

幼儿创造力培养

主编 赵志强



河北少年儿童出版社

幼儿创造力培养

主 编 赵志强

副主编 董 伟

张振平

王硕旺

河北少年儿童出版社

图书在版编目(CIP)数据

幼儿创造力培养 / 赵志强主编. —石家庄: 河北少年儿童出版社, 2003

ISBN 7-5376-2692-8

I. 幼… II. 赵… III. 学前儿童—创造力—能力培养 IV. G61
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 056304 号

幼儿创造力培养

主编 赵志强

河北少年儿童出版社 (石家庄市工农路 359 号)

石家庄市燕赵印刷厂印刷 新华书店经销

850 × 1168 毫米 32 开本 6 印张 120 千字 2003 年 8 月第 1 版

2003 年 8 月第 1 次印刷 印数: 1-11000 定价: 13.60 元

ISBN 7-5376-2692-8/G · 1861

序

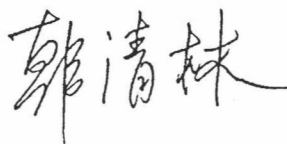
我非常高兴地向广大幼教工作者和家长们推荐由河北省幼儿教师培训中心组织、赵志强等同志编写的《幼儿创造力培养》这本书。

当今时代是创新的时代，创新时代需要创造性人才。党的十六大报告指出：“创造是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。”对人类创造力的重视和研究，对创新精神的大力提倡，尤其是少年儿童创造力的开发，是我国教育界近些年来着力研究的重要课题。

幼儿教育之所以重要，是因为它是启蒙教育，是基础教育的基础，是人生发展的奠基阶段。我国教育改革和发展的一个重要目标，就是要使每一个教育对象的整体素质得到提高，而开发创造力是素质教育中最重要、最有价值的部分。幼儿是祖国的希望。要使幼儿将来真正担当起我国本世纪经济腾飞、民族振兴的重任，就必须从现在开始对他们进行创造教育。《幼儿创造力培养》的编辑出版，为我省广大幼儿教师提供了一本很好的继续教育教材，这对幼儿园进行幼儿创造力培养，具有一定的指导作用。书中广泛借鉴和吸收了国内外学前儿童创造教育的优秀成果，从理论和实践结合的角度，告诉家长和教师如何通过科学的途径，以幼儿生理、心理发展为基础，努力保护

孩子的天性,为他们提供一个适应其成长的丰富多彩的环境,让孩子们生活的每一天、每一时都成为他们充分发掘自身潜能的机会。近些年来,我国的创造学理论研究虽然早已引起社会各界的广泛重视而且取得了令人瞩目的进展,但对幼儿创造力的开发、保护与培养的研究还有待进一步加强。该书可能并不十分完善,或许还存在一些疏漏,但它毕竟开始迈开探索的第一步,正在丰富和发展着幼儿教育领域创造教育的理论与实践。因此说,这本书的编写工作本身就富有创造性。

我希望也相信,广大幼儿教育工作者通过对《幼儿创造力培养》的学习,能够较好地掌握幼儿创造力开发、保护和培养的基本理论与方法,并以此作为幼教改革的重要契机,把我省的幼教事业推向新的发展阶段。同时,也希望编写组的同志,再接再厉,发扬创新精神,不断深入幼教工作实际,不断丰富、完善幼儿创造教育理论,为我省幼儿教师的继续教育贡献自己的聪明才智,促进我省幼儿教育事业的发展。



2003年5月30日

目 录

第一章 创造力概述	(1)
第一节 创造	(2)
第二节 创造力	(5)
第三节 创造力的构成要素	(14)
第四节 创造力与智力的关系	(21)
第二章 学前儿童创造力的发展	(26)
第一节 婴幼儿创造力的原生状态	(26)
第二节 幼儿创造心理的发展	(32)
第三节 幼儿创造力的发展	(38)
第四节 幼儿创造力的表现	(41)
第五节 幼儿创造力的基础——感觉统合功能	(44)
第三章 幼儿创造力的内容及训练	(49)
第一节 观察力及训练	(51)
第二节 注意力及训练	(53)
第三节 想像力及训练	(56)
第四节 记忆力及训练	(60)
第五节 表述力及训练	(63)

