

情感驱力：兵员征集的心理动员机制初探

牛丽丽¹ 刘刚²

1. 北京化工大学心理健康教育与咨询中心，北京；

2. 北京化工大学军事教研室，北京

摘要 | 情感驱力是兵员征集的重要心理动因。通过激发动机、引导认知、社会动员、心理支持等途径，增强被征集人的爱国情怀、荣誉感和责任感，能有效激发适龄青年参军报国的内在动机，推动其实现从被动响应到主动参与的认知与行为转变。本文基于行为经济学、道德心理学、情绪心理学的交叉视角，提出构建以情感内驱为核心的心理动员机制，为提升兵员征集质量提供理论支持与实践路径。

关键词 | 情感驱力；兵员征集；心理动员

Copyright © 2025 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



兵员征集动员是实现国防现代化与强军目标的基础性工程。传统研究多聚焦于制度设计和物质激励等宏观层面，却忽视了青年个体决策的心理黑箱——在“理性人”假设与“家国叙事”之间，存在亟待解析的情感动力中介机制。文章基于行为经济学、道德心理学、情绪心理学等交叉视角，揭示征兵动员中情感驱动的双重逻辑：一方面，突破完全理性假设，正视情绪启发式（Affect Heuristic）对高风险决策的重要影响；另一方面，解构理想信念的生成密码，阐明集体荣誉感、身份认同等情感要素对意识形态教育的增效机制。构建以情感内驱为核心的心理动员机制探索，既回应了新时代强军目标对“征优质兵、征思想兵”的战略需求，也为优化动员效能提供新的理论工具。

1 从“制度推力”到“情感驱力”的范式转换

1.1 制度推力范式的刚性传导机制

既有研究一般将征兵动员视为国家意志的刚性传导，强调政策法规和福利待遇等外在变量（Warner & Asch, 2001）的影响，其运作呈现三重刚性特征。

（1）义务优先的强制逻辑

以法律威慑为保障的义务兵役制（如韩国《兵役法》第41条“拒服兵役者处1~3年徒刑”）构成制度核心，通过惩罚性后果倒逼行为服从（Warner & Asch, 2001）。这种“命令—服从”模型在冷战时期成效显著，但面临Z世代权利意识觉醒的合法性挑战——2018年

基金项目：2024年北京高校国防动员和后备力量建设研究课题重点项目“智能化战争形态下北京高校毕业生作为国防后备力量响应动员的现状分析和对策研究”（项目号：GFDY202405）。

通讯作者：刘刚，副研究员，北京化工大学军事教研室主任，研究方向：国防教育、国防动员。

文章引用：牛丽丽，刘刚. (2025). 情感驱力：兵员征集的心理动员机制初探. *中国心理学前沿*, 7(5), 637–641.

<https://doi.org/10.35534/pc.0705101>

韩国宪法法院判决“因宗教信仰拒服兵役无罪”，即暴露刚性传导的现代困境^①。

(2) 物质激励的量化依赖

学者 (Warner & Asch, 2001) 提出的“征兵经济学模型”，将青年决策简化为教育津贴、退伍安置等变量的成本收益计算。该范式催生出美军“大学基金计划” (GI Bill) 等经典工具，然而当物质激励突破“生存需求”阈值后，其边际效用递减，折射出经济人假设的局限性。

(3) 集体主义的代际差异

“为国奉献”“强军梦”等宏大叙事被直接作用为动员话语，忽视了个体对集体概念的情感解码差异。刚性传导模式在稳定性时期具有效率优势，但难以应对风险社会的诸多挑战：青年价值多元化、物质激励对Z世代青年的边际效用递减、信息安全弱化制度权威等。这些问题促使我们重新审视传统动员范式的作用机理，如何才能建构适配新时代特征的征兵心理动力模型？

1.2 情感驱力：重新定义动员的心理引擎

情感驱力 (Emotional Drive) 源于心理学动机理论，指情感体验通过满足个体的自主性、胜任感与归属感需求，形成持续的行为驱动力 (Deci & Ryan, 2000)。相较于制度推力而言，情感驱力更强调情感对行为的深层驱动机制，例如，在征兵动员中，爱国情怀、荣誉感等情感通过满足青年对意义感 (Purpose) 与社会认同 (Social Identity) 的需求，激发其参军行为的内在动机 (Tajfel & Turner, 1979)。情感驱动力与制度推力的本质区别如表1所示。

