта
Рационализм и критический взгляд на мир	Эстетический, иррациональный взгляд на мир
Идентичность и общность как ценности	Дифференциация людей
Эмпатичность и социальная вовлеченность	Ироничность и дистанцированность
Трудности в коммуникации и поиски решения проблем	Одновременное существование разных миров и ее нормативность в этическом изменении

Общая характеристика **постмодерна** может быть сформулирована как тотальный, **радикальный плюрализм**. На практике это проявляется в распаде семейных ценностей и в изменении отношения к детству: в Европе снижается число браков, возрастает время вступления в брак, сокращается число детей в семье и пр. [8].

С изменением ситуации взросления детей традиционные игры уходят из их жизни и сохраняются только в деревнях, провинциях и странах третьего мира [9, 11]. В развитых странах традиционные игры вытесняются видео- и компьютерными играми, масс-медиа и пр.

В подтверждении этого тезиса Х. Реттер приводит следующие факты.

Раньше дети свободно играли на улице, во дворах рядом с домом. В настоящее время это невозможно – детские игровые площадки вынесены в специальные зоны отдыха или парки.

Раньше игра протекала спонтанно и организовывалась самими детьми. Сейчас

традиционные игры существуют только в специальных учреждениях (детских садах, центрах развития), где они проводятся под руководством взрослого.

В традиционной науке были выделены разные виды игр, дано их определение и описание. Сейчас определение игры размывается или вовсе исчезает. Современные игры не соответствуют установленным канонам. Игра и неигра трудноразличимы.

Семейное воспитание становится все более гибким, свободным и разнообразным. Современные технологии открывают большие возможности для развития разных способностей. Компьютеризация породила новый вид игр – двумерных.

Профессиональные педагоги, несущие ценности традиционных игр, все более отчуждаются от реальных детей и естественных условий их воспитания.

В то же время нельзя сказать, что игра совсем исчезла или потеряла свою роль. Она ушла в профессиональные сферы и в воспитание детей с особыми нуждами.

В заключение своей полемической статьи Хейн Реттер высказывает мысль о том, что понятие игры и ее влияние на развитие ребенка – всего лишь умственный конструкт ученых. Он пишет:

«Идея о том, что в игре проявляется природа ребенка, и что игра – неперемный атрибут детства – это романтическое заблуждение взрослых. В период постмодерна она может стать деструктивной. Игра и игрушка в традиционном смысле существует только в специальных условиях: в детских садах, для детей с проблемами в развитии, в странах 3-его мира, которые стремятся к европейскому сообществу» [8].

Таким образом, можно заключить, что разброс мнений о функции игры и игрушки достаточно широк – от приписывания ей роли ведущего фактора в становлении самосознания до полного нивелирования ее роли.

Роль игрушки в развитии личности

Большинство западных авторов признают, что игры и игрушки являются важными средствами для когнитивного и эмоционального развития человека, а также для терапевтического процесса. Есть данные, свидетельствующие, что во всех возрастах люди, умеющие хорошо играть (хорошие игроки) более активны, общительны, эмоциональны, у них лучше развито воображение и т. д.

Вместе с тем, разные игрушки имеют различную ценность для детского развития. Наибольшее развивающее значение оказывают игрушки полифункциональные, позволяющие осуществить разные виды активности. К ним относятся наборы Лего и Плеймобиль, включающие не только детали для конструирования, но и разные фигурки людей и животных. L. Berg выделяет особый «Лего-период» в игре ребенка, кульминация которого приходится на дошкольный возраст. В этот период ребенок моделирует в игре различные комбинации человеческих отношений: эмоции, роли, формы деятельности. Эти игрушки открывают простор для создания сюжетов, что создает прекрасные условия не только для моторного, но и для умственного социального развития [2; 3].