第六节 操作力及训练	(66)
第七节 思维力及训练	(71)
第四章 幼儿创造性思维的训练	(72)
第一节 直觉思维训练	(73)
第二节 灵感思维训练	(75)
第三节 联想思维训练	(77)
第四节 逆向思维训练	(80)
第五节 侧向思维训练	(81)
第六节 发散思维与集中思维训练	(84)
第七节 立体思维训练	(87)
第五章 影响创造力的因素	(90)
第一节 创造性人格	(91)
第二节 情商	(105)
第三节 品德	(117)
第六章 培养幼儿创造力的教学原则	(128)
第一节 创造性原则	(129)
第二节 自由原则	(131)
第三节 激发内部动机原则	(135)
第四节 重视过程原则	(138)
第五节 尊重个性差异原则	(142)
第六节 期待与赏识原则	(145)

第七章 培养幼儿创造力的环境	(150)
第一节 宽松平等的环境	
—— 保持发展原动力	(151)
第二节 激励向上的环境	
—— 防止被动，形成自尊自信	(158)
第三节 主动实践的环境	
—— 思维活跃，体验成功快乐	(168)
第四节 引发兴趣的环境	
—— 热爱生活，培育探究欲望	(177)
参考文献	(184)
后 记	(185)

第一章 创造力概述

人类社会的发展史，是一部创造史。二三百万年前，猿群中的一部分为了在险恶环境中求生存，打破“传统”的生活习性，开始有意识地制造工具，用一块石头撞击另一块石头的方式制造出了第一把石刀，这在当时可谓是个伟大的“技术创新”。而那些仍按老办法生存的猿群，正如恩格斯描述的那样，没有一只猿手曾经制造过一把哪怕是最粗笨的石刀，结果猿依然是猿。只有创造性劳动才有了猿到人的进化。也可以说，没有人类最初原始的技术创新，就没有从猿到人的飞跃，也就没有从青铜器、指南针、蒸汽机到计算机、核电站、人造卫星、克隆羊等令人目不暇接的发明创造。创造是人类社会一盏永不熄灭的明灯，照亮着人类前进的脚步，推动社会走向文明。

人类社会最早出现的生产工具以石器为标志，随之出现了以铁器为标志的生产力，到18世纪欧洲出现了以蒸汽机为标志的生产力。《共产党宣言》高度评价了这一阶段：“资产阶级在它不到一百年的阶级统治中所创造的生产力，比过去一切世纪创造的全部生产力还要多，还要大。”由于生产力的发展，人类社会经历了由原始社会到奴隶制社会、封建制社会、资本主义社会和社会主义社会的转变过程。第二次世界大战以后，科学技术突飞猛进，科技作为第一生产力，已成为经济发展和社会进步的最具革命性的力量。可以说，人类社会发展的实质内容，就是社会生产力的发展。社会生产力是一个从低级到高级，由落后到先进，呈加速态势的发展过程。哪个民族、哪个国家掌握了先进生产力，它的发展就快，在世界

上就处于优势地位。

社会生产力的发展,是以创造为动力的。因此可以说,人类社会发展史是一部创造能力的发展史。是人类由争得自身起码生存条件进行自发创造到争取生活得更加美好而自觉创造的历史。也是人类由不断地、本能地开发自身创造力到自觉地开发自身创造力的历史。人们越来越清楚地认识到,在市场经济条件下,创造力是一个人立足社会的基本条件,是企业竞争发展的第一资源,是一个国家兴旺发达的动力,是一个民族立于不败之地的源泉。

第一节 创 造

了解什么是创造力,首先要了解什么是创造。创造,是一个非常富于魅力的词汇。自有人类以来,许多有志之士历尽千辛万苦,把一份份创造成果贡献给社会,留给后代,推动着历史前进。如果没有创造,将没有人类,没有科技,没有文明,没有一切美好的生活。创造是人类最复杂、最活跃,也是最有意义的实践活动,是人类最高尚的事业。

一、创造的定义

什么是创造?人们很难用几句话给出恰当的定义。因为它的内容非常丰富,含义十分深远,它不仅仅是一种成果,它还是一种行为,一种精神,一种事业。可以说,创造就是首创前所未有的事物。这里的“事物”是广义的,它既包括有形事物,也包括无形事物;既包括物质事物,还包括精神事物。

