

История европейских и отечественных игрушек

Смирнова Е.О.,

доктор психологических наук, руководитель Центра игры и игрушки, профессор кафедры дошкольной психологии и педагогики факультета психологии образования, ГБОУ ВПО МГППУ, Москва, Россия, smirneo@mail.ru

Соколова М.В.,

кандидат психологических наук, специалист по методической работе Центра психолого-педагогической экспертизы игр и игрушек, ГБОУ ВПО МГППУ, Москва, Россия, sokolovamw@mail.ru

В статье рассматривается роль игрушки в жизни и развитии ребенка. Прослеживается путь развития образных игрушек в Европе и в России от древности до наших дней. Показана роль идеологических факторов в формировании образа игрушки, противоречие между развивающей функцией игрушки и ее рыночной ценностью. Приводится сравнительный анализ образа и игрового потенциала традиционной и современной популярной куклы. Функции игрушки как носителя и средства передачи культурных норм иллюстрируются на материале формирования гендерных стереотипов: показано, как своеобразие игрушек для мальчиков и девочек влияет на характер игры. В заключение рассматриваются основные тенденции и проблемы развития рынка современных игрушек.

Ключевые слова: социокультурная функция игрушки, открытость игрушки, история куклы, промышленное производство игрушек, гендерные аспекты игрушек, современный рынок игрушек.

Для цитаты:

Смирнова Е.О., Соколова М.В. История европейских и отечественных игрушек [Электронный ресурс] // Современная зарубежная психология. 2016. Том 5. № 1. С. 32—38. doi: 10.17759/jmfp.2016050104

For citation:

Smirnova E.O., Sokolova M.V. History of European and national toys [Elektronnyi resurs]. Journal of Modern Foreign Psychology, 2016, vol. 5, no. 1, pp. 32—38. doi: 10.17759/jmfp.2016050101 (In Russ., Abstr. in Engl.).

Игрушки создаются взрослыми для детей и, как следствие, отражают мировоззрение взрослых и их представления об окружающем мире, их ценностные ориентации, вкусы. Игрушки отражают социокультурный контекст своего времени. Созданные взрослыми, игрушки формируют и поддерживают в сознании ребенка определенные нормативные представления, характерные для определенной эпохи, знакомят с общественным и семейным укладом, моралью, эстетикой.

Вместе с тем, игрушка является отражением потребностей самого ребенка. Главная функция игрушки — быть средством игры, т. е. обеспечивать возможность свободной и спонтанной игровой активности. В этом отношении решающее значение для игрушки приобретает ее открытость — вариативность использования для различных игр, возможность реализации собственных оригинальных игровых замыслов ребенка. Таким образом, игрушка одновременно оказывается средством двух разнонаправленных процессов: передачи человеческого опыта и самовыражения ребенка, реализации его собственного Я [10; 11].

Такая «разнонаправленность» имеет исключительно важное значение: играя с игрушкой, ребенок присваивает культурный опыт, т. е. делает его своим, и в то же время собственное Я ребенка (его действия, движения, представления, его опыт в целом) приобретает культурную форму, заданную игрушкой. Эти процессы

и составляют суть психического развития, поэтому игрушку с полным основанием можно назвать средством развития ребенка.

Игрушки детей каждого поколения существенно различаются, в особенности это относится к куклам, предметам быта и игрушечному транспорту. Эти игрушки помогают присвоить модели и ценности, принятые в обществе. Вместе с тем игровую ценность игрушки определяет и заложенная в ней степень открытости, т. е. возможность реализации ребенком собственных переживаний и замыслов.

Прежде всего это относится к игрушкам, воспроизводящим и моделирующим образ человека — к куклам, поскольку эта игрушка служит не только для игры, но и становится другом или подружкой. Кукла также позволяет вкладывать и проживать собственный опыт, поскольку ребенок воспринимает ее как свое отражение.

В этой связи особого внимания заслуживает анализ истории кукол. Такой анализ необходим для того, чтобы понять изменение тех ценностей, которые они несут, а также оценить их игровые качества.

