



政治动员中的国家话语与青年选择

——基于中国高校征兵动员 20 年变迁的分析

□ 李正新

摘要：新世纪以来，国家针对青年大学生开展的高校征兵，动员了数百万青年大学生参军入伍。本文基于对高校征兵政治动员20年变迁的分析和对青年大学生个体层面的访谈发现，征兵动员中的国家话语框架，有效建构了青年大学生的主体性和身份认同，激发了青年大学生的政治效能感；动员政策的调整实现了话语框架与青年大学生成长成才需求的结合，助力了青年大学生的发展；文化和情感的宣传话语契合了青年大学生的生命历程，唤起了青年大学生的文化认同和情感共鸣。国家的话语框架与青年人的认知理解形成框架共鸣，实现了大学生参军从“要我去”到“我要去”的主体转变。高校征兵的政治动员为新时代提升青年群体的政治动员实效提供了有效的借鉴。

关键词：政治动员；框架整合；高校征兵；青年选择

DOI:10.19633/j.cnki.11-2579/d.2022.0113

一、问题提出

任何现代国家政权都需要招募一定数量的士兵来组成武装集团，保卫其主权和领土安全。每个国家选择什么样的兵役制度，与这个国家的人口、历史、经济、政治等各种复杂的因素相关。当前世界上主权国家的兵役制度，大体分为全志愿兵役制、全义务兵役制，以及义务兵与志愿兵相结合的兵役制度。全志愿

兵役制是公民凭自愿应招到军队服兵役，并与军方签订服役合同，遵循军事劳动力市场机制来招募青年加入军队^[1]；而全义务兵役制，是国家通过法律强制公民在一定的年龄阶段内必须服一定期限的兵役^[2]。采用义务兵与志愿兵相结合的兵役制度，国家则不得不面对一个问题，即国防作为奥尔森（Olson）集体行动理论中公共产品最典型的代表，便需要克服“搭便车”效应的发生^[3]，为此，通过国家自上而下的政治动员进行兵员征集，便成为很多混合兵役制国家的选择。

新中国成立之后的20多年里,由于全义务兵役制的实行和我国庞大的人口基数,兵役人口十分充足^[4],加之军队在国家制度中的特殊地位,参军成了计划经济时代青年人实现社会流动的重要渠道^[5]。1978年3月,第五届全国人大常委会讨论批准了《关于兵役制问题的决定》,开始进入义务兵与志愿兵相结合的兵役制度阶段,并最终在1984年修改的《中华人民共和国兵役法》(下文简称《兵役法》)中确定下来。进入20世纪90年代后,伴随着市场经济的发展、高等教育毛入学率的稳步提升,各省市普遍面临“征兵难、征兵冷”的问题^[6]。

为了扭转适龄兵役人口下降的趋势,同时应对世界新军事变革的挑战,国家在2001年修改《征兵工作条例》,将长期以来作为国家法定缓征人群的高校青年大学生,纳入征兵的范围,由此开启了高校征兵动员的历程^[7]。根据国防部和教育部发布的数据,从2001年首次征集2000余名在校大学生入伍,至2009年13万大学生步入军营,大学生入伍人数逐年增长^[8]。2009年到2019年的十年间,全国累计征集150余万大学生参军入伍^[9]。2020年,全国高校大学生参军报名人数突破120万^[10]。2021年,全国实行“一年两次征兵两次退役”,全国多地入伍新兵中大学生的比例超过80%,在许多高校集中的地区超过了90%。随着高校征兵工作的推进,全日制普通高校在校和应届毕业生成为征兵动员的主体,大学生成为新时期国家义务兵主力兵源^[11]。

国家对青年大学生征兵的政治动员何以取得如此巨大的成功,面对国家的政治动员,青年大学生是如何认识和理解参军这一行动选择的。本文基于对新世纪以来高校征兵制度政策和话语框架变迁的分析,结合对60名不同年份入伍大学生的访谈,通过“自上而下”和“自下而上”两种视角,来探究从国家政治动员的话语框架到青年大学生个体行动选择之间的互动机制。