По мнению Л. Берга и Х. Реттера, всегда будет сохраняться противоречие между советами педагогов и реальной практикой детских игр с разными игрушками. Взрослые предпочитают предсказуемость игры, ее логическую последовательность и однозначность (например, мы играем по определенным правилам; это у нас – часы; бросаем мяч по очереди). Дети, напротив, с радостью встречают непредсказуемые занятия, которые можно было бы назвать свободной деятельностью. Игра спонтанна и многозначна, специфика игровых ситуаций и используемых в них игрушек заключается в том, что они непредсказуемы, зачастую нелогичны, хаотичны, полифункциональны (L. Berg). Л. Берг приводит наблюдение за конструированием трехлетних детей из фигурок Лего. Наряду с запланированным конструированием, дети «позволяли» деталям крепиться так, как они скрепились при первом касании, строили дальше в той же манере, в результате чего получались незапланированные постройки и достаточно хаотические конструкции.

Такие важные характеристики как спонтанность и неоднозначность игровых ситуаций имеют своим конечным результатом развитие творческих способностей: любопытство, гибкость мышления, способность к нетривиальным решениям, живость и яркость эмоциональных состояний. Этот феномен широко используют в терапевтической практике, например в игре «Свечка», когда клиент с закрытыми глазами помещается в центр круга участников, которые начинают раскачивать его в разные стороны. Клиент теряет всякий контроль над ситуацией, он сам превращается в «игрушку» для других людей, а его тело – в «игрушку» для него самого и остальных. Никто в группе заранее не знает, в какую сторону и как будет развиваться ситуация. Такую форму простого доверия и уверенности в ребенке можно найти в сублимированном виде в искусстве, в религии и, конечно, в детской игре.

Еще один важный аспект, который обсуждается в связи с влиянием игрушки на

развитие личности ребенка, – это возможное воздействие современных игрушек на агрессивность детей. Некоторые последние исследования показали, что агрессивные игрушки относительно безвредны. Дети, имеющие большое количество агрессивных игрушек, не отличаются повышенной агрессивностью в реальной жизни. Вместе с тем, разные игрушки по-разному отражаются на агрессивности детей в игре и вне игры. Так, игрушечное оружие (ружья, револьверы, сабли) чаще вызывает агрессивное поведение, чем фигурки военных (солдатики). Вместе с тем, на сегодняшний день принято мнение, что военные игрушки должны быть доступны для детей, поскольку они позволяют реализовать их желания и утверждать свое Я.

Однако и среди западных коллег есть категорические противники такой точки зрения. Х. Раттер утверждает, что отсутствие негативных эффектов таких игр не может стать критерием оценки их воздействия, поскольку это воздействие может быть отсроченным. Некоторые авторы уверены [7], что даже в эпоху либерализма необходимо критически подходить к выбору игрушек. Задача взрослых – занимать критическую позицию всякий раз, когда событие, развлечение или игра игнорируют базовые человеческие ценности. Существует достаточное количество неагрессивных игрушек, которые позволяют детям реализовать свои желания и самоутверждаться. «...наша задача не допустить, чтобы насилие и смерть распространялись как неотъемлемые компоненты детских игр и игрушек. Мы, в Европе, не должны забывать, насколько эффективным может быть потребительский бойкот товара, который по этическим основаниям неприемлем» [7].

Кросскультурные исследования игрушек

Одно из наиболее популярных направлений западных работ, связанных с феноменом игры и игрушки, – кросскультурные исследования. Особый интерес имеют исследования, проведенные в странах третьего мира – в Африке и на островах Тихого океана (Филиппины) (J. P. Rossie, S. Tan).

Большая часть населения слаборазвитых стран живет ниже прожиточного минимума, и игрушки не входят в число приоритетных нужд людей. Однако это не останавливает африканских или филиппинских детей в их стремлении играть. Это приводит к необходимости играть с натуральными объектами. В связи с этим появляется особый класс натуральных игрушек. Например, скорлупа кокоса – очень многофункциональная игрушка: эта скорлупка превращается в мяч для двух команд, а разломанный пополам, он превращается в тарелки (миски) для угощения кукол или становится обувью – кто быстрее добегит в таких мисках до цели? Такие же многофункциональные игрушки делают из тростника, кешью, папайи, бамбука, камешков и скорлупок. Подобные игрушки развивают воображение и креативность. Как отмечает Sh. Tan: «Манипулируя различными формами жизни, ребенок лучше понимает жизнь внутри себя» [11]. Играя с другими детьми, ребенок открывает природу социального бытия. Правила создаются, преобразуются как новый ориентир для игровых действий. Ребенок учится быть гибким, чтобы уметь адаптироваться к быстрым изменениям вокруг него. Кроме того, все эти игрушки требуют специального изготовления, следовательно, развивают у ребенка различные навыки и умения.

