



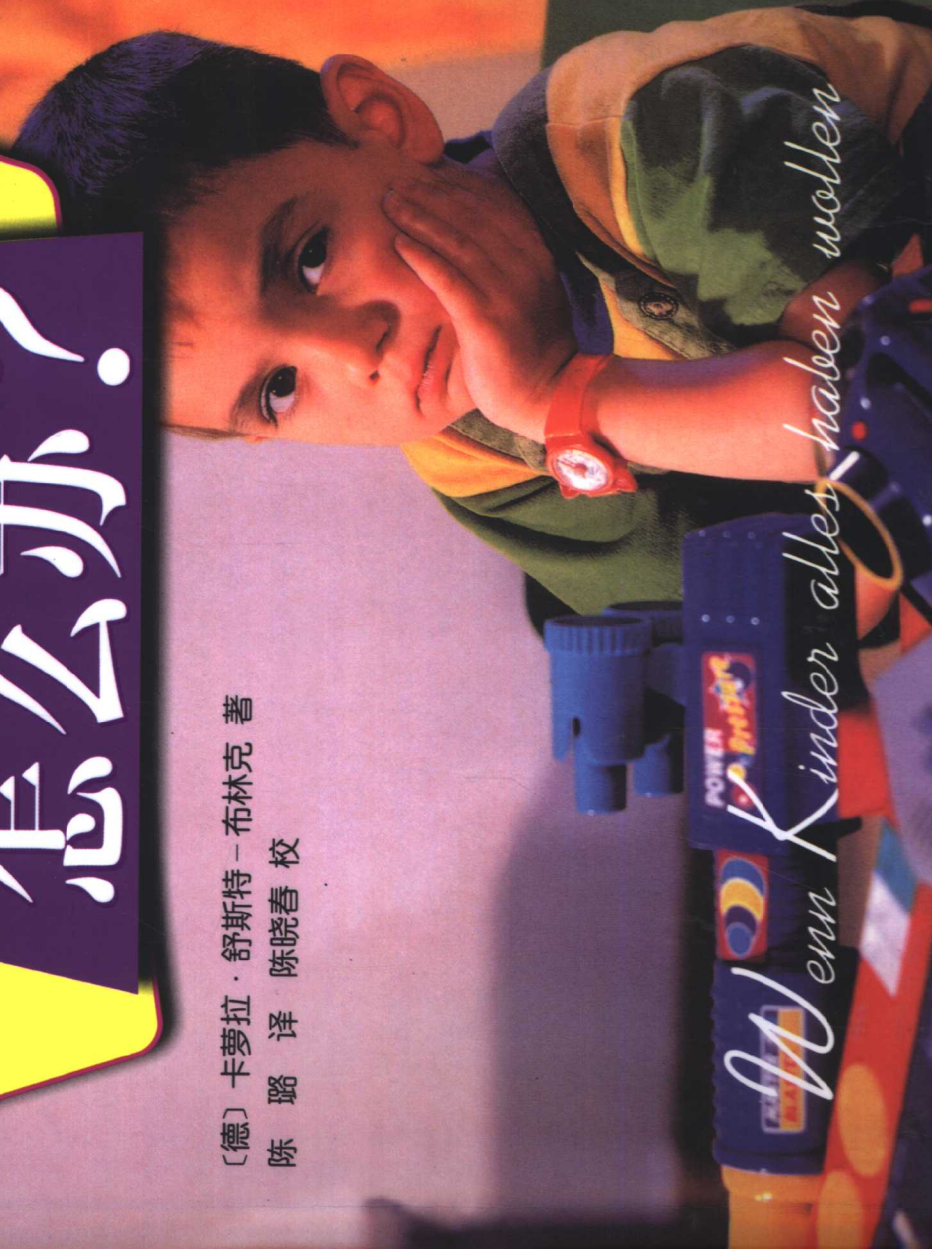
上海译文出版社

“怎么办？”丛书

孩子什么都想要 怎么办？

〔德〕卡萝拉·舒斯特-布林克 著
陈璐 译 陈晓春 校

Wenn Kinder alles haben wollen



“怎么办”丛书

孩子什么都想要 怎么办？

Wenn Kinder alles haben wollen

〔德〕卡拉·舒斯特-布林克 著
陈璐 译 陈晓春 校

144405/03



上海译文出版社

图书在版编目(CIP)数据

孩子什么都想要怎么办? / (德)布林克(Brink, C.
S.)著; 陈璐译. —上海: 上海译文出版社, 2002.7
(怎么办丛书)
书名原文: Wenn Kinder alles haben wollen
ISBN 7-5327-2884-6

I. 孩... II. ①布...②陈... III. ①儿童心理学
②儿童教育 IV. B844.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 018681 号

Carola Schuster-Brink
WENN KINDER ALLES HABEN WOLLEN
Copyright © Econ Ullstein List Verlag GmbH & Co. KG, München,
Published in 1998 by Südwest Verlag.
Obtained by HERCULES Business & Culture Development GmbH, Germany
All Rights Reserved
根据慕尼黑西南出版股份有限公司 1998 年版译出

图字: 09-2001-097 号

孩子什么都想要怎么办?