表 1 不同范式在兵员征集动员中的差异

Table 1 Differences in military recruitment mobilization among different paradigms

	制度推力范式	情感驱力范式
动力源差异	外在规范压力 (external regulation)	内在情绪价值 (integrated regulation)
作用路径	行为抑制 (avoidance)	意义追寻 (approach)
可持续性	依赖持续外部刺激	自我强化循环

本文主张：征兵动员本质上是一场情感认同的争夺战。青年是否将军旅生涯纳入人生选项，取决于其能否在情感层面完成三重建构。

(1) 情绪期待：军事职业的情感符号激活

借助符号互动论 (Blumer, 1969)，将军旅生活转化为可感知的情感符号：如战术游戏、军事主题乐园等体验设计，将“英雄主义”抽象价值锚定在肾上腺素飙升的身体记忆中；新兵招募社群中刻意植入“战友情”叙事，激活边缘系统对亲密关系的生物本能需求 (Depue & Morrone-Strupinsky, 2005)。

(2) 恐惧转化：安全焦虑的认知重评

根据情感管理理论 (Gross, 2015)，个体对战争伤亡的本能恐惧可通过再框架转化为驱动力。具体策略包括责任承担，例如以色列国防军宣传策略中“危险确实存在，但你的加入能阻止战争爆发”口号的应用；以及意义升华，将个体安全需求升华为“守护者”身份认同 (如俄军“我们保卫母亲”广告中的母子意象) 等。

(3) 道德赋义：荣誉系统的神经铭刻

神经伦理学研究发现，当个体获得社会赞许时，其腹侧纹状体 (Ventral Striatum) 的多巴胺释放强度与生理奖励相当 (Izuma et al., 2008)。有鉴于此，军队可以通过设计有梯度的荣誉体系实现道德内化。

2 情感驱动与兵役征集动员的逻辑关系

行为经济学研究揭示，当个体面临参军这类高风险、长回报周期决策时，精密计算模型往往失效，情感启发式 (Affect Heuristic) 成为主导选择的核心机制 (Kahneman, 2011)，通过有限理性中的情感决策优势，可有效破解高风险决策悖论。与此同时，道德基础理论 (Haidt, 2012) 揭示了人类道德判断的深层规律——情感直觉先于理性论证，这为强化我军政治优势提供了新视角，可有效促进理想信念的情感内核从政治动员向个人情感驱动转换。具体而言，情感驱力与兵役征集动员之间在以下多个层面存在紧密的逻辑关系。

(1) 动机激发：从成本规避到意义追寻

传统征兵模型强调规避惩罚 (如韩国拒服兵役入刑)，但Z世代青年更易被框架效应 (Framing Effect) 激发内在动机。神经经济学实验证实，当呈现“保卫家园”画面时，被试者的伏隔核激活强度与物质奖励相当，这揭示了情感驱动可转化为神经层面的决策偏好 (Knutson et al., 2007)。研究表明，“优秀士兵”等称号的授予能够激活腹侧纹状体多巴胺释放 (Izuma et al., 2008)，这种神经奖励机制可以促使青年从“被评价者”转变为“系统维护者”。由此可见，情感驱力可以成为青年参军动机的核心驱动力。在征兵动员过程中，可以有针对性地加强青年参军意义感、荣誉感和军人身份认同，通过内在动机激发，使青年从被动接受征兵信息转变为主动寻求参军机会，有效提升兵员征集动员的效率和质量。

(2) 认知引导：情绪记忆覆盖理性疑虑

通过军营开放日、战术游戏体验等沉浸式仪式，军队可制造即时情感冲击以重塑认知。阅兵仪式中，踢正步的肌肉记忆与呼号声的听觉刺激形成互动仪式链

① 韩国最高法院裁定：因宗教信仰拒服兵役无罪https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_2590818。

(Collins, 2004), 催产素分泌或许能使“听党指挥”从政治要求转化为生理条件反射。学者(Loewenstein, 2005)的研究指出, 近距离接触装甲车轰鸣声、战友协作通关的愉悦感, 能有效对冲青年对远期艰苦训练的过度想象。实际应用中, 可以考虑通过情景模拟、VR体验等新技术, 通过自下而上的具身认知增强情绪驱动的增幅效应。借由具身认知的转变, 有助于消除青年对军营生活的误解和恐惧, 增强他们对兵役征集动员工作的认同感和接受度, 推动兵员征集动员工作顺利开展。