二、文献回顾

政治动员是指政党、政治集团等组织利用拥有的政治资源,尤其是人力资源来为政治权威服务的过程,通常由政治动员主体通过宣传教育、利益刺激以及强制组织等方式向社会成员发起政治参与活动,以此获得社会成员的支持来实现其政治目标^[12]。政治动员作为中国共产党的政治优势,是中国共产党长期

以来重要的工作方式之一,在中国革命、建设和改革的过程中,对激发民众的参与热情、凝聚民众的政治力量、鼓舞民众的工作斗志发挥了重要的作用。

1. 政治动员的四种研究路径

政治动员关注的核心议题是力量是为何以及如何被动员起来与其他主体发生作用的。国内外学者在政治动员的开展模式上,基于不同的视角和关注点,分别形成了思想教育、组织体系、利益激励、权力技术四种研究路径。

第一种研究路径是“思想教育”模式。这种研究模式认为思想是行动的先导,只有改变动员对象的思想认识才能改变其行动选择,因而思想动员在政治动员中发挥核心作用。从思想动员路径来研究政治动员的学者,主要关注政治动员中如何提出动员的思想、开展政治宣传、建立群体共识,提高民众的认知,调动民众的参与情绪,从而形成集体行动^[13]。

第二种研究路径是“组织体系”模式。这种研究模式强调“组织的力量”,认为组织体系、组织网络、制度设计在政治动员中发挥着重要的作用^[14]。在遵循这一路径的研究者看来,现代政治动员最显著的特征是组织化的调控,政治动员主要依托庞大的组织体系及其严密的等级制度^[15],政治动员的成功很大程度上依赖于动员组织的广泛性、高效性和强凝聚力^[16]。

第三种研究路径是“利益激励”模式。这种研究模式强调激励是任何动员都需要面对和解决的问题,而利益分配对动员对象行为的影响则是广泛而持久的^[17]。从利益激励入手的研究者,多从微观层面上分析政治动员行动对于参与者成本收益的影响,关注激励措施的发挥效果^[18]。研究者的理论假设是物质利益关系的引入能够产生新的权利义务,巩固集体行动的团结^[19]。

第四种研究路径是“权力技术”模式。这种研究模式主要以福柯的权力理论为基础,强调在微观的互动机制中探讨政治动员的权力技术。遵循这一路径的研究者认为动员主体的动员技术和动员策略的运作是实现权力支配的关键,权力技术的使用形塑了动员主体和动员对象之间的关系^[20]。

总结以上四种模式就能发现,已有研究路径大都聚焦于国家如何“自上而下”开展政治动员。然而,面对国家的政治动员,不同的动员对象对国家政治动员的理解深浅不一,解读也各不相同,在政治动员的视角下来考察个体的认知、理解和行动选择,深挖个体如何理解和回应国家政治动员的号召,探究“国家—个体”的互动机制对于进一步推进政治动员的研

究有极为重要的意义。

2. 迈向框架分析的意义互动

动员政治领域关于“框架建构”(framing)的理论为连接动员主体与动员对象之间的互动分析架起了一座中间桥梁。框架(frame)的概念来自社会学家欧文·戈夫曼(Erving Goffman)的《框架分析》(Frame Analysis)一书,戈夫曼将个体用以定位、认知、发现、了解和区分辨认他们生活空间和世界所发生的事情信息或事件的“诠释图式”(schemata of interpretation)命名为“框架”,并从互动层面强调了框架在帮助人们分类、组织和解释外界信息的功能^[21]。框架建构的分析强调通过在情境和互动中,赋予事件和事情以意义,用概念和框架去塑造和建构人们对社会现实的认知和解读,从而发挥将体验组织化并引领行动的功能。

