

Питер Дж. Фрайтаг (Peter J. Freitag)

Игра со всех сторон. Современные исследования, междисциплинарный подход, практические рекомендации, взгляд в будущее, М.: Прагматикакультура. Фонд научных исследований, 2003

Под ред. Екатерины Жорняк

ИГРЫ (Как правило, если из контекста не следует противоположное, везде в этом эссе, где слово «игра» употребляется во множественном числе, она есть перевод английского date, обозначающего игру, в результате которой имеются выигравшие и/или проигравшие. Как правило, когда «игра» употребляется в единственном числе, она есть перевод слова play, обозначающего игру как «неделовое» занятие (прим. пер.) **УСПЕХ И СОЦИАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ**

Отрывок из книги "Игра со всех сторон" под ред. Екатерины Жорняк

Антропологический тезис, согласно которому «игрушки — это не просто то, с чем играют дети, а феномен, имеющий большое культурное значение» (Sutton-Smith, 1986, стр. 12), заслуживает самого пристального внимания. Если говорить конкретней, речь в нем идет о том, что с конца девятнадцатого века детские игры в США одновременно отражали и поддерживали доминирующие в культуре страны взгляды на успех. В этом смысле игры являются зеркалом общества, или, говоря словами культуролога, «семантическими картами, символическими репрезентациями реального мира» (Canary, 1968, стр. 427). Они доносят до детей послания о том, что считается достижением и какими социальными умениями (в оригинале "social skills". Подробнее о переводе терминов "skill" и "competence" см. в Глоссарии (прим. ред.) им необходимо овладеть, чтобы стать успешными в их социуме.

Все это не значит, что игры направлены на то, чтобы обучить детей способам достижения успеха, или что сделать детей успешными — их открыто декларируемая задача. Разумеется, взрослые используют игры и игрушки в целях детского образования. Игра — это средство, с помощью которого человеческие существа овладевают навыками и знаниями; естественно, что взрослые часто целенаправленно применяют игры в качестве педагогического инструмента. Однако важно отметить, что обучение и научение успешности, происходящие в

результате игры, могут быть ненамеренными, представляя собой некий «побочный эффект». Цель производителей игр — продавать свой товар. Цель детей, играющих в игры, — увлекательно провести время. И все же в игровом процессе может скрыто осуществляться некий «учебный план» — ведь, играя, дети усваивают ценности, установки и убеждения, приемлемые в социуме, в котором они живут. Независимо от того, является ли обучение в игре целенаправленным, а научение — осознанным, игры помогают детям формировать ожидания и устанавливать смыслы. Как сказал об этом один социолог, игра есть «активная социализация», благодаря которой дети «достигают компетентности в сложных ролевых взаимодействиях, существенных для их дальнейшей жизни». (Lever, 1976, стр. 478).

УСПЕХ КАК ДОБРОДЕТЕЛЬ

Конец восемнадцатого и начало девятнадцатого веков отмечены появлением в Соединенных Штатах настольных игр. Эти игры преимущественно экспортировались в страну из Англии, где их производили. Для данного периода характерно провозглашение образовательной цели детских игр и особенно их полезности для усвоения моральных ценностей. Например, целью игры «Дворец блаженства» (The Mansion of Bliss), изобретенной Томасом Ньютоном и опубликованной Уильямом Дартоном в 1822 г., было «способствовать совершенствованию молодых душ и удерживать их от вступления на опасные стези порока» (цитировано по Goodfellow, 1991, стр. 55)

Новая Игра Человеческой Жизни (New Game of Human Life), опубликованная в 1790 г. Джоном Уоллисом и Элизабет Ньюберри из Лондона, была путевой игрой (имеется в виду род игр, где игроки продвигаются по некоторой траектории согласно определенным правилам от пунш к пункту (прим. пер.) в которой игроки на протяжении восьмидесяти четырех стадий продвигались от младенчества к бессмертию. Каждой стадии соответствовал «герой», репрезентирующий один год человеческой жизни. Родителям предоставлялась возможность «взять на себя отрадную Миссию Наставления Детей, предлагая им по мере их продвижения в игре «по несколько объяснительных комментариев благоразумного и морального характера для каждого Героя, противопоставляя счастье добродетельной, хорошо проведенной жизни губительным последствиям порочных и аморальных устремлений» (из инструкции, помещенной на игровую доску). Играющий «проживает ряд ситуаций, расположенных в том порядке, в каком они обычно следуют друг за другом в реальной жизни». Эти ситуации, в

зависимости от их характера, приводят к наградам или наказаниям. Так, «Старательный Мальчик в 7» и «Трудолюбивый Отрок в 15» получают призы и возможность продвинуться на пути, в то время как «Расточитель в 30» и «Пьяница в 63» платят штрафы и отсылаются на начальные клетки доски. Согласно правилам игры, «Удостоившийся вечной жизни, прошедший все 84 года жизни, по своим Талантам и Заслугам представляется достойным Образцом Конца Жизни, которая не может не привести к Вечности».

В аналогичных играх, опубликованных вначале в Англии (таких, как Вознаграждение Заслуг, — *The Reward of merit*, — Джон Харрис и Джон Уоллис, 1801, или Вознагражденная Добродетель и Наказанный Порок, — *Virtue rewarded and Vice Punished*, — Уильям Дартон, 1818) и позже в Соединенных Штатах (например, Обитель Счастья, — *The Mansion of Happiness*, W. и S. B. Ives, 1843), христианские ценности утверждались самым прямым образом. Посредством этих игр детей обучали жить согласно представлениям о добродетели. Например, они усваивали, что хорошо быть щедрыми и плохо — скупыми; хорошо — великодушными и плохо — злопамятными; что надлежит быть скромными, а предаваться расточительству позорно; что терпение благоразумно, а торопливость свойственна невеждам (дальнейшие подробности см. у Goodfellow, 1991, стр. 48-55, 119). Результатом успешной жизни были безмятежная смерть и бессмертие на небесах.

