

УДК 688.72.004.12

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПРОМЫШЛЕННОЙ ИГРУШКИ

крайне малое количество новых образцов, разрабатываемых ежегодно ВНИИ игрушки? Добавим, что разрабатываются они исключительно для Минлегрпрома без права освоения их предприятиями других министерств, выпускающих более двух третей поставляемого на рынок количества игрушек и располагающих куда более развитой и мощной производственно-технологической и сырьевой базой.

Наконец, дизайнерский подход должен быть распространен и на торговлю игрушками, начиная с рекламной информации и кончая пространственной структурой демонстрационных залов, стэндов, прилавков и витрин. Потенциальных покупателей-потребителей следует ознакомить не только с названиями и внешним видом новых моделей игрушек, но и со скрытыми в каждой из них игровыми возможностями, вплоть до примерных сценариев, где данная игрушка выступала бы в окружении других своих «компаньонов». Целесообразно было бы также открыть в больших городах экспериментальные магазины, которые являлись бы одновременно лабораториями по изучению спроса и опытным полигоном его формирования.

Разумеется, мы упомянули здесь далеко не все проблемы ассортимента и качества игрушек, в решении которых дизайнеры могут и должны принимать самое деятельное участие. Но поскольку даже ясно видимые пути такого участия во многом перекрыты сегодня административными барьерами, отсутствием межведомственной координации и неадекватным распределением задач, прав и обязанностей, было бы очень важно узнать, что думают по поводу высказанных нами соображений вышеназванные учреждения и организации и какие меры они со своей стороны считали бы нужным принять для существенного улучшения дизайна игрушки.

Думается, что давно настала пора принять действенные меры для улучшения качества игрушек, для совершенствования их ассортимента, преследуя при этом главную цель — гармоничное воспитание с помощью игры и игрушек наших детей.

В системе государственных мероприятий, нацеленных на выполнение основных направлений школьной реформы, особое значение придается повышению качества игрушки. В постановлении Совета Министров СССР от 12 апреля 1984 года «О дальнейшем улучшении общественного дошкольного воспитания и подготовке детей к обучению в школе» говорится: «Министерству легкой промышленности СССР, другим министерствам и ведомствам СССР, выпускающим игрушки, советам министров союзных республик совместно с органами народного образования предложено принять меры к расширению ассортимента, увеличению производства, улучшению качества игрушек и игрового оборудования, созданию новых образцов этих товаров, наиболее полно отвечающих задачам воспитания детей в детских дошкольных учреждениях».

Художественно совершенные, целесообразные, увлекательные по содержанию игрушки необходимы всем детям: раннего и дошкольного возраста, младшим школьникам, подросткам и юношеству. Умная игрушка, спроектированная с учетом педагогического фактора, формирует личность ребенка, готовит к переходу на очередной виток физического и психического развития.

В настоящее время в обществе складывается понимание игрушки как категории педагогической. Исторически игрушка именно в этом качестве и возникла. Она всегда была средством приобщения ребенка к традициям эпохи, народа, этическим ценностям той или иной группы населения, формировала художественный вкус, знакомила с бытом и трудовыми операциями. Воспитательная, развивающая функция игрушки давно была понята передовыми педагогами, примером которых может служить Ф. Фребель, создавший в середине прошлого века в Германии систему оригинальных дидактических игрушек и организовавший их производство.

В нашей стране игрушки выпускаются предприятиями различных министерств и ведомств, а координируется эта деятельность Министерством легкой промышленности СССР, которое имеет несколько крупных современных фабрик игрушки. И все-таки основная масса изготовителей игрушек — полукустарные мелкие фабрики или цехи культа на предприятиях, имеющих свой «более серьезный» профиль.

Чтобы при выходе с ленты промышленного конвейера игрушка была полноценна, необходимо при ее проектировании учитывать особенности игры, возможности ребенка и то обстоятельство, что игрушка участвует в формировании этих возможностей. Однако в промышленности нет подразделений, в которых могли бы работать педагоги вместе с художниками, опираясь на богатый опыт мировой и отечественной педагогики и детской психологии. Даже во ВНИИ игрушки нет дизайнерского

подразделения, с которым могли бы сотрудничать педагоги. Вся исследовательская работа промышленности с новым образцом игрушки сводится к чисто механическим пробам на прочность и разовому «обигрыванию», причем не в процессе проектирования, а после выпуска серии. Вот главная причина низкого педагогического и художественного качества промышленной игрушки.