Из истории куклы в Европе и в России

Куклы в истории человечества существовали с древнейших времен. Их делали в Египте, Греции, Риме, Китае, Японии, создавали мастера Средневековья, Ренессанса, их ваяли французы, немцы, русские, пред-

ставители других народов. Каждый мастер стремился выразить идеалы и дух своего времени, своей культуры. Куклы помещали в захоронения, дарили, передавали по наследству, продавали на аукционах, коллекционировали, хранили в музеях, выбрасывали на свалку, но самое главное – в них играли, их любили и хранили не меньше сокровищ [1]. В этом смысле кукла – уникальный культурный феномен, хранитель истории и культуры человечества. Достаточно упомянуть многочисленные выставки кукол, прекрасные авторские куклы, которые являются произведениями искусства, множество кукольных музеев и пр.

Наиболее ранние куклы создавались из дерева и керамики, глины, служили игрушками для детей, предметами украшения, атрибутами захоронения. В Средние века кукла была элементом крестильного обряда – на многих немецких алебастровых куклах того времени есть специальное отверстие в груди куклы для креста. В 1672 г. в Англии была изготовлена подлинно художественная кукла из папье-маше в количестве 12 экземпляров. До нашего времени сохранилась одна из них, она была продана на Сотби в 1996 г. за 68 тыс. фунтов стерлингов. В этом же году была найдена Рейнская кукла (1530 г. изготовления), пролежавшая четыре века за обшивкой Рейнского собора. Это деревянная кукла из липы 22 см высотой, в красивом платье (в те времена одежда на куклах часто просто рисовалась), с согнутыми в локтях руками. Среди наиболее известных ранних кукол известна деревянная кукла «королева Анна». Она вытачивалась на токарном станке, голова вырезалась вручную, была покрыта гипсом и лаком. Вначале глаза этих кукол были нарисованы, затем в 1750 г. мастера научились использовать стеклянные инкрустированные и даже цветные глаза. Такие куклы делались с пышной грудью, чтобы лучше смотрелась одежда тех времен. Парик прикреплялся кнопками. У дорогих экземпляров вырезались пальчики на руках, более дешевые имели руки из материи или кожи. Вторым наиболее распространенным вариантом – дешевые деревянные «тирольские» куклы, производимые в Нюрнберге. Удлиненные тела, покрытые гипсом голова и руки, нарисованные башмаки, искусно нарисованные волосы, нежный окрас лица. Массовое производство таких кукол привело к исчезновению чистоты отделки и художественности [1].

В XIX в. были изобретены закрывающиеся глаза. В эти же годы куклы получили «голос» – их первыми словами были «мама» и «папа». С конца XIX в. производство кукол практически полностью становится промышленным.

На территории России «предками» игрушки были, по-видимому, культовые предметы (обрядовые куклы, погремушки, отпугивающие духов и т. п.). Предметом для развлечения и воспитания детей игрушка стала позже, когда появились представления о детстве как об особом возрастном периоде. Народные игрушки для детей были связаны с различными аспектами жизни традиционного общества. В трещотках, бубенцах, при-

митивных вариантах бильбоке, оружию (лук, стрелы, бумеранги) и, конечно, в куклах были отражены народные традиции. Эти изделия, выполненные кустарным способом из естественных недорогих материалов, долгое время в России, как и во всей Европе, оставались единственным общедоступным видом игрушек. При этом в народном сознании сохранялась память о происхождении игрушки, и им часто приписывались мистические черты. Так, например, первые куклы были без лица, поскольку считалось что кукольное лицо может повлиять на человека, навязать ему чуждые мысли, состояния или болезни. Такая присущая первым игрушкам простота и обобщенность образов отвечала одновременно и игровым потребностям детей, оставляя место для их воображения и фантазии.

Научно-техническая революция XX века привела к появлению игрушечной промышленности. Появилось массовое производство, началась повсеместная урбанизация. Все это коренным образом отразилось и на истории игрушек. Новые материалы и фабричное производство сделали игрушки стандартными и доступными. В России, как и в других странах, появились плюшевые мишки, нарядные куклы, игрушечные автомобили и железные дороги.