(3) 社会动员：群体情绪极化效应

当某地区参军率达到Granovetter阈值(15%~20%), 个体会因同伴压力产生“情感从众”。此外, 在东亚文化中, “拒服兵役”有时被视为家族耻辱。通过在全社会厚植“参军报国, 无上光荣”的群体规范并有效地将这种文化渗透到青年人当中, 这样强大的社会动员效应不仅能够提高青年的参军意愿, 还能够带动家庭和社会对兵役征集动员工作的支持, 形成全社会共同参与的的良好氛围, 为兵员征集动员工作提供强大的社会支持。

(4) 心理支持：重构压力事件的安全基模

参军是重大人生抉择, 青年决定参军时往往面临各种心理压力和不确定性。美国陆军实行“综合健康与韧性训练”(comprehensive soldier and family fitness, CSF2), 在征兵动员阶段嵌入心理支持模块, 可有效促进焦虑水平下降41%, 决策犹豫时间缩短29%, 基础训练(役前训练及新兵训练)淘汰率降低18%(Adler et al., 2021)。通过心理支持和情绪疏导, 可以帮助青年缓解紧张焦虑情绪, 增强心理适应能力, 使其更自信地投身军营。这种心理支持不仅有助于青年顺利通过征兵过程, 还能为其在军营中的成长和发展奠定良好心理基础。例如, 青年在征兵体检和役前训练中遇到困难时, 通过心理支持和情绪疏导, 可增强心理韧性, 帮助其克服困难, 顺利投身军营。

3 情感驱动力在兵员征集动员中的具体应用

基于情感驱动力理论, 可从四个维度构建“情—理—法”融合的动员生态系统。

3.1 激发家国情怀：从符号记忆到具身实践

(1) 教育场域的情感播种

在全社会, 尤其是在学校中开展形式多样的国防教育活动, 如组织国防军事讲座、观看军事纪录片、举办国防知识竞赛等, 帮助青年深入了解国家国防形势与军队使命, 激发爱国情怀。部分学校定期邀请退役军人或现役军人到校讲述军旅故事, 通过鲜活案例, 让青年学生身临其境地感受到军人的荣耀和责任, 进而增强他们参军报国的意愿。在教育过程融入国防情感课程, 运用具身认知原理设计教学, 能够有效增强青少年的情感

共振。

(2) 节日仪式的情绪激发

在国庆节、建军节等重大节日, 以及国家面临安全挑战时, 通过媒体宣传与社会活动强调军人保卫国家的作用, 激发青年的爱国情绪。在国庆阅兵期间, 通过电视直播和网络报道, 全方位展示军队的强大实力和军人的威武形象, 让青年直观地感受到国家的强盛和军人的荣耀, 进而激发他们参军的热情, 使他们渴望成为守护国家安宁的坚强力量。

(3) 文化基因的现代转译

组织青年参观爱国主义教育基地、革命纪念馆等, 让他们亲身感受历史的厚重与国家的发展变迁, 从而增强爱国情怀。在动员过程中, 可以借助传统文化力量, 如宗族动员等。还可以开展主题演讲、征文比赛等活动, 引导青年深入思考爱国的内涵与意义, 进一步激发他们的爱国热情, 使其将爱国情怀转化为参军报国的实际行动。

3.2 强化荣誉感：从神经机制到社会网络

(1) 神经奖励系统的军事化应用

健全军人荣誉体系, 通过颁发勋章、奖章、荣誉证书等方式, 对表现优秀的军人进行表彰和奖励, 增强他们的荣誉感, 形成荣誉勋章的多巴胺编码效应。当前, 军队中已经设立各类荣誉, 对在训练、作战、抢险救灾等任务中表现突出的士兵进行隆重表彰, 让他们感受到自己的付出得到了认可和尊重, 从而激励他们继续保持优良表现, 同时也为其他青年树立了榜样, 引导他们向往荣誉、追求卓越, 积极投身军营。军队表彰的同时, 还要把对他们的表彰带到他们入伍前所在的学校、社区和农村去, 让他们的家人、老师、同学、朋友都感到骄傲。