Сегодня это производство работает в основном на отходах основного, что порождает хронический дефицит необходимого сырья и красителей и ставит художника в положение исполнителя заданий, жестко ограниченных номенклатурой и размером этих отходов. Задача, как это очевидно, с прицелом на экономический выход, но отнюдь не педагогический. Однако и это не получается, так как только очень талантливы дизайнер может обратить стесненные обстоятельства поиска в благо, а поскольку таких специалистов крайне мало, экономия на отходах превращается в чистый убыток: плохие игрушки не покупают.

Ситуация усугубляется недостатками планирования и ассортиментной политики. Промышленность выпускает, а торговля поставляет в розничную сеть игрушки следующих ассортиментных наименований: металлические, деревянные, электромеханические, пластмассовые, куклы, мячи из ПВХ, пластика, мягконабивные, резиновые, в том числе мячи, полиграфические, электрогрилянды, в том числе стеклянные, искусственные елки, предметы для детского творчества, пирамидки деревянные, кубики деревянные с литографией, ведерки детские, лопатки детские, совочки детские. Очевидна стихийность выбора классификационных единиц, алогизм этих рядов, ориентированность на специализацию по сырьевому признаку без учета педагогических задач. Сравним этот перечень с педагогической классификацией. Она включает следующие основные виды игрушек: дидактические, сюжетно-образные, технические, спортивные, музыкальные, театральные, празднично-карнавальные и игрушки-забавы. В каждом из этих видов игрушек имеются подвиды, дальнейшая детализация которых происходит в зависимости от конкретной тематики игрушек¹.

Педагогическая классификация, которая, очевидно, должна заменить промышленную, предусматривает учет в игрушке ее соответствия определенному виду и таким показателям, как степень готовности игрушки, ее материал, размеры, функциональность, образность. Указанные показатели универсальной педагогической классификации содержат возможности учета в свойствах игрушки ее видовой специфики и возрастной адресованности. Нетрудно

¹ НОВОСЕЛОВА С. Л., ЛОКУЦИЕВСКАЯ Г. Г. Принципы построения системы игрушек. — Техническая эстетика, 1979, № 12.

«Взрослые могут иметь только одно влияние на игру, не разрушая в ней характера игры, а именно — доставкой материала для построек, которыми уже самостоятельно займется сам ребенок.»

К. Д. Ушинский

заметить, что промышленная классификация очень далека от этих тонкостей.

Промышленность дает задания художникам на создание новых образцов игрушек без учета реальной потребности детей различных возрастных групп в игрушках тех или иных видов.

Было бы заблуждением считать, что художник сам по себе, просто как взрослый и достаточно образованный человек, является одновременно педагогом и обладает достаточными знаниями детской психологии. Соответствующие знания не приобретаются лишь в результате жизненного опыта. Художник, проектирующий игрушки для детей, должен в ходе своей профессиональной подготовки прослушать как минимум курс детской, возрастной и педагогической психологии, специальный курс по педагогике и психологии игры, знать основы психолого-педагогических требований к игрушке.

Проектирование игрушки очень специфично. Здесь нередко возникают ситуации, противоположные тем, которые создаются при конструировании, например, бытового прибора для взрослых. Прибор, как правило, не формирует возможности деятельности человека, а учитывает их. Иное дело — игрушка. Она — формирует. Ее образное и функциональное решение должно не только учитывать возможности ребенка данного возраста, но и формировать их. Не является ли в таком случае функциональный комфорт при действиях с игрушкой понятием относительным? В игрушке, возможно, следует через некоторый ее «функциональный дискомфорт» прогаммировать усилие, стремление к преодолению, без которых ребенок не будет иметь в игрушке стимул развития. Например, утолщенная ручка погремушки будет побуждать ребенка к известному усилию для ее схватывания и удержания. Такая ручка выгодно отличается своей воспитательной ценностью от просто удобной по толщине или заведомо неудобной рукоятки — петли, применяемой сейчас промышленностью.

При проектировании необходим учет широкой предметной среды, в которой функционирует игрушка: современная квартира, городская игровая площадка, сельский двор или садовый участок, детский сад, летняя веранда, школа, рекреация, комната игр, школьный двор, игротка при Дворце пионеров и т. д. Соответственно меняются возрастной контингент детей, их интересы, возможности включить в ту или иную игру и т. д. Непременным условием проектирования игрушки является разработка и учет эргономических показателей.

Даже эти несколько признаков из длинного ряда специфических требований к игрушке свидетельствуют о необходимости грамотного, высококвалифицированного подхода к ее проектированию.

Однако промышленность испытывает

«Рассматривая действия ребенка в игре, легко заметить, что ребенок уже действует со значениями предметов, но еще опирается при этом на их материальные заместители — игрушки.»