Хотя подобные игры продолжали издаваться и переиздаваться вплоть до конца XIX века, уже к середине столетия их популярность начала падать. Согласно писавшим на эту тему авторам, «к 1850-м гг. в американской культуре становится заметна определенная «деспиритуализация жизни». Естественно ожидать, что этот спад влияния протестантской идеологии должен был оказать соответствующее воздействие на то, как американцы определяли успех» (Higham, цитировано по Adams & Edmonds, 1977, стр. 361). Нельзя, однако, сказать, что это было время отвержения христианских ценностей; скорее добродетель переставала являть собой самостоятельную ценность. Вместо этого христианские идеалы стали восприниматься как необходимое условие мирского успеха. Добродетельная жизнь была теперь не самоцелью, а предпосылкой социального продвижения в формирующемся индустриальном обществе. Говоря словами одного автора, в такое время «Сам социум становится индустриализованным. Он развивает собственные идеалы жизни и удостоивает своим высоким одобрением такие добродетели, как рабочая эффективность, особая рабочая квалификация,

усердие, бережливость и воздержанность. Дань уважения и престижа отдана принципам индустриализма, а его основатели и лидеры окружены общественным почтением» (Nystrom, цитировано у Ewen, 1976, стр. 52).

Иллюстрацией этого союза духовных ценностей и мирских достижений служит первая игра, придуманная Милтоном Бредли; она называлась Клеточки Жизненной Игры (The Checkered Game of Life, 1860). Порок и добродетель по-прежнему оставались в центре внимания, при этом основание для избегания первого и искреннего принятия последней было переопределено в утилитарных терминах: «Успешный индивид понимает... что поведение, которое ведет к преимуществам, столь же важно, как прямо вознаграждаемое поведение» (Burns, 1978, стр. 60). Однако постепенно менялись и сами ценности. В отличие от прежних нравоучительных игр новые игры предписывали участникам быть амбициозными, чтобы достичь популярности; проявлять усердие на пути к богатству; и наконец, — делать политическую карьеру, чтобы получить власть. Игра Бредли одобряла «ценности, идеалы и атрибуты христианской этики» (Burns, 1978, стр. 62), однако успех уже не заключался в религиозном спасении. Произошла секуляризация добродетели.

УСПЕХ КАК РЕЗУЛЬТАТ ТЯЖЕЛОЙ РАБОТЫ И ЖЕРТВЫ

Период с 1875 по 1900 год был тем временем, когда Горацио Элджер (Horatio Alger) публиковал истории о людях, проделавших путь от лохмотьев до богатства. Эти истории популяризовали в обществе миф, согласно которому чуть-чуть удачи плюс очень много тяжелого труда и решимости могут каждого поднять от бедности к процветанию, от безвестности к славе. Этот сюжет был популярен и в настольных играх. На самом деле некоторые авторы уверяют, что игры даже лучше подходили для его выражения, чем книги Элджера, потому что «счастливый прорыв, росчерк божественного вмешательства обеспечивался игровым кубиком» (Adams & Edmonds, 1977, стр. 380). Примерно с 1880-х гг. и до конца столетия в Соединенных Штатах было выпущено множество игр, внушавших мысль о возможности продвижения вверх по социальной лестнице — возможности, легче реализуемой в вымышленном мире беллетристики и в мире игры, нежели в реальности. В этих играх участник совершал путь от скромной позиции в юности, — скажем, мальчика на посылках, — к успеху в зрелости, например, к должности президента фирмы. С начала 1880-х гг. и вплоть до конца первого десятилетия двадцатого века тема социального продвижения была отражена в сотнях игр (среди них следующие: Мальчик с телеграфа (Telegraph

Boy, McLoughlin Brothers, 1888); Мальчик из конторы, Юный солдат (Office Boy; Soldier Boy; обе — Parker Brothers, 1889); Юнга (Sailor Boy, J. H. Singer, 1889); Мальчик на посылках, Мальчик из лавки, Курьер на телеграфе (Messenger Boy; Shop Boy; Telegraph Messenger; все -J. H. Singer, 1890-e); Бизнес: принимаемся за работу (Business: Going to Work; Parker Brothers, 1895); Мальчик с почтового телеграфа (Postal Telegraph Boy, E. O. Clark, 1900); Маленький солдат (The Little Soldier, United Games, примерно 1900). Сюжет оставался неизменным — мальчик поднимался по карьерной лестнице. Интересно, что подобной продукции, адресованной девочкам, просто не существовало; мир этих игр являлся, таким образом, зеркалом реального мира, где для женщин исключались публичная деятельность и возможности достижений за пределами дома.

Одной из первых вариаций на тему успеха была игра Г. Б. Чейффи Из хижины в Белый Дом (From Log Cabin to White House, Нью Йорк, примерно 1880). Игроки перемещались от периферии к центру доски по спиральной траектории, состоящей из шестидесяти четырех клеток, что соответствовало все более высоким позициям политической власти. Начиналось все с должности курьера муниципального совета, затем следовали различные муниципальные должности (например, ответственный за здравоохранение), ряд государственных постов (такие, как вице-губернатор штата), должности общенационального уровня (сенатор США), дипломатические позиции (посол в Великобритании), посты в кабинете министров (министр юстиции и генеральный прокурор) и, наконец, должность президента. По дороге встречались и опасности: проигрыш выборов или, хуже того, понижение в статусе в результате личной несостоятельности — халатности, некомпетентности, растраты. Но упорство позволяло достичь вершины. Качества характера и успех оказывались взаимосвязаны, без первого невозможно было второе.

Игры ничего не говорили о том, каким конкретно образом должно было происходить продвижение. Зато иллюстрации на полях игровой доски проясняли ситуацию. Люди были изображены за различными занятиями — охотников, капитанов, лесорубов, фермеров. Можно было также увидеть мальчика за чтением свода законов и две сцены, изображающие служение мужчин своей стране в военное время. В общем, если вы хотели преуспеть, вы должны были заплатить за это тяжелой работой и жертвами.

