

# Особенности восприятия детьми дошкольного возраста игрушек-монстров (на примере Хагги Вагги)

## **Клопотова Е.Е.**

ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет»  
(ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-318X>, e-mail: [klopotovae@mgppu.ru](mailto:klopotovae@mgppu.ru)

## **Смирнова С.Ю.**

ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет»  
(ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8579-4908>, e-mail: [smirnovasy@mgppu.ru](mailto:smirnovasy@mgppu.ru)

## **Токарчук Ю.А.**

ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет»  
(ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0690-0694>, e-mail: [lyusindus@gmail.com](mailto:lyusindus@gmail.com)

## **Рубцова О.В.**

ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет»  
(ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3902-1234>, e-mail: [ovrubsova@mail.ru](mailto:ovrubsova@mail.ru)

В статье рассматривается проблема восприятия дошкольниками игрушек-монстров и обсуждается их роль в современной детской субкультуре. Представлены результаты эмпирического исследования особенностей восприятия детьми игрушки-монстра Хагги Вагги, проведенного на базе Центра междисциплинарных исследований современного детства МГППУ в ноябре 2022 г. при участии 298 детей 4—6 лет. В исследовании были использованы следующие методы: беседа с детьми, невключенное наблюдение за свободной игрой детей в условиях детского сада. Также детям было предложено сделать рисунок человека и рисунок Хагги Вагги. Полученные результаты позволяют говорить о том, что для большинства современных дошкольников игрушка Хагги Вагги является, прежде всего, «статусным» предметом (дети приносят ее в детский сад и на площадку, показывают друзьям), при этом непосредственно в игровой деятельности (в т.ч. в сюжетно-ролевых эпизодах) игрушка используется достаточно редко. Зная о видеоигре «Poppy Playtime» и имея представление о ее содержании, дети, как правило, не используют в собственных играх ее сюжет. В целом, игра с Хагги Вагги не отличается от игр с другими мягкими игрушками. Выявленная у детей негативная эмоциональная нагрузка, связанная с образом Хагги Вагги, обусловлена содержанием роликов на YouTube, где максимально аффективно представлена отрицательная информация о содержании игры и об этом персонаже.

**Ключевые слова:** игрушки-монстры, детская субкультура, видеоигра, Хагги Вагги, игровая деятельность, дошкольный возраст.

**Финансирование.** Исследование выполнено при финансовой поддержке АНО «Российская система качества».

**Для цитаты:** Клопотова Е.Е., Смирнова С.Ю., Токарчук Ю.А., Рубцова О.В. Особенности восприятия детьми дошкольного возраста игрушек-монстров (на примере Хагги Вагги) // Психологическая наука и образование. 2023. Том 28. № 1. С. 85—96. DOI: <https://doi.org/10.17759/pse.2023280104>

## Preschoolers' Perception of Monster Toys (on the Example of Huggy Wuggy)

**Ekaterina E. Klopotova**

Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-318X>, e-mail: [klopotovae@mgppu.ru](mailto:klopotovae@mgppu.ru)

**Svetlana Yu. Smirnova**

Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8579-4908>, e-mail: [smirnovasy@mgppu.ru](mailto:smirnovasy@mgppu.ru)

**Yulia A. Tokarchuk**

Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0690-0694>, e-mail: [lyusindus@gmail.com](mailto:lyusindus@gmail.com)

**Olga V. Rubtsova**

Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3902-1234>, e-mail: [ovrubsova@mail.ru](mailto:ovrubsova@mail.ru)

The article focuses on the problem of preschoolers' perception of monster toys and their role in contemporary children's subculture. It also presents the results of an empirical study of preschoolers' perception of the Huggy Wuggy toy. The research was conducted by the Center for Interdisciplinary Research on Contemporary Childhood of Moscow State University of Psychology and Education in November 2022. The sample included 298 children aged from 4 to 6 years. The following research methods were used: conversation with children, non-participant observation of children's free play in kindergarten. The children were also asked to draw a picture of a human being and of Huggy Wuggy. The results obtained testify that the majority of preschoolers regard Huggy Wuggy as an "object of prestige" — they bring it to kindergarten and playground, demonstrating it to their friends, while they rarely interact with the toy in the process of play (including episodes of role play). While being aware of the videogame "Poppy Playtime" most children do not use its plot in the play process. Generally, play with Huggy Wuggy does not differ much from preschoolers' play with other toys. The revealed negative emotional charge, connected with the image of Huggy Wuggy, in most cases relate to videos on Youtube that children have watched, and where negative information both about the videogame and its main character is presented in the most affective way.

**Keywords:** monster toys, children's subculture, videogame, Huggy Wuggy, play activity, preschool age.

---

**Funding.** The research was supported by the ANO (autonomous nonprofit organization) "Russian System of Quality".

**For citation:** Klopotova E.E., Smirnova S.Yu., Tokarchuk Yu.A., Rubtsova O.V. Preschoolers' Perception of Monster Toys (on the Example of Huggy Wuggy). *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie = Psychological Science and Education*, 2023. Vol. 28, no. 1, pp. 85—96. DOI: <https://doi.org/10.17759/pse.2023280104> (In Russ.).

