

УДК 7.011

## МАТЕРИЯ ИГРЫ: ИГРУШКА КАК АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ИНДИКАТОР

*А.Ю. Гусева*

Представлены новые подходы к изучению игрушки: игрушка не “приложение” к игре, а ее материальная форма, “вещество”. Продемонстрирована важность игрушки для существования игры. Сопоставлены типологии игр и игрушек, выработанные в разных исследовательских парадигмах. На основе анализа предвоенного советского журнала “Игрушка” сделаны выводы о выражении через игрушку актуальных ценностей конкретной культуры. Исследована взаимосвязь игры, игрушки и творчества.

*Ключевые слова:* игрушка; материальный модус; творческий потенциал; имитация; конкуренция; азарт; Р. Кайуа; Н. Бартрам; С. Лем.

---

## ОЮНДУН МАТЕРИЯСЫ: ОЮНЧУК АКСИОЛОГИЯЛЫК ИНДИКАТОР КАТАРЫ

Бул макалада оюнчукту изилдөөнүн жаңы жолдору сунушталды: оюнчук – бул оюнга “тиркеме” эмес, оюнчук – бул оюндун материалдык формасы, “зат”. Оюндун болушу үчүн оюнчуктун мааниси көрсөтүлдү. Ар түрдүү изилдөө парадигмаларында иштелип чыккан оюндардын жана оюнчуктардын типтери бири-бири менен салыштырылды. Согушка чейинки “Игрушка” аттуу советтик журналга талдоо жүргүзүүнүн негизинде кандай гана маданияттын болбосун актуалдуу баалуулуктары оюнчук аркылуу чагылдырыла тургандыгы тууралуу жыйынтык чыгарылды. Оюн, оюнчук менен чыгармачылыктын өз ара байланышы изилдөөгө алынды.

*Түйүндүү сөздөр:* оюнчук; материалдык модус; чыгармачыл потенциал; кумар; Р. Кайуа; Н. Бартрам; С. Лем.

---

## SUBSTANCE OF PLAYING: TOY AS AXIOLOGICAL INDICATOR

*A. Y. Guseva*

The article considers the new approaches to the study of toy: the toy is not an “appendix” to the play and game, but its material form, “substance”. The value of the play and game is determined for the existence of the play and game. It is compared the typologies of plays, games and toys, worked out in different research paradigms. Based on the analysis of the prewar Soviet magazine “Toy” makes conclusions about the expression through the toy of the actual values of the conference. The interrelation of game, play, toy and creativity is investigated.

*Keywords:* toy; material modus; creativity; imitation; competition; excitement; R. Caillois; N. Bartram; S. Lem.

Обычно в философских, психологических, культурологических исследованиях игрушку рассматривают как нечто вторичное по отношению к игре и малозначительное, если рассматривают вообще. Игра предстает реальностью космических масштабов, фундаментальным феноменом человеческого бытия (как у Й. Хёйзинги [1, с. 41], О. Финка [2] или Г.-Г. Гадамера [3, с. 287–289]), и источником творчества и развития культуры. Игрушка же понимается как случайный момент игры, и исследователю не слишком важно, какова она. Но такое понимание представляется, в некотором роде, ущербным, обедняющим ее роль для игры. С другой стороны, в педагогических работах

игрушка оценивается как чрезвычайно важная часть игры; педагоги и психологи выработали множество рекомендаций по типам игрушек, подходящим для определенных возрастных групп, и готовы подробно объяснить, почему младенцу нужна погремушка, а не смартфон.

Представляется, что можно преодолеть противопоставление этих исследовательских позиций и перейти от крайностей как пренебрежения, так и чрезмерного внимания к игрушке, предложив ее понимать как материю игры, ее материальный модус.