Однако влияние этих игрушек было не столь велико. Идеино-политическому воздействию значительной степени подверглись игрушки, отражающие образ человека, т. е. куклы. Явная тенденция к идеологизации прослеживается прежде всего в образных игрушках. Популярными стали куклы-крестьяне, летчики, моряки, и куклы, изображающие персонажей советской литературы. Пионеры, солдатики-красноармейцы были призваны поднять военно-патриотический дух. Для воспитания любви к труду популяризировались ролевые атрибуты различных профессий.

Однако, все это не затрагивало основные признаки, задающие игровые качества. Советские куклы сохраняли эстетические и этические качества, идущие из глубин традиционной народной культуры. Они имели трогательный детский облик, стимулировали к заботе и были открытыми для различных игровых действий.

Если в СССР производство игрушек регулировалось государством, то в капиталистических странах оно было подчинено законам рынка. Там педагогические и воспитательные задачи игрушки уходили на второй план, а на первый выступала ее ценность как товара. Соответственно, западная индустрия игрушек развивалась в соответствии с законами рынка. Куклы стали воспроизводить модели, типажи, привлекательные для взрослых покупателей. Происходила и специализация фирм, изготавливающих кукол. Так, например, куклы фирмы «Жюмо» – знаковые для Европы того времени – это яркие образные произведения с фарфоровыми головками, туловищами на шарнирах. Наиболее популярными были куклы «бебе» – изображения детей около 6–8 лет и женские образы – «парижанки». В 1890 г. появилась кукла с подвижной головой, руками и ногами, она запатентована как «первый

шаг ребенка». Фирма Готье выпускала знаменитые бисквитные головки, которые охотно покупали другие производители. Куклы с головками Готье достаточно дороги (более тысячи долларов) и представляют художественную ценность. К началу XX в. некоторые фирмы производили более миллиона кукол в год [1].

В результате все большее место на рынке занимали модные и предполагающие коммерческий успех образцы. Появление кино, а затем и телевидения определило распространение массовой культуры, которая, с одной стороны, отражает, а с другой, формирует вкусы большинства. Игрушки, являясь одним из самых продаваемых товаров, стали частью массовой культуры. Наиболее востребованными стали куклы-красавицы и игрушки-персонажи популярной медиа-продукции. Они все больше отдаляются от образа ребенка и его повседневной жизни. Куклы с образом ребенка уступили место ярко раскрашенным моделям и фантастическим героям. Их туловища приобретают взрослые пропорции и признаки пола. Так, кукла Барби, появившаяся в 1959 г. и почти мгновенно завоевавшая рынок и сердца покупателей, манифестировала окончательную стратегическую победу нового типа игрушек.

С переходом к рыночной экономике в нашей стране плоды поп-культуры стали доминировать и в российской культурной жизни. Глобализация затронула сферу игрушек в максимальной степени.

Среди успешных маркетинговых приемов можно выделить навязывание серий однотипных игрушек. Общепринятым стало создание и популяризация брендов (фильмы, книжки, игрушки, конфеты и пр. с одними персонажами). Яркой выразительной стала глобализация на рынке игрушек – в любой стране продаются одни и те же наборы Лего, куклы Барби и Монстр Хай, электрические машинки [5; 6; 7].

Сегодня на российском рынке игрушек доминирует зарубежная продукция, отечественная игрушка составляет только 10–15%. Без государственной поддержки большинство предприятий, выпускавших традиционные игрушки, разорились. Старые, знакомые игрушки уступают место новым, отражающим изменения в нашей культурной и социальной жизни. Наиболее востребованными становятся «модные» образы и серии однотипных кукол. Наряду с куклой Барби появились куклы Брэд, Винкс, Человек-паук, Монстр-Хай и другие. Сегодня, как и во всем мире, в России на каждый из этих игрушечных «брендов» работает целая индустрия, призванная привлечь новых покупателей. Образы игрушек, при достаточно спорном их психологическом содержании, отличает техническая сложность и внешняя изощренность. Все они постоянно обновляются, приобретая все более совершенные технические характеристики, производятся многочисленные аксессуары, которые меняются каждый сезон, и все это раскручивается с помощью средств массовой информации, тематических журналов, мультфильмов и т. п. Естественно, что такое всестороннее продвиже-

ние не оставляет равнодушными ни детей, ни их родителей – их покупают.