对于创造,还有一些更通俗的定义。即凡是前人没有想过、没有干过的事,你想了你干了,就是创造。这个定义意味着创造应该由两部分组成:第一部分是“想”,想前人所未想,即创造性想像;第

二部分是“干”，干前人所未干，即实施创造。

创造的定义有狭义和广义之分。狭义的创造是指提供新颖的、首创的、有社会价值的产物的活动。如科学上的发现，新技术的开发，新产品的研制，工作方法的改进，工作制度的革新，新的决策的制定，管理体制的改革，新的教育方法的探索，新的艺术形象的创作等等。广义的创造是指对于创造者本人来说，提供前所未有的产物的活动。也就是说，一个人对某一问题的解决是否属于创造性的，不在于这一问题及其解决办法是否曾有别人提出过，而在于对他本人来说是不是新颖的、前所未有的。对本人来说，只要有点新意，如新思想、新观念、新设计、新意图、新做法、新方法，都可称之为创造。要把创造的范围看得广一点，不要把它看得太神秘。

二、创造的一般分类

创造是对发明创造活动的统称。具体包括：

发现：是指原有事物或规律，经过探索、研究，才开始知道。它是对客观事物的发现及其对事物发展规律的揭示。包括事物的发现、理论的提出。重大科学发现或重大理论提出，往往引起一个学科或整个科学的革命。如，牛顿发现万有引力定律，伦琴发现X射线，哥伦布发现新大陆等。

发明：是指创制新事物，首创新的制作方法。如爱迪生发明了灯泡，珍妮发明了纺织机，等等。发明多是自然科学、技术领域的一种实践活动。

革新：是指对原有事物进行局部改造并有所突破。比如，在生产技术领域，把新设计、新材料、新技术、新工艺、新设备应用到企业产品、技术、设备的更新改造上，提高产品质量（产品功能更多、性能更好），提高劳动效率和生产水平；再比如，在企业、事业和行政管理中，体制的改革、政策的调整、管理模式的更新、规章制度

的修订、工作方法的改进等。

创新:从经济学角度理解,创新是从新思想的产生到产品设计、试制、生产、营销和市场化的一系列行动。对企业而言,创新不仅包括实验室的技术发明或是产品创新设计,而且还包括如何同伙伴合作,如何分配、推销产品,甚至包括如何同客户交流。

三、创造的特点

创造与其他人类活动相比,有以下显著特点:

1. 创新性。

与众不同及前所未有的新颖性,这是创造最主要的特点。

2. 普遍性。

创造的范围极广,生活中充满了创造。在自然科学领域,所有的发现——认识自然,所有的发明——改造自然,都是创造。正如我国近代著名教育家陶行知先生所说:“人类社会处处是创造之地,天天是创造之时,人人是创造之人。”

3. 永恒性。

创造万岁,这是人类社会永恒的真理。人类许多活动都将随着历史的发展而消亡,世界最后将留下什么?只有创造。

4. 超前性。

创造是一种首先,即“第一个”,永远超前于社会的认识。

5. 社会性。

创造包括创造设想与实施创造两部分。实施创造离不开社会。此外,创造的目标也都联系着一定的社会效果。即使是自然科学创造,也是离不开社会的。

6. 艰巨性。

创造是一种与众不同的劳动。创造的本身就很很简单,再加上社会认识的滞后性与创造必须的社会性,创造确实是人类最艰巨

的社会活动。鲁迅先生说“第一个站起来的猴子是要给别的猴子咬死的”，“第一个吃螃蟹的人是勇士”，表明了这“第一个”总是要付出巨大代价的。

7. 实践性。

创造是一种实践活动，从实际中来，又到实践中去，并接受实践的检验。

8. 广泛性。

创造没有边界，没有禁区，没有权威，没有止境，没有任何框框。

任何创造都是未完成的创造，最好的创造只能是“下一个”。我们平时说的行业、学科、部门、专业都是人为划分的，而对创造来说，没有任何界限。还是这句话：“隔行不隔理。”