Такое сочетание являло собой центральную идею многих игр этого типа. Например, в игре Рассыльный (The Errand Boy, McLoughlin Brothers, New York,

1891) ребенок, еще в детских штанишках, поступает на работу к купцу. На протяжении ряда шагов, определяемых вращением рулетки, он продвигается до продавца, главы отдела, менеджера. Далее он принят в фирму, становится ее президентом, накапливает огромное богатство, уходит из торговли с капиталом \$5 миллионов и перспективой новой карьеры в банковском деле. Игра заканчивается тогда, когда один из участников попадает на сорок четвертую клетку, став тем самым «почтенным и уважаемым банкиром и хорошим гражданином».

Рисунок на коробке из-под игры изображает двух молодых людей, которые, очевидно, работают рассыльными. Одному доверено нести сверток с надписью: «ВАЖНАЯ СРОЧНАЯ ДОСТАВКА». Юноша аккуратно одет, взгляд его устремлен в направлении движения, сверток надежно покоится под мышкой. Он выглядит стремящимся и движущимся куда-то как в буквальном, так и в переносном смысле. Другого мальчика стайка детей помладше отвлекла от работы. Из рта у него свисает сигарета, он тянет за ухо одного из школьников. Поглощенность этим занятием привела к тому, что он ослабил хватку на связке коробочек, которые должен доставить, они упали на землю, открылись, их содержимое рассыпалось. Его «невнимательность», — одна из штрафных клеток на поле, — несомненно, приведет к наказанию, а в игре заставит пропустить ход.

Картина, изображенная в центре игрового поля, предлагает зрителю познакомиться с аналогичной историей, включающей двух противоположных героев. Хорошо одетый молодой человек бодро шагает к месту своего назначения. Он несет большой тюк с отметкой «ВАЖНАЯ ДОСТАВКА» и коробку поменьше. Его лицо выражает решимость; глаза как бы сфокусированы не просто на непосредственной цели, а на всем его будущем. Он проходит мимо другого юного рассыльного, который, опираясь о забор и попыхивая сигареткой, разглядывает небо. Руки мальчика засунуты в карманы заляпанных, с заплатой на правом колене брюк, жилет плохо сидит на нем и лишен всех пуговиц.

Послание, содержащееся в этих рисунках на упаковке игры и на игровом поле, совершенно очевидно. Вот два молодых человека. Кто из них скорее преуспеет? На кого из них ребенок предпочтет походить? Первый юноша не стоит на месте, он продвигается и в один прекрасный день станет главой фирмы, а в конце концов — «почтенным и уважаемым банкиром и хорошим гражданином». Второй так и будет дрейфовать по жизни в качестве рассыльного и, смеем предположить, ничего из него не получится.

В то время как иллюстраторы игр красочно изображали необходимые для

успеха свойства, клетки на игровых полях совершенно недвусмысленно сообщали, какие именно качества характера ведут к поощрению и продвижению, а какие — к осуждению и падению. Так, в игре 1886 г. Окружной Курьер (Game of the District Messenger Boy, McLoughlin Brothers, New York) попадание на клетку под названием «ум» помогает игроку переместиться на позицию «старшего» в курьерской фирме, «расторопность» означает продвижение до «клерка» и т. д. Опрятность, честность, аккуратность, честолюбие, вежливость — все эти одобряемые личностные черты вели к продвижению в игре так же, как и в жизни. Правда, несмотря на подзаголовок «Вознагражденные заслуги», в этой игре фигурирует больше недостатков, нежели достоинств. «Невнимательность» возвращает назад на клетку, подписанную «Дисциплина». «Грубость» вынуждает отступить на клетку «Выговор». «Сонливость» приводит к «Замечанию». Среди других прегрешений, которых надлежало избегать, — небрежность, глупость, лень, праздность, неопрятность и ошибки. Самое большое наказание в игре следовало за «Воровство», отправлявшее игрока на клетку «Тюрьма», где он должен был находиться до тех пор, пока все остальные не пройдут клетку «Одобрение». После этого наказанный таким образом игрок мог начать игру заново с исходной клетки. По-видимому, здесь устанавливается четкая взаимосвязь между поведением и успехом. Игра как бы говорит: наш характер — наша судьба.

Таким образом, резюмируя, можно сказать, что игры конца девятнадцатого и начала двадцатого столетия отразили изменение представлений об успехе в Соединенных Штатах. Если в первой половине девятнадцатого века игры определяли успех в моральных терминах, то в более поздних играх уже не обнаруживается идея, что добродетель является самостоятельной ценностью. Вместо этого в играх типа «из лохмотьев к богатству» предполагается, что для достижения успеха человек должен делать карьеру внутри организации и накапливать богатство. Однако нельзя сказать, что добродетель полностью исчезла из зоны внимания. Скорее духовные ценности оказались тесно взаимосвязаны с надеждой на мирские достижения. Положительные и отрицательные черты характера отображались так же, как и в более ранних играх, посвященных исключительно добродетели, но теперь они воспринимались не как самоцель, а как средство (интересно отметить, что, хотя к настоящему времени такие игры не исчезли полностью, их значение изменилось. Например, еще в 1963 г. Милтон Бредли выпустил игру, основанную на бродвейском мюзикле Как

преуспеть в бизнесе без особых стараний — How to Succeed in Business Without Really Trying. Цель этой игры, как и более ранних, заключалась в том, чтобы «стать ПРЕЗИДЕНТОМ ПОЛЯ. Игроки, бросая кубик, продвигаются от позиции МОЙЩИКА ОКОН через различные офисы и помещения, достигая высших должностей в структуре бизнеса». Однако, в отличие от более ранних версий, здесь игроков с самого начала предостерегают: «в игру следует играть ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО РАДИ РАЗВЛЕЧЕНИЯ. Она представляет собой лишь декорацию большого бизнеса и карикатуру на людей, которых можно обнаружить практически в любой организации»). Общей чертой всех таких игр было то, что игроки начинали с малого или с нуля. У них была лишь надежда на успех через карьерный рост. Служба в фирме давала шанс на повышение. И шанс этот мог быть реализован благодаря ведению благопристойной жизни и избеганию соблазнов. Однако жизненные реалии Соединенных Штатов в двадцатом столетии были таковы, что большинству людей трудно было поверить в данную версию Американской Мечты. Один из уроков Великой Депрессии состоял в том, что можно было напряженно работать, быть честным, соблюдать моральные принципы и все же потерять последнюю рубашку. Связь между успехом и добродетелью оказалась разорвана, в результате чего возникло новое видение того, что есть успех и как его достигать.

