

教育激励的 理论与实践

主编 颜震华 王绍海

G368

吉林大学出版社

教育激励的理论与实践

主 编 颜震华 王绍海
副主编 邢思安 王庆玲

吉 林 大 学

教育科学的探索与实践

主 编 颜真庭 汪绍海

副主编 邢重宝 王庆玲

责任编辑：阮碧纯

封面设计：李 彬

吉林大学出版社出版
(长春市东中华路29号)

吉林大学出版社发行
长春市全安印刷厂印刷

开本：787×1092毫米 1/32

1992年4月第1版

印张：7.375

1992年4月第1次印刷

字数：162千字

印数：1—5050册

ISBN 7-5601-1157-2/D·205

定价：3.30元

前 言

古人云：重赏之下必有勇夫。“赏”，就是一种激励，“勇”，就是激励的结果。可见古人已深知激励的作用了。人类伊始，为了集体的生存，在向自然界作斗争的过程中，需要相互激励。进入阶级社会，统治者为了谋得阶级集团的利益，需要激励部下为其效命。社会需要激励，学校教育也需要激励。古代教育家荀况在《劝学》中说：“骐骥一跃，不能十步，驽马十驾，功在不舍。锲而舍之，朽木不折，锲而不舍，金石可镂。”看来是教人学习方法，实际也是用形象的比喻，激励学生努力学习。《学记》中“强而弗抑”的“强”，就是强调教师要善于勉励、激发学生。到了近代，为了培养人才，学校教育无不重视对学生的激励。设立奖学金就是激励的一种方式。

近几年，我国教育界的同仁，出于教育工作的需要，也在探讨教育激励的问题，其研究成果多见之于报刊。比如教育激励的方法、学校管理与激励等等，至于教育过程中所采取的激励措施，就数不胜数了。但尚未从理论和实践上进行较为系统的研究。因为教育实践始终运用激励来培养学生，虽然有的是自觉的，有的是不自觉的，却都积累了丰富的经验；加之，许多同志对教育激励进行了研究，有必要在这个基础上进行较为系统的探索，哪怕是粗浅的不甚成熟的，以收抛砖引玉之效。所以我们鼓起勇气，在人们的激励实践和理论研究的基础上，选定教育激励这一课题。这是我们研究

它的第一个缘由。

党的十一届三中全会后，确定了党的基本路线是一个中心两个基本点。为实现这一基本路线，把办好教育、发展教育作为重点战略措施之一。如何办好教育、发展教育？人们首先考虑的是增加教育经费。为此，国家采取许多措施来解决经费不足的问题，但由于我国经济的底子薄，一时尚不可能投入更多的经费。在这种情况下，如何办好教育、发展教育？那就需要靠人，靠调动人的积极性。我们常说，有了人就有一切，这个“人”，是指调动起积极性的人来说的。而教育激励的本质，就是调动人的积极性，激励客体自觉地去工作、学习、努力向上。人的积极性调动起来了，即可克服各种困难，培养出好人才，办好教育、发展教育。因此，我们觉得在目前情况下调动人的积极性，是办好教育、发展教育的战略对策之一。即使将来教育经费充足了，也应该把它作为发展教育的战略对策之一，否则，仍然是办不好教育的。这是我们研究它的第二个缘由。

这本书大体上分为两部分。前一部分重点研究教育激励的基本理论，其中包括教育激励的概念，教育激励的功能，教育激励的内容、类型、模式，教育激励与动机、需要，教育激励的社会属性，教育激励的基本原则，教育激励的主体和客体，教育激励的环境，教育激励的效应；后一部分重点研究教育激励的实践操作，其中包括幼儿的激励、小学生的激励、中学生的激励、大学生的激励。特点是，既有较系统的教育激励的理论问题，又有各级教育的各自激励实践特点和方式。

在写这本书的过程中，我们借鉴了有关著作和文章的研究成果，比如心理学、行为科学，以及教育激励的文章；又

深入各级学校进行了大量的调查，其中有吉林大学、吉林工业大学、长春地质学院、吉林农业大学、吉林师范学院、长春冶金地质专科学校、吉林粮油食品专科学校、白城师范专科学校、吉林省实验中学、吉林省第二实验学校、长春市第二中学、树勋小学、长大附属小学、白城市部分中小学等，在此表示谢意。

