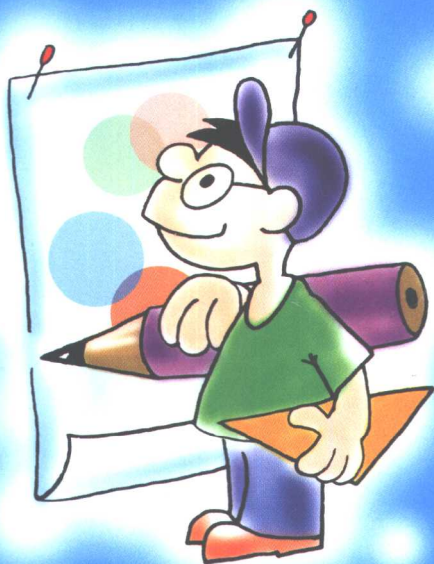


孩童 创造力训练

欣西亚·麦克葛雷尔 (CYNTHIA GREGOR) 著 新苗编译小组 译

RAISING A CREATIVE
CHILDREN



知識出版社

孩童创造力训练

知识出版社

本书中文简体字版经美国 KENSINGTON 出版公司授权出版发行

北京市版权局著作权登记号：图字：01 - 2001 - 3371 号

图书在版编目 (CIP) 数据

孩童创造力训练 / (美) 麦克葛雷尔著；新苗编译小组译. —北京：知识出版社，2001.8

(新手父母丛书)

ISBN 7 - 5015 - 3094 - 7

I. 孩… II. ①麦… ②新… III. 学前儿童 - 智力开发 - 游戏 IV. G613.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 055340 号

策 划：季 风

责任编辑：李桂芳

封面设计：郑鸣冲

责任印制：张京华

知识出版社出版发行

(100037 北京阜成门北大街 17 号 电话：6834 3259)

河北省固安县印刷厂印刷 新华书店经销

2001 年 8 月第 1 版 2001 年 8 月第 1 次印刷

开本：850 毫米 × 1168 毫米 1/32 印张：4.125

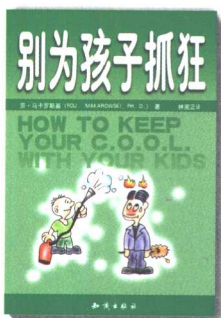
字数：75 千字 印数：1 - 5000 册

定价：7.00 元

本书如有印装质量问题，可与出版社联系调换。

内容提要：

创造力能以各种形式丰富我们的世界；不管是个人生活方面，还是在职业方面，因此创造力是非常重要的。不管你对孩子的期望如何，也不管他的兴趣或将来的职业如何，注重培养孩子的创造力，让他成为一个会思考的孩子，将来就一定会有所成就。本书为培养孩子的创造力设计了五花八门的活动。父母用不着关掉电视机，也能训练孩子们的创造力，这就是本书的魅力所在。



目 录



1 写作

贺卡.....	(2)
祝你好运.....	(2)
创造故事的结局	(3)
用名字编写故事	(4)
广告新词.....	(5)
编写短剧.....	(8)
布偶戏.....	(8)
一封有历史价值的信	(9)
主题简	(11)
寻寻觅觅	(15)
打电报	(17)
拼贴一封信	(18)
拼出故事	(18)
阿达故事	(19)





从前有个人叫汤米	(20)
俗语说.....	(21)
给未来的我	(21)

2 艺术创作

具个人风格的信纸	(24)
用线画画	(26)
刮刮乐	(27)
电话线雕塑	(28)
意大利面的另一种用途	(29)
漫画人生	(29)
美术拼贴	(31)
彩色玻璃窗(1)	(31)
彩色玻璃窗(2)	(32)
设计邮票	(33)
包装设计	(34)
保存盒	(34)
节庆	(35)
也是大画家	(36)



3 用声音写故事

渐进式字母排列故事	(39)
接力式的悬念故事	(40)
描述某个事物	(41)
图片里的故事	(42)
即兴表演	(44)
摸彩游戏	(46)
开场白是这样的.....	(48)
运用单字来造句	(49)
你想买只袋鼠吗?	(51)
关联性	(52)
一开始是.....后来是.....结局是.....	(53)
故事的后半段	(54)
在车子里写故事	(55)
带领我	(56)
团体故事	(57)
说一段故事	(58)
然后他接着往下创作.....	(59)
借口, 借口!	(60)





4 设计与发明

- 有趣的反向游戏 (62)
- 设计理想的学校 (64)
- 重新设计居家环境 (65)
- 轻快的跳跃 (66)
- 轻快又迷人的舞步 (66)
- 我有那种兴致 (67)
- 无聊是发明之母 (68)
- 第二个爱迪生 (68)