УСПЕХ И БОГАТСТВО

Игры 1930-х гг. даже и намека не содержали на то, что нужно работать, и умалчивали о важных для эффективной работы качествах. Недавняя депрессия породила новые игры, в которых акцент делался не на достижении респектабельного статуса, а на аккумуляции финансовых ресурсов. В этих играх успех и доллары были синонимами, что неудивительно, ибо вплоть до начала возрождения экономической жизни денег населению остро не хватало. В тот период появилась Монополия (Monopoly), самая популярная, с наилучшими продажами настольная игра в истории. Ее суть состояла в том, что, покупая, продавая, арендуя и сдавая внаем недвижимость, можно накопить огромное богатство.

В действительности Монополия была придумана за тридцать лет до того, как она появилась на национальном рынке. Популярная версия происхождения игры, согласно которой ее автором был безработный продавец, создавший ее за своим кухонным столом, не соответствует действительности. На самом деле игру придумала Лизи Дж. Мэджи (Lizzie J. Magie) в 1904 году. Лизи назвала свое

изобретение Игра Домовладельца (The Landlord's Game) и видела в нем подспорье для объяснения людям достоинств «теории единого налога» Генри Джорджа (Henry George). Первая часть игры, сходная с игрой в ее теперешнем виде, дополнялась в исходном варианте второй частью, «использующей те же капиталистические принципы, но соединяющей их со здоровой долей налоговой реформы, что позволяет устранить зло монопольной собственности и таким образом сделать всех игроков просвещенными победителями» (McFarland, 1993, стр. 51). Однако к 1930 г. монополия из порока превратилась в добродетель, а настольная игра в «Монополию». Тема накопления богатства отразилась и во многих других играх того периода. Некоторые из них настолько походили на игру Мэджи, что разделяли ее номер патента. Центральная идея этой игры версии 1935 г., принадлежащей братьям Паркер (Салем, Массачусетс), такова: «ПОКУПАТЬ, АРЕНДОВАТЬ. СДАВАТЬ ВНАЕМ или ПРОДАВАТЬ собственность с максимальной выгодой, чтобы один из игроков обогатился больше всех и стал окончательным МОНОПОЛИСТОМ». В последующих изданиях игры это описание было изменено лишь в том, что вместо слова «МОНОПОЛИСТ» стояло слово «ПОБЕДИТЕЛЬ».

Как и в предыдущие годы, игры периода Великой Депрессии отражали дух эпохи. В то время как авторы пролетарской литературы усердно писали о страждущих, а правительство с горем пополам старалось обеспечить социальные гарантии, производители игр продавали возможность бегства от жестких экономических реалий. Сидя вокруг стола и держа в руках суррогаты долларовых купюр, люди могли играть в приобретение богатства, о котором они мечтали. Если в реальности необузданная спекуляция ценными бумагами возбудила в обществе финансовую панику, вылившуюся в годы депрессии, то в Монополии благодаря тщательному планированию, здоровым вложениям и толике удачи игрок мог получить крупные суммы денег.

В этих играх, в отличие от игр конца девятнадцатого века, не наблюдалось и тени озабоченности моральной стороной поведения и не предполагалось никакого наказания за должностные преступления (если не считать эпизодических штрафов за неправильную парковку). Более того, человек мог получить деньги в результате «банковской ошибки», а вовсе не в качестве вознаграждения за честность, выразившуюся бы в их возвращении. Мало того, что успех достигался посредством ничем не ограниченной погони за деньгами; шансы игрока повышались, если ему удавалось устранить конкурентов. Желание победить не

оставляло места для доброты, милосердия или щедрости.

В более ранних играх успех определялся как постепенное восхождение; отдавалась дань упорной работе и честной жизни. В дальнейшем из вновь появлявшихся игр явствовало, что успех теперь состоит в том, чтобы, начав с некой скромной ставки или собственности, превратить ее затем в крупные суммы денег. Здесь никого не интересовали ни соблюдение моральных принципов, ни упорная работа; в результате инвестиций, везения и беспощадной конкуренции «выживал» лишь один, он же самый богатый.

Игра Легкие Деньги (Easy Money, Milton Bradley, New York, 1936) описывается как «Игра современного бизнеса!» В инструкции сообщается: в игре надлежит «покупать и продавать — строить, брать и давать займы — заниматься банковским делом и коммерцией». Игроки перемещаются по полю, останавливаясь на различных клетках, выкупая арендованную собственность или выплачивая ренту, покупая услуги либо оплачивая их оказание, и получая 250-долларовый бонус за каждый обход поля. Цель игры — собрать к концу как можно больше денег и собственности. Игровое поле состоит из сорока девяти клеток, отображающих готовые к развитию дороги и улицы, оказывающие коммунальные услуги фирмы (например, телефонная или транспортная компания), общественные здания (такие, как больница или гостиница), а также различные возможности для прибыли или убытка. В центре поля схематически нарисовано здание, на котором написано «Банк», внизу справа и слева его украшают изображения монет. Это единственная иллюстрация игры.

Нет никаких предостерегающих историй, никаких гарантий будущего успеха — только обещание денег. Если рассматривать поле символически, то можно сказать, что игрок остается в фундаментальном неведении: он не понимает, что требуется, чтобы дойти до конца, — за исключением уверенности в несомненной важности наличных денег. Цель — победа и только победа, которая определяется не в терминах работы или качеств характера, а просто как большее накопление, чем у любого другого. Люди так долго были лишены денег! Не следует удивляться, что их сразу привлекли игры, в которых успех — это не делать, а иметь.