## Введение

В исследованиях последних лет неоднократно отмечалась популярность монстров в современных медиа-нарративах, ориентированных как на взрослых, так и на детей [10; 12; 14]. Монструозные персонажи присутствуют в видеоиграх («Five Nights at Freddy's Slender: The Eight Pages», «My Singing Monsters»), мультфильмах («Корпорация монстров», «Школа монстров», «Монстры на каникулах»), сказках («Шмыги и Шмяки»). Современные монстры представлены самыми разными образами, многие из которых вызывают симпатию и желание быть на них похожими (Халк, Шрек, Покемоны, Вазовски из «Корпорации монстров»). Их «инаковость» лишена отрицательной коннотации и часто проявляется в наличии сверхспособностей, которые герои используют на благо окружающих (Черепашки Ниндзя, Халк, Человек-паук). «Монструозность» стала культурно приемлемой и не мешает ее носителям выступать в качестве супергероев нового времени [4; 16].

Необходимо отметить, что «страшные» и «зловещие» персонажи всегда были неотъемлемой составляющей детской субкультуры. Так, например, Баба Яга и Кощей Бессмертный традиционно появлялись в детских сказках. Однако, являясь воплощением зла, такие персонажи никогда не были центральными, они не преподносились как образец для подражания, а служили, скорее, в качестве инструмента для формирования амбивалентного представления о действительности. По сюжету именно «злых» персонажей побеждал главный герой, который находился в центре событий, был храбр, ловок и, как правило, выступал в качестве «носителя» ценностных ориентаций [3].

Появление в детской субкультуре монструозных персонажей, выступающих в качестве положительных героев, часто вызывает тревогу у родителей, которые обеспокоены их возможным негативным влиянием на раз-

витие детей. В этой связи проблема восприятия детьми монстров и особенности игры с такими игрушками в последние годы привлекают внимание психолого-педагогического сообщества как в России, так и за рубежом.

Большинство современных авторов сходятся во мнении, что для современного ребенка функция «страшной» игрушки связана с потребностью «уйти от скуки обыденной жизни», пережить новые впечатления и научиться справляться со своими страхами [2; 6; 8; 9, 10]. Вместе с тем ряд авторов отмечают тенденцию к обесцениванию «страшного», присущую постмодернистской культуре. Как полагают Е.О. Смирнова с коллегами, у детей, которые постоянно играют со «страшными» игрушками, не происходит распознавания зла и его «проживания», что ведет к размыванию этических и эстетических представлений. Монстры, которые в традиционном сознании выступают как чудовища, становятся для детей привлекательными персонажами, что может затруднять формирование правильных представлений о добре и зле, о красоте и безобразности [7]. В то же время на данный момент в науке отсутствуют убедительные эмпирические данные, которые бы подтверждали эту точку зрения.

В целом можно говорить о том, что проблема взаимодействия детей с игрушками-монстрами остается сегодня мало изученной и нуждается в дальнейшей теоретической и экспериментальной разработке.

## Дизайн и выборка исследования

В ноябре 2022 года в Центре междисциплинарных исследований современного детства МГППУ было проведено эмпирическое исследование, направленное на изучение восприятия современными российскими дошкольниками игрушек-монстров. В качестве образца для анализа выступил Хагги Варги — игрушка-монстр, которая за последние

два года приобрела исключительную популярность среди российских детей.

Изначально Хагги Вагги — персонаж компьютерной игры «Poppy Playtime», которая относится к жанру «хоррор». По сюжету игрок бродит по заброшенной фабрике игрушек, встречается игрушку Хагги Вагги, которая начинает его преследовать. Сначала игрок убегает от Хагги Вагги, а в одном из заданий, наоборот, сам ее ловит. Возрастная адресация компьютерной игры — от 8 лет.

Помимо видеогры в Интернете размещено множество роликов с Хагги Вагги, которые выложены в т.ч. на платформах YouTube и TikTok. Часть видеороликов посвящена самой игре «Poppy Playtime», в них даются рекомендации по ее прохождению, часто содержится критика игры. Вместе с тем значительная часть роликов смонтированы исключительно из страшных сцен видеогры, с комментариями от создателей роликов, гиперболизирующими чувства страха и ужаса. Еще одну группу видеороликов составляют сюжеты, которые не имеют ничего общего с оригинальной компьютерной игрой, однако в них используется образ Хагги Вагги. Многие из видеороликов этой группы содержат сцены насилия и агрессивного поведения.

В задачи проведенного исследования не входили ни анализ содержания оригинальной видеогры, ни роликов, создаваемых с образом Хагги Вагги. В то же время в рамках исследования учитывалось, насколько ребенок осведомлен о социокультурном контексте игрушки, знаком ли он с сюжетом видеогры и просматривал ли ролики с образом Хагги Вагги в Интернете.