Д. Б. Эльконин

острый дефицит специалистов с высшим образованием по художественно-конструированию игрушки: ни один вуз страны не выпускает дизайнеров такого профиля. Некоторые дипломники МВХПУ и ЛВХПУ создают интересные проекты игрушек и игрового оборудования, но на этом их деятельность в этой области обычно и заканчивается. Около 1,5 тыс. новых моделей игрушек и 15 выпускников Загорского техникума игрушки в год — таков баланс обеспеченности специалистами.

В свете школьной реформы важнейшим социальным заказчиком промышленности становится сфера общественного воспитания. До сих пор промышленность ориентировалась на запросы розничной торговли, которая удовлетворяет индивидуального потребителя игрушки — семью. Детские сады и другие учреждения общественного воспитания до сих пор получают лишь те игрушки, которые почему-либо не нашли сбыта в розничной торговле (подсчитано, что торговля могла бы реализовать общественным организациям ежегодно игрушек на 80 млн. рублей). Механический перенос в детские учреждения игрушек, предназначенных для индивидуального использования, порождает немало трудностей. Так, промышленность, стремясь расширить ассортимент, например, кукол или мягконабивных игрушечных животных, бесконечно наращивает его за счет изменений в художественном решении того или иного образа, что приводит не к разнообразию, а к пестроте, разностильности, сюжетной несовместимости и отсутствию сомасштабности игрушек. Эта погрешность не так заметна, когда в семье покупают ребенку одну игрушку какого-то определенного наименования. Но при комплектовании игровых комнат в детском саду несколькими наборами одинаковых или разностильных игрушек возникает несовместимость возможностей организации игровой среды и принципов воспитания хорошего вкуса у детей.

Учреждения общественного сектора воспитания: ясли, ясли-сады, школы, Дворцы и Дома пионеров, пионерские лагеря, детские санатории и больницы — нуждаются не только в игрушках индивидуального пользования, но и в образных и спортивных игрушках для коллективных игр, в наборах дидактических игрушек, в игрушках, побуждающих к творчеству. Игрушки, как и сама игра, могут выполнять свою развивающую функцию, если они будут вести ребенка за собой, создавать «зону ближайшего развития».

Есть ряд неотложных задач, без решения которых повысить качество игрушки будет невозможно. Нужна энергичная совместная работа, четкая согласованность следующих звеньев: разработка психолого-педагогических и художественных требований к игрушкам индивидуального и коллективного

«Сознательное управление психическим развитием ребенка совершается прежде всего путем управления основным, ведущим отношением его к действительности, путем управления ведущей его деятельностью. В данном случае такой ведущей деятельностью является игра; следовательно, нужно научиться управлять игрой.»

А. Н. Леонтьев

использования для детей всех возрастов — художественное конструирование игрушек — производство игрушек — розничная и оптовая торговля.

Для реализации первого звена необходимо создание научного подразделения в системе Минпроса СССР и АПН СССР при участии Минлегпрома СССР для осуществления комплексных научно-исследовательских работ в области психологии и педагогики игры и игрушки, выработки педагогических требований к различным видам игрушек и определения показателей их возрастной адресованности. В этой лаборатории должны быть предусмотрены исследования эргономического плана, включая функциональную антропометрию. Комплексность задач лаборатории потребует участия специалистов разного профиля: педагогов, психологов, физиологов, антропологов, дизайнеров, эргономистов. Деятельность такой лаборатории непременно потребует проведения педагогических и эргономических испытаний новых образцов игрушек и их макетирования с учетом технологии производства.

Для осуществления связи исследовательского звена со звеном художественного конструирования необходимо наличие центров художественного конструирования при Минлегпроме СССР, укомплектованных не только дизайнерскими кадрами, но и педагогами, осуществляющими адаптацию педагогических требований к конкретным задачам конструирования новых игрушек. Промышленное звено должно быть готово к переходу на рельсы осуществления дизайн-программы в области производства игрушек, что потребует безусловного совершенствования технологии их производства.

Существенные перестройки необходимы и в торговле, которая должна предусмотреть заказ промышленности на игрушки для сферы общественного воспитания. Всестороннее изучение покупательского спроса, потребностей страны в игрушках и игровых материалах в связи с задачами основных направлений реформы школы явится важным фактором в деле повышения качества игрушек в стране. Необходимо уделить серьезное внимание рекламе игрушки — здесь решающее слово должно принадлежать дизайнеру и педагогу. Соответствующие службы могли бы быть полезны в торговой сфере. Реклама игрушки в виде методических плакатов, качественного полиграфического оформления упаковки игрушек поможет родителям, воспитателям и самим детям выбрать нужную игрушку, составить наборы игрушек, объединить их в игре. В повышении качества игрушки заинтересованы все. Необходима согласованная работа, ее организационное, профессиональное и экономическое обеспечение.

Получено редакцией 13.08.84