На самом деле деньги в этих играх появляются почти чудесным образом. Значительную часть того, что оказывается у игрока в руках, ему не нужно зарабатывать. Деньги «делаются» в результате покупки-продажи, а также сбора арендной платы и платы за услуги. Чтобы на твоём участке земли появился дом,

достаточно просто заплатить наличными; никому не нужно даже отпилить кусок дерева или взять в руки молоток. И в этом смысле для понимания игры то, что она опускает, важнее того, что она включает. Игра сообщает игрокам, что связь между трудом и вознаграждением для них разорвана. «Капитаны индустрии» уже не являются ролевыми моделями для социума; вместо них игроки почитают землевладельцев, чью роль они приняли в игре. И у них есть на то основания: арендная плата причитается им независимо от того, есть у них работа или они ее потеряли.

Игры периода депрессии также предусматривали награды и наказания, однако те и другие меньше зависели от достижений или неудач игрока. В Монополии получение второй премии на конкурсе красоты не являлось результатом добродетельности, так же как выплата гонорара врачу не указывала на порок. Даже клетка «Отправляйся в тюрьму» не содержала никаких сведений о возможной причине такого наказания. В игре 1936 г. Большой бизнес (Transogram, New York) для определения прибыли и убытка использовались таблицы, присоединенные к рулетке! Каждый игрок получал статус члена Президентского Совета, базовый капитал в \$100 000, жалованье \$15 000 и отправлялся путешествовать по стране в поисках возможностей для бизнеса (идея злоупотребления служебным положением здесь явно не фигурировала). Попадая на ту или иную клетку, игрок в соответствии с указаниями таблицы платил или получал деньги. Мы читаем, например: «Отправка тещи в деревянном ящике через границу штата без разрешения на перевозку рассматривается как коммерция между штатами. Заплатите штраф \$5000». В другом тексте таблицы просто сообщается: «Мей-зи выиграла суд против Вас. Заплатите \$ 7000». На подобных же незамысловатых сценариях основаны и вознаграждения. Например: «Пиво Срыгни-ка объявлено безалкогольным и подходящим для всей семьи. Подтвердите это и получите \$ 6000». Или: «Дядюшка Сурпус упомянул Вас в своем завещании. Вы получаете \$3000».

В данных примерах, отражающих различие между этими и прежними играми, можно заметить следующее. Во-первых, награды и наказания определяются теперь событиями, описанными в юмористической манере. Игра уже не рассматривается как способ преподавания серьезных нравственных уроков: теперь это просто развлечение. Во-вторых, успехи и неудачи оказываются результатом случайных или незначительных событий. Даже несколько упомянутых в игре серьезных и реалистичных происшествий, таких, как

нарушение антимонопольного закона или возвращение налоговой премии после уплаты подоходного налога, отчасти обесцениваются, поскольку рассматриваются как эквивалентные оплате новой деревянной ноги для тети Агаты или продаже «Ножа, ложки, вилки и безопасной бритвы в одном приборе» собственного изобретения. В-третьих, каждая награда или наказание имеет денежный эквивалент. Похоже, порок и добродетель оказались товарами, выставленными для продажи на открытый рынок.

На протяжении значительной части двадцатого столетия детские игры массового производства не имели тендерной специфики, если не считать того, что на упаковке обычно изображались индивиды мужского пола. Собственно говоря, считалось само собой разумеющимся, что в этом воспитательном / развлекательном продукте заинтересована именно мужская часть населения. И в играх «про рассыльного», и в более поздних финансовых играх мужские образы решительно доминировали. Акцент в обоих случаях делался на конкуренции и достижении успеха в мире, где правят мужчины. Однако к середине века возник новый феномен: игры, предназначенные специально для девочек, сюжет которых строился на ином пути к успеху.

РАЗНЫЕ ПУТИ К УСПЕХУ ДЛЯ МАЛЬЧИКОВ И ДЕВОЧЕК

В книге, посвященной массовому рынку настольных игр в 50-е и 60-е гг., говорится следующее: «Обратите внимание: когда мы росли, игры на темы жизни подростков были адресованы почти исключительно девочкам. Таинственный дружок (Mystery Date), Мисс Популярность (Miss Popularity) и другие аналогичные продукты были призваны питать социальные фантазии девочек-подростков, в то время как для мальчиков ничего подобного создано не было. Последние в своих играх были заняты уничтожением боевых кораблей и совершением других отважных деяний». (Polizzi & Schafer, 1991, стр. 68). Игры мальчиков все более фокусировались на конкуренции и агрессии. Мужчины изображались находящимися в непрерывной активности, борющимися друг с другом на игровом поле или на поле битвы, в то время как женщины обычно выглядели пассивными, если не считать их погони за «принцем мечты» или «идеальным браком».

Мужские виды работы освещались в играх — там фигурировали молочники, пожарные, полицейские, репортеры, фотографы и пр. (Счастливый молочник — The Merry Milkman, Бесстрашный пожарный — Fearless Fireman, Полицейский патруль — Police Patrol, все — Hasbro, 1955; Выдающийся репортер — Star Reporter, Parker Brothers, 1960; Вспышка — Flash, Selchow & Righter, 1956). А

женская работа, даже в традиционных ролях домохозяйки и матери, в игры не попадала вовсе. Возможно, подобная деятельность не считалась достойной подражания. Может быть, она казалась неприятной. А может быть, — просто скучной. Это игнорирование традиционных женских домашних ролей породило интересную ситуацию: за исключением роли покупательницы, женщины никак не были представлены в играх — ни в частной, ни в общественной сферах. Как же они тогда изображались? Каковы были женские персонажи игр?