Основной целью исследования стало выявление особенностей восприятия современными дошкольниками персонажа Хагги

Вагги. Для решения поставленной цели были использованы следующие методы:

- беседа с детьми;
- наблюдение за игровой деятельностью детей с игрушкой Хагги Вагги;
- рисунок Хагги Вагги;
- рисунок человека.

Беседа и наблюдение за игровой деятельностью детей осуществлялись в трех дошкольных образовательных учреждениях г. Москвы. На разных этапах в исследовании приняли участие 298 детей 4—6 лет. Характеристика выборки каждого этапа исследования представлена в табл. 1.

Для проведения беседы с детьми исследовательской группой ЦМИСД был разработан «Протокол беседы с ребенком», состоявший из 14 вопросов. В ходе беседы с ребенком решались следующие задачи: определение уровня осведомленности детей о персонаже Хагги Вагги; анализ отношения детей к персонажу Хагги Вагги; выявление особенностей взаимодействия детей с игрушкой-монстром в процессе игровой деятельности. Анализ детских рисунков (рисунков человека и рисунков Хагги Вагги) проводился с целью выявления эмоциональной нагрузки при восприятии ребенком образа Хагги Вагги.

Исследование особенностей взаимодействия детей дошкольного возраста с Хагги Вагги в процессе игровой деятельности включало два этапа. На первом этапе осуществлялось невключенное наблюдение за свободной игрой детей в привычной им среде детского сада (без наличия Хагги Вагги среди игрушек). На втором этапе невключенного наблюдения воспитатели добавляли Хагги Вагги к привычным игрушкам, обычно доступным детям в детском саду. Длительность каждого эпизода наблюдения составляла 30 минут.

Таблица 1

### Характеристика выборки

Метод исследования	Беседа с детьми	Наблюдение за игрой	Рисунки Хагги Вагги и человека
Число испытуемых	61 ребенок 4—6 лет	130 детей 4—6 лет	107 детей 4—6 лет

## Результаты исследования

### Беседа

Результаты беседы с детьми показали, что меньше половины опрошенных детей имеют собственного Хагги Вагги (44,3%, N=27). Как правило, эту игрушку приобретают ребенку взрослые (родители, бабушки, дедушки и др.) по его просьбе (66,6%, N=18).

Согласно полученным данным (рис. 1), подавляющее большинство детей знают о Хагги Вагги, даже если у них дома нет этой игрушки (88,5%, N=54). О существовании этого персонажа дети в основном узнают от сверстников (в детском саду, на детской площадке и т.д.) — 37,7% (N=23) или из роликов

на YouTube — 26,2% (N=16). Существенно меньше детей узнают об игрушке, увидев ее в магазине — 9,8% (N=6) или получив в подарок — 3,3% (N=2). В нашей выборке респондентов 11,4% (N=7) не смогли указать, откуда узнали о Хагги Вагги, однако отметили, что «об этой игрушке знают все».

Отвечая на вопросы, направленные на оценку восприятия образа Хагги Вагги, большинство детей (60%, N=37) квалифицировали его в качестве «злого» персонажа. «Добрый» его сочли 26,2% (N=16), а 6,6% (N=4) — амбивалентным, «добрым» и «злым» одновременно. При этом, 6,6% (N=4) не смогли ответить на этот вопрос (рис. 2).

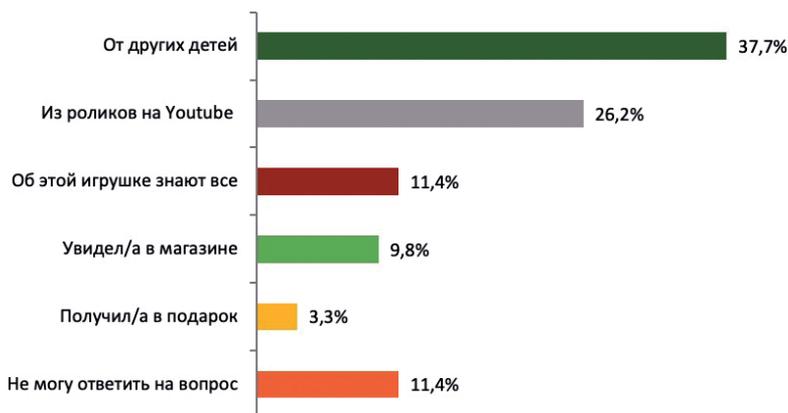


Рис. 1. Ответ детей на вопрос «Откуда ты узнал/а о Хагги Вагги?» (N=61)

