

Удалова Екатерина Сергеевна

кандидат философских наук,  
доцент кафедры Методологии науки,  
социальных теорий и технологий  
Пензенского государственного университета

## ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ИГРУШКИ КАК СОЦИАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА

### Аннотация:

*В статье представлены основные подходы к пониманию игрушки как социального феномена. Игрушка может трактоваться как средство социализации, воспитания и развития ребенка, ее главным предназначением будет воспитание необходимых качеств. Такой подход позволяет обратить внимание на то, в каком направлении происходит (или должно происходить) воспитание личности, какие личностные качества востребованы и нужны конкретному обществу. Игрушка может пониматься как символ, с помощью которого передаются значения и состояние культуры в целом. Игровой объект здесь выступает инструментом познания человеческой культуры и показателем тенденций развития самой культуры. Также игрушка может рассматриваться как товар, поэтому важными становятся вопросы о факторах приобретения (покупки), привлекательности для потребителя, тенденциях на рынке игрушек и т. п. Игрушка может стать важным элементом среды социального взаимодействия. Она социально обусловлена и определяет ситуацию игры, воплощает социальные смыслы. В ходе игры игрушке могут приписываться свойства субъекта. В статье подчеркивается необходимость комплексного изучения игрушки как социального феномена.*

### Ключевые слова:

*игрушка, социализация, символ, смысл, товар, социальное взаимодействие, коммуникация.*

Udalova Yekaterina Sergeevna

PhD, Associate Professor,  
Department of Methodology of Science,  
Social Theories and Technologies,  
Penza State University

## UNDERSTANDING A TOY AS A SOCIAL PHENOMENON

### Summary:

*The study presents main approaches to understanding a toy as a social phenomenon. A toy can be interpreted as a means of children's socialization, education and development, and in this case its purpose is to develop necessary traits of character in a child. This approach allows to pay attention to the direction in which education of an individual takes place (or should take place), what personal skills are in demand for a particular society. A toy can be understood as a symbol that conveys cultural values and the state of culture as a whole. Here a toy is both a tool for learning about human culture as well as an indicator of certain trends in the development of the culture itself. Moreover, a toy can be considered as a product, and this is why the following issues become important: factors influencing the purchase of toys, toy's attractiveness to consumers, trends in the toy market, etc. A toy can turn into an important element of social interaction environment, as it is closely connected with a society and determines the situation of a game, as well as represents an embodiment of social meanings. During a game various qualities of a subject of communication can be attributed to toys. It is emphasized that it is necessary to conduct a comprehensive study of a toy as a social phenomenon.*

### Keywords:

*toy, socialization, symbol, meaning, product, social interaction, communication.*

Игрушка как социальный феномен существует с давних пор, но наука стала исследовать игрушку лишь в конце XIX века. Сегодня игрушка представляет собой центр пересечения разных научных дисциплин – педагогики, психологии, истории, культурологии, семиотики, маркетинга и др. Интерес же социологии к игрушке возникает лишь во второй половине XX века, что связано, прежде всего, с развитием в этот период социологии вещей и в целом переоценкой наукой роли материальных объектов в обществе. В настоящее время различные аспекты понимания и изучения феномена игрушки являются предметом самого активного междисциплинарного обсуждения.

В статье предпринята попытка ответить на следующие вопросы: каковы основные подходы к пониманию игрушки? Как может интерпретироваться игрушка в рамках этих подходов? Какова роль игрушки в социальном взаимодействии?

Несмотря на относительно недавно возникший интерес к игрушке со стороны социологии, внимание этой науки было предсказуемым и неизбежным, поскольку по своей сути игрушки социальные. «Социальность» игрушки выражается в многообразной функциональности и характеристиках, которые всегда детерминированы внешними социокультурными, социально-экономическими, политическими условиями, а также конкретной ситуацией взаимодействия, потребностями личности.

Пожалуй, самой известной и признанной интерпретацией игрушки является психолого-педагогическая. Здесь *игрушка – средство социализации, воспитания и развития ребенка*. У игрушки важное предназначение – воспитать определенные качества. Поскольку воспитание и об-

разование – это процесс целенаправленный, то игрушки чаще всего применяются в определенных ситуациях с конкретными задачами (в соответствующем возрасте, образовательном учреждении или в рамках системы воспитания в семье).

Однако «полезными» игрушками можно назвать не только специально созданные материальные объекты (разного рода развивающие игрушки), но и другие предметы окружающего мира, которые игрушками становятся. Например, палка, которая может быть оружием, волшебной палочкой, указкой и т. д. Но даже та самая палка (в данном случае собирательный образ материального объекта, не являющегося игрушкой, но ею становящегося в процессе игры) может быть эффективной с позиции развития ребенка (такие игры развивают пространственное мышление), а значит, имеет право называться игрушкой в случае ее применения в ходе игры.