Мир игр определял успех для девочек как популярность, особенно популярность среди мальчиков. Примерами могут служить Мальчик моей мечты (Dream Date, Transogram, 1963) и Таинственный дружок (Milton Bradley, 1965). В первой из них, снабженной подзаголовком «Игра, где девочка встречает мальчика», задача формулировалась так: «Привлеки выбранного тобой мальчика. Найди кольцо дружбы... и иди на свидание в кино... на пляж... на школьный бал... на пикник». Во второй игре девочки пытаются собрать подходящий наряд, чтобы быть готовыми к свиданию, когда откроют таинственную дверцу в центре игрового поля. «Первая девочка, которая откроет дверцу и найдет своего «ДРУЖКА», к встрече с которым она «ГОТОВА», станет счастливой победительницей».

Один автор утверждает, что «социальную игру можно рассматривать как своего рода практический эксперимент, с помощью которого организм «опробует» различные поведенческие паттерны и учится соотносить свое поведение с поведением других представителей своего вида» (Eipon, 1980, стр. 24). Если это так, то, что дает детям игра, подобная Таинственному дружку? Какое социальное обучение «девушек от 8 до 14» здесь происходит? Прежде всего подкрепляется идея, согласно которой успех молодой женщины сводится к тому, чтобы найти и заполучить «правильного» молодого человека. Во-вторых, девочки узнают: подготовиться к взаимодействию с мужчиной означает добыть и надеть «правильную» одежду. Таким образом, на первый план вновь выдвигается тема внешнего вида. В этой игре мальчик и девочка могут образовать пару в том случае, если их наряды соответствуют друг другу. Вот оно, счастье, определяемое не действиями и достижениями человека, а тем, как он выглядит и чем обладает.

В США для девочек, выросших в последние тридцать пять лет, символом женской популярности была не реальная личность, а кукла Барби. Она появилась как самостоятельная игрушка в 1959 г. и породила несколько вторичных игр, включая Барби, королева школьного бала (The Barbie "Queen of the Prom", Mattel, 1960.);

Барби: ключи к славе (Barbie's Keys to Fame, Mattel, 1963J; Младшая сестра Барби — капитан (Barbie's Little Sister Skipper Game, Mattel, 1964). В восьмидесятых новое поколение фанатов Барби получило новые игры: Игра Барби (The Barbie Game, Golden, 1980) и Барби очаровывает мир (Barbie Charms the World, Mattel, 1986). Объединяет все эти игры акцент на внешнем облике — хорошей фигуре (Известно, что если бы габариты куклы Барби перевести в реальные человеческие размеры, она бы оказалась выше семи футов (примерно 215 см) ростом, с объемом бюста более 40 дюймов (102 см), с талией 16 (41см) и объемом бедер около 38 дюймов (97 см). Фигурки Барби отнюдь не воплощают женственность и красоту, — скорее они свидетельствуют, что Барби находится вне сферы человеческих возможностей), прекрасных волосах, модной одежде и дорогом имуществе. Все это представлено как заветный ключик к популярности, как способ привлечь мужчину своей мечты.

Может быть, самое удивительное в играх второй половины двадцатого столетия то, что в целом они продолжали усиливать тендерные роли и стереотипные представления 50-х и 60-х гг. И сегодня «ключи к успеху», предлагаемые молодым женщинам, мало отличаются от правил выдуманного мира Барби, так же, как и от правил игры 1961 г. Мисс Популярность (Transogram). Вот еще один пример. Игра 1988 г. Шоу мисс Америка (Miss Amerika Pageant Game, NALPAC corporation) была создана в то время, когда можно было бы ожидать большего осознания женских прав; тем не менее мы находим в этой игре мало свидетельств того, что женские персонажи являются чем-либо большим, нежели манекены на витрине. Стоячие кукольные символы облачены в купальные костюмы, и каждый снабжен девятью предметами гардероба, от повседневной одежды до официальной. Чтобы продвигаться от одной стадии состязания к другой, игроки должны собирать карточки (каждая из которых изображает и характеризует конкуренток), содержание которых может относиться к категориям таланта, эрудиции, внешности, личности и характера. Эти карточки определяют качества, которые, по-видимому, должны делать молодых женщин популярными, желанными и достойными подражания.

Как уже понятно из игр, свадьба — главная цель молодой девушки. Однако в игровой версии бракосочетания в центре событий оказываются материальные вещи. В игре 1993 г. Идеальная свадьба (Perfect Wedding, Cadaco) делание покупок выглядит как основное занятие при заключении брака. Игроки перемещаются по игровому полю, приобретая вещи, нужные им для «идеального

бракосочетания». Каждый объект (вечеринка, медовый месяц, кольца, смокинг, платье невесты, цветы, музыка и торт) имеет долларовый эквивалент. Правда, инструкция спешит уведомить нас, что, «поскольку речь идет о воображаемой свадьбе, цены, фигурирующие в ИДЕАЛЬНОЙ СВАДЬБЕ, являются чисто игровыми и не соответствуют реальности!!!»

Если символом женственности в мире игрушек и игр для девочек была Барби, то Дж. И. Джо (G. I. Joe) воплощал мужественность в играх и игрушках для мальчиков (Polizzi и Schaefer (1991) утверждают, что «образ Дж. И. Джо первоначально был вдохновлен главным персонажем телевизионного шоу "Лейтенант", посвященного морскому флоту Соединенных Штатов. Однако фирма Hasbro не стала соединять произведенную ею игрушку с недолговечным сериалом. Она предпочла выступить как создатель собственного героя» (стр. 49). Подобно своему предшественнику, кукле Барби, эта появившаяся в 1964 г. игрушка также дала темы нескольким играм, включая Дж. И. Джо в боевой пехоте (G. I. Joe Combat Infantry Game, Hasbro, 1964), Дж. И. Джо — морской парашютист (G. I. Joe Marine Paratroop Game, Hasbro, 1960-е), Дж. И. Джо — военный водолаз (G. I. Joe Navy Frogman Game, Hasbro, 1964), Приключения Дж. И. Джо (G. I. Joe Adventure Board Game, Hasbro, 1982) и Дж. И. Джо — атакующий десантник (G. I. Joe Commando Attack Game, Milton Bradley, 1985). Сравнение игр для мальчиков и девочек не оставляет сомнений в том, что мужчины обычно изображаются в действии, в то время как женщины — как бы позирующими для картины. В игре Дж. И. Джо — военный водолаз герой плавает под водой с боевым ножом в правой руке, а левая рука у него стиснута в кулак. Последним он готов стукнуть мину, которую обнаружил на дне океана. Цель игры — отнюдь не накопление чего-либо, а разрушение. Обложка призывает: «Уничтожь склады врага». Казалось бы, в самих игрушках, Джо и Барби, не заложены жестко ограниченные способы игры с ними. Но все же видно, что в играх для мальчиков должны присутствовать хотя бы намеки на опасность, агрессию и выдающиеся проявления физической силы, что также является посланием об источниках успеха.