Дефиниция “материя игры” – аналогия. Е.Г. Эткинд назвал книгу “Материя стиха”, имея в виду, что поэзия не может существовать без

выражения в материальной, чувственно воспринимаемой, осязаемой форме [4, с. 493]. Аналогично: игровые действия получают материальное выражение в игрушке. Но и наоборот – игрушка в вещественной форме сохраняет смыслы игры, и, взяв в руки конкретную игрушку, человек одновременно получает и определенные действия с нею. Как сформулировал К.С. Пигров – игрушка это “рельсы” игры.

Попытки выработать новаторский взгляд на игрушку, разумеется, предпринимались и прежде. Наиболее значительная осуществлена на рубеже XIX–XX и в первой трети XX в. художником, искусствоведом, создателем первого в России музея игрушки Н.Д. Бартрамом (1873–1931). (Сегодня музей игрушки располагается в Сергиевом Посаде (Загорске), но с 1918 по 1931 г. он находился в Москве, сначала на Смоленском бульваре, затем на Пречистенке (Кропоткинской; в особняке, где сейчас расположен Литературный музей им. А.С. Пушкина); в те годы музей игрушки был вторым по посещаемости музеем Москвы после Третьяковской галереи.)

Попытка синтетического изучения игрушки требует обратиться не только к социогуманитарным штудиям. В заглавии статьи заявлен термин “индикатор”. В гуманитарных словарях и энциклопедиях этого понятия, как правило, нет, оно является скорее частью математического и естественнонаучного дискурса, используется в количественных социальных исследованиях. В данной статье мы используем это понятие в смысле, близком к экологическому – как некую наглядную систему признаков, которая позволяет оценить состояние экосистемы.

Основная идея данной статьи – игрушка является своего рода аксиологическим индикатором системы культуры. Бартрам называл игрушку одновременно “другом ребенка” и “зеркалом жизни” [5]. Эти два определения фиксируют важнейшие аспекты бытования игрушки: с одной стороны, она представляет собой вещь детского обихода, с другой – отражает, как зеркало, тот мир, в котором ребенок живет, предлагая ему в материальной форме актуальные ценности конкретной культуры. Мир игрушки можно и нужно рассматривать как часть “системы вещей”, которую исследовал Ж. Бодрийяр. В игрушках присутствует все, что создала культура. Как один из первых доступных ребенку артефактов, игрушка кажется взрослому совершенно понятной, хотя в действительности это не понятность, а привычка, признание ценностной системы, “означенной” игрушкой.

Представление о многообразии игрушки создает грандиозные метафоры постижения мира.

Это фиксируется у Платона – в “Федоне” Сократ, повествуя об истинной реальности, предлагает такой образ: “Та Земля, если взглянуть на нее сверху, похожа на мяч, сшитый из двенадцати кусков кожи и пестро расписанный разными цветами. Краски, которыми пользуются наши живописцы, могут служить образчиками этих цветов, но там вся земля играет такими красками, и даже куда более яркими и чистыми. В одном месте она пурпурная и дивно прекрасная, в другом золотистая, в третьем – белая – белее снега и алебаstra; и остальные цвета, из которых она складывается, такие же, только там их больше числом, и они прекраснее всего, что мы видим здесь. И даже самые ее впадины, хоть и наполненные водою и воздухом, окрашены по-своему и ярко блещут пестротой красок, так что лик ее представляется единым, целостным и вместе с тем нескончаемо разнообразным” [6, с. 70–71].

Метафора игрушки и сегодня востребована в философии и литературе. Приведем цитату из современного философско-литературного бестселлера: «Почему конструктор “Лего” – самая гениальная игрушка на свете? <...> Детали конструктора обладают примерно теми же свойствами, какие Демокрит видел у атомов, – поэтому из них замечательно строить. Прежде всего, они неделимы. А еще они различаются по величине и форме, они плотные и непроницаемые. У деталей есть “выступы” и “выемки”, с помощью которых их можно соединить во что угодно. Получившиеся сооружения затем разбираются, и из тех же деталей можно строить новые вещи» [7, с. 56, 58].