我们希望能对教育激励的理论和实践进行较为系统的阐述，并能为各级学校提供可资借鉴的激励方式，但是，由于这一课题毕竟是较为新的课题，再加上我们的水平有限，资料缺乏，研究的还很不够，很难实现我们的良好愿望，甚至会出现不妥乃至谬误的地方，为此，我们恳请专家、同行、广大教育工作者批评指正，以便今后我们进一步地研究和修改。

作 者

1991年12月31日

目 录

前 言

第一章 教育激励概述	1
一、什么是激励	1
1. 激励的概念	1
2. 激励的本质	2
3. 激励的特点	4
二、激励理论	5
1. 西方的几种激励理论	5
2. 对西方激励理论的评价与态度	10
3. 我国激励理论的研究	13
三、教育的激励	15
1. 教育激励的特殊性	15
2. 研究教育激励的意义	18
第二章 教育激励的作用	21
一、导向作用	22
1. 方向——共性问题	22
2. 以激励来引导方向	24
二、动力作用	26
1. 每个人都有自己的目标	26
2. 以激励推动学生实现目标	28
三、调控作用	30

1. 学生的习惯因人而异	30
2. 以激励调控人际关系	32
第三章 教育激励的内容、类型、模式	35
一、教育激励的内容	35
1. 物质激励	35
2. 精神激励	36
3. 物质激励与精神激励的关系	37
二、教育激励的类型	38
1. 群体与个体的激励类型	38
2. 理性与感性的激励类型	39
3. 赞扬与抑制的激励类型	40
4. 正面与反面的激励类型	41
5. 有意与无意的激励类型	43
6. 外在与内在的激励类型	44
三、教育激励的几种模式	45
1. 目标激励模式	45
2. 典型激励模式	47
3. 信任激励模式	48
4. 使命激励模式	50
第四章 教育激励的基础——需要、动机	53
一、需要	53
1. 什么是需要	53
2. 需要系统	55
3. 研究需要的意义	61
二、动机	62
1. 何谓动机	62
2. 动机的作用	66

三、教育激励与需要、动机·····	67
1. 需要与动机·····	67
2. 激励与需要·····	68
3. 激励、需要、动机、行为循环圈·····	69
第五章 教育激励的社会属性 ·····	71
一、教育激励的阶级性·····	71
1. 关于教育激励的阶级性·····	71
2. 不同阶级的不同激励·····	74
3. 研究教育激励阶级性的意义·····	76
二、教育激励的时代性·····	77
1. 关于教育激励的时代性·····	77
2. 不同时代的不同激励·····	78
3. 研究教育激励时代性的意义·····	80
三、教育激励的民族性和区域性·····	81
1. 关于教育激励的民族性·····	81
2. 关于教育激励的区域性·····	82
3. 研究教育激励民族性、区域性的意义·····	83
第六章 教育激励的基本原则 ·····	85
一、政治性原则·····	85
1. 何谓政治性原则·····	85
2. 为什么要坚持政治性原则·····	87
二、目的性原则·····	88
1. 激励者与党的教育方针·····	89
2. 激励者与培养目标·····	90
3. 激励者与管理者·····	91
三、针对性原则·····	92
1. 被激励者的现状·····	92

2. 激励的环境.....	93
3. 必须“有的放矢”.....	95
四、整体性原则.....	96
1. 全局性.....	96
2. 层次性.....	97
3. 协调性.....	97
五、排它性原则.....	98
1. 形形色色的激励.....	99
2. 必须排斥反马克思主义的激励.....	99
第七章 教育激励的主体与客体	101
一、教育激励的主体.....	101
1. 教育激励主体概述.....	101
2. 教育激励主体的激励行为.....	102
3. 主体的素质和激励意识.....	105
二、教育激励的客体.....	108
1. 客体的基础.....	109
2. 客体接受激励的心理障碍.....	113
三、主体与客体的关系.....	116
1. 主体与客体的差异.....	116
2. 主体与客体的联系.....	117
第八章 教育激励的环境	119
一、教育激励环境的意义.....	119
1. 何谓环境.....	119
2. “孟母三迁”的启示.....	120
二、教育激励与环境.....	121
1. 激励离不开环境.....	122
2. 环境制约教育激励.....	124