Особенно ценно, что в изготовление таких игрушек включены взрослые, которые передают способы создания игрушек, правила для игр, коммуникативные навыки. Эти игрушки несут в себе культуру, искусство, историю своего народа и других стран.

В то же время мощное влияние на культуру детской игры оказывает современный рынок. С появлением магазинов промышленной игрушки исчезают игрушки, сделанные своими руками. Например, у мальчиков вместо модельных фигурок тележек и велосипедов появляются пластиковые машинки. Однако Ж.-П. Росси отмечает, что в марокканских деревнях еще можно встретить мальчиков, делающих фигурки зверушек из пальмовых веточек, дере-

ва, тростника, глины. С появлением телефона в крупных городах, в селениях у мальчиков появились игрушечные телефоны, сделанные из подручных и природных материалов. Однако в целом куклы, сделанные из тростника, лоскутков, проволоки, жестянок, сменились дешевыми пластиковыми вариантами (стоимостью около 0,7 \$), напоминающими модели кукол времен Второй мировой войны. В бедных кварталах с традиционными куклами играли до середины 80-х гг. Сейчас практически везде есть Barbie-подобные куклы, часто они одеты в андалузские одежды. Однако девочки с ними не играют – это чаще всего украшение в доме, преимущественно на телевизоре.

В исследованиях были выявлены интересные гендерные различия игры. В целом игры и игрушки девочек более традиционны, а игрушки мальчиков более современные, однако школа и масс-медиа сглаживают эти различия [9].

Характерны различные тенденции в динамике игрушек в странах Азии и Африки. Если изменения в игрушках азиатских (как и европейских) детей происходят в основном вследствие иностранного импорта, то в Африке изменение качества игрушек осуществляется другими путями: во-первых, через использование новых материалов в изготовлении традиционных игрушек (пластиковый погонщик мулов), а во-вторых, благодаря использованию традиционных материалов для изготовления игрушечных достижений цивилизации (бамбуковые телефоны).

Таким образом, технологические, экономические и социокультурные преобразования в этих обществах влияют на изменения в играх и игрушках детей, которые способствуют приобщению детей к современной цивилизации. Дети не могут реально участвовать в меняющейся ситуации взрослой жизни, но они могут проигрывать их с игрушками. Этот феномен Алан Полкц назвал «предвосхищающей игрой» (*anticipation play*) [9]. Игры марокканских и североафриканских мальчиков с игрушками, имитирующими машины, моторы и теле-

фоны, в период, когда эти технологические новинки еще редки в их обществе, помогают им лучше освоиться с ними.

Все это показывает, что игрушки проделали свой долгий путь через века – от палочек и камушков до сложных электронных машин, но при этом они сохранили главное – остались средствами, позволяющими отразить действия и события реальной жизни.

Особенности современного рынка игрушки

Качественный прорыв в развитии техники и технологий, произошедший за последние десятилетия, существенно изменил мир детской игрушки. Появились новые типы игрушек, а старые, традиционные существенно изменили свой облик. Основной конфликт сегодня состоит в противостоянии интересов компаний, производящих и распространяющих игрушки, и носителей ценностей детского развития – психологов, педагогов, методистов и пр. Развитие игрушечной промышленности идет по линии технологизации игрушки, внесения в них различных инноваций. Среди успешных маркетинговых приемов можно назвать следующие: создание и популяризация брендов (фильмы, книжки, игрушки, конфеты с одними персонажами), навязывание серий однотипных игрушек, интерактивность игрушек, стремление поразить, удивить, развлечь. Это в целом противоречит идеологии детского развития.