Но важна не только метафора – сама игрушечная вещь неизбежна в человеческом опыте. В том социокультурном мире, где игра бесконечно умножается и потому зачастую профанируется, вероятно, именно игрушки сохраняют возможность культивирования индивидуальных эмоциональных и эстетических отношений человека и мира, радости их творческого взаимодействия.

Анализ “системы игрушек”, характерной для конкретной культуры, позволяет уловить тенденции развития этой культуры, увидеть особенности картины мира включенного в нее человека, определить его ценностные позиции. В связи с этим выстраивается типология игрушек, характерных для аграрного, индустриального, постиндустриального общества.

В экономическом плане важнейшей ценностью аграрного общества является продукт аграрного производства, чему соответствует в плане культурно-цивилизационном ценность стабильности и соотношения человеческой деятельности с природным сельскохозяйственным ритмом. Игрушки здесь малочисленные, рукодельные или

случайно включенные в игру. Появление ремесленных игрушек как зачаток серийного производства – начало перехода к индустриальному этапу. Для индустриального общества важнейшая экономическая ценность – продукт промышленного производства, который делается как товар. Во внеэкономическом, культурном плане этому соответствуют ценности пользы, прогресса и иерархии. Игрушки здесь производятся серийно, как и другие вещи. С постиндустриальным обществом, в которое мы вошли не так давно, сложнее. Так, для информационного общества очевидно, что важнейшая ценность – информация, с которой связаны мобильность, разрушение иерархических структур и создание новых. Но возможны и другие варианты постиндустриального развития – например, экологическое, где гармонизация отношений человека и природы становится важнее, чем скорость распространения информации. И игрушки здесь становятся интерактивными и виртуальными, однако по-новому осознается важность уникальных рукодельных игрушек и игрушек-произведений искусства.

Перейдем от достаточно очевидной типологии к менее очевидной, опираясь на исследования игры. Одна из попыток тематизировать явление игры принадлежит французскому философу Р. Кайуа (1913–1978), который «детализирует предложенную Й. Хейзингой дихотомию “состяжание – представление”, выделяя четыре типа игры: игра головокружения, игра подражания, игра состязания, игра случая». На вопрос: “Кто играет?” в первом случае ответ – “скоморох Божий”, во втором – актер и роль, в третьем – соперники состязания, в четвертом – “азартный игрок и Случай, или в пределе – марионетка и Рок”. Игра первого типа не локализована “сценой, стадионом или кругом рулетки”, в отличие от остальных в ней человек выявляет возможную полноту экзистенции, реализует сокровенную ипостась “человека возможного”, обретает внутреннюю свободу [8, с. 111; 9].

Работающие в ином, нежели Р. Кайуа, дискурсе отечественные этологи А.Ф. Данфельд и А.Н. Ирецкий предложили телеономную типологию игры [10, с. 100–104], в которой, в зависимости от функционального значения игры для популяции, выделяются:

- 1) имитационные игры, предназначенные для освоения уже “отработанных” предшествующими поколениями механизмов поведения;
- 2) конкурентные – игры, в которых происходит освоение ролей социальной иерархии;
- 3) креативные (поисковые) игры, которые предназначаются для генерации, проверки и закрепления ранее не существовавших, новых для

популяции схем и способов поведения. Это игры индивидуального приобретения опыта, который может впоследствии оказаться полезным не только для одной особи, но и для популяции в целом.