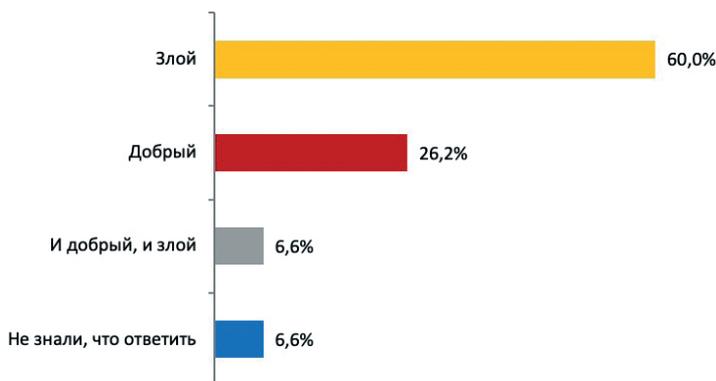


Рис. 2. Ответ детей на вопрос «Как ты думаешь, Хагги Вагги — злой или добрый персонаж?» (N=61)

Чуть больше половины детей (54%, N=33) считают, что Хагги Вагги свойственно агрессивное поведение. Остальные дети либо не ответили на этот вопрос (19,7%, N=12), либо в своих ответах перечисляли проявления бытового поведения — «любит кушать, играть, гулять» и т.д. (26,2%, N=16) (рис. 3).

Согласно полученным данным, больше половины детей (59%, N=36) знают о компьютерной игре «Poppy Playtime», тогда как 41% (N=25) не знакомы с ней. Сопоставление двух этих групп дошкольников позволило выявить, что восприятие Хагги Вагги в качестве злого и агрессивного персонажа в значительно большей степени свойственно детям первой группы — т.е. тем, кто знает о

содержании игры (табл. 2). Таким образом, восприятие Хагги Вагги в качестве злого и агрессивного персонажа напрямую связано с тем, знаком ли ребенок с социокультурным контекстом персонажа.

В то же время необходимо обратить внимание на то, что подавляющее большинство детей, осведомленных о сюжете игры, узнали о ней из роликов на YouTube и при этом сами не играли в нее (65%, N=17). Таким образом, представление этих детей об образе Хагги Вагги сложилось на основании сюжетов, которые имеют мало общего с оригинальным сюжетом игры. Данное обстоятельство нуждается в дальнейшем анализе и обсуждении, которые выходят за рамки настоящей статьи.

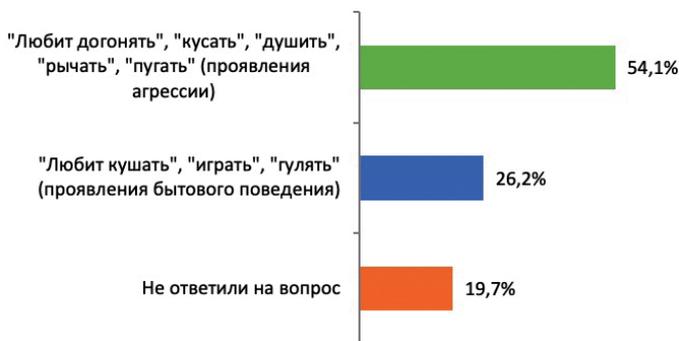


Рис. 3. Ответ детей на вопрос «Что любит делать Хагги Вагги?» (N=61)

Таблица 2

**Проявление агрессивных представлений о Хагги Вагги в ответах детей в процессе беседы**

	Знакомы с содержанием видеоигры 100% (N=36)	Не знакомы с содержанием видеоигры 100% (N=25)	Значимость различий*
<b>Ответ на вопрос «Хагги Вагги — добрый или злой персонаж?»</b>			
Злой	28 (77,8%)	12 (48%)	$\varphi^*_{эмп}=2,416$
<b>Ответ на вопрос «Что любит делать Хагги Вагги?»</b>			
Ведет себя агрессивно (нападает, душит, убивает, съедает и т.д.)	28 (77,8%)	10 (40%)	$\varphi^*_{эмп}=3,038$

Примечание. Все полученные эмпирические значения  $\varphi^*$  находятся в зоне значимости.

### Рисунки

С целью выявления эмоциональной нагрузки на ребенка, связанной с образом Хагги Вагги, были проанализированы 107 рисунков Хагги Вагги и 107 рисунков человека, выполненных детьми.

В подавляющем большинстве случаев (90,6%, N=97) в детских изображениях Хагги Вагги не было выявлено тенденции к сглаживанию негативных характеристик в образе этого персонажа, что говорит об отсутствии страха перед ним. Уменьшение образа Хагги Вагги в размерах, раскрашивание персонажа пастельными тонами, добавление различных украшений (например, бантиков), свидетельствующее о стремлении сделать образ более приемлемым и комфортным для восприятия, были выявлены лишь в 9,3% (N=10) изображений. Высказывания в процессе рисования также подтвердили стремление этой небольшой группы детей справиться с негативными эмоциональными переживаниями, связанными с этим образом.

При этом агрессивные характеристики (изображение зубов и когтей) в рисунках Хагги Вагги для 58,8% (N=63) детей оказались наиболее значимыми и привлекающими внимание, тогда как в рисунках человека такие детали встречались только в 1,8% (N=2) случаев (рис. 4).