Что же несут эти игрушки детям, и какие ценности нашей культуры они отражают?

Для того, чтобы полнее выявить характеристики современной образной игрушки, проведем сравнительный анализ типичной советской куклы середины прошлого века и массовой современной куклы. Сопоставим облик игрушек, который задает образец для идентификации и ориентирует игровую деятельность ребенка.

Сравнительный анализ образа и игрового потенциала советской и традиционной куклы

Типичная советская кукла 60-х годов прошлого века представляет собой образ ребенка. Ее размер в среднем – от 30 до 50 см в высоту. Облик куклы реалистичен, части тела соразмерны. Такая кукла может сидеть и стоять без дополнительной опоры. Она выполнена из пластмассы, имеет подвижные руки и ноги, позволяющие придавать ей различные позы, снабжена одним комплектом съемной одежды и обуви. Благодаря детским пропорциям лица и туловища и нарочито детскому наряду (обычно, это короткое платье, штаны, гольфы и туфельки) кукла имеет отчетливый образ ребенка-дошкольника. Кукла, как правило, имеет неяркие (слегка намеченные) губы и нос, выразительные глаза, синтетические волосы, которые прочно держатся и их можно расчесывать. Иногда игрушка может быть снабжена несложным механизмом – в зависимости от положения в пространстве у нее закрываются и открываются глаза, и она произносит слово «мама».

Как видно из описания, советская кукла предназначена для сюжетной игры ребенка. Ее детский образ, близкий и понятный дошкольнику, соответствует его потребности в самоидентификации, рефлексии через игру. Крупный размер игрушки, позволяет видеть в ней ребенка, чему способствует и обобщенный, условный облик куклы. Ее можно купать, ей можно придавать различные устойчивые позы. Ее одежду легко можно снять и одеть. Условная внешность и простота конструкции позволяют ребенку вкладывать в куклу самые разные характеры и состояния. Выраженный детский облик куклы помогает малышу увидеть в ней самого себя и разыгрывать сюжеты из семейной жизни. Напомним, что именно семейная жизнь и сопутствующие ей бытовые ситуации составляют содержание жизни дошкольника и воспроизводятся в его игре. Трогательный облик куклы стимулируют бережное отношение, заботу и сопереживание. Все это делает куклу хорошим средством для полноценной сюжетно-ролевой игры. Кукла, с одной стороны, направляет игру в «семейное» русло, а с другой – открыта для разных сюжетов и состояний.

Сопоставим эти характеристики с образами наиболее популярных в настоящее время кукол Монстр Хай.

В первую очередь следует отметить, что внешность куклы, ее эстетические характеристики сочетают в

себе различные остромодные тенденции — ее облик одновременно гламурен и носит элементы гротеска. Модный макияж, прическа и наряд сочетаются с диспропорциями тела и лица, что придает кукле одновременно ультрамодный и пародийный вид.

Куклы этой серии воспроизводят образ героинь фильма («Школа монстров») и выглядят весьма необычно. У них заметно увеличены головы, стилизованные под мультипликационных персонажей лица — большие глаза, маленький нос и пухлые губы. У каждой из них шикарные волосы и необычный цвет кожи — ярко-розовый, зеленоватый, голубой, коричневый. Некоторые куклы имеют отличительные признаки — кошачьи ушки, шрам на щеке, клыки, но эти детали не лишают их привлекательности. Для каждой куклы также предусмотрен набор аксессуаров, подходящий ее «специализации». Так, например, у кукол-вампиров в набор аксессуаров входят расческа в форме черепа и летучая мышь, для нее же предусмотрена кровать в виде черного снаружи и розового внутри гроба. Куклы имеют удобный размер и прекрасные технические характеристики. Их высота — 25,5 см. Подвижность частей тела очень хорошая: шея, плечи, локти, кисти, бедра, колени, стопы могут принимать любое положение. Некоторые куклы имеют пирсинг или тату. Отличительной особенностью кукол Монстр-Хай является сочетание живого и мертвого, страшного и привлекательного. Явные признаки «нечисти», такие как клыки, бледная кожа, шрамы, разные по цвету глаза и пр., сочетаются с гламурными, симпатичными лицами, модным дизайном нарядов.