Эти типы игр существуют и у животных, и у человека. Вид *Homo Sapiens*, кроме того, выработал тип азартных игр, в которых полезный результат для популяции заключается в “сбросе психического напряжения”, в условном удовлетворении потребности в игре отдельных человеческих особей без рискованного влияния на индивидуальный или коллективный опыт. Для других биологических видов азартные игры бесполезны, так как представляют собой не проверку индивидуальных особенностей, а игру “чужими руками и ногами” либо “игру случая”, игру-наблюдение за происходящим, без определяющего итог участия игрока. Участник азартной игры располагает лишь иллюзорными средствами воздействия на результат – это своего рода “симулякр агона”. (Но, видимо, сходные с азартными игры характерны для видов, которые обладают “сверхактивной” нервной системой.) Разумеется, этологическая типология представляет абстракцию, реально существуют не “чистые” типы игр, а игры, в которых преобладают элементы либо имитационности, либо конкурентности, либо креативности.

Учитывая этологический подход к человеку, мы признаем, что существуют естественные биологические ограничения, присущие этому виду, и их следует включить в число изучаемых обычно детерминант культурного, социального и технического прогресса. Нет ничего унижительного для нас, если человек понимается не только как социальное существо, но и как продукт биологической эволюции, скорее, наоборот, это открывает новые горизонты его понимания.

Приведенная этологическая типология игры соотносима с типологией, предложенной Р. Кайуа. Игра-состязание – другое название для конкурентной игры, игра подражания – то же, что имитационная игра, игра случая – то же, что игра азартная, а игра головокружения – креативная, или поисковая, так как и у Кайуа, и в этологической интерпретации именно в этой игре человек создает новую реальность. Типология “Кто играет?” – та же этологическая типология, но с поправкой на принятые для парадигмы постмодерна способы описания: операции производятся с метафизическими конвенциональными объектами вроде “возможного человека”.

Сходство типологий, сложившихся независимо в принципиально разных методологических подходах, на наш взгляд, свидетельствует о достоверности выводов о феномене игры.

Преобладание в культуре определенного типа игр – показатель его культурного состояния. Преобладание имитационных и конкурентных игр в ущерб креативным свидетельствует о стагнации культуры, так как у ее “носителей” недостаточен креативный опыт. А судить о том, каковы игры, можно в первую очередь по игрушкам. Игрушки классифицируются в зависимости от того, какой тип игр в большей степени “провоцирует” игрушечный предмет. Так, к имитационным можно отнести большинство кукол и игрушек, моделирующих вещи повседневного обихода. По этому поводу весьма иронично высказался С. Лем: “Нам обычно хочется, чтобы дети были просто детьми и по возможности меньше – маленькими взрослыми; я особо имею в виду легионы восьмилетних мамочек с маленькими колясочками” [11, с. 205]. К конкурентным игрушкам можно отнести игрушки, малодоступные детям из-за их редкости или высокой стоимости, обладание которыми ставит владельца на определенную ступень иерархии в его малой группе (“настоящая маттеловская Барби”). Игрушки азартные – это вещи, которые “организуют” азартную игру, например, карты, кости, нарды у взрослых, или взрослые и детские версии игры в рулетку. Креативные игрушки – игрушечные вещи, действия с которыми предполагают творческое преобразование (например, разнообразные конструкторы).

Итак, выяснить, какие группы игрушек преобладают в культуре, по меньшей мере, бесполезно для понимания ее перспектив. Проиллюстрируем эту идею.

В Советском Союзе игрушка была включена в систему идеологии как важнейший социальный инструмент. Несколько лет при Наркомпросе существовал Комитет по игрушке, с 1932 г. в Загорске работал научно-исследовательский институт игрушки. В 1935–1939 гг. Наркомпрос издавал журнал “Игрушка” (“Советская игрушка”). Проведенный нами анализ материалов этого издания послужит иллюстрацией.