Поскольку использование игрушки позволяет решать определенные задачи по формированию качеств личности, возникает представление и о том, какой игрушка быть не должна. Отсюда появление такого понятия как «антиигрушка», то есть игрушка, которая не эффективна, и более того, негативно влияет на развитие ребенка. Например, игрушки-монстры или игрушки, обладающие «неправильной» внешностью, создают неверное представление о прекрасном, гармоничном, а также способствуют появлению чувства страха и беспокойства. Игрушки, в мельчайших деталях имитирующие объекты взрослого мира, тоже можно отнести к антиигрушкам, так как они подавляют стремление ребенка фантазировать, домысливать в ходе игры.

Таким образом, игрушка в рамках психолого-педагогического подхода понимается как способ социализации и как инструмент формирования определенных качеств личности, инструмент воспитания и обучения ребенка. Такой подход позволяет обратить внимание на то, в каком направлении происходит (или должно происходить) воспитание личности, какие качества востребованы и необходимы конкретному обществу.

Другим известным подходом к пониманию игрушки является культурологический, в котором *игрушка* трактуется как *символ*. А.О Цицулина называет игрушку элементом культуры или «зеркалом культуры», «посредством которого передаются в особой “свернутой форме” значения и состояние современной культуры... Игрушка – инструмент познания всего богатства человеческой культуры для ребенка, она же – показатель тенденций развития самой культуры для взрослого» [1, с. 652–653]. Что есть создание и востребованность куклы Барби как не следствие сексуальной революции? Образцом для первой Барби была кукла Лилли, героиня комиксов для взрослых, выглядевшая как типичная пинап-герл. Дальнейшее изменение куклы является весьма показательным примером того, как в игрушке воплощаются модные тенденции общества. Более того, игрушка – не просто культурный артефакт, отражающий быт, ценности, нормы, социальные практики индивидов конкретного общества, но еще и средство информационного воздействия. Так, на волне распространения идей инклюзии в конце 2010-х гг. производители куклы Барби анонсировали и в дальнейшем выпустили Барби в инвалидном кресле, кукол с протезом и болезнью витилиго. То есть с одной стороны, игрушка – отражение социокультурных процессов в обществе, с другой – инструмент, влияющий на эти процессы.

В игрушке отражен и уровень развития общества, какой бы мы при этом не имели в виду критерий. По технологическому критерию – игрушки в современном обществе становятся более сложными и автоматизированными. Интересно то, что в культурологическом смысле они более совершенны, чем сделанные ранее, при этом в психолого-педагогическом контексте такие игрушки часто критикуются по причине ограничения возможностей ребенка в творчестве при общении с ними.

Многообразие ассортимента игрушек, ситуация выбора игры под любой сценарий, любую профессию и даже действие демонстрируют нам существующие в обществе возможности выбора и проявления свободы, которые также являются одним из важнейших показателей развития. Впрочем, в данном контексте нельзя не отметить, что широкий ассортимент игрушек предполагает не только свободу выбора, но и высокую степень ответственности, прежде всего, родителей за выбор игрушки.

Уровень производительности труда и уровень благосостояния человека как критерии развития социума также отражены в игрушках – их качестве, сложности создания, предполагающих в современном мире применение высоких технологий, в соответствии требованиям экологичности, контроля производства.

Символичность игрушки подчеркивается в понимании ее как «*культурного текста*» («своеобразного языка детства») [2, с. 14], с помощью которого дети пытаются донести до взрослых или до других детей свои мотивы и смыслы.

С развитием рыночных отношений связано появление понимания *игрушки как товара*. Здесь важными становятся вопросы о том, каковы факторы покупки, какие игрушки приобретаются чаще всего, как должен выглядеть товар, чтобы быть максимально востребованным на рынке и

т. п. Активно исследуются рынок игрушек и потребительское поведение, выявляются основные рыночные тенденции, предлагается маркетинговая политика на рынке товаров для детей и т. п. [3]. Такое понимание игрушки предсказуемо, а также объяснимо критикуется рядом педагогов и психологов, прежде всего потому, что развивающие и образовательные возможности игрушек зачастую игнорируются в ущерб развитию ребенка, но в пользу потребительской привлекательности игрушки-товара [4]. А в обществе потребления ребенок тоже становится потребителем.

По результатам исследования М.В. Соколовой, «в среднем на одного ребенка приходится около 120 игрушек (от 11 до 536 штук на одну игровую комнату)», причем любимые или те, в которые дети играют постоянно составили 6 % от общего числа игрушек ребенка [5, с. 90]. Социологии интересны результаты подобных маркетинговых исследований в той степени, в какой ее привлекают вопросы о причинах и факторах социального поведения (в том числе потребительского), последствиях такого поведения для личности и общества.