По своим техническим показателям кукла Монстр-Хай намного превосходит советскую куклу. Она может принимать самые разные позы, ее лицо с ярким макияжем, вызывающий наряд и другие детали создают фиксированный облик, что привязывает ребенка к конкретным образам и сюжетам. Очевидно, дизайнеры кукол Монстр-Хай, как и других современных модных кукол, представляют игру ребенка как удивление и восхищение качествами модели или как реалистичное применение различных аксессуаров (переодевание, украшение, причесывание и пр.). Развитие сюжета в этом случае требует покупки новой куклы или набора специальных аксессуаров и одежды, что, естественно, отвечает интересам рынка, однако тормозит развитие игры и собственной активности ребенка.

Характерны также ценности и представления о человеке, которые несет такой образ. Кукла изображает девушку, накрашенную и наряженную по последней моде, главная задача которой поражать своей внешностью. Этот образ — порождение массовой культуры, которая рассматривает человека через его внешние качества и в меньшей степени интересуется его внутренним миром. Главная ценность, которую передает эта кукла — быть модной и демонстрировать всем свою красоту. Такая кукла навязывает маленьким девочкам совершенно определенный образ человека, который дети легко принимают и переносят на себя.

Однако образ экзотичной молодой женщины с ярким макияжем и откровенными нарядами мало адекватен интересам и опыту маленького ребенка. Как показывают исследования, внешность, одежда и технические характеристики данных кукол оказались настолько интересными, что многие девочки долго рассматривали их и пробовали их возможности. Куклы в их руках принимали различные позы, часто садились на шпагат, меняли туалеты. Особый интерес вызвали волосы, их цвет и качество, и возможность делать разные прически. Эти действия совершались без какого-либо связного сюжета или воображаемой ситуации. Девочки охотно обсуждали особенности и достоинства своих кукол, но не разворачивали содержательных игровых сюжетов. Зачастую игра оказывалась лишь набором действий, вместе с тем, привлекательность и яркость куклы были слишком сильны, чтобы ребенок мог их преодолеть и отдать предпочтение другим персонажам.

Как уже отмечалось выше, игрушка, с одной стороны, является отражением социокультурной реальности, а с другой, — средством ее освоения и рефлексии самого ребенка. Советская система ценностей была направлена на формирование человека, который будет трудиться на благо других, «производителя», «созидателя», приспособленного к жизни в «сплоченном коллективе». Этим во многом объясняется и специфика советской образной игрушки, ориентирующей детей на просоциальные игры, а в конечном итоге, на гуманное поведение и общность с другими людьми. Присущую ей открытость, стимулирующую творческий подход к игре, можно рассматривать как наследие народной культуры, долгое время сохранявшей свое влияние на внешний облик куклы не только в России, но и во всем мире.

Куклы Монстр-Хай — порождение современного общества потребления. Ее внешний облик отражает сосредоточенность человека на собственной личности, и, в основном, на ее внешних качествах. В ней ярко проявлено стремление к гламуру и к чему-то нереальному, выходящему за пределы обыденности.

Подобный образ, так же как и облик других современных игрушек, побуждает ребенка к демонстрации своих внешних достоинств — главным образом красоты, оригинальности и силы. Такие тенденции современной массовой культуры не только отражаются в современных игрушках, но и усиливаются и воспроизводятся через них, поскольку именно образная игрушка — один из важнейших носителей и трансляторов представлений общества об этических и эстетических категориях и образе человека в целом.