Одна из явных очевидных тенденций – монополизация на рынке игрушек. В настоящее время 3 % игрушечных компаний производят 75 % игрушек. Эти компании: Хасбро, Лего, Маттел (производитель Барби), Плеймобил, Равенсбургер и др. Глобализация на рынке игрушек приводит к тому, что в любой стране – от процветающей до слаборазвитой – можно найти одинаковые наборы Лего, куклы Барби, электрические машинки [1; 4; 9; 11]. Стоит отметить, что во многих западных странах, например, в Германии рынок игрушек в последнее десятилетие существенно сокращается, и мелкие игрушечные компании терпят

убытки. С другой стороны, в некоторых европейских странах отмечается перепроизводство игрушек, например, в маленькой Дании продается порядка 300 тыс. кукол Барби, где потенциальная целевая аудитория составляет менее 100 тыс. девочек. В слаборазвитых странах отмечается избыток импорта азиатских игрушек. Показательно, что подавляющее большинство игрушек изготавливается в Китае.

Интерес покупателей к традиционным игрушкам (куклам, мячикам, пирамидкам) значительно падает. В то же время отдельные виды кукол сохраняют свою популярность уже несколько десятилетий. К ним относится прежде всего Барби. Причина этого, по-видимому, в том, что эта игрушка все реже используется для игры. Она ценна своей привлекательностью и может служить моделью для идентификации [3]. Роль игрушки теперь – украшение жизни или развлечение, забава [11].

Предметом обсуждения в некоторых статьях является влияние массовых коммуникаций на рынок игрушки. С одной стороны, экранные персонажи вносят прогрессивные изменения в форму, дизайн, качество игрушек, новые сюжеты и динамику в ролевые игры (J. Rossie, Sh. Tan). Наблюдение показывает, что просмотр фильмов часто сопровождается проигрыванием происходящих в нем событий. Однако, с другой стороны, увлечение видеопродукцией ставит под угрозу необходимость игры и само существование игрушек и игр (H. Retter).

Современные тенденции в социокультурной среде ставят вопрос не о хорошей и плохой игрушке, а о выживании игрушки как таковой перед напором виртуальной среды и масс-медиа. Есть данные о сокращении рынка игрушек и вытеснении их компьютерными играми и средствами масс-медиа [4; 7; 8].

Преимущества игрушки заключаются в том, что они поддерживают коммуникацию и действие в реальных ситуациях, в противовес медиа, которые могут функционировать только в виртуальной реальности. Как подчеркивал Гилл Бружер, игрушка – реальный объект с определенным дизайном,

который может отражать современные тенденции [7]. В современном обществе опыт, полученный в виртуальном пространстве, постепенно вытесняет возможность получения реального сенсорного опыта. H. Retter отмечает, что сегодня мы должны выбирать между игрушечной промышленностью, которая борется за выживание, и медиа-индустрией, которая стремится переманить детей и заставить их проводить как можно больше времени перед экраном. При этом детский сад оказывается одним из последних институтов, где еще пытаются отстоять традиционную игрушку перед натиском медиа.

Вместе с тем, как показывают исследования, современному ребенку в Европе предлагается слишком много игрушек. По данным A. Nelson, M. Nilsson, в детской комнате ребенка-дошкольника находится от 400 до 800 игрушек (в среднем 500). Этот избыток скорее беда, чем благо [5].

Таким образом, основная задача рынка игрушек – «делание денег», а не производство хороших игрушек, способствующих развитию и воспитанию детей. В этой связи возникает необходимость осуществления экспертизы и разработки критериев для определения хороших игрушек, независимо от того, насколько выгодным товаром они являются [3].

Попытки педагогов определить сущность «хорошей» игрушки и являются реакцией на бурное развитие игрушечной промышленности, которое началось в XIX в. и достигло кульминации в огромном ассортименте игрушек на рынке сегодня. Рынок игрушек сам по себе не нуждается в какой-либо оценке педагогами и воспитателями. Но для взрослых (педагогов, психологов, родителей), хранящих ценность детской игры и игрушки, такая оценка и соответствующие критерии естественны и необходимы. Традиционными являются три фундаментальных критерия оценки игрушки, которые используются многими современными педагогами-теоретиками образования:

1) детям следует иметь доступ только к ограниченному числу игрушек очень хоро-

шего качества. Избыток скорее беда, чем благо;

2) игрушка должна быть простой и по дизайну, и по действию, только тогда ребенок может в полной мере развивать воображение и самостоятельность. Многие коммерческие игрушки чересчур реалистичны и сложны, чтобы дети могли играть с ними;

3) лучший вид игрушки – это тот, который дети и родители могут создать сами.