5 未来的诗人

- 韵律时间 (70)
- 写下简单的诗 (71)
- 曾有位诗人叫保罗 (74)
- 填上新诗句 (75)
- 为金曲奖作准备 (76)

6 多方面的创作

- 单字游戏 (79)



小丑，全世界的最爱	(80)
小道具	(81)
给全世界的希望	(83)
驰骋于想像空间	(84)
谁住在那间屋子里?	(87)
仪表板	(89)
找出共同的特性	(89)
“我会飞”	(90)
嗨，洋娃娃	(91)
让东西浮在水面上	(92)
今天不上学	(93)
往前航行	(94)
倒数计时开始.....	(95)
意外的访客	(97)
来福历险记	(99)
神奇缩小粉.....	(100)
时空隧道.....	(102)
当爸妈都还是小孩子时.....	(104)
二手线索与一手的创造力	(105)

7 脑力激荡	(108)
--------------	-------



1 写作



并不是所有的孩子将来都想成为小说家、编剧、记者、诗人，但培养其写作能力也是非常重要的。至少能在商用书信中清楚地表达自己的意思；至少当他需要当场发表自己的意见时，能够有条理地陈述……这些都需要一定的写作技巧和表达能力。写作能力强的人，也往往懂得运用简单明了的语言来表达自己的想法——这也是良好沟通的第一步。

本章的游戏目的，在于训练孩子不同的写作技巧，期望他能借此增强写作能力。孩子可能会对某些游戏特别有兴趣，如果只喜欢写作，却对诗词兴趣寡然，不妨鼓励他尝试写诗。他如果排斥或有逆反心理，那就不必太勉强，您总不希望孩子因为被强迫写诗，到最后连写作都排斥了吧。





贺 卡

圣诞卡、生日卡、母亲卡、父亲卡，日常生活中用到贺卡的机会不胜枚举。近年来人们不只在节日时互寄贺卡，在平常的日子里也常常以一张小小的卡片来表达心意，哪怕只是一句平常的问候，或只想告诉对方“我想念你”、“我爱你”、“我怀念你”、“你是我的好友”等等。

利用家里的打字废纸、厚纸或其他适用的纸张，自己就能设计并制作贺卡。孩子若不想画图或另做设计，至少让他写几个字，表达内心的感受，或感谢之意。

除了现有的节日以外，建议孩子为以下的情况设计卡片：

- * 家里新饲养的宠物
 - * 家里失去的宠物
 - * 自己或朋友的毕业典礼
 - * 这学期拿到全“优”的成绩单
 - * 在学业上有大幅度的进步
- 等等。

祝你好运

教孩子将祝福的话整齐地写在纸条上，内容可能包括对



未来的预言(例如:你将成为宇航员,到火星上去),或是勉励的话(例如:早起的鸟儿有虫吃),林林总总,各种性质的都可以。

写完之后,请他一一剪开并折好,以便分送。若家里有兄弟姐妹,分送和写作的乐趣一样令人开心。如果是兄弟姐妹两个人一起做的,应先协调好分送的方法,如此,谁都不可能知道他将会抽到哪一张。

若家里只有一个孩子,就将幸运签交给他全权处理,虽然知道全部的内容,但他并不知道什么时候会抽到哪一张,对不对?

幸运签可以藏在哪儿呢?

- * 卷在袜子内
- * 藏在T恤里
- * 放在孩子的书包或是铅笔盒里
- * 藏在他带去夏令营的衣服里
- * 夹在百科全书或字典里
- * 其他你可能想到的地方

谁先发现谁就是幸运者。

创造故事的结局

灰姑娘理应过着幸福美满的生活,然而,她真的幸福如意吗?日常生活中她有没有遭到什么困扰呢?