Анализ рисунков позволил выявить высокий уровень тревожности (исправления, размашистая и особо тщательная штриховка) в 91,5% (N=98) случаев в рисунках Хагги Вагги и в 85,9% (N=92) случаев в рисунках человека. Полученные данные позволяют говорить об отсутствии у подавляющего большинства дошкольников специфической тревожности, связанной с образом Хагги Вагги.

### Наблюдение за игрой

В игровой деятельности с игрушкой Хагги Вагги приняли участие 130 детей от 4 до 6 лет, из них мальчиков — 43% (N=56), девочек — 57% (N=74). Наблюдения проводились среди двух возрастных групп детей: среднего дошкольного возраста — 49%

(N=64) и старшего дошкольного возраста — 51% (N=66).

В процессе невключенного наблюдения за игрой в группах детского сада было выявлено, что при наличии Хагги Вагги дети не часто используют эту игрушку в процессе игровой деятельности. Было зафиксировано 133 эпизода взаимодействия детей с игрушкой Хагги Вагги. Использование Хагги Вагги в сюжетной игре было зафиксировано лишь в 2,3% (N=3) всех эпизодов взаимодействия, причем это были бытовые сюжеты. Интересно, что развернутые сюжеты с использованием Хагги Вагги не встречались. В основном можно было наблюдать манипуляции с игрушкой (6,8%, N=9): дети рассматривали игрушку, теребили, соединяли лапы, скрепляли липучкой.

В зафиксированных игровых эпизодах с использованием игрушки Хагги Вагги



Рис. 4. Рисунки Хагги Вагги

действия агрессивного характера наблюдались лишь в 6% (N=8) случаев. Важно отметить, что это не была выраженная агрессия в отношении других: дети начинали имитировать нападение игрушкой, но практически сразу прекращали. Был единичный случай, когда мальчик бил игрушку Хагги Вагги рукой, потом ударил ее несколько раз игрушечным молотком, а затем сел на нее, пытаясь раздавить. Необходимо, однако, отметить, что этот же мальчик проявлял признаки агрессивного поведения в игре без игрушек Хагги Вагги: разрушал ногами постройку из напольного конструктора, показывал всем, что дрель похожа на пистолет, надевал приятелю на голову предметы из конструктора. Гораздо чаще (22,6%, N=30), по сравнению с действиями агрессивного характера, наблюдались эмоционально окрашенные игровые эпизоды, в которых дети были возбуждены. Активность детей при взаимодействии с Хагги Вагги носила физический характер: дети подбрасывали игрушки вверх, кидали их друг другу, крутили за лапы, возились с игрушками, бегали друг за другом, держа Хагги Вагги на вытянутой руке.

Результаты наблюдения показали, что многие дети (38,5%, N=50) использовали игрушку как атрибут престижа — носили с собой, занимаясь своими делами (рисовали, разговаривали между собой, играли в Лего). При этом

8,3% (N=11) детей использовали Хагги Вагги в качестве «игрушки-обнимашки».

Согласно полученным данным, игрушка Хагги Вагги привлекательна как для мальчиков, так и для девочек (рис. 5). При этом, и мальчики (54,5%, N=6), и девочки (45,5%, N=5) используют Хагги Вагги в качестве «игрушки-обнимашки», которую приятно обнимать.

Интересно, что только девочки проигрывали с игрушкой бытовые сюжеты (100%, N=3). При этом девочки чаще, чем мальчики, манипулировали с Хагги Вагги (77,8%, N=7), тогда как мальчики чаще девочек использовали Хагги Вагги в качестве атрибута престижа (70%, N=35). Кроме того, мальчики чаще задействовали Хагги Вагги в эмоционально активных игровых эпизодах (61,9%, N=39).

Анализ эмпирических данных позволил выявить отличия в особенностях игры детей с Хагги Вагги в двух возрастных группах (рис. 6). Дети среднего дошкольного возраста (4—5 лет) чаще использовали игрушку-монстра как атрибут (72%, N=36), обнимались с игрушкой (72,7%, N=8). При этом только дети старшего дошкольного возраста (5—6 лет) использовали игрушку в сюжетных играх (100%, N=3). Отметим, что в эпизодах активного (эмоционально окрашенного) характера не было зафиксировано возрастных особенностей взаимодействия детей с игрушкой Хагги Вагги.



Рис. 5. Особенности взаимодействия мальчиков и девочек с Хагги Вагги



Рис. 6. Особенности игры с игрушкой Хагги Вагги в среднем и старшем дошкольном возрасте

### Обсуждение результатов и выводы исследования

Полученные в ходе исследования данные говорят о том, что на ноябрь 2022 г. игрушка-монстр Хагги Вагги была очень популярна среди российских дошкольников — практически все участники исследования знали об этом персонаже, при этом чуть менее половины детей имели такую игрушку дома. Подавляющее большинство опрошенных детей не боялись Хагги Вагги и не вели себя агрессивно, взаимодействуя с этой игрушкой. У подавляющего большинства дошкольников также не было зафиксировано специфической тревожности, связанной с образом Хагги Вагги.