Как в тревожные времена (в Соединенных Штатах — начиная с Испано-Американской войны), так и в мирные появлялись бесчисленные военные игры. И, возможно, еще большую популярность имели игры спортивные, отражающие все виды спортивной активности, в сотнях вариаций. Их сюжет так же, как в играх Дж. И. Джо, обычно включает действие. В некоторых случаях спортивные герои сидят,

позируя для фотографии или портрета, но в основном это мальчики или мужчины, занимающиеся каким-либо видом спорта.

Хотя игры, где фигурируют девочки, как правило, ориентированы на соревнование в не меньшей степени, чем игры с мужскими персонажами (нужно первым или первой дойти до конца, независимо от того, становится ли игрок в конце Мисс Америкой или успешным защитником флота), в последних этот аспект конкуренции все же чаще выводится на первый план. В играх для мальчиков цель обычно состоит в том, чтобы уничтожить врага или победить соперника, а не просто быть самым быстрым в гонке.

Достаточно пройтись между рядами современного магазина игрушек, чтобы стало ясно: сегодняшние игры для мальчиков мало чем отличаются от их аналогов из 1960-х гг. Может показаться, что движение к равенству полов и андрогении застопорилось. Например, мальчики могут выбирать между Морским Боем, Battle Dome, Перекрестным Огнем, Летающим Громом, Золотом Пиратов, Оружием и Воинами и X-men в Боевой Готовности (Battleship, Battle Dome, Cross-Fire, Flying Thunder, Pirates Gold, Weapons and Warriors, X-Men Alert). Мужская роль по-прежнему определяется преимущественно в терминах действия, приключения и войны.

Как отображают успех современные настольные игры в Соединенных Штатах? Сегодня, в отличие от прежних времен, девочки не игнорируются в качестве потребителей игр; однако с середины столетия выраженные в играх идеи успеха гендерно специфичны и предписывают мужчинам и женщинам идти к счастью разными путями. Возникает впечатление, что успешной женщина может быть в том случае, если приобретет достаточно товаров (особенно таких, которые повысят ее привлекательность), станет популярной и, в конечном счете, добьется статуса невесты (но не жены, матери или независимой женщины). В мире игр женщины одновременно накапливают имущество и становятся имуществом. Они постоянно находятся на виду, демонстрируя свою красоту, усиленную благодаря многочисленным покупкам. А в это время по-настоящему успешный мужчина энергично с кем-то соперничает и изо всех сил уничтожает конкурентов. Согласно заложенным в играх ценностям, мужчины должны быть постоянно активны и находиться в поиске приключений. Им предписывается доказывать свой героизм, лучше всего в битве. Можно сказать, что в мире игр мачизм остается нормой (термин «мачизм» обозначает подчеркнуто мужское поведение. Вот что говорится по поводу этого понятия на одном из сайтов Интернета: «Мачизм — слово

испанского происхождения, пришедшее к нам из Южной Америки при посредстве феминисток из Америки Северной. В последней особенно возмущались грубым и несправедливым отношением к женщине в испаноговорящих странах: ужасный усатый бандит, который целыми днями только скачет на лошади и пьет виски в баре, нещадно лупит каждого, кто хотя бы мельком глянет на его подругу, но сам при этом ее в грош не ставит. Помните главного бандита из «Великолепной семерки», которого звали Торо? Чтобы его разозлить и вызвать на бой, у него украли подругу. Торо (что по-русски означает «бык») тут же напал на городок, не задумываясь подругу пристрелил, а сам дальше помчался — защищать ее честь» (прим. пер.) Ничего удивительного, что игры 1960-х изображали женщин пассивными существами, а мужчин — активными. Более удивительно, что такие игры выпускались (и продолжают выпускаться!) после середины 1970-х — в то время, когда женское движение в Соединенных Штатах приобрело значительный размах, а феминистские идеи все шире принимались представителями обоих полов. Возможно, этот факт указывает на то, что в тендерной области стереотипы преодолеваются труднее и медленней, чем многим казалось. По-прежнему остаются вопросы. Репродуцируются или создаются производителями игр модели успеха, отображаемые в играх для мальчиков и девочек? Каково будущее игр в этом социуме?

ГЛЯДЯ В БУДУЩЕЕ

Приближение двадцать первого столетия дает стимул поразмышлять о том, в каком направлении могут развиваться игры. Несомненно, индустрия игр изменилась. Прогресс в области информационных технологий привел к компьютеризации игр и к снижению спроса на настольные игры, которые не так давно были очень популярны. Правда, многие продукты такого рода не исчезли — они воспроизведены или даже усовершенствованы в электронном или компьютерном формате. Но если появление и распространение видео- и компьютерных игр означает изменение технологического уровня, то едва ли оно свидетельствует и об изменении взглядов на успех. Воображаемый мир новых игр может казаться другим, поскольку он оставляет меньше места для фантазии, но содержащиеся в нем темы и послания, по всей вероятности, останутся прежними. И дети эти послания получают и усвоят.

Похоже, что видеоигры для мальчиков посвящены тем же темам, которые обнаруживались в настольных. Продолжают доминировать сюжеты, связанные со спортом и битвами. Производители снова адресовали компьютерные игры

большей частью мальчикам. Настольные игры, предназначенные для девочек, характеризуются еще более поразительным постоянством содержаний. Таинственный дружок Барби и Барби — королева школьного бала по-прежнему украшают полки магазинов, находясь в многочисленной компании вариаций на уже знакомые темы, среди них: Безумие в Торговом центре (Mail Madness); Мания вечеринок (Party Mania); Хорошенькая-прехорошенькая принцесса (Pretty Pretty Princess) и Очарованный дворец (Enchanted palace). Мало что, если вообще что-либо, меняется.