第二节 创造力

人人都有创造，人人都可以成为人才。创造是与生俱来的，是人的本能。但是这种创造是潜在的，许多人不能够正确地认识自己的创造力。苏联的创造学工作者曾经指出，如果世上的人们都能正确地认识自己的创造力，则世界上的发明家、创造者将会增加千万倍。这一结论既指出了发明家、创造者不多的主要原因，又使人看到了正确地认识自己的创造力，可以给世界带来革命性变革的前景。

创造力是创造主体(个人或团体、企业、国家)的创造能力，是创造主体在创造活动中表现出来并发展起来的各种能力的总和。创造力不是一种一般性的能力，而是人的创造意识、创造性思维、知识技能及个性、品格的统一与综合。

联合国的一份报告指出：“发达国家与落后国家的差距，实际是创造力开发的差距，要从开发创造力入手，来缩短差距，消除差距。”

创造力反映了创造主体素质的高低，也是市场经济条件下企业与国家最宝贵的资源。而且创造力资源是与任何自然资源不同的增值型资源，它越用越多，越用越好，永远不会枯竭。

创造主体在活动中最大的敌人是谁？是自己。创造主体只有真正认识自己，才能真正战胜阻碍自己创造力开发的因素；人只有真正战胜自己，才能最后战胜一切。凡是自己不认识自己，不去战胜自己的人，未上阵就在精神上失败了，所以谈不上以超群的意志去奋斗拼搏。有胆才能有识，有胆识才能成功。

然而人最难做到的是认识自己，尤其是正确认识自己的创造力。据国外的创造学工作者研究，90%以上的人都存在着不同程度的自卑。所以，要开发创造力，首先要结合自身实际，正确认识自己的创造力。

要正确认识自己的创造力，必须科学地理解以下三句话：

第一，创造力人皆有之。

第二，创造力是一种潜力，可以开发，也必须开发。

第三，创造力潜力无穷，必须同时开发左、右大脑。

一、创造力人皆有之

对一切正常人、健康人来说，不论其性别、年龄、民族、出身、地位、学历、职务……都具有创造力。正常人的大脑结构与功能类同，虽有差异，但不是数量级的差异。所以，创造力决不是少数“天才”独有的能力。搬运工与哲学家之间的原始差别，要比家犬与猎犬之间的差别小得多，他们之间的鸿沟是分工掘成的。人们往往认为，那些天资聪颖、考试成绩优异的人有望成为创新人才，而学习成绩

平平者不可能成为杰出的发明家。事实是“天生其人必有才，天生其才必有用；人乏全才，扬长避短，人人成才”。爱迪生小时候最害怕背诵单词和课文，曾被老师骂为“懒狗”，推出教室外。爱因斯坦中小学时学习成绩并不优异，开家长会时，他的父亲问校长，我的孩子将来适合做什么工作？校长回答，无可奉告。意思是不可能有很大的作为。英国博物学家、进化论的奠基人达尔文在自传前言中写道：我性格粗暴的父亲差点断送我研究生物进化论的前程，幸而是我善良的母亲及早地发现了我这—特殊爱好，并予以精心扶植。

心理学研究表明，智商与创造性思维之间并没有多大联系。国外一项调查研究发现，“高创造力组”的平均智商低于“高智力组”的平均智商。这说明高智商的人并不一定具有高创造力。爱迪生、爱因斯坦、达尔文都属于典型的“慢智思维型”。他们在思考问题时表现出四个特点：思维的独立性、思维的批判性、思维的广阔性和思维的深刻性。从爱迪生的发明创造可以看出，一种有创造性的想法往往不一定全是新的成分，而可能是一些旧的成分的新组合，这就是量变到质变的创造方法。

人人皆是创造之人。人们往往把创造想像得太高深、太神秘、太复杂，并因此阻碍了他们的创造。把电梯装在楼房外——这一近代建筑史上的伟大变革，就是一位清洁工的创意。多年前，有一家酒店的电梯不够用，打算增加一部。建筑师和工程师研究的最佳方案是在每层楼打个大洞，直接安装电梯，这样酒店就必须关闭几天，否则尘土飞扬，客人也不会来光顾。听到他们谈话的清洁工说：“我要是你们，就会把电梯装在楼的外面。”工程师和建筑师不约而同地为清洁工这一想法叫绝。所以说，创造性思维并不是极少数人的特异禀赋，而是许多人的共同能力。模仿离创造仅一步之遥，但这一步却意味着人是在框框之内还是在框框之外。创造心理学家