Больше половины опрошенных детей знали о происхождении Хагги Вагги и имели представление об игре «Poppy Playtime». Дети, знакомые с содержанием видеогры, существенно чаще воспринимали Хагги Вагги в качестве злого и агрессивного персонажа по сравнению с детьми, которые не были знакомы с содержанием видеогры. В целом взаимодействие детей, которые ничего не знали об истории Хагги Вагги, не отличалось от взаимодействия с другими мягкими игрушками.

Полученные данные соотносятся с результатами аналогичных исследований, по-

священных, в частности, игрушке Монстр Хай [5; 7]. Данные куклы-монстры появились на российских прилавках в начале 2010-х годов вместе с одноименным сериалом и вызвали тревогу в родительском сообществе. Авторы исследований пришли к выводу, что куклы Монстр Хай не пугают детей, не провоцируют агрессию и не погружают детей в тематику загробного мира. Как и со всякой другой куклой дети проигрывают с ними то, что для них важно и понятно, поэтому содержание игры зависит не столько от игрушки, сколько от социокультурного контекста жизни ребенка, от тех отношений, в которые погружен ребенок [5; 7].

По нашим данным, дети дошкольного возраста достаточно редко используют Хагги Вагги именно в процессе игровой деятельности (например, в сюжетно-ролевой игре). Хагги Вагги представляет интерес, скорее, как «игрушка-обнимашка» — игрушка, которая необходима ребенку для эмоциональной поддержки, с которой он ложится спать, обнимается, когда возникает такая потребность и др. Благодаря длинным рукам с липучкой Хагги Вагги располагает к такого рода взаимодействию.

Помимо этого Хагги Вагги часто выступает в качестве атрибута престижа

(«модной вещи»), которую дети носят с собой, демонстрируют сверстникам. На сегодняшний день феномен использования детьми игрушек для поддержания престижа является мало изученным. В некоторых исследованиях, касающихся данной проблемы, было выявлено, что мнение сверстников является одним из важных факторов в выборе игрушек ребенком. Еще в исследованиях L. Borenstein (1996) было показано, что дети отдают предпочтение игрушкам, которые нравятся их друзьям, потому что это положительно влияет на взаимодействие с ними [11]. Исследователи А.-М. Puroila & E. Estola (2012), изучая популярные детские игрушки, использовали термин «социальная ценность игрушки», который описывает возможность игрушек влиять на положение детей в группе и их отношения со сверстниками [15]. Социальная ценность игрушки для ребенка изучалась также в исследованиях P. Mertala et al. Авторами было показано, что дети хотели бы владеть определенными игрушками, но не обязательно намеревались с ними играть. В этих случаях игрушки рассматривались,

скорее, как предметы коллекционирования или статусные предметы, нежели как предметы для игр [13].

Как известно, у современных детей поводом попросить игрушку часто является желание обладать ею, потому что она есть у другого ребенка или, что еще чаще, «есть у всех» [1]. Этому во многом способствует современная индустрия игрушек, направленная на создание таких персонажей, которые уже доказали свою популярность в других формах, например, в виде фильмов или телесериалов — фигурки из Angry Birds и Star Wars [13]. Аналогичным образом разворачивалась и история Хагги Вагги, изначально — героя видеоигры, достигшего пика популярности в качестве персонажа роликов на YouTube. Обладание игрушкой-монстром является подтверждением некоторой «статусности» ребенка, которая, в свою очередь, помогает ему занимать определенное место в группе.

Таким образом, выполняя, прежде всего, функцию «модной игрушки», Хагги Вагги, по всей вероятности, достаточно быстро уступит место другому «монстру», как это уже случилось с Монстр Хай.

### Литература

1. Бурлакова И.А., Клопотова Е.Е., Ягловская Е.К. Парадоксы современной детской субкультуры // Дошкольное воспитание. 2021. № 2. С. 2—27.
2. Калина О.Г. Детская игрушка и внутренний мир ребенка, или речь в защиту «Плохих» кукол // Современное дошкольное образование. 2012. № 4. С. 54—61.
3. Кривуля Н.Г. Анимационный персонаж: проблемы типологии // ВГИК, Россия. 2013. Т. 22. № 2. С. 66—78.
4. Кривуля Н.Г. Проблема представления и типологии демонических и монструозных персонажей в анимации (окончание) // Вестник ВГИК. 2014. № 20. С. 34—47.
5. Крыжов П.А. Герой-монстр как нормальный персонаж произведений, адресованных детям [Электронный ресурс] // Культурно-исторический подход в современной психологии развития: достижения, проблемы, перспективы. Сборник тезисов участников шестой всероссийской научно-практической конференции по психологии развития, посвященной 80-летию со дня рождения профессора Л.Ф. Обуховой. М.: Издательство ФГБОУ ВО МГППУ, 2018. С. 150—153.
6. Романова А.Л., Смирнова Е.О. Смешное и страшное в современной детской субкультуре // Культурно-историческая психология. 2013. Том 9. № 2. С. 81—87.
7. Смирнова Е.О., Соколова М.В., Орлова И.А., Смирнова С.Ю. Что видят и чего не видят дети в куклах Монстр Хай // Современное дошкольное образование. Теория и практика. 2016. № 2(64). С. 34—44.
8. Шиян О.А. Смешное и страшное в детских нарративах: когнитивный аспект // Национальный психологический журнал. 2022. № 3(47). С. 44—51.
9. Эльконинова Л.И., Крыжов П.А. Психологическая экспертиза куклы в рамках культурно-исторического подхода: границы и возможности // Культурно-историческая психология. 2022. Том 18. № 3. С. 41—50. DOI:10.17759/chp.2022180305
10. Bak A.M. Taming Monstrous Play: STEAM Learning, Maker Culture, and Monster-Making Media for Children // Comunicazioni sociali. 2018. Vol. 40. № 2. P. 218—231.
11. Borenstein L. The development of friendship in childhood: A clinical conversation // Child and