[德]卡萝拉·舒斯特-布林克 著

陈 璐 译

陈晓春 校

上海世纪出版集团
译文出版社出版、发行
上海福建中路 193 号
易文网: www.ewen.cc
全国新华书店经销
商务印书馆上海印刷股份有限公司印刷

开本 787×1092 1/24 印张 5 插页 2 字数 58,000

2002 年 7 月第 1 版 2002 年 7 月第 1 次印刷

印数: 0,001—5,100 册

ISBN 7-5327-2884-6/B·147

定价: 10.80 元

序



当今孩子是经常被谈论的话题,是广告商最为青睐的顾客。孩子越来越少,提供给他们商品却越来越多。儿童的消费品市场从未像现在如此巨大。

孩子有自己的电视频道,他们可以不停顿地在屏幕上看到其他小朋友:他们有那么多好玩的东西!他们可以干这干那!他们会干那么多!真想跟他们换着过!正因为他们自己也清楚这并不是那么容易可以办到的,所以就在想:“怎么样才能让爸爸妈妈把电视上这些好玩的东西都带到家里来呢?”

也许正是这种心理驱使孩子想尽办法实现他们的愿望。只要得逞一次,永不满足的小烦人便开始漫无边际地要这要那,想一下子把所有的东西都拿到手。他们的胃口越来越大,因为那些破烂玩意儿实在满足

广告商们早已把儿童视为固定的目标群。孩子从呱呱坠地起便成为不断需要得到满足的消费主体,而父母也乐意满足孩子的各种要求。



不了他们。

多关心,少购物

亲近、关心和时间是世界上任何一家商店都买不到的财富。孩子需要通过父母的亲密接触来认识自己及自己的身体、感觉、内心并逐渐建立起与他人的联系。父母所要做的是关心而不是买东西。

如果我们想让孩子少吃苦头,那么就应该改变一下方法。首先我们不能允许孩子呆坐着(在电视机前)度过他们的孩提时代。他们有手、脚、眼睛、耳朵、皮肤、鼻子,有一肚子的好奇心和充沛的精力。孩子在运动、劳动、试验、用工具干活和感受锐利的器具中学习,在尝试与错误、成功与失败中成熟。

回归简朴

上述问题和返璞归真的孩子所津津乐道的低标准要求正是这本书所探讨的内容。认为父母无力抗拒这个消费社会,只能眼睁睁地看着自己的孩子在充满假设的需求与无奈的漩涡中越陷越深的想法是完全错误的。这就要求大人们要多加控制。还有,千万不可低估您的孩子。他们是生活艺术家,早已作好与大人们同行的准备。

目 录



序 1

1

如何当好家长？

- 受压制的母性 1
- 对我的孩子来说,什么才是最好的? 2
- 立刻开始教育,还是再等上一段时间? 5

2

寄希望于孩子

- 富裕成为生活的一部分 11
- 孩子是一件消费品 14

孩子什么都想要怎么办? 1

YAAH 5/03



孩子象征着地位 19

3 比病毒更可怕：问心有愧

我的孩子会不会吃亏? 23

我孩子学的东西够不够多? 25

我的孩子是否对世界有足够的认识? 29

4 儿童房里的消费大王

感受、选择、比较 33

重新认出带来乐趣 36

受溺爱可仍然贪心 39

什么都想要——然后呢? 42

5 无聊——管教的大敌

缺乏动力和无所事事 46

游戏——但玩什么? 49

- 要求不严,缺少沟通,感情冷漠 51
所有的感官都闲而未用 54

6

行动胜过向往

- 购物——换一种方式 58
操持家务——一个奇迹 64
厨房碗柜的功劳 66

7

在家庭中学习自信

- 给成功地做事留余地 71
父亲的作用 74
母亲的作用 77
解决争吵应取的态度 80

8

与孩子们一起发现世界

- 体验四季 84



kai xi shen me dou xiang yao zen me ban



观察动物 93

故乡和习俗 96

9

我们的孩子是结盟伙伴

回答孩子提出的问题 100

寻找价值 105

一切都要有分寸和目标 108

1 如何当好家长?



现在不少孕妇都在抱怨不得不与妇科的主治医生和实验室分享她们的肚子。一旦怀孕,孕妇马上意识到,怀孕不是一件令人高兴的事而更像是一项科学工作。当然:与伴侣在多次讨论和长时间等待后才决定孕育的爱情结晶必须是最健康的!