三、教育激励与优化环境	127
1. 环境是可变的	127
2. 必须优化环境	128
3. 如何优化环境	129
第九章 教育激励的效应	135
一、激励的公平	135
1. 何谓公平与不公平	135
2. 公平的效应	137
3. 不公平的效应	139
二、激励的方法	140
1. 为什么好心办坏事	141
2. 方法是“过河的桥”	142
三、激励的强化	145
1. 何谓强化	145
2. 强化的作用	147
3. 制约强化效应的因素	148
四、激励的效应	150
1. 效应的基本特征	150
2. 效应检验的意义	151
3. 效应检验的方式	152
第十章 幼儿的激励	154
一、幼儿的生理、心理特征	154
1. 幼儿生理特征	154
2. 幼儿心理特征	155
二、幼儿教育激励的特点及安排	157
1. 幼儿教育激励的特点	157
2. 幼儿教育激励的安排	158

三、幼儿教育激励的方法	161
1. 针对气质类型进行激励	162
2. 几种具体的幼儿激励方法	163
第十一章 小学生的激励	166
一、小学生的生理、心理特征	166
1. 小学生的生理特征	166
2. 小学生的心理特征	166
二、小学生的需要	169
1. 需要的趋势	169
2. 需要的比较	170
三、小学生激励的特点及渠道	171
1. 小学生激励的内容特点	171
2. 小学生激励的方法特点	173
3. 小学生激励的形式特点	178
4. 小学生激励的途径	179
第十二章 中学生的激励	181
一、中学生的生理、心理特征	181
1. 中学生的生理特征	181
2. 中学生的主要心理特征	182
二、中学生的需要	188
1. 中学生需要的趋势	188
2. 中学生需要的比较	189
三、中学生激励的特点和渠道	191
1. 中学生激励的内容特点	191
2. 中学生激励的方法特点	192
3. 几种主要激励方法	193
4. 中学生激励的途径	196

第十三章 大学生的激励	198
一、大学生的生理、心理特征	198
1. 大学生生理的基本特征	198
2. 大学生心理的一般特征	200
二、大学生的需要	203
1. 大学生的一般需要	204
2. 大学生常见的心理障碍	206
三、大学生激励的主要内容和方法	208
1. 人生观激励	208
2. 学科兴趣激励	211
3. 社会实践激励	214
4. 奖惩激励	217

第一章 教育激励概述

一、什么是激励

1. 激励的概念

有人说：“激励是行为的钥匙，又是行为的键钮，按动什么样的键钮就会产生什么样的行为。”（俞克纯、沈迎选编著《激励·活力·凝聚力》，中国经济出版社，1988年2月，第2页）这形象地说明了激励对行为的重要作用。那么，究竟什么是激励呢？

考察激励这个概念，我们会发现它有两类含义。一类是针对人的，《辞源》释为“激发鼓励”，《辞海》释为“激发使振作”。这种含义，我们并不陌生，两千多年来我国一直在沿用。至今，我们常常会在报刊上看到这样的标题：《激励民族斗志，弘扬爱国传统——纪念鸦片战争150周年》、《井冈山精神激励着我们》、《抗洪救灾事迹激励广大师生》……这说明，激励作为一个普通词语，正活跃于我们民族语言之中。激励的另一类含义是针对物的。随着现代科学技术的发展，“激励”进入了科学领域，含义不断扩展分化，甚至发生质的变化。如在电工学中，激励指对磁场线圈施加电压以产生磁场；在通信工程中是指能对振荡器中的谐振器起控制作用的一个单元；在控制系统中指作用于控制变量的一种信号……在这些学科中，还以之为词根，构成了诸如激励器、激励灯、激励级、激励频率、激励单元、激励电

流、激励电压、激励脉冲等一批专业词汇。其中许多用法不是非专业人员所能理解，如有论文题目就叫《激励学科群相效应》，这对一般人来说是很生僻的。

我们所要讨论的是针对人的激励，是这种激励的一种——行为科学或组织行为学中的激励。行为科学作为一门独立的学科，是本世纪40年代末、50年代初形成的；到60年代，深入到组织行为研究阶段，产生了组织行为学（亦称管理心理学）。这门新兴的学科，是研究一定组织中人的心理和行为规律性的科学，是一门多学科、多层次相交叉的学科，而激励则是它的核心内容。