Adolescent Social Work Journal. 1996. Vol. 13. № 3. P. 213—224. DOI:10.1007/BF01875788

12. Levina M., Diem-My Bui. Introduction // In *Monster Culture in the 21st Century* / Eds. Marina Levina and Diem-My Bui. Bloomsbury, 2013. P. 1—13.

13. Mertala P., Karikosk H., Tähtinen L., Sarenius V. The Value of Toys: 6—8-year-old children's toy preferences and the functional analysis of popular toys // *International Journal of Play*. 2016. Vol. 5. № 1. P. 11—27. DOI:10.1080/21594937.2016.1147291

14. Piatti-Farnel L., Peaty G. *Monster // M/C Journal*. 2021. Vol. 34. № 5. DOI:10.5204/mcj.2851

## References

1. Burlakova I.A., Klopotova E.E., Yaglovskaya E.K. Paradoxyi sovremennoi detskoj subkul'tury [Paradoxes of modern children's subculture]. *Doshkol'noe vospitanie = Preschool education*, 2021, no. 2, pp. 2—27.

2. Kalina O.G. Detskaya igrushka i vnutrennii mir rebenka, ili rech' v zashchitu «Plokhikh» kukol [A child's toy and the inner world of a child, or a speech in defense of "Bad" dolls]. *Sovremennoe doshkol'noe obrazovanie = Preschool education today*, 2012, no. 4, pp. 54—61.

3. Krivulya N.G. Animatsionnyi personazh: problemy tipologii [Animated character: typology problems]. *VGIK = VGIK*, 2013. Vol. 22, no. 2, pp. 66—78.

4. Krivulya N.G. Problema predstavleniya i tipologii demonicheskikh i monstroznykh personazhei v animatsii (okonchanie) [The problem of representation and typology of demonic and monstrous characters in animation (ending)]. *Vestnik VGIK = Vestnik VGIK*, 2014, no. 20, pp. 34—47.

5. Kryzhov P.A. Geroy-monstr kak normal'nyi personazh proizvedenii, adresovannykh detyam [Elektronnyi resurs] [The monster hero as a normal character in artistic works addressed to children]. *Kul'turno-istoricheskii podkhod v sovremennoi psikhologii razvitiya: dostizheniya, problemy, perspektivy*. Sbornik tezisov uchastnikov shestoi vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii po psikhologii razvitiya, posvyashchennoi 80-letiyu so dnya rozhdeniya professora L.F. Obukhovoi [The cultural-historical approach in modern developmental psychology: achievements, problems, prospects. Collection of abstracts of participants of the sixth all-Russian research and practice conference on developmental psychology, dedicated to the 80th anniversary of the birth of Professor L.F. Obukhova]. Moscow: FGBOU VO MGPPU Publ., 2018, pp. 150—153. URL: [https://psyjournals.ru/obukovoi\\_2018/issue/](https://psyjournals.ru/obukovoi_2018/issue/) (Accessed 11.08.2020). (In Russ.).

6. Romanova A.L., Smirnova E.O. Smeshnoe i strashnoe v sovremennoi detskoj subkul'ture [Funny and Scary in Contemporary Children's Subculture]. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya = Cultural-*

15. Puroila A.-M., Estola E. Lapsen hyvä elämä? Päiväkotiarijen pienten kertomusten äärellä [A good life of a child? The small stories of daycare-children] // *Journal of Early Childhood Education Research*. 2012. Vol. 1. № 1. P. 22—43.

16. Werner T. Welcome to Monster High. Entwicklungsgeschichte und Bedeutungswandel von Monster High // In: Ute Dettmar, Ingrid Tomkowiak (Hg.): *Spielarten der Populärkultur. Kinder- und Jugendliteratur und -medien im Feld des Populären*. Berlin: Peter Lang, 2019. P. 217—238.

*Historical Psychology*, 2013. Vol. 9, no. 2, pp. 81—87. (In Russ.).

7. Smirnova E.O., Sokolova M.V., Orlova I.A., Smirnova S.Yu. Chto vidyat i chego ne vidyat deti v kuklakh Monstr Khai [What children see and don't see in Monster High dolls]. *Sovremennoe doshkol'noe obrazovanie. Teoriya i praktika = Preschool education today. Theory and practice*, 2016, no. 2, pp. 34—43. (In Russ.).