Изначально эти критерии были названы «реакционными», поскольку они не соотносились с реальностями детского существования. Детям в состоятельных семьях всегда давали больше игрушек, чем необходимо, и многие из них, вероятно, не соответствовали возрасту детей, а служили скорее для отражения статуса семьи, в результате чего игрушки часто имели выраженную гендерную отнесенность. Мальчики получали оружие и оловянных солдатиков, в то время как девочки размещали своих кукол в кукольных домиках. Современные реалии требуют изменения критериев оценки игрушек, в связи с чем предпринимаются попытки построения новых критериев экспертизы игрушек.

Н. Retter выделяет следующие аспекты **оценки игрушек**.

1) качество материала, из которого сделана игрушка (экологичность, безопасность и гигиеничность);

2) практичность и функциональность игрушки;

3) привлекательность дизайна;

4) базовая идея игрушки и мотивация игры ребенка.

Подробный анализ этих критериев позволяет установить определенную иерархию, связанную с возможностью объективной оценки. В этом смысле последний пункт представляет наибольшие трудности. Соответствие качества материалов устанавливается Европейским Союзом, таким образом безопасность и экологичность игрушки соответственно маркируются. Разнообразные практические и функциональные аспекты игрушки (например, насколько понятно написаны правила иг-

ры) тестируются разными арбитрами, которые могут прийти к общему соглашению.

В вопросах, касающихся эстетической привлекательности, имеется гораздо больше различных мнений. Например, некоторые считают дизайн Микки Мауса подходящим для детей, в то время как другие полагают, что этот образ не способствует развитию эстетического восприятия. В этом аспекте, с научной точки зрения, игрушка не может быть хорошей или плохой. Четких измерений красоты и доказательств – что красиво, а что некрасиво – не существует. В возрастной отнесенности игрушки также могут быть сомнения: с одной стороны, для каждого возраста нужны свои особые игрушки, с другой – каждый возраст берет из игрушки свое.

Оценка базовой идеи игрушки всегда и везде вызывает трудности. В. Sutton-Smith описывает игрушки как «средство распространения чего-то нового», и эта новизна заключена в базовой идее [10]. Такие копии редко бывают такого же качества, как и оригинал. Кубик Рубика – пример новой идеи, которая создала сенсацию, когда впервые появилась в 1980 г. Потенциал стимулирования творчества может быть настолько велик, что открывает новое направление в производстве игровых материалов и заполняет копиями весь рынок.

Заключение

Хотя объем статьи не позволяет рассмотреть всю палитру представленных исследований, мы попытались представить основные направления исследований игрушек в западной психологии. Вместе с тем, стоит отметить ряд трудностей в понимании исходных текстов в силу явных расхождений в подходах к роли и сущности игры и игрушки в отечественной и западной науке.

Прежде всего, это относится к самому понятию игры и ее роли в детском развитии. Обращает на себя внимание тот факт, что в большинстве работ не проводится качественных различий между игрой взрослых и детей. «Было бы неверно рассматривать детскую игру как нечто совершенно

иное, нежели игра взрослых» [10], «теперь мы знаем, что взрослые играют с игрушками также много и увлеченно, как дети» [3]. Само понятие игры остается недифференцированным. Традиционное для нас разделение на разные виды игр отсутствует. К игре относится и катание на велосипеде, и общение с компьютером, и занятия с конструктором, и пр. Вследствие этого в классификации игрушек наряду с куклами и конструкторами попадают краски, пластилин, скейтборд, диски и пр. Складывается впечатление, что возрастные особенности игры, которые изложены в отечественных учебниках, являются результатами последних исследований в Европе.