(2) 荣誉共同体的圈层渗透

在全社会, 营造尊崇军人的氛围, 如设置军人优先窗口、悬挂光荣牌、开展“最美退役军人”评选等。这些举措不仅让军人感受到社会的尊重和关爱, 还能激励更多青年向往军旅生活, 追求属于自己的荣誉。从社会心理学角度看, 这种尊崇氛围的营造改变了社会对军人的认知与评价, 提升了军人的社会地位与形象, 使青年在社会环境中感受到军人荣誉的价值与意义, 进而激发他们的参军热情, 增强其对军人身份的认同与向往。

(3) 榜样传播的具象化革新

广泛宣传军人的先进典型, 如“时代楷模”“感动中国人物”等, 让青年了解军人的高尚品质和奉献精神。同时, 组织先进典型与青年进行面对面交流, 分享他们的成长经历和军旅感悟, 通过这些典型的榜样作用和亲身经历的讲述, 激发青年的荣誉感, 让他们以军人为榜样, 积极投身军营, 为国家 and 人民贡献自己的力量。从学理层面分析, 典型宣传与交流运用了社会学习理论, 通过展示先进典型的优秀事迹与高尚品质, 为青

年提供了学习的榜样与参照，引导他们在模仿与学习中树立正确的价值观与荣誉观，从而增强其参军的内在动力与行为自觉。

3.3 增强责任感：从法规认知到神经铭刻

(1) 法律话语的情感转译

通过征兵宣传动员，向青年明确参军是每个公民的神圣职责，强调保卫祖国、抵抗侵略的重要性。例如，兵役法和国防法明确规定，保卫祖国、抵抗侵略是中华人民共和国每一个公民的神圣职责，依法服兵役是公民的光荣义务。通过这些法律法规的宣传，让青年认识到参军不仅是个人的选择，更是对国家和人民的责任，从而增强他们的责任感与使命感，自觉履行参军义务。

(2) 责任传导的神经机制

通过媒体和网络平台，展示军队在维护国家安全、应对突发事件、参与国际维和等方面的重要任务，让青年了解军人的职责和使命。尤其是展示我人民军队在边境巡逻、反恐维稳、抢险救灾、国际维和等任务中的表现，让青年感受到军人责任的重大与艰巨，从而增强他们的责任感，激发他们参军的意愿。从传播学角度看，这种展示方式利用了媒体的传播优势，将军队任务与军人责任直观地呈现给青年，使其在信息接收过程中形成对军人责任的深刻认知，进而产生情感共鸣与行为认同，增强其参军的责任感与紧迫感。

(3) 家庭—军队责任共同体构建

家庭和社会的支持对青年参军的责任感有着至关重要的影响。一方面，通过宣传军人家庭的荣誉和贡献，鼓励家长支持子女参军，让青年感受到家庭的期望与支持，增强他们的责任感。另一方面，社会可以通过各种方式，如提供就业优惠、教育支持、创业扶持等，为军人家庭提供全方位的保障，让青年感受到参军不仅是为了国家，也是为了家庭和荣誉和利益，从而增强其参军的责任感与自信心，使其更加坚定地投身军营，履行自身责任。从社会支持理论来看，家庭与社会的支持为青年参军提供了强大的情感后盾与实际保障，缓解了青年的后顾之忧，增强了其参军的责任感与自信心，使其在良好的社会环境中积极投身军营，为国防事业贡献力量。

3.4 营造积极氛围：从信息传播到环境沉浸

(1) 全媒体传播矩阵

利用网络、媒体、学校、社区等多种渠道，广泛宣传征兵政策、军队生活和军人荣誉。例如，通过全国征兵网、微博、微信、小红书、抖音等平台，及时发布征兵动态信息，推送入伍优惠政策、参军流程、注意事项等，增加与应征对象的互动，提高应征对象的参与度。同时，还可以制作精美的征兵宣传海报、短视频、微电影等，在各大媒体平台广泛传播，吸引更多青年关注征兵工作。从传播学与社会动员理论来看，这种多渠道宣

传方式构建了一个全方位、多层次的信息传播网络，使征兵信息能够快速、准确地传递给广大青年，提高了征兵工作的透明度与知晓度，同时也增强了青年对征兵工作的参与感与认同感，为营造积极的征兵氛围奠定了基础。