Разумеется, игрушки детей перед войной были разнообразны. Но в публикациях журнала заметно пристальное внимание к военным игрушкам. Советская игрушечная милитария в журнале не называлась “военной”, она была “оборонной”. “Военными” были игрушки, произведенные в Германии, Италии, Англии, Франции. Например, в 1936 г. публиковались статьи о военных игрушках из Германии и Италии с идеологическим содержанием. Игры нацистской Германии действительно своеобразные: “Штурмовики выступают” – об охране концлагеря, “Вон из вашей дыры!” – о преследовании нацистами коммунистов, “Германия

пробудилась” – о расстреле “известных предателей”, детская статуэтка “Вождь” – портрет Гитлера 8 см высотой и с поднимающейся в нацистском приветствии рукой на шарнире [12]. Итальянские игры и игрушки настраивали детей против Абиссинии, изображая доблестных итальянских солдат и сестер милосердия, участвующих в войне, в идеализированном виде, а противника – конечно, гнусным и беспринципным. Такие, имитационные, по сути, игрушки были представлены на выставке военных игрушек в Милане, которую даже посетил Муссолини [13].

Несмотря на идеологическую тонкость относительно “оборонных”, а не “военных” игрушек, почти в каждом номере были упоминания об игрушечной милитарии (если не напрямую, то хотя бы в виде иллюстративного материала). Так, в 1937 г. в № 5 даны две программные статьи. Один из постоянных авторов журнала, Г. Кваснецкий, указывает, что если действие с куклой и игрушечными животными определяется играющим ребенком по его желанию, то солдатики исходно нужны именно для военных игр. Требования к ним в соответствии с новыми социальными ценностями, такие: массовые тиражи, дешевизна, продажа наборами – для разнообразия игр; фигурки высотой 35, 50, 85, 150 мм, объемные, полувъёмные или плоскостные; это изображения бойцов Красной Армии в различных положениях, а также фигурки на некоторые исторические темы и военная техника (пушки, пулеметы, танки, броневики). Также требовалось как можно более точное воспроизведение подробностей вооружения и внешнего вида (снова акцент на имитационности!). Фигурки солдатиков должны были сочетаться в общих сценах. Примечательно, что автор пишет: “Малые оловянные фигурки, кроме игры, могут быть использованы для тактических занятий в песочном ящике” [14]. В том же номере журнала дана редакционная статья, которую хочется привести полностью: «В одном из лагерей РККА Комитетом по игрушке и московским Домом ученых был проведен просмотр оборонных игрушек. В просмотре участвовали командиры, политработники и красноармейцы. С живейшим интересом слушатели опробовали игрушки, приводили в действие, испытывали механизмы, задавали ряд вопросов, предлагали дальнейшие усовершенствования, называли новые темы оборонных игрушек. Рассмотрев игровые наряды, слушатели отметили, что совершенно недостаточно представлена форма бойцов пехоты. Для танков подставляются бревна; танки медленно переваливают через них. Устраивается “состязание” автомашин. Какая из них пройдет большее расстояние? Какая из них пробежит трек быстрее? Все смотрят, пробуют заводить,

внезапно останавливают и пускают игрушки в ход. “Комитет по игрушке проделал большую и важную работу по оборонной игрушке, – так высказывались представители аудитории. – В игрушках чувствуется стремление передать мощь Красной армии, привить любовь к ней, познакомить с техникой РККА, помочь освоить азбуку летной и судовой техники...”. “Особенно интересна подводная лодка, здесь можно проследить такие подробности, которых ни за что не узнаешь по книге или даже по картинке”. “Такая игрушка, как духовое ружье, должна получить массовое распространение. Однако цена 80 р. непомерно высока. Эти игрушки должны быть в каждом пионерлагере”. “Воздушные змеи имеют большое значение. Надо продолжать работать над ними. Надо разработать новые формы и новые игры со змеями. Надо перегнать и в этой области зарубежные страны”. “В представленных игрушках нет ни одной игрушки для девочек. Это неправильно. Нужно разработать такие игрушки, например, наборы юных санитарок; надо продумать этот вопрос. Он важен”. “Надо дать образцы полевых кухонь-игрушек”. “Надо больше и лучше показать бойца-пехотинца”. Смотр игрушек показал, как много еще надо сделать в этой области» [15]. В этом тексте видны ключевые идеологические установки, которые должны выражать детская игрушка – здесь и совершенство военной техники, и необходимость мобилизации женщин, и стремление опередить противника, “перегнать зарубежные страны”. Живо представляется компания людей в военной форме, которые сначала играют, а потом оценивают военные игрушки, причем все это происходит в полевых условиях.