Гендерные особенности современных кукол

Ярким примером функции игрушки как носителя и средства передачи культурных норм является формирование гендерных стереотипов. В последнее время игрушки жестко различаются по признаку пола. В большинстве магазинов игрушки для мальчиков и

девочек расположены в разных зонах и не пересекаются. При этом в отделах для девочек представлены в основном гламурные куклы в ярких модных одеждах, а в отделах для мальчиков – серо-коричневые роботы, оружие и всевозможные супергерои. Как отражаются эти различия на игре детей.

Этому вопросу было посвящена работа А. Нельсона [1]. В данном исследовании принимали участие мальчики и девочки 4–5 лет, посещающие дошкольный центр. Предварительно были выделены особенности кукол для девочек и для мальчиков. Женские кукольные образы (например, Барби, Bratz и др.) обладают большими выразительными лицами, яркими глазами, у них маленькие ступни ног, высокие каблук, они крайне неустойчивы, их маленькие ручки не имеют возможности держать что-либо, у них есть волосы, которые можно причесать, одежда, которую можно снять и надеть. Маскулинные образы кукол (например, куклы-роботы или Action Man) крепко стоят на своих ногах, имеют маленькие или закрытые чем-то глаза, их лицо часто спрятано под скафандром или черными очками, их руки могут держать инструменты, в основном оружие. Аксессуарами к мужским куклам является, главным образом, оружие, а к женским куклам – одежда, драгоценности, щетки для волос и маленькие домашние животные.

Детям предлагалось поиграть с куклами и фигурками людей, представляющих мужчин и женщин со стереотипными гендерными характеристиками. Все дети выбирали кукол, соответствующих их полу. Мальчики играли исключительно с куклами мужского пола. Одна из самых существенных особенностей этой игры заключалась в том, что мальчики играли *через куклу*. Они держали куклу-мужчину спиной к себе, так что лицо куклы смотрело в ту же сторону, что играющий мальчик, вперед. Можно предположить, что кукла становится некой опорой для мальчика, как бы его продолжением, она расширяет его телесные возможности. Мальчики идентифицировали себя с куклами и их мужскими характеристиками, они как бы сливались с ней и действовали так, как действует кукла, которая передавала им мужские характеристики. В игре мальчиков предметы оперирования (исключительно оружие) были помещены в руки кукол и таким образом становились инструментами для действий, которые выполняли куклы. Эти действия имели главным образом агрессивный характер.

Девочки играли только с куклами, представляющими феминные образы. В отличие от мальчиков, они играли с куклами *как с партнерами*. Куклы были в большинстве случаев повернуты лицом к девочке. Следовательно, в игре всегда было двое: сама девочка и кукла. Они были вовлечены в различные виды межсубъектного взаимодействия, характерного для игр девочек. Кукольные принадлежности (одежда, щетки, «драгоценности») были в руках самих девочек. Содержанием игровых действиях была забота о кукле, общение с ней и всевозможные действия, адресован-

ные кукле (разговор с куклой, причесывание, одевание, придание различных поз).

Очевидно, что эти различия связаны с различиями в дизайне кукол, представляющих маскулинные и феминные образы. Маскулинные фигурки сделаны так, что стимулируют активность, самостоятельность, агрессивность и стремление действовать с предметами и инструментами. Дизайн феминных кукол ориентирует на игру в интерактивном режиме, возможность иметь с ними «зрительный контакт».

Аналогичные различия были получены в исследовании В.С. Собкина и К.В. Скобельщиной [3]. Опрос родителей показал, что девочки предпочитают играть с образными игрушками (куклами и животными), вступая с ними во взаимодействие и осваивая ролевую позицию. Родители мальчиков указывали на то, что их ребенок отдает предпочтение предметам оперирования (транспортным игрушкам, инструментам, оружию, а также материалам для продуктивной игры). Образная игрушка при этом действует от имени ребенка (спиной к нему).

Можно предположить, что эти особенности игры не вытекают из естественных гендерных различий в стиле игры мальчиков и девочек и, по-видимому, стимулируются характером игрушек.