尽管我国使用激励这个概念已经有两千多年的历史，但作为行为科学和组织行为学所使用的激励这个概念，却是翻译过来的，有其固定的科学含义。激励，英文写作 motivation，直译为“动机的形成，促动因素”（见《袖珍英汉新词典》第409页，商务印书馆，1982年）；作为组织行为学的术语 Motivation，我们把它译为“激励”，“指的是激发人的动机，诱导人的行为，使其发挥内在潜力，为实现所追求目标而努力的过程。这也就是人们通常所说的调动和发挥人的积极性的过程。”（孙彤主编《组织行为学教程》第221页，高等教育出版社，1990年2月）我们研究激励问题，实质上就是探索人的行为动力，探讨如何有效地调动人的积极性的问题。

2. 激励的本质

由于组织行为学的历史很短，尚不成熟，激励又是一个非常复杂的过程，所以人们对激励的认识并不完全一致。人们在不同理论指导下，根据不同目的、不同要求，从不同角

度、不同侧面对它进行抽象概括，可谓“百花齐放”。有些提法相去很远。如有人认为它是“动机”——“心理活动过程”，有人却认为它是“诱因”——“外在事物”。那么，到底如何认识激励的本质属性呢？

F·恩格斯指出：“就个别人说，他的行动的一切动力，都一定要通过他的头脑，一定要转变为他的愿望的动机，才能使他行动起来。”（转引自《中国大百科全书》教育卷第446页，中国大百科全书出版社，1985年10月）我们认为，激励所涉及的是刺激、需要、动机、行为之间的关系。激励的本质不是别的，而是激发人的行为动机的过程。所谓动机，是引起、维持、指引某种行为朝向一定目标的心理过程，是直接推动一个人进行活动的内部动因或动力。它是由人所体验到的某种未被满足的需要（生理的，心理的，或物质的，精神的）引起的。而需要是人在生活中感到某种欠缺而力求获得满足的一种内心状态，它是由机体自身或外部条件刺激的结果。如果说需要是人的行为的基本动力和源泉，那么动机就是它的动态表现。正是因为动机与行为、与需要有这样密切关系，所以人们常常把动机称为行为动机或需要的动机。在现实生活中，人的需要是多种多样的，其中最重要、最强烈的需要叫作优势需要；反映到动机上，就往往同时存在多个动机，这些动机的强弱又会随时发生变化，形成复杂的动态动机结构。人的行为，就是由人的动机结构中最重要、最强烈的动机所支配、所决定的。这种最重要、最强烈的动机叫作优势动机，它是优势需要的动态表现；人的一切行为都是由当时的优势动机引起、维持、并引导朝着满足优势需要的目标而努力的。努力的结果，又作为新的刺激反馈回来调整人的需要结构，形成新的优势需要、优势动

机，指导人的下一个新的行为，如此循环往复。这就是激励的过程，又称动机——行为过程，亦即激发人的动机的过程。

3. 激励的特点

激励的上述本质，使它具有如下特点：

第一，激励是和被激励的对象——激励的人联系在一起的，没有被激励的对象，就无所谓激励。激励就是激发被激励者从事某种活动的内在要求或动机，调动他的积极性。

第二，产生动机的原因是需要。人的需要有物质性的、精神性的，或生理性的、心理性的，自然性的、社会性的。社会性需要是人的动机的本质，受制于人生活的社会历史条件。人作为社会的人，无论何种需要，都是在实践基础上人脑对客观现实的反映。

第三，需要的产生、强化以至向动机的转化来自于刺激。有人把激励看成是“引起行为的一种刺激，又是进行行为的一种重要手段”（见《新科学知识手册》第17页）就与这一特点有关。来自自身的刺激，称之为内在刺激；来自于外界的刺激，称之为外在刺激，也叫诱因，它只有通过激励对象的内因才能起作用。

第四，人被激励的动机的强弱，积极性的大小，是人的—种内在的变量，是随着主观和客观条件的变化而变化的。对它们，人们看不到、听不见、摸不着，但它们并非藏而不露。它们能够引起、支配行为，所以人们能从由其推动而表现出来的行为及其结果来判断它，用推理的办法来认识它，以求知人、知面、知心。