政治动员面临的实质性挑战,是如何将动员的价值和目标引入到动员对象的认知与观念之中,并对政治动员所期待的行动选择进行意义建构,获取动员对象对动员目标的主观认同和行动参与,这便是框架建构理论中对于话语框架与意义生产的考察。20世纪80年代以来,以戴维·斯诺(David A. Snow)和罗伯特·本福特(Robert D. Benford)为代表的一批学者着重探讨动员组织是如何通过社会互动和意义的生产,从而获取行动者对其目标的主观认同和行动参与^[22]。在斯诺看来,框架对于人们的认知和行动起着聚焦、连接和转变三大功能^[23]。而本福特则强调框架建构的过程是社会行动者积极建构的、动态的过程,它不仅可能不同于已存在的解释框架,还可能挑战既存的解释图式,且框架的建构同样受其所嵌入的社会文化情境因素的限制^[24]。

为了实现微观与中观的连接,斯诺等人还提出了框架整合(frame alignment)的概念,即通过各种框架的策略性互动和交流过程的微观动员,把潜在参与者的兴趣、价值及信念和动员组织的活动、目标和意识形态连接起来。斯诺将这一框架整合过程进一步划分为框架搭桥(frame bridge)、框架扩大(frame amplification)、框架延伸(frame extension)、框架转换(frame transformation)四种类型^[25]。框架搭桥强调在建构一个政治动员议题时,将其他在意识形态和价值认同上相近的诸多观念与议题实现联结。框架扩大则强调将原有的框架推广至更宏大或更高层次的价值或信念。框架延伸强调动员者把其组织的意识形态、话语或目标扩展出原有范围,与更多动员对象的

利益和认知实现接合,以动员不同的组织和个人来支持或加入运动。而框架转换则强调当原有的框架无法动员起参与者或动员效力下降时,动员者修正甚至抛弃原有话语,用新的目标或框架来取代原有框架。为了辨识框架的动员效能,框架分析学者将动员对象对框架的认同称为框架共鸣(frame resonance)^[26],而框架与动员对象的联结点 and 共鸣点越多,动员对象就越能认同其诉求,采取参与行动^[27]。

尽管框架分析在不同的研究领域获得了广泛的应用,但目前有关框架的经验研究仍主要聚焦于一些关于认知塑造过程的描述性研究,由于缺乏对动员对象解读过程的关注,框架变成了组织者与动员精英通过各种策略性技巧完成的建构活动,忽视了观念系统在现实生活中的展开和解读过程,从而使得动员对象和潜在参与者变成了一个被动接受的主体和简单的政治符号。此外,动员框架如何在人们心目中生成所需要的意义从而发挥作用的机制也较少被论及。本文通过研究中国高校征兵动员的变迁过程来探索这些问题,对于高校征兵的政治动员来说,它所蕴含的理论问题包括:国家是如何运用不同的话语和资源建构起青年大学生对参军的认识和理解?征兵动员框架建构的过程是如何进行的?它又如何影响青年大学生的参与选择?

三、国家话语：征兵动员变迁中的框架整合

从2001年到2022年,高校征兵已历时20余年,数百万青年大学生奔赴全国各地的军营。可以说,高校征兵动员从规模之大、时间之长、范围之广等方面来看,是其他针对青年群体的政治动员难以比拟的,也是极其独特且成功的。20余年间,高校征兵的政治动员从话语、制度、组织等多个层面深入推进。由于高校征兵动员时间跨度大,动员的经济环境、政治环境、社会环境一直在持续发生变化,因此动员的话语框架也必然会随之发生一些变迁。

1. 框架转换与主体建构：从“一人参军，全家光荣”到“携笔从戎，报效祖国”

参军作为政治认同的深度体现,以青年把身体和意志交付给国家,完成对政治动员的响应,而征兵作为由国家发起的政治动员,需要有一个处于国家叙事和宣传话语的核心意识形态或中心议题作为动员话语的主框架(master frame),以实现认知和动员上的