Основные тенденции развития рынка современной игрушки

Как отмечают исследователи, сегодня традиционные игрушки теряют свою привлекательность для покупателей. Популярность сохраняет только кукла Барби и ее разновидности. Привлекательность данной игрушки не в том, что она является средством игры, а в том, что она служит украшением или развлечением [6; 7; 8].

Мультисериалы и компьютерные игры все больше влияют на создание новых игрушек. Это влияние нельзя рассматривать как только негативное. Герои мультфильмов дают новые образы и новые сюжеты для детской игры. Известно, что события фильмов часто отражаются, проигрываются детьми. В то же время, постоянный просмотр видеопроизведения вытесняет игру из жизни детей и делает ненужными сами игрушки [8].

Как отмечают некоторые авторы [7; 8; 9] в настоящее время вызывает сомнение выживание игрушки как таковой. Рынок игрушек все более сокращается под давлением виртуальной среды и масс-медиа. Вместе с игрушкой постепенно сокращается возможность получения реального сенсорного опыта. Н. Retter отмечает, что сегодня мы должны выбирать между игрушечной промышленностью, которая борется за выживание реальной игры, и медиа-индустрией, которая стремится переманить детей и заставить их проводить как можно больше времени перед экраном (8). При этом детский сад оказывается одним из последних институтов, где еще пытаются отстоять традиционную игрушку перед натиском медиа [8; 9].

Несмотря на это, современные дети буквально завалены игрушками. Исследование А. Nelson и М. Nilsson показало, что в детской комнате ребенка находится от 400 до 800 игрушек (в среднем 500) [2]. Аналогичные результаты получены и в нашей стране. Как показало наше исследование, в комнате современного городского ребенка находится около 500 игрушек, из которых активно востребованы только 6% (3). Этот избыток скорее беда, чем благо, поскольку при таком количестве игрушки теряют свою ценность и становятся просто собственностью ребенка, а не средством игры.

Основная задача игрушечного бизнеса, как в нашей стране, так и за рубежом, — «делание денег», а не производство хороших игрушек, способствующих разви-

тию и воспитанию детей. В этой связи возникает необходимость осуществления экспертизы и разработки критериев для определения и популяризации хороших игрушек, независимо от того, насколько выгодным товаром они являются [5; 10].

Попытки педагогов определить сущность «хорошей» игрушки является реакцией на бурное развитие игрушечной промышленности, которое началось в начале XX в. и достигло кульминации 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.

ЛИТЕРАТУРА

1. Греков А.У. Искусство западноевропейской игрушки. Сергиев Посад. 2006. 168 с.
2. Нельсон А. Игра как опосредованное действие. Гендерный аспект // Психологическая наука и образование. 2011. № 2. С. 93–101.
3. Соколова М.В. Исследование домашней игровой среды ребенка дошкольного возраста // Современное дошкольное образование. 2012. № 6. С. 7–13.
4. Собкин В.С. Скобельщина К.Н. Игры современного дошкольника // Социология дошкольного детства: Труды по социологии образования. Вып. XXIХ. М.: Институт социологии образования РАО, 2013. С. 61–73.
5. Berg L.E. Defining the good toy – an interactionistic approach // Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1 / L.E. Berg, A. Nelson, K. Svensson. Stockholm: SITREC, 2003. P. 139–155.
6. Berg L.E. Toys and play in identity construction for preschool children // Toys as communication. Part 2. Toy research in the late twentieth century / A. Nelson, L.E. Berg, K. Svensson (editors). Stockholm: SITREC, 2003. P. 193–208.
7. Mouritsen F. Do children really need all this toys? – do adults? // Toys as communication. Part 2 / K. Svensson, L.E. Berg, A. Nelson. Stockholm: SITREC, 2003. P. 59–73.
8. 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. P. 171–181.
9. Retter P. Postmodernity – what about toys? // Toys as communication. Part 2 / K. Svensson, L.E. Berg, A. Nelson. Stockholm: SITREC, 2003. P. 25–39.
10. Smirnova E.O. Character toys as psychological tools // International Journal of Early Years Education. 2011. Vol. 19. № 1. P. 35–43. doi: 10.1080/09669760.2011.570998
11. Wegener-Spohring G. Toys: mirror of the world and world of the children // Toys as communication. Part 2. / K. Svensson, L.E. Berg, A. Nelson. Stockholm: SITREC, 2003. P. 73–89.