Для классической социологии игрушка как таковая не входила в предметный круг исследований достаточно длительного периода, поскольку первые представители социологической науки стремились предоставить ей самостоятельность и пытались разделить ее с психологией и естественными науками, тем самым изначально отрицая включение материальных объектов в предметное поле социологии. Для классической социологической науки центральной является категория «социальное», тогда как материальное – это часть бытия, которая интересна социологии только как носитель социальных смыслов.

Существенный вклад в развитие социологии игрушки внес российский исследователь В.В. Вахштайн. В своей статье «К микросоциологии игрушек: сценарий, аффорданс, транспозиция» он обосновывает современный микросоциологический взгляд на игрушки. В статье социолога Д. Болла «К социологии игрушек: неодушевленные объекты, социализация и демография кукольного мира» [6], вышедшей в конце 60-х гг. XX века, В.В. Вахштайн видит совершенно новый подход к пониманию *игрушки, которая становится важным элементом среды социального взаимодействия и даже становится участником взаимодействия.*

Неодушевленный предмет, игрушка может влиять на человека. Игрушки социально обусловлены и определяют ситуацию игры детей. Игрушка здесь – это не только объект материальной действительности, но и воплощение социальных смыслов. Эти смыслы могут быть уже некой социальной данностью (например, кукла-пупс предполагает, что с ней будут играть в игру «дочки-матери»), а также могут конструироваться самим субъектом – ребенком (например, ребенок в ходе игры представляет себя учителем или водителем, где учеником или пассажиром будет кукла-пупс). Наличие значений и смыслов у игрушки объединяет этот подход с культурологическим. Отличие лишь в том, что в культурологическом подходе символичность игрушки общественно значима, смыслы и значения игрушки приписываются с позиции социокультурной ее ценности. В интеракционистском же подходе смыслы игрушки прочитываются на уровне социального взаимодействия в ходе игры.

В.В. Вахштайн обращает внимание на необходимость различения «значений, приписываемых игрушке, и сценариев, вписанных в нее». Микросоциолога интересуют сценарии (inscriptions) – вписанные в материальный объект модели его использования» [7, с. 11], что позволит, по мнению автора, избежать ситуации «странного умножения сущности» в случае выявления множества значений одного материального объекта-игрушки. «Сценарии – суть имплицитные, материализованные, встроенные в объект смыслы. В отличие от значений они не нуждаются в интерпретации. Мы “прочитываем” их неререфлексивно, так же как открываем дверь <...>, садимся на стул или заводим автомобиль. Любой используемый в коммуникации материальный объект можно анализировать в терминах предлагаемых им сценариев» [8, с. 12]. По сути, сценарий – это то, что можно или нельзя делать с игровым объектом. Таким образом, социолог уходит от понимания взаимодействия играющего и игрушки как прочитывания символов и знаков, затем выявляет собственное «вписанное» предназначение игрушки, которое интерпретируется играющим.

Такое понимание игрушки – очень важный шаг в социологическом ее познании и понимании, поскольку это определяет первичность реальных возможностей применения, сценариев использования материального объекта-игрушки и вторичность оценок, интерпретаций. Поскольку главным является «сценарное» содержание предмета, то игрушкой может стать любой материальный объект, с которым мы взаимодействуем как с игрушкой, а не только тот, который мы игрушкой называем. Например, несколько пластиковых бутылок с помощью скотча могут превратиться у играющего в бронжилет просто потому, что данный материальный объект идеально вписывается ребенком в сценарий игры в «войнушку». Пластиковая бутылка изначально не символизирует игрушку как таковую, у нее может быть множество других применений, сценариев использования, но она становится игрушкой в ходе игры. Примечательно, что такое понимание взаимодействия между

играющим и игрушкой не предполагает обозначение границ возраста человека. Здесь важны факт взаимодействия и сценарное содержание игрушки, но не возраст играющего.

По мнению В.В. Вахштайна, теория фрейма И. Гофмана [9] открывает новые перспективы изучения роли игрушек в воспроизводстве фреймов коммуникации. Материальные объекты поддерживают социальные взаимодействия людей и даже определяют их содержание. Первичная система фрейма (в нашем примере – организация защиты в ходе боевых действий) переносится во вторичную – создание ребенком бронежилета из пластиковых бутылок. Здесь материальный объект – бутылки – реквизит в новом фрейме именно по причине близости сценария использования.

«Сценарное» понимание игрушки расширяется с помощью применения термина «аффорданс», означающего не только то, что можно и нельзя совершать с игровым объектом (это и есть сценарий), но и то, что в принципе возможно совершить [10, с. 22]. Тематический набор «Лего» содержит инструкцию, подробно поясняющую варианты сборки игрушки (например, даже в трех вариациях или сценариях), но ребенок соберет игрушку в соответствии с инструкцией лишь однажды, все остальные потенциально возможные способы сборки (их бесконечное количество) он придумает сам. Это и есть аффордансы игрушки, число которых (в отличие от сценариев) знать наверняка невозможно.