统合。

在以社会征兵为主导的年代里，征兵主要是从村庄或社区的户里进行征集，无数个家庭送子参军是高校征兵之前在全国各地反复上演的政治动员剧目。一个适龄青年报名参军，家人成为军属得到地方政府、村集体或者街道社区的优待，成为中国革命、建设和改革初期许多青年人参军的重要动力。因此，“一人参军，全家光荣”这句立足于家庭主义的征兵动员口号，成为新世纪以前印刻在中国人集体记忆深处的国家话语。

2001年9月，中央军委、国务院公布施行修改后的《征兵工作条例》中规定：“依法可以缓征的、正在全日制高等学校就学的学生，本人自愿应征且符合条件的，可以批准服现役，原就读学校应保留其学籍，退伍后准其复学。”当年全国有90多所高校参加了试点，有3万多名在校大学生报名，最终有2000余名大学生应征入伍。由于应征的大学生所占比例仍然较小，“一人参军，全家光荣”的宣传口号依然占据动员话语的主导地位，尽管90多所试点院校里有几所院校打出了“一人参军，全校光荣”的宣传口号，但诉诸的依然是动员对象身处的社会关系网络。往后三年里，加入征兵动员的院校不断增加。仅2002年，试点高校便已增加到269所，被批准入伍的大学生有近3000名，其中女大学生300余名。

随着参与高校的增加，应征报名大学生人数的增长，征兵和入伍的场所从村庄和社区的农户转换为校园，应征入伍的对象从社会青年转变为在校大学生，“一人参军，全家光荣”的口号不仅不能再引起青年群体的共鸣，而且已经变得不合时宜。如何定义这部分报名的大学生群体以及描述其参军选择已经变得极为重要。2005年，全国绝大部分高等院校已经参与到征兵的政治动员中，报名的大学生大都是非本地户籍，均是远离家乡的在校学生，同时，整个政治动员的话语框架，面临着如何处理“上大学”和“服兵役”之间的关系。

从2006年起，“携笔从戎，报效祖国”便成为高校征兵的主导性叙事话语。一方面，这一话语框架将在校大学生响应国家政治动员选择参军定义为“携笔从戎”，这对在此之前乃至漫长的传统时代，人们基于“投笔从戎”这一观念形成的“读书”与“入伍”之间二元对立的互斥观念提出了挑战，从“投笔从戎”向“携笔从戎”话语框架的转变，使得“上大学”和“服兵役”不再是互相排斥的选择，读书和入

伍得以在话语层面两不耽误。在大学生数量较少，仍然是社会天之骄子的世纪之初，这一话语无疑从认知起点上打消了许多人的心理障碍。梳理这20余年间关于各级政府和各高等院校的征兵宣传语，一句反复出现的文案便是：“参军入伍，你不仅能够获得学士学位，更能获得战士学位”。

在对参军价值理念的引导上，由于大学生大多脱离家庭环境，以独立个体生活于校园之中，家庭主义的话语难以引发群体共鸣，且与宣传所处的空间场所不相适宜。“报效祖国”的价值定位则让青年大学生以个体的身份直接面对国家，并在响应征兵政治动员的过程中，与国家直接发生互动。“携笔从戎，报效祖国”不仅契合了政治动员展开的空间场所，而且缓解了“上大学”与“服兵役”互斥的潜在认知，“报效祖国”的价值定位，更是将参军与报国紧密地结合在一起，为高校征兵寻求到了来自国家层面的巨大价值合理性支撑。参军报国的主框架使得征兵动员从一开始就拥有道德的制高点，征兵动员成为高度政治化的任务，从地方政府到各个高校，均成立临时性的征兵工作领导小组开展动员工作，且大都由党政机构的主要领导人负责。各参与单位“一把手”组成的高密度集合型权力结构，使得征兵动员的领导成员能在自身原有岗位权力的基础上，整合起巨大的资源投入到征兵的政治动员之中。由此，从2008年起，高校的征兵动员在各参与单位的支持下，定下了“四个优先”原则，即优先报名、优先体检政审、优先审批定兵、优先安排使用。