(2) 浸润式动员体系

在乡村、学校、企业的宣传阵地及显著位置张贴征兵海报，增强国防意识，宣传征兵政策。同时，还可以与交通运输企业、出租车企业协商，让征兵宣传教育片和宣传标语“搭乘”公交车、出租车及网约车，穿行城市街道，走进乡村社区，扩大征兵宣传的覆盖面。此外，还可以在城市广场、公园等公共场所设置征兵宣传展板、雕塑等，营造浓厚的征兵文化氛围。从社会学视角看，这种文化宣传方式将征兵信息融入社会文化环境中，通过视觉符号与语言文字的传播，潜移默化地影响青年的价值观与行为取向，使征兵文化在社会中广泛传播与渗透，激发青年的参军热情与积极性，让参军报国成为一种社会风尚。

(3) 专业化缓冲机制

通过心理健康支持体系，为应征青年提供服务，帮助他们缓解参军前的紧张和焦虑情绪。例如，设立心理热线，配备专业的心理咨询师，为应征青年提供一对一的心理辅导；在征兵体检、役前训练等环节，安排心理专家进行现场指导和心理疏导，帮助青年了解军营生活，增强他们的心理适应能力，让他们更加自信地投身军营。同时，还可以组织应征青年参加心理讲座、团队拓展活动等，增进他们之间的交流与合作，缓解心理压力，增强团队凝聚力。从心理学与教育学角度看，这种心理支持关注青年个体心理需求的关注与关怀，通过专业的心理辅导与干预，帮助青年克服心理障碍，增强心理韧性，使其在良好的心理状态下投身军营，为兵员征集动员工作的顺利开展提供了有力的心理保障，同时也体现了兵员征集动员工作的人文关怀与科学性，进一步提升了征兵工作的学理性与实效性。

参考文献

- [1] Adler, A. B., et al. (2021). Enhancing resilience in military recruits: A randomized controlled trial of the CSF2 pre-enlistment module. *Journal of Traumatic Stress*, 34(5), 927–939.
- [2] Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.
- [3] Collins, R. (2004). *Interaction Ritual Chains*. Princeton University Press.
- [4] Haidt, J. (2012). *The Righteous Mind: Why Good People Are Divided by Politics and Religion*. Vintage.
- [5] Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-*

- Determination of Behavior. Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- [6] Depue, R. A., & Morrone-Strupinsky, J. V. (2005). A neurobehavioral model of affiliative bonding: Implications for conceptualizing a human trait of affiliation. *Behavioral and Brain Sciences*, 28(3), 313–350.
- [7] Gross, J. J. (2015). *Emotion Regulation: Current Status and Future Prospects*. *Psychological Inquiry*.
- [8] Izuma, K., Saito, D. N., & Sadato, N. (2008). Processing of Social and Monetary Rewards in the Human Striatum. *Neuron*, 58(2), 284–294.
- [9] Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- [10] Knutson, B. et al. (2007). *Neural Predictors of Purchases*. *Neuron*.
- [11] Loewenstein, G. (2005). Hot–cold empathy gaps and medical decision making. *Health Psychology*, 24(4S), S49–S56.
- [12] Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. *The Social Psychology of Intergroup Relations*, 33(47), 74.
- [13] Warner, J. T., & Asch, B. J. (2001). The record and prospects of the all–volunteer military in the United States. *Journal of Economic Perspectives*, 15(2), 169–192.

Emotional Drive: A Preliminary Study on the Psychological Mobilization Mechanism of Military Recruitment

Niu Lili¹ Liu Gang²

1. Mental Health Education and Counseling Center, Beijing University of Chemical Technology, Beijing;

2. Military Teaching and Research Section, Beijing University of Chemical Technology, Beijing

Abstract: Emotional drive is a crucial psychological motivator for military recruitment. By stimulating motivation, guiding cognition, implementing social mobilization, and providing psychological support, it enhances the patriotic feelings, sense of honor, and responsibility of potential recruits. This can effectively ignite the internal motivation of eligible young people to join the military and serve the country, promoting a cognitive and behavioral transformation from passive response to active participation. Based on an interdisciplinary perspective of behavioral economics, moral psychology, and emotional psychology, this paper proposes constructing a psychological mobilization mechanism centered on emotional internal drive, aiming to provide theoretical support and practical paths for improving the quality of military recruitment.

Key words: Emotional drive; Military recruitment; Psychological mobilization