

佔得先機，從玩玩具開始

駐舊金山臺北經濟文化辦事處文化組

今年稍早的時候，在 Javits 會議中心舉辦的第 109 屆年度美國國際玩具展上，作為無子潮最具說服力的個案之一，一位叫 Jill Todd 的前任投資銀行家展示了一個稱為「可調整的」(The Tuneables) 互動式 DVD 系列，這個系列是由她的公司「音樂智慧計畫」(the Music Intelligence Project) 所創造的。身為兩位音樂學家之女，Todd 和她的雙親一起創造了這個以音樂的基礎：旋律、音韻和聲調來進行的指導系統，用來增強感知能力。在這個系列的副進，但是極容易在一大片彩色塑膠玩具中黯然失色的是一個由「肥腦玩具公司」(Fat Brain Toys) 所設立的亭子，該公司所設計的遊戲和拼圖以邏輯和序列運算為主軸，有些遊戲是由著名的發明家 Ivan Moscovich 所設計的，他同時也是種族大屠殺的生還者。

在紐約布朗克斯區的「城堡丘玩具遊戲公司」(Castle Hill Toys and Games)，因為玩具反斗城在該區塊的普遍化而轉型專攻腳踏車和腳踏車維修。

走進布朗克斯區三間玩具反斗城的任何一間，你不會找到任何來自上述公司的產品。就如同我們不會在北佛蒙特的農場挖掘出精品農業的長豆品種，我們也不可能在這些大型連鎖玩具店發現這些特別的玩具——小量的、針對那群覺得再早開始準備法學院入學考試都不算早的家長所設計的玩具。相反地，這些玩具是那些只在紐約市最富裕的幾個住宅區中出現的獨立經營玩具店銷售的東西。

在 1970 年代，在聖誕節出現的一張購買費雪普萊思農場組合的收據並不會傳達甚麼特別的關於階級差異的訊息。這張收據會由百貨公司開出，可能會出現在穿白鞋律師家的聖誕樹下，也可能出現在堆磚工人家的樹下。但是玩具，就像是生菜或是巧克力一樣，已經變成了另外一項階級差異的證明。(這甚至不需要舉出一些荒謬的極端例子就可以證明了。極端的例子像是要價美金一千五百元、裝在施華洛施奇水晶盒子裡，可能被八歲的川普家小孩送給六歲半的卡達施家小孩當定情信物的小玩具。)

從連鎖店架上匿跡的東西和從翠貝嘉區 Boomerang 商店或上東城的八十一歲老玩具店 Mary Arnold 中消失的東西是不一樣的。在那些老店當中近年熱賣的東西像被稱為「磁鐵磚」(Magna-Tiles) 的東西，這個玩具是幾何形狀的磁性磁磚，讓孩童可以隨著想像力建造任何東西，但是，根據我的經驗，成品往往都像是南加州的水晶天主教堂(Crystal Cathedral)。在去年的聖誕節，因為生產該產品的亞洲工廠所在地的一場洪水造成的供給短缺，還一度發生了價格上漲的情事，本來一塊磚約美金一元的一盒磁磚，可以在拍賣網站 eBay 上賣到上百塊美金。在去年十二月十二日以前，Mary Arnold 的經營者 Ezra Ishayik 說，如果不是售罄的話，他可以再賣

出約美金兩萬元的這種磁磚玩具。

玩具反斗城並沒有賣「磁鐵磚」。不願意和銷售醜陋色彩產品的公司分享自己的專利產品，這些玩具的生產商拒絕在最主流的大眾銷售市場上銷售，而在如博物館禮品店或是小型並重視美學觀念的店面中銷售，這些店面吸引的人是人口中一群小眾的消費者。同時間，就像投資銀行 Needham & Company 中玩具產業分析師 Sean McGowan 所說的，教育性玩具的市場永遠都沒有我們希望的那麼大。當玩具反斗城之類的公司也販賣一些教育性玩具，長時間以後，這些公司就逐漸失去促銷這類玩具的動機，他說。

在紐約市許多地區，例如曼哈頓以外或是布魯克林區的許多區塊，玩具反斗城是他們僅有的玩具店。我透過最近一通電話發現，城堡丘玩具遊戲公司已經不在自居為一家玩具店了，當玩具反斗城在該區日益普遍以後，他們就轉型變成腳踏車店及腳踏車維修店

就像是我們談論所謂的食物沙漠一樣，紐約市的這些商店裡多半只進多利多滋或百事可樂的區塊裡，也可以開始被認為是玩具的沙漠了，住在這裡的最弱勢的孩子，正在被剝奪他們可以玩真正有益其創造力和成就的玩具的機會。

當一名前任紐約市學校教師 Dawn Harris-Martine 把她的兩個女兒一個送到杭特學院小學、一個送到華頓去的時候，這正是她心中所想的。她把她在哈林區六年前所開的書店擴展以包含刺激智力發展玩具的銷售。被稱為「奶奶之家」(Grandma's Place)，這本來是一間識字中心，Harris-Martine 在這裡同時教家長和孩童識字閱讀。她了解到的是，許多家長並不知道遊戲對於早育學習扮演了很重要的角色。她說：「身為一個家長，我從來沒有買過只要價美元五塊一的玩具。」

最明顯的對抗論點就是，到目前仍然沒有任何明顯證據指出這些意在增強認知能力的玩具實際上真的能達成這個目的。但至少，這些玩具象徵了家長在孩童未來野心和成就上的投資，以積極的吸收學習取代消極的觀察。要很勉強才能想像像是 Dare Bear 之類的熊玩具可以達到一樣的成果。

資料來源：2012 年 12 月 9 日

紐約時報 MB1 版

連結網址：

<http://www.nytimes.com/2012/12/09/nyregion/the-great-class-divide-as-seen-in-the-toy-aisle.html>