到了2009年左右，随着入伍大学生人数的增长，“大学生士兵”成为在各类宣传、统计、汇报中被国家和社会重点关注的一个具有特殊意义的群体，而服完兵役退役回到学校的学生，则被定义为“退役大学生士兵”。从“携笔从戎”对大学生入伍行动的定义，到“报效祖国”对大学生入伍价值的肯定，再到“大学生士兵”对入伍大学生群体的命名，至此，高校征兵动员实现了对动员对象主体性的建构，动员话语主框架的转换为青年大学生选择应征入伍提供了坚实的价值理性支撑。

2. 框架延伸与意识提升：从“依法服役”到“成长成才”

尽管在中国的宪法规定里，服兵役是每一位公民的光荣义务，然而，由于中国的人口基数庞大，一直以来都不需要所有役龄人口都参军入伍，只有极少一部分青年承担兵役义务。特别是对于在校大学生来

说,在新中国成立之后的漫长岁月里,由于高等教育人口作为国家的稀缺人才,大学生作为《兵役法》上的缓征人群并不承担兵役义务。而2001年修改的《征兵工作条例》,也仅仅只是从规章条例的层面,将高校大学生由“缓征”改为“可征”。随着高校征兵动员的推进,动员对象的结构在发生变化,报名的大学生不断增加,国家对高素质青年应征比例和学历层次的要求也在不断提高。

为尽快获得来自法律层面的支持,2011年,修订后的《兵役法》删去了之前关于正在全日制学校就学的学生可以缓征的规定,明确提出“在高等院校在校大学生和毕业生中征集士兵”的要求,实现了对大学生的“应征”,并将普通高等学校毕业生的征集年龄放宽至24周岁。由此,不仅从法律上扫清了高校征兵动员的法理障碍,而且拓展了征兵动员对象的群体范围。尽管法律上明确了对大学生的征集要求,但由于我国实行的并非全民征兵制,提高青年群体的参军积极性仍然是一个需要动员的事情。为了树立青年大学生“依法服役”的观念,从2016年起,国家要求所有役龄青年在入学时和在校期间,每年均需要进行兵役登记,从而强化全体青年大学生“依法服役”的观念。

随着高等教育人口的进一步增长,高校征兵成为征兵动员的主要方式。2021年,新修订的《兵役法》进一步拓宽了动员对象的范围,对征集的年龄限制作出新的规定:“研究生的征集年龄可以放宽至二十六周岁”。同时,新《兵役法》设立了“兵役登记”专章加强青年群体的服役观念。为了加强高校征兵动员的组织建设,新《兵役法》明确规定:“普通高等学校应当有负责兵役工作的机构”。由此,全国各高等院校纷纷实现了征兵工作站的挂牌。

法律的修订只是扫清了人们的认知障碍,并拓宽了动员对象的范围,要真正实现对青年大学生的广泛动员,还需要站在青年大学生的角度上,赋予参军更多的意义,实现青年大学生对参军入伍的“意识提升”。为此,国家通过不断的制度调整和政策回应,借助制度和政策的激励,保障参军大学生的发展利益。从2001—2009年间,征兵动员的优待政策逐渐从允许入伍学生转换专业延伸到给予学生学费代偿,而且学费代偿也从代偿当年学费扩展到代偿学业阶段的学费。不仅各地对大学生的入伍优待金在逐年增长,而且就业的优待政策也在不断完善,如服役年限视为基层工作经历、各类别岗位的定向招录。2015年,为

了满足青年大学生进一步升学的发展诉求,教育部专门开辟了面向退役大学生士兵的硕士研究生专项招生计划,名额从2016年的5000个,到2021年,扩大到每年8000个,重点向“双一流”建设高校倾斜。同时,专科学生的“专升本”政策条件也在不断调整完善,惠及更多青年群体。通过提供全方位的入伍优抚政策,征兵动员整合进升学、经济补助、就业、政治履历等不同的青年成长元素,实现了不同发展需求与参军选择在观念上的结合,扩大了征兵动员话语的激励效应。这些入伍优惠政策,从2015年起,按照教育部的要求,每个学生收到高校的录取通知书材料时便被寄送,此后在学校的各种场合被反复宣传,渗透到每一个学生的认知里。