В последующих номерах журнала появляется даже специальная рубрика “Оборонные игрушки”, в которой публикуются статьи не только педагогов и художников, но и профессиональных военных, среди которых С.М. Буденный, В. Чкалов, М. Раскова и т. п. По ассортименту игрушек разных производств, на который обращают внимание авторы журнала, очевидно, что страна готовится к войне... Современные серийные игрушки большей частью, скорее, говорят об обратном – об удобной, благополучной, спокойной жизни.

Если взглянуть на современные массовые игрушки с целью выявить реальные, а не декларируемые ценности социума, можно, конечно, схватиться за голову и заявить, что это имитация, конкуренция и азарт, а креативность остается далеко не на первом плане. Но внутри массового рынка игрушек всегда существуют исключения. Игрушечная вещь создает своего рода анклав творчества

и радости в мире вещей. Вероятно, этому способствует синкретизм игрушки. С одной стороны, она передает информацию очень доступным способом – в самой игрушечной вещи, ее “теле” моделируется облик другой вещи, но в конкретном контексте социокультурной ситуации моделируются отношения с ней. В этом некоторое ее “гносеологическое преимущество” перед иными артефактами, служащими именно для передачи информации (перед книгой или диском и т. д.). Благодаря игрушке для ребенка возникает диалог природного и культурного, в котором он начинает осваивать ценностную систему культуры. Иначе говоря, вещественность игрушки есть первый шаг трансцендирования.

#### Литература

1. Хейзинга Й. Homo Ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хейзинга. М.: Прогресс: Прогресс-Академия, 1992. 458 с.
2. Финк О. Основные феномены человеческого бытия / О. Финк // Проблема человека в западной философии. М.: Прогресс, 1988. 552 с.
3. Гадамер. Г.-Г. Актуальность прекрасного / Г.-Г. Гадамер // Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991. 368 с.
4. Эткинд Е.Г. Материя стиха / Е.Г. Эткинд. СПб.: Гуманитар. союз, 1998. 506 с.
5. Бартрам Н.Д. Избранные статьи. Воспоминания о художнике / Н.Д. Бартрам. М.: Советский художник, 1979. 176 с.
6. Платон. Федон // Собр. соч. Т. 2 / Платон. М.: Мысль, 1993.
7. Гордер Ю. Мир Софии: роман об истории философии / Ю. Гордер. СПб.: Амфора, 2007. 654 с.
8. Сигов К.Б. Игра // Современная западная философия: словарь / К.Б. Сигов. М.: Политиздат, 1991. 414 с.
9. Кайуа Р. Игры и люди; Статьи и эссе по социологии культуры / Р. Кайуа. М.: ОГИ, 2007. 302 с.
10. Ирецкий А.Н. Этологический взгляд на культуру и игру / А.Н. Ирецкий, А.Ф. Данфельд, Л.Б. Ирецкая // Клиническая сексология: сб. науч. трудов. СПб.: МАПО, 1999.
11. Лем С. Высокий замок // Сб. соч.: в 10 т. / С. Лем. М., 1994. Т. 5.
12. Казина Н. Воспитание погромщиков / Н. Казина // Советская игрушка. 1936. № 5. С. 22–23.
13. Горянов Б. Итало-абиссинская война и игрушки / Б. Горянов // Советская игрушка. 1936. № 5.
14. Кваснецкий Г. Игрушечные армии / Г. Кваснецкий // Игрушка. 1937. № 5. С. 3–4.
15. Смотр оборонной игрушки: от редакции // Игрушка. 1937. № 5.