阿曼倍尔曾指出,丰富的知识并不危害创造力,但过多的规则却是创造的障碍。

人人皆是创造之人,哪怕是弱智愚者。著名作曲家罗忠熔之子罗铮有一张典型弱智人的脸,他对数学不行,数着手指头做加减法也会把他难住,甚至对电话号码也浑然莫辨。由于方向感差,若是独自在大街上,根本就无法回家。然而出人意料的是他对音乐有着超常的领悟力,凡接触过他和他的作品的人,对此都深信不疑。罗铮开始画画是在1992年初,他偶然用毛笔在一张废纸上画了两个圆圈,罗忠熔觉得在里面透露出一种天真稚拙的情趣,就把它挂在墙上。后来一位画家朋友看见了也觉得很有意思,便建议让罗铮试试画油画。罗铮的第一幅画是《爸爸的第二弦乐四重奏》,这幅画简直太贴切了,画出了罗忠熔那部音乐作品的全部乐思架构和内容。同样罗铮所创作的匈牙利现代音乐大师利盖蒂音乐画,使利盖蒂在看到这幅画的彩照后,大为震动,认为罗铮对他的音乐理解得深刻而准确。罗铮对音乐的理解不需要媒介,直接深入到音乐里边去,没有人教他画画,他的画完全发自内心,是与“灵魂”的直接对话。我国著名画家吴冠中先生说,你们不是画画的,根本不了解罗铮已达到何种程度!面对愚者之智,面对超常人的创造力,我们不能看不起任何人,包括那些弱智愚者。

创造力人皆有之的论断是20世纪心理学的重大成果之一,它打破了原先关于创造力的天才论与神秘论。陶行知先生在20世纪40年代提出了“人人是创造之人”的论断,这是我国教育家对创造原理的重大贡献。事实上,无论是伟大的发明家爱迪生还是杰出的科学家爱因斯坦,也都坚决地否认过存在天才的说法。爱迪生关于“天才=1%的灵感+99%的汗水”的论断,与“创造力人皆有之”是完全一致的,只要你能勤奋,付出血汗,就可以成为“天才”。成功的

运气,只垂青那些不懈努力的人们。

国外还有创造学工作者指出,每个人一生中有过不止一个的专利型的创造性设想。当然,也正因为大多数人未能正确地认识自己的创造力,所以真正拥有专利创造的人只是极少的一部分。我们常会在看到市场上推出什么专利型的新产品时闪过一个念头:这个创造,我过去不也曾设想过的吗?是的,你很可能曾有过类同的创造性设想,可是为什么创造没能在你身上实现呢?

二、创造力是一种潜力,可以开发,也必须开发

虽然创造力人皆有之,但是创造力是一种潜力,是潜力就可以开发,也必须开发。否则,它永远只是潜力。

从生物学角度去探讨人脑的奥秘,对于开发人脑的潜力有重要启示。

应该承认,自然界中所有动物的大脑和思维的形成机制是和人类一样的。但是人脑的优势又体现在哪里呢?

第一,从大脑重量与体重比看:人脑平均重1300~1400克,占体重的1/40;鲸大脑重7000克,占体重的1/2500。其次,大象为1/500,猩猩为1/100。此外,鼠、长臂猿、麻雀分别为1/28、1/28、1/34。可见,动物的体重越轻,脑体重量比越大。人类与动物相比,脑重量及与体重的比并无优越之处。

第二,从脑细胞密度看:每 0.001cm^2 的细胞数,人类为10.5个,鲸为6.8个,鼠是105个,猫是30.8个。可见,动物越小,脑细胞密度越高。与动物相比,人类也无特别之处。

第三,从大脑构造及展开面积看:人脑反复折叠,成沟回状,展开面积为 2250cm^2 ;其他小动物大脑表面比较平坦,表面积较小。但海豚的大脑也成沟回状。

从以上三点看来,与其他动物相比,人脑似乎并没有什么特别