History of European and national toys

Smirnova E.O.,

*doctor in psychology, director of the Center of Play and Toys, professor, Chair of Preschool Pedagogic and Psychology,
Department of Educational Psychology, Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia,
smirneo@mail.ru*

Sokolova M.V.,

*candidate of psychological sciences, educational contents specialist at the Centre of Psychological and Pedagogical Expertise
of Toys, Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia,
sokolovamw@mail.ru*

The article examines the role of toys in the life and development of children. It traces the developmental trajectory of shaped toys in Europe and Russia from antiquity to the present day. It also shows the role of ideological factors in shaping the image of toys as well as long lasting contradiction between the developing features of toys and their market values. The article presents the comparative analysis of the image and the playing potential of the traditional and modern popular dolls. Functions of toys as mediums and tools for the transmission of cultural norms is exemplified by gender stereotypes: it shows how the peculiarity of toys for boys and girls, affects the nature of the game. In the conclusion the article examines the main trends and problems of development of the market of modern toys.

Keywords: toy, socio-cultural function of toys, the openness of the toys, the history of dolls, toy manufacturing, gender aspects of toys, modern toy market.

REFERENCES

1. Grekov A.U. *Iskusstvo zapadnoevropeiskoi igrushki* [The Art of Western toys]. Sergiev Posad. 2006. 168 p. (In Russ.).
2. Nel'son A. *Igra kak oposredovannoe deistvie. Gendernyi aspect* [Playing as an indirect effect. The gender dimension]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education]. 2011, no. 2, pp. 93–101. (In Russ.).
3. Sokolova M.V. *Issledovanie domashnei igrovoi sredy rebenka doshkol'nogo vozrasta* [Research home gaming environment preschool child]. *Sovremennoe doshkol'noe obrazovanie* [Modern preschool education]. 2012, no. 6, pp. 7–13. (In Russ.).
4. Sobkin V.S. Skobel'tsina K.N. *Igry sovremennogo doshkol'nika* [Games of the modern preschool]. *Sotsiologiya doshkol'nogo detstva Trudy po sotsiologii obrazovaniya* [Sociology of preschool Works on the sociology of education]. Vol. XXIX. Moscow: Institut sotsiologii obrazovaniya RAO, 2013, pp. 61–73. (In Russ.).
5. Berg L.E. *Defining the good toy – an interactionistic approach. Toys in educational and socio-cultural contexts. Part 1.* L.E. Berg, A. Nelson, K. Svensson. Stockholm: SITREC, 2003, pp. 139–155.
6. Berg L.E. *Toys and play in identity construction for preschool children. Toys as communication. Part 2. Selection of papers presented at the International Toy / A. Nelson, L.E. Berg, K. Svensson (editors).* Stockholm: SITREC, 2003, pp. 193–208.
7. Mouritsen F. *Do children really need all this toys? – do adults? Toys as communication. Part 2. Toy research in the late twentieth century.* K. Svensson, L.E. Berg, A. Nelson, eds. Stockholm: SITREC, 2003, pp. 59–73.
8. 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, pp. 171–181.
9. Retter P. *Postmodernity – what about toys? Toys as communication. Part 2.* K. Svensson, L.E. Berg. Stockholm: SITREC, 2003, pp. 25–39.
10. Smirnova E.O. *Character toys as psychological tools. International Journal of Early Years Education*, 2011, vol. 19, no. 1, pp. 35–43. doi: 10.1080/09669760.2011.570998
11. Wegener-Spohring G. *Toys: mirror of the world and world of the children. Toys as communication. Part 2.* K. Svensson, L.E. Berg, A. Nelson. Stockholm: SITREC, 2003, pp. 73–89.