当王子发现她是鞋子的主人后，灰姑娘一定经历了更多的奇事，其中包括结婚生子。他们生了几个孩子？是男孩还是女孩？他们叫什么名字？长得像谁？王妃教养孩子的方式和她的母亲相同吗？

再想想白雪公主和七个小矮人，当公主和王子离开后，小矮人过着什么样的生活？他们是否还遇到别的少女？他们有没有扩大原有的采矿事业？白雪公主和王子过得如何？他们是否跟灰姑娘一样子孙满堂？孩子们叫什么名字？

猪小弟的瓦屋将大野狼关在门外，直到它发现壁炉的烟囱才得以进来。此后，三只小猪怎样啦？另外两只小猪有没有从中得到教训，或仍像以前一样偷懒？大野狼的表哥是否跟它一样贪吃？

鼓励孩子改写上述故事，或是“彼得潘”、“龟兔赛跑”、“小红帽”等，让耳熟能详的故事有另一种结局。

用名字编写故事

用孩子英文名字中的字母编写一篇短文，是富于创意的有趣游戏。名字中的每一个字母即是每一句的开头。方法如下：

例如，你儿子名叫汤米(Tommy)，文章第一句便以“T”开始，接着是“O”，再下来是“M”，之后又是“M”，最后是“Y”。以下便是照此方法编成的故事：



今天(Today), 我在校园碰见一个在啜泣的小孩。
“哦!(Oh!)你看起来很伤心。”他回答说:“我(My)的午餐掉在地上了。”我主动说:“也许(maybe)我可以分一些给你。”他感激地回答说:“好吧(yes), 谢谢你。”

全名可以用来取代小名, 像是汤米可能会觉得用汤玛斯(Thomas)编成的故事, 会比汤米(Tommy)活泼些。

以下的作品可能是爱美莉亚(Amelia)写的:

有一个(A)火星人登上地球, 火星人(Martians)从未到过地球。地球(Earth)和火星大不相同。她左顾右盼(Looking around), 觉得这里是定居的好地方, 随即(Immediately)打电报回火星, 请那里的人举家搬来。所有(All of)火星人在下周四都要搬来了。

(编者注: 这个游戏很适合正在学习英语的小朋友玩。)

广告新词

这个游戏有两个好处, 一是孩子能得到创作的乐趣; 二是他还会因此而了解, 广告是如何影响人们的想法。





首先，让孩子研究在电视上看到的广告，他也许很熟悉那些时常出现的广告。他现在要注意的不是广告中的产品，而是广告的技巧——他们用什么技巧使产品看起来很可爱，促使观众喜爱它，非买不可？（孩子一旦明白他是如何被影响的，自然就会产生反感，而不愿再受广告的诱惑。）

你也可以指出一些二维的广告，它们的影响力没有电视媒体大。当他翻阅报纸、杂志，寻找剪贴资料时，详读电视节目单或是报上的节目栏时，他会看到二维广告；收听广播时必然也会听到许多广告。这时，他必然会以另外一种态度来看待，听听他们的说法，他们是如何让你非买不可的。

也许你还想跟孩子讨论促销的技巧，不管他年龄多大。以下的观念他也许能接受：

- * 有些广告企图说明甲比乙好。你会因此买甲牌的麦片、糖果或积木，以致减少厂商间的竞争压力。

- * 有些广告企图说服你非买不可，像这样，问题已不是甲或乙，而是要不要买。其目的在促进消费。

- * 有些广告会抓住你的感觉。他们不用理论，而是代以悦耳的歌曲、感性的话语、美丽的画面吸引人，然后才介绍他们的产品。他们希望你想起那产品时，脑海里就浮现出那美好的感觉，于是你非买不可。

大部分的孩子都会懂得这类方法。你可以跟孩子一块儿看电视或杂志上的广告，然后问他们：“你认为广告商用的是什么技巧？”



现在，你的孩子已经对广告商的伎俩有了初步的认识，然后是他大展身手的时候。要他写不同种类的广告词。第一次写的话，可以参考以下的建议：

* 以家里现有的物品做主题。可以是孩子爱吃的麦片、玩的玩具，或其他他使用的东西，也许他曾在家里看过，也许那产品他很熟悉。电视上常常有那样的广告。

* 想像产品的广告。首先让他想像一个产品，名称、标语和一两种广告词。他能想出什么产品吗？是理论的、实用的、奇幻的还是高价的？他也许是模仿现有产品（例如，“初恋”牌的狗食，“闪亮”牌洗发精）；也许是实际生活中不可能存在的产品（例如，洁净的罐装雨水和有轮子的轻便书包）；也许是他朝思暮想的奇幻东西（例如，能替他做功课、整理房间的机器人）。

* 自我介绍，为班长、学生会主席或其他学生会干部写的推荐词。

* 让一些令人厌恶的事情或物品，经过他的一番说辞，使人们较易接受。例如，说明写作业或准时交作业、吃菠菜（他最讨厌的任何蔬菜）的好处，以及严师难能可贵的道理。

* 公益广告。适用的主题包括：拒绝吸烟、向毒品说不、开车上路要系好安全带。他也可以自由发挥其他主题，如开车不喝酒、不超速、定期献血等等。