因此妈妈们先是乖乖地按妇科医生、助产士所传授的专业知识办,最后则听从于儿科医生。她们下意识地认识到,其他人都比自己懂得多,而自己只不过是一件生物工具。

❖ 受压制的母性

与所有哺乳动物相比,人类的哺乳受到了质疑。



关于哺乳有多种理论,母乳的好处与坏处众说不一。年轻的母亲到底应该相信谁呢?

既然她认为自己懂得最少,于是决定好歹至少相信一个人。通常这个人是儿科的主治医生。除此之外所听到的、所看见的、所读到的当然也不是完全错误的。

在母亲的生活中,很快会出现许许多多的机构来告诉她应该怎么做。什么是正确的、应该做什么,其他人说得越多,自然赋予天下母亲的母性便会遭到越多的扼杀。

然而谁又能阻止母亲去按自然赋予她们的本能做呢?新生儿不能马上适应母体外的新环境,他们啼哭,以寻求肌肤的接触、温暖、轻轻的摇动、紧紧的拥抱和出生前就已习惯了的被拥抱着的感觉。熟知医学知识的儿科医生建议不要去满足婴儿强烈地渴望身体接触的需求,认为这样会惯坏孩子。这种建议又怎能让人认同呢?

对我的孩子来说,什么才是最好的?

母亲本能的、创造性的母性几乎无处施展的情况,恰恰为广告提供了更为广阔的空间。广告终于说到了

妈妈们的心坎上：责任感。爱孩子，就要给他市场上最好的。市场上什么都有，你只需稍作选择。

那应该如何选择呢？广告片上的婴儿和小孩子做着纸尿裤、润肤乳、食品的广告。表演的模式基本上都是这样的：广告商在众多有意的父母那里挑选出最可爱的宝宝，宝宝的小屁股上包着的防水纸尿裤简直就像王冠一般。假设电视能够散发气味的話，这个广告小明星身上必定涂满着最昂贵的香水。

如果商家提供的是最好的商品，就谈不上挑选标准。没有一个纸尿裤生产商会向父母透露，纸尿裤能使宝宝肌肤保持干爽，但阻止了宝宝将小便欲与湿漉漉的不舒适感联系起来，这会阻碍膀胱收缩功能的发挥。

由于不存在完全正确的挑选标准，妈妈们最终把目光投到最可爱的小宝宝所代言的广告品牌上：“这个小宝宝一脸快乐，他用的纸尿裤一定不会损伤我的孩子。”只要广阔的儿童消费品市场存在，这一原则就适用于市场上的所有角落。

跟着大家做，准错不了

养育孩子费钱。父母决定生孩子后，通常必须在其他方面节衣缩食。到外面走走就会发觉，街上的婴



广告商巧妙地利用因母性受到压制而产生的空白，推出极富诱惑力的品牌产品吸引妈妈们为宝宝购买最好的商品。这些产品的缺点和可能对孩子产生的副作用往往在广告中被隐瞒了。



如果幼小的孩子失去与母亲的眼神交流,毫无防备地面对繁杂的社会,他就被花花世界所诱惑。不少广告正是如此吸引住了孩子们的注意力。

儿和小孩子都被打扮得几乎一模一样。孩子长到能够坐起来了,背朝着妈妈坐在童车里,以便能好好地享受这个美好的世界。父母看着孩子的后脑勺,感到无比的幸福。为什么?

大家都这么做,电视里演的也没有什么两样。幼小的孩子最爱看的是妈妈这一事实却被忽略了,妈妈是一切嘈杂声中唯一宁静的港湾。只有从妈妈脸上宝宝才能读懂当前的情形是危急的还是无关紧要的。若是缺少眼神交流,孩子只能独自分辨、判断或是与迷惑作斗争。

孩子如果这么早就独自面对这一切的话,他就不会再害怕电视了。

是有意的还是无意的?

一人一个小瓶子

如果人人手持一个小瓶子,如果广告里说,“这才是正确的”,父母肯定也会给自己的孩子弄上一个。孩子就这么坐着,目不转睛地盯着名牌额头饰带和品牌裤子,没有和妈妈的眼神交流,紧紧地捧住手中的瓶子。他们又能怎样呢?如果他们感到害怕了,马上喝上一口,因为吮吸能够安抚他们。

童车后面的妈妈根本不了解这些。她们只是感到

奇怪,瓶子怎么这么快又空了。底下的纸尿裤好好的,没有湿透,有什么需担心的吗?没有。

❖ 立刻开始教育,还是再等上一段时间?