Для социологического понимания игрушек важным является период науки 80–90-х гг. XX века. Именно тогда происходит переоценка роли материальных объектов в социальном взаимодействии. Материальные объекты, в том числе игрушки, становятся полноправными участниками интеракции, обладающими качествами субъекта. Для ребенка *игрушка – это полноценный партнер в коммуникации*, обладающий всеми необходимыми для этой коммуникации свойствами. «Игрушки не только конституируют порядок игры. Они меняются ролями с людьми. Они не столько поддерживают, сколько размывают границы порядка взаимодействия, делая пределы и правила игры предметом самой игры. Они меняют сценарий интеракции по ходу самой интеракции, разделяя с людьми свойство агентности. Они импровизируют и заставляют импровизировать других акторов. Взаимодействие с игрушками – действие с открытым финалом» [11]. Например, для девочки кукла-пупс – не просто средство игры, а полноценный партнер по общению, который не только помогает знакомиться с социальной ролью матери, но и позволяет конструировать конкретную модель матери.

Таким образом, как объект научного изучения игрушка может быть рассмотрена весьма разнообразно – от понимания ее как средства и инструмента воспитания и образования до нахождения в игрушке характеристик субъекта действия. Очевидно, чтобы приблизиться к пониманию роли игрушки в современном обществе необходимо обратиться к комплексному анализу, междисциплинарному подходу исследования игрушки. Более того, есть некоторые аспекты феномена современной игрушки, которые, можно сказать, требуют междисциплинарного подхода – например, роль технологий в развитии игрушки, появление и распространение компьютерных игрушек. Изучение механизмов и факторов влияния гаджет-игрушек на сознание и поведение человека предполагает обращение к теории и эмпирическим возможностям целого ряда наук. Тема выходит за рамки нашей статьи, но, безусловно, представляет интерес для современной науки в целом, имеет практическое значение для общества. Междисциплинарный подход к пониманию игрушки открывает перспективы и для эмпирических исследований. Теоретические наработки и инструментальные возможности разных наук, в том числе социологии, значительно обогатят представление об игрушках и их роли в обществе.

### Ссылки:

1. Цицулина А.В. О проблемах развития индустрии детской игровой продукции в контексте социокультурной политики Российской Федерации // Игровая культура современного детства : материалы I Международной научно-практической конференции : в 2 т. Т. 2 / под ред. Е.И. Ивановой. М., 2017. 680 с.
2. Свенссон К. Экспертиза игрушек в Швеции: культурологический и технологический аспекты [Электронный ресурс] // Психологическая наука и образование. 2011. № 2. С. 13–20. URL: [https://psyjournals.ru/files/41981/psy-edu\\_2011\\_n2\\_Svensson.pdf](https://psyjournals.ru/files/41981/psy-edu_2011_n2_Svensson.pdf) (дата обращения: 02.02.2020).
3. Гафарова Д.А. Направления развития маркетинговой политики торговой организации, работающей на региональном рынке товаров для детей в сегменте «Игры и игрушки» [Электронный ресурс] // Торгово-экономический журнал. Т. 4. № 3. Июль–сентябрь 2017. С. 121–140. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-razvitiya-marketingovoy-politiki-torgovoy-organizatsii-rabotayushey-na-regionalnom-rynke-tovarov-dlya-detey-v-segmente/viewer> (дата обращения: 02.02.2020).
4. Смирнова Е.О. Современная детская субкультура // Консультативная психология и психотерапия. 2015. № 4. С. 25–35 ; Денисенкова Н.С., Счастливая Т.Н. Современная игрушка: бедствие или культурная реальность // Современное дошкольное образование. Теория и практика. 2016. № 3. С. 60–65.
5. Соколова М.В. Исследование домашней игровой среды ребенка дошкольного возраста // Современное дошкольное образование. 2012. № 6. С. 84–90.
6. Ball D. Toward a Sociology of Toys: Inanimate Objects, Socialization, and the Demography of the Doll World // The Sociological Quarterly. 1967. Vol. 3, pp. 447–458.
7. Вахштайн В.В. К микросоциологии игрушек: сценарий, аффорданс, транспозиция // Логос. 2013. № 2. С. 3–37.

8. Там же. С. 12.
9. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / пер. с англ. под ред. Г.С. Батыгина, Л.А. Козловой. М., 2003.
10. Вахштайн В.В. К микросоциологии игрушек. С. 22.
11. Вахштайн В.В. Действующие вещи [Электронный ресурс] // Постнаука. 28.04.2014. URL: <https://postnauka.ru/longreads/25956> (дата обращения: 27.01.2020).

Редактор: Шитикова Ольга Сергеевна  
Переводчик: Герасимова Валентина Евгеньевна