8. Shiyani O.A. Smeshnoe i strashnoe v detskikh narrativakh: kognitivnyi aspekt [Funny and scary in children's narratives: cognitive aspect]. *Natsional'nyi psikhologicheskii zhurnal = National Psychological Journal*, 2022. Vol. 47, no. 3, pp. 44—51. (In Russ.).

9. Elkoninova L.I., Kryzhov P.A. Psychological examination of a doll within the framework of a cultural-historical approach: boundaries and possibilities [Psychological Assessment of a Doll within the Framework of Cultural-Historical Psychology: Possibilities and Limitations]. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya = Cultural-Historical Psychology*, 2022. Vol. 18, no. 3, pp. 41—50. DOI:10.17759/chp.2022180305 (In Russ.).

10. Bak A.M. Taming Monstrous Play: STEAM Learning, Maker Culture, and Monster-Making Media for Children. *Comunicazioni sociali*, 2018. Vol. 40, no. 2, pp. 218—231.

11. Borenstein L. The development of friendship in childhood: A clinical conversation. *Child and Adolescent Social Work Journal*, 1996. Vol. 13, no. 3, pp. 213—224. DOI:10.1007/BF01875788

12. Levina M., Diem-My Bui. Introduction. In *Monster Culture in the 21st Century*. Eds. Marina Levina and Diem-My Bui. Bloomsbury, 2013, pp. 1—13.

13. Mertala P., Karikosk H., Tähtinen L., Sarenius V. The Value of Toys: 6—8-year-old children's toy preferences and the functional analysis of popular toys. *International Journal of Play*, 2016. Vol. 5, no. 1, pp. 11—27. DOI:10.1080/21594937.2016.1147291

14. Piatti-Farnel L., Peaty G. *Monster. M/C Journal*, 2021. Vol. 34, no. 5. DOI:10.5204/mcj.2851

15. Puroila A.-M., Estola E. Lapsen hyvä elämä? Päiväkotiarijen pienten kertomusten äärellä [A good life of a child? The small stories of daycare-children].

*Journal of Early Childhood Education Research*, 2012. Vol. 1, no. 1, pp. 22–43.  
16. Werner T. Welcome to Monster High. Entwicklungsgeschichte und Bedeutungswandel von

Monster High. In: Ute Dettmar, Ingrid Tomkowiak (Hg.): Spielarten der Populärkultur. Kinder- und Jugendliteratur und -medien im Feld des Populären. Berlin: Peter Lang, 2019, pp. 217–238.

### **Информация об авторах**

*Клопотова Екатерина Евгеньевна*, кандидат психологических наук, доцент кафедры дошкольной педагогики и психологии факультета «Психология образования», старший научный сотрудник Центра междисциплинарных исследований современного детства, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-318X>, e-mail: [klopotovaee@mgppu.ru](mailto:klopotovaee@mgppu.ru)

*Смирнова Светлана Юрьевна*, научный сотрудник Центра междисциплинарных исследований современного детства, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8579-4908>, e-mail: [smirnovasy@mgppu.ru](mailto:smirnovasy@mgppu.ru)

*Токарчук Юлия Александровна*, научный сотрудник Центра междисциплинарных исследований современного детства, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0690-0694>, e-mail: [lyusindus@gmail.com](mailto:lyusindus@gmail.com)

*Рубцова Ольга Витальевна*, кандидат психологических наук, руководитель Центра междисциплинарных исследований современного детства, доцент кафедры «Возрастная психология имени проф. Л.Ф. Обуховой» факультета «Психология образования», ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3902-1234>, e-mail: [ovrubsova@mail.ru](mailto:ovrubsova@mail.ru)

### **Information about the authors**

*Ekaterina E. Klopotova*, PhD in Psychology, Assistant Professor, Faculty of Educational Psychology, Senior Researcher of Center for Interdisciplinary Research on Contemporary Childhood, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-318X>, e-mail: [klopotovaee@mgppu.ru](mailto:klopotovaee@mgppu.ru)

*Svetlana Yu. Smirnova*, Researcher, Center for Interdisciplinary Research on Contemporary Childhood, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8579-4908>, e-mail: [smirnovasy@mgppu.ru](mailto:smirnovasy@mgppu.ru)

*Yulia A. Tokarchuk*, Researcher, Center for Interdisciplinary Research of Contemporary Childhood, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0690-0694>, e-mail: [lyusindus@gmail.com](mailto:lyusindus@gmail.com)

*Olga V. Rubtsova*, PhD in Psychology, Associate Professor, Head of the Center for Interdisciplinary Research on Contemporary Childhood, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3902-1234>, e-mail: [ovrubsova@mail.ru](mailto:ovrubsova@mail.ru)

Получена 26.11.2022

Received 26.11.2022

Принята в печать 08.12.2022

Accepted 08.12.2022