Необычным для нас является также метод исследований. Большинство работ имеют описательный характер и не имеют под собой серьезной теоретической и методической базы, что зачастую делает выводы неоднозначными или даже сомнительными. Характерно, что в основе практически всех представленных исследований лежит либо феноменологический метод, либо выводы авторов базируются на описании клинических наблюдений за 1–2 детьми. Во многих исследованиях не описана процедура исследования, эксперимента, иногда вообще нет описания вы-

борки либо указания на возрастную и социальную характеристику выборки, что существенно затрудняет понимание результатов. Единственная работа А. Nelson, М. Nilsson, в которой предпринята серьезная попытка анализа игровой среды дошкольников и проведена на достаточно большой выборке, к сожалению, не имеет содержательных выводов, за исключением констатации избыточного количества игрушек [5].

Наконец, явные расхождения наблюдаются в отношении к психолого-педагогической экспертизе игрушек. Отсутствие возрастной периодизации игры и критериев ее развития делает такую экспертизу невозможной и в лучшем случае субъективной. Оценка качества игры или игрушки определяется системой ценностей арбитра. В обществе, где ценности множественны и относительны, эта оценка может сильно варьироваться, особенно когда имеются фундаментальные различия в базовой концепции [7].

Исследование феномена игрушки в России только начинается. В этой связи знакомство с современными зарубежными исследованиями игрушек безусловно необходимо для разработки программы исследований в нашей стране.

Литература

1. Alfano K. Making toys for a global market // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
2. Berg L. E. Defining the good toy – an interactionistic approach // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
3. Berg L. E. Toys and play in identity construction for preschool children. Toys as communication // Toy research in the late twentieth century. Part 2. 2003.
4. Mouritsen F. Do children really need all this toys? – do adults? // Toys as communication. Part 2. 2003.
5. Nelson A., Nilsson M. Methodological aspects and results from an inventory of toys in 152 children's rooms // Toys as communication. Part 2. 2003.
6. Rasmussen T. E. The ball – toy of gods and

man // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.

7. Retter H. Evaluation of toys today – against the background of contemporary changes in society and socialization // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
8. Retter P. Postmodernity – what about toys? // Toys as communication. Part 2. 2003.
9. Rossie J.-P. Toys in changing North African educational and socio-cultural contexts // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
10. Sutton-Smith B. The festival of toys // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
11. Tan Sh. Toys of the Filipino child // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
12. Wegener-Spohring G. Toys: mirror of the world and world of the children // Toys as communication. Part 2. 2003.

Researches on toy phenomenon in modern Western science

Smirnova E. O.,

Scientific leader of Scientific-Methodological Center of Play and Toys; Ph.D in psychology, professor, head of the laboratory "Psychology of preschool aged children" Psychological Institute of Russian Academy of Education

Sokolova M. V.,

Ph.D in psychology, research fellow, laboratory "Psychology of preschool aged children" Psychological Institute of Russian Academy of Education

Article presents an overview of modern international researches of toy and play phenomenon. Main directions of researches are: theoretical approaches to toy phenomenon in a culture and society, cross-cultural studies, toy's influence on child personality development, including studies of toy's influence on children aggressiveness, specifics of modern toy market, specifics of toy expertise.

Keywords: toy, play, identity, personality development, post-modern, cross-cultural researches, expertise.

References

1. *Alfano K.* Making toys for a global market // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
2. *Berg L. E.* Defining the good toy – an interactionistic approach // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
3. *Berg L. E.* Toys and play in identity construction for preschool children. Toys as communication // Toy research in the late twentieth century Part 2. 2003.
4. *Mouritsen F.* Do children really need all this toys? – do adults? // Toys as communication. Part 2. 2003.
5. *Nelson A., Nilsson M.* Methodological aspects and results from an inventory of toys in 152 children's rooms // Toys as communication. Part 2. 2003.
6. *Rasmussen T. E.* The ball – toy of gods and man // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
7. *Retter H.* Evaluation of toys today – against the background of contemporary changes in society and socialization // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
8. *Retter P.* Postmodernity – what about toys? // Toys as communication. Part 2. 2003.
9. *Rossie J.-P.* Toys in changing North African educational and socio-cultural contexts // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
10. *Sutton-Smith B.* The festival of toys // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
11. *Tan Sh.* Toys of the Filipino child // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1. 2003.
12. *Wegener-Spohring G.* Toys: mirror of the world and world of the children. // Toys as communication. Part 2. 2003.