许多人,特别是父母,认为教育是一件固定的、安排好的、最晚在反叛期前开始的计划,目的是让孩子将来能更好地适应幼儿园、学校和学徒时期的生活。

这其实是误解:教育不是程序性的,教育是父母与儿女之间关系的成果,教育从孩子出生那天就已经开始了。

把孩子当成一棵圣诞树

为了缩小自己的孩子与其他孩子的差距,妈妈们想方设法给孩子买所有的东西。如果钱包鼓鼓的,也可以买更好的东西。孩子成了一棵活圣诞树,身上挂满最流行的装饰物,可以随时展示给大家看。这会让孩子过早地认为自己——确切地说——是挂满东西的、被人称赞的对象。

只有很少父母意识到这已经是一种教育行为,孩子应该和必须像其他孩子一样受教育,和他们共同进步,这是颇为一致的看法。谁若是落伍了,就会被抛到



令人遗憾的是,有些父母没有意识到教育的必要性,也没有分清他们自己的和孩子的愿望。往往孩子只能按照父母的意愿行事。这一做法带来的负面效应迟早会表现出来。



社会的边缘。

还有一点需要补充：只有穷人，才会把脏兮兮的圣诞树给别人看。显然没人想显得自己穷，宁愿自己省吃俭用，也不能让别人私下里议论，以为自己连给孩子最起码的打扮的钱也没有。

以前流行运动帽反戴的时候，这种戴法竟然在婴儿推车里也瞧得见。我不禁要问，究竟有多少孩子是自己把帽檐转过来的。难道不是赶时髦的爸爸妈妈也想让自己的孩子走在时尚的前端吗？

当小圣诞树赌气时

孩子是生活艺术家。他们像所有的孩子一样玩一切可以玩的东西；他们像所有的孩子一样在游戏中学习应变生活。

- ◎ 如果孩子降生在南极，他们便会适应寒冷的气候和恶劣的条件并具备一定的生存能力。
- ◎ 生活在非洲小屋的孩子玩大自然赐予他们的东西。他们在游戏中变得聪明，积累终生受用的经验。
- ◎ 与世界上大多数儿童相比，我们这些漂亮的孩子对玩泥土、调羹和水难以提起兴趣。

这也不足为奇，因为他们要像圣诞树那样绽放光芒。

然而,孩子终究是孩子。总有一天他会发现,他其实可以比他的环境所允许的做得更多、也想做得更多。孩子被禁止做的事愈多,他想摆脱束缚和管教的愿望就愈加强烈。小圣诞树不听话、发脾气,因为他们意识到——尽管他们没有这么说——自己只不过是大人和父母手中的棋子,只是按照他人的愿望行事,而没有被当成一个独立的不可混淆的人来对待。

由于孩子是生活艺术家,他们始终保持沉默,直到忍无可忍为止。一般情况下,在第一次爆发中,他们喊出的是一个直截了当的“不”字。

他们是对的,这些小圣诞树!只是:究竟应该怎么对待他们呢?给他们买东西可是一大乐事啊!

实例:阿德里安

阿德里安的父母盼他已经盼了整整五年。儿童房早已装饰一新,一年比一年漂亮,只是孩子久久没有到来。当他们觉得自己的孩子梦即将破灭时,阿德里安来报到了。他们简直不能相信这是真的。但不久妈妈被宣布为高危产妇,这就要求他们付出更多的时间和心血。在分娩前的三个月,妈妈一直住在医院里。阿德里安生下后显得特别的健康。

◎ 阿德里安的父母为了不出错,好好地上了育儿这一



母亲感情上的缺陷容易把孩子推入消费的深渊。尽管如此,孩子还是有足够的力量去反抗并迫使她作出改变的。



所有孩子都喜欢摆弄简单的东西,像包装纸就很适合他们玩。

课。在爸爸出于工作原因被调派到其他城市之前,阿德里安一直是他们生活的中心。现在整整一星期家里就只剩下妈妈和孩子,他们感到了从未有过的寂寞。

- ◎ 儿科医生建议,经常带孩子出去走走。但是住在市中心,丈夫又在外工作,又能够带孩子去哪里呢?当然是逛商店兜百货公司。
- ◎ 被推着从这个货架走到那个货架,对此阿德里安显然感到非常满足。不久,自豪的妈妈便可以告诉别人,宝宝又认识了这么多商品。当然他也想拥有它们。
- ◎ 很快,阿德里安就能把商店里的东西与电视里看到的对上号。对他来说,在广告片与商店货架之间来回走动是最开心不过的事情。
- ◎ 但是有一天当妈妈又把童车朝百货公司方向推去时,阿德里安突然大喊大叫、赖在地上不肯走了。他不想去,把童车往相反的方向推。

阿德里安:搞破坏活动和发脾气

发生什么事了?这位小小的生活艺术家开始厌倦给他玩的东西,以往的乐趣也不复存在。和他的妈妈不同,他不需要靠购物来打发时间。他精力充沛,完全有能力在购物之余寻找新的乐趣,比如在妈妈无望的