Более того, будущие перемены в обществе, возможно, вызовут в мире игр укрепление ценностей прошлого. Как в играх начала двадцатого столетия, — когда в реальности шансы быстрого восхождения были весьма ограничены, — царил сюжет «От лохмотьев к богатству», и подобно тому как в играх эпохи Депрессии скорее подтверждались, чем ставились под сомнение, ценности капитализма, — так и в играх будущего, возможно, по-прежнему будет отображаться комплементарный по отношению к реальности фантазийный мир. Если тендерные роли станут менее четко определенными, в играх, напротив, может усилиться различие между поведением мужчин и женщин. Если продолжится упадок деловой инициативы, то игры могут сообщать нам о важности корпоративной карьеры. Если уменьшится угроза войны, в играх насилия станет больше. Попросту говоря, вызванная переменами в реальном мире неопределенность будет усиливать нужду в стабильности в воображаемом мире игр.

Один из великих мыслителей этого века сказал: «[Игры] с их простыми и недвусмысленными правилами подобны островкам порядка, разбросанным среди смутного и разорванного хаоса человеческого опыта. Игра переносит нас из непостижимого универсума данной нам реальности в аккуратный искусственный (sic!) мирок, где все ясно, все имеет определенную цель и легко постижимо». (Huxley, цитировано по Brady, 1974, стр. 32-33). Если Хаксли прав, то игры — это мир в микрокосме, миниатюрная версия социума и его ценностей. Таким образом, проследив историю развития детских игр, мы можем видеть, как менялись представления об успехе и о способах его достижения.

Может быть, в каждую эпоху игры давали людям то, в чем они больше всего нуждались. Между началом и серединой девятнадцатого века игры превозносили важность правильной — хорошей — жизни, успех в них определялся добродетелью и моралью. Люди искали уверения в том, что на небесах их ждет

вознаграждение за высокую нравственность. Успех был синонимом вечной жизни. Игры конца девятнадцатого и начала двадцатого века в качестве ключей к успеху восхваляли тяжелую работу, добродетельную жизнь и упорное восхождение по корпоративной лестнице. В играх середины двадцатого столетия самое главное — инвестиции, конкуренция и накопление богатства. Успех определялся в терминах денег, которых тогда так не хватало. Люди грезили о том времени, когда им не придется беспокоиться о превратностях экономики.

В конце двадцатого века игры указывают на разные пути к успеху для мальчиков и девочек. Мальчики преуспевают благодаря действию, агрессии и конкуренции. Девочки — за счет красоты, популярности и приобретения материальных предметов. Если, как сказал один автор, «то, как и во что мы играем, определяет наш характер» (Mergen, 1982, стр. 418), то игры данных периодов могут сигнализировать о сдвигах в национальном темпераменте. Кроме того, история игр напоминает нам о том, что в них всегда заложены и доступны восприятию ценности и смыслы общества, в котором они были созданы. Дети социализируются именно через массовую культуру и игру. В них они усваивают ценности, которые, став взрослыми, примут на бессознательном и сознательном уровнях.

Потенциал игры весьма многогранен. Игра — это ключ к пониманию того, как дети социализируются в настоящее время. Она помогает обрести стабильность и достичь изменений. Играя, дети учатся предвидеть будущие ожидания от них как от взрослых и приспосабливаться к этим ожиданиям. Преимущественно в играх доминирует консервативный элемент — отражение традиционных ценностей и поддерживающих их стереотипов, пусть даже переставших быть полезными. Тем не менее игры могут вносить свой вклад в прогрессивные перемены. Говоря словами одного автора, «Игры отнюдь не случайное изобретение. Они выражают предубеждения и проблемы, связанные со взрослением, и облегчают долгое путешествие от младенчества к зрелости. Они учат ребенка вещам, по поводу которых он, может быть, не думает, что должен им учиться; учат так, что он не запомнит самого обучения; дают ему разнообразие опыта, которое он едва ли получил бы как-то еще» (Cherfas, 1980, стр. 67). Не исключено, что игры будущего еще ждут своего изобретения!

Библиография

- Adams, D. W., & Edmonds, V. (1977). Making your move: The educational

significance of the American board game, 1832 to 1904. *History of Education Quarterly*, 17, 359-383.

- Brady, M. (1974). *The Monopoly book*. New York: David McKay.
- Burns, T. A. (1978). The game of Life: Idealism, reality and fantasy in the nineteenth- and twentieth-century versions of a Milton Bradley game. *The Canadian Review of American Studies*, 9, 50-83.
- Canary, R. H. (1968). Playing the game of Life. *Journal of Popular Culture*, 1, 427-432.
- Cherfas, J. (1980). It's only a game. In J. Cherfas & R. Lewin (Eds.), *Not work alone* (pp. 45-67). London: Temple Smith.
- Einon, D. (1980). The purpose of play. In J. Cherfas & R. Lewin (Eds.), *No * work alone* (pp. 21-32). London: Temple Smith.
- Ewen, S. (1976). *Captains of consciousness*. New York: McGraw-Hill.
- Goodfellow, C (1991). *A collector's guide to games and puzzles*. Secaucus, NJ: Chartwell.
- Lever, J. (1976). Sex differences in the games children play. *Social Problems*, 23, 478-487.
- McFarland, P. (1993). The woman behind Monopoly. *Audacity*, 2, 51.
- Mergen, B. (1982). The discovery of children's play. *American Quarterly*, 27, 399-420.
- Polizzi, R., & Schaefer, F. (1991). *Spin again Board games from the fifties and sixties*. San Francisco: Chronicle.
- Sutton-Smith, B. (1986). *Toys as culture*. New York: Gardner.