改革开放以来,随着社会自由空间和自由流动资源的增加,个体也具有了更多的选择权,参军作为社会流动通道的作用在逐渐式微^[28]。“参军报国”和“依法服役”的话语框架只能动员起极少部分群体。国防作为一种公共品,要克服搭便车行为的发生,动员起更多的青年群体,便需要对国家政治动员的话语进行框架延伸,加入对青年大学生来说是显著的价值、目标和利益,通过提供有效的政策激励以发挥更大的动员力量。

这些不断增加的参军优抚政策,使得青年大学生对参军的理解从法律上的公民义务延伸成为人生发展中,一个得到国家社会认可、并能助力个体成长成才的人生机会。通过对不同选择性激励政策的宣传,征兵动员覆盖到更多的青年大学生,建构起了青年大学生对参军选择的认知与想象,参军不仅是“保家卫国”的政治担当和履行法律义务,而且能与改善家庭环境、实现专业转换、助力升学考研、帮助求职就业联系在一起,极大地激发了青年大学生的参军积极性。

3. 框架搭桥与情感唤起:从“吃苦锻炼”到“无悔青春”

征兵动员的对象是高校里的青年大学生,从人性本能上讲,青年大学生大多有向优质生存环境迁移的内在欲望。对于参军入伍,青年大学生要面临从物质条件舒适、精神文化氛围自由的象牙塔,前往艰苦封闭、管理严格的军营,巨大的心理落差,传统观念的阻碍,家庭的不理解,使政治动员需要克服诸多的障碍,这在很大程度上增加了征兵动员的工作难度。

对于青年大学生来说,存在以下几种思想顾虑:

担心军营封闭的环境,自己服役几年之后容易与社会脱节;担心服役几年再回到校园,会与同年入学的同龄人在发展上存在落差;担心军营生活太过艰苦严格,自己适应不了;担心服役几年之后,自己的学业会落下。要消解这种种的顾虑,只有通过有相似经历之人的现身说法,以自己的亲身体会和良好发展,从理性认知到情感体验上消除这些顾虑。典型人物的塑造和军旅生活的描绘便成为打消这些顾虑常见的方式。

从高校征兵的政治动员发起之始,面对条件异常艰苦的军营生活,各级政府和高校便通过树立典型人物,讲述“服兵役”如何与“上大学”互相助益,并能收获诸如战友情谊、军旅经历、人生经历。进一步借助报纸、杂志、网页、视频等,使动员对象在最大限度上、最大范围内受感染、被触动。通过展示大学生士兵良好的精神风貌和较好的人生发展状况,发挥典型人物的示范引领作用,借助舆论来宣传推广,促进青年大学生群体模仿典型行为,自愿乃至竞相融入国家所倡导的动员行动之中,便成为反复出现的政治动员剧目。

在各类先进典型的评选过程中,有过参军经历的大学生士兵都会占据一定的名额和比例。在校园环境中,相较于经历相对单一的在校学生,参军入伍的大学生士兵,因其独特的经历与国家话语的亲密性,在各类宣传中,被反复提及,不断有典型人物被各级宣传媒体塑造出来。通过打造参军的光荣性、独特性,征兵动员的话语框架塑造出另外一种青年大学生的青春选择。梳理这20余年间,在征兵宣传口号和典型人物的宣传中,反复出现的话语里,“青春”成为高频词。

“我的青春我做主,我的国家我保卫”“有志青年从军建功,参军报国立志成才”“颜值的青春在军营,增值的年华在报国”“我还青春一次远征”“将青春笔尖化为上膛子弹”,在所有的宣传文案中,都将参军描绘为一种青春生活的样式,参军不再是吃苦受罪,而成为一种能够塑造人、改变人,实现另一种青春生活的选择。

依托于高校的组织体系,这些宣传话语,从新生入学教育、军训、军事理论课,再到分布在每年中的征兵季、八一建军节、国防教育日、烈士纪念日这些时间节点,都被反复讲述。在征兵动员的几个月期间,各大高校都会选择退役的大学生士兵,到各个院

系、班级进行现身说法,讲述自己的军旅故事。校园里的横幅、道旗、橱窗、电子屏也都会因为征兵任务的政治性而开展铺天盖地的宣传。通过严密的宣传网络,各级媒体利用话语霸权的优势不断拔高先进典型的形象,通过成功的典型塑造和有效的“符号编码”来“施魅”于动员对象的注意力和想象力,将青春的宣传话语传递到每一个学生的认知和情感里,并激发他们热血沸腾的参与积极性。

四、青年选择:框架共鸣后的主体转换

高校征兵20余年的变迁不仅仅只有国家层面动员话语和制度政策的调整,青年大学生的选择具有更加重要的理论意义。因为从政治动员到个体响应并不是简单的从命令输入到结果输出的过程,每一个青年个体都对国家的话语框架和政策方针有自己的认知和理解,并根据这些认知和理解作出自己的行动选择。这些来自个体层面的认知和理解,是青年大学生面对国家政治动员最真实的感受。现实中恰恰是这些来自普通青年的个体叙事会被国家宏大话语的光芒所遮挡。深度地展示国家政治动员话语与青年大学生认知之间的互动细节,有助于我们厘清政治动员话语发挥作用的内在机制,探索高校征兵之所以取得如此成就的原因。

1. 主体建构与政治效能:“家国安危事,青年肩上责”

政治动员本质上是一个由国家主导的“自上而下”的动员过程,也是一个动员对象在意识、立场和行动上的“自下而上”的响应过程。高校征兵政治动员口号的变化正好契合了动员对象自下而上的主体性需要,为动员对象感知自身的政治效能提供了基础,促成了动员对象的积极响应。

“携笔从戎,报效祖国”的话语主框架,不仅让青年大学生得以直接面对国家,而且让他们感受到自己与国家安危之间紧密的关系。“对我这个有着浓厚爱国情结的人来说,我能想到让爱国不沦为一句空话最直接的方式,就是去军营为祖国站岗,这在我看来才是最切切实实的爱国行动。”(访谈2021ZZH,2015年大二入伍)青年大学生更倾向于从主体性视角来看待和回应国家政治动员的话语,而非仅仅从国家发出的号召需求出发,即青年大学生会从“我”的角度出发来阐释自我投身军营的动机和原因。

“我当时就想，国家为什么要费那么大力气在我们大学生里面征兵，现在是信息化时代了，所以要提高部队士兵的文化素质，这样我们的军队才能强大，国家才能安全。我在学校就是个普通的学生罢了，我加入部队是能够起到引领作用的，我有责任去做这个选择。”（访谈2018FY，2009年大三入伍）国家的话语框架较好地匹配了青年群体认知方式的个体化特征，即国家营造了一个以青年自我视角来看待和思考国家动员的氛围，将“自上而下”的政策方针内化成青年个体自身能够感知的责任和义务。

对于这些选择参军的青年大学生来说，他们拥有了一个独特的身份——大学生士兵。在军营里，他们作为士兵中的大学生，得到军队的重点关注和培养；在学校里，他们作为大学生里有过参军经历的退役士兵，显得更为突出。“携笔”与“从戎”整合了“大学生”与“士兵”的双重身份，这些身份符号使其无论是在军营还是在学校，都能受到重视，各类先进典型评选、重要宣讲会、重要场合都会有大学生士兵的名额。“那年，我响应党和国家的号召，报名参军，入伍之后刻苦训练，投身到强军兴军的伟大征程中，可以说，这些年强军事业取得这么大的成效，部队的信息化改革飞速发展，我们这群大学生士兵是发挥了重要作用的。”（访谈2019TND，2013年大四入伍）此外，军队在抗震救灾、抗洪抢险、反恐维稳等急难险重任务中，勇挑大梁、敢担重任，也给加入军营的青年大学生带来了诸多的自我效能感。“今天我们国家之所以能够安享和平，遇到什么事情，关键时刻总能看到解放军出动，带给大家满满的希望和稳稳的信心，是因为有我们这群身着戎装的人在守护着这个国家，哪有什么岁月静好，只不过是有人在负重前行。”（访谈2021LRT，2019年大一入伍）

尽管大学生士兵个体并不能直接影响到军队改革、社会稳定这样宏大的政治社会问题，但入伍服役的青年会将自身与这一宏大政治变革所带来的巨大成就相关联，或者说对于青年群体而言，“参与”即“影响”，而国家的宣传话语也恰恰满足了投身军营的青年大学生的心理诉求，通过宣传话语不断肯定青年大学生投身军营的作用和影响。在征兵动员的话语框架里，士兵是军队的基础，军队的质量来源于士兵，而优秀的士兵，又取决于兵员的素质，因此大学生士兵的入伍，对于国家的安全、社会的稳定发挥着重要的作用。“强国必须强军，军强才能国安”“人民军队

是中华民族伟大复兴的坚强守护者，没有巩固的国防，没有强大的军队，实现中国梦就没有保障”“家国安危事，青年肩上责”。国家通过动员话语的宣传和集体身份的塑造，为参军入伍的青年大学生营造出明显的意义感，响应国家号召投身军营，建设巩固国防和强大军队符合青年群体想要融入国家建设、参与历史进程、实现个人自我价值的需要，激发出青年大学生的政治效能感。

高校征兵政治动员的实效从国家宏观话语层面是动员话语框架使用的成功，但在微观层面则包含着个体特别是青年大学生本身所具有的主体性作用的发挥。换句话说，参军入伍的青年大学生在响应国家政治动员中收获到了一生引以为傲的精神激励，这种激励满足了青年大学生追求政治参与、影响政治过程的需要，即青年政治效能感的激发。

2. 政策变迁与成长成才：“你为祖国奉献青春，祖国助你实现梦想”

从被访的退役大学生士兵来看，在参军报国的主框架下，每个人的特征和入伍想法都极为多样，个体尽管认可并接受了国家层面对参军设定的意识形态主框架，但付诸行动选择仍需要诸多外力的配合，青年发展需求的满足是青年大学生选择应征的基本动力。不论是革命、建设年代，还是改革年代，政治动员都要以满足被动员者的切身利益为实现条件，一切脱离被动员者切身利益的政治动员都不可能持久。这种利益需求既包括精神层面的，又包括物质层面的。因此，能否把国家的政策、要求，同青年的切身利益、普遍诉求结合起来，并在回应过程中对青年人关切的发展问题给予实质性的解决，决定着政治动员的成败。

入伍优抚政策从转换专业、学费代偿到助力升学考研、求职就业等政策体系的完善，就是在不断回应青年大学生成长发展需要的过程中建立起来的。“我一直都觉得，国家从来不会让真正为国家做出牺牲奉献的人吃亏，祖国是不会忘记我们这些保家卫国的人的。你看之前刚刚开始设置退役大学生士兵专项硕士研究生招生计划的时候，一年有5000个名额，涵盖了各个高校和各大专业，后来了解到想要继续升学的同学很多之后，国家立即就把名额增加到了8000个，而且重点向双一流高校倾斜，这说明国家重视，有了这些好政策，我们自然能够更安心地入伍服役，不用担心参军耽误了自己的学业发展。”（访谈

2021OLD, 2018年大三入伍)另外一名入伍同学的讲述更好地揭示了青年大学生对优抚政策的理解:“这些年参军的优抚金在逐年增长,说明国家关心我们,在对我们这些为国家作出了贡献的人作出褒奖和支持,我们为国家贡献出青春,国家设置这些转换专业、升学考研、求职就业的优待政策来助力我们实现梦想。”(访谈2022LVR, 2019年大二入伍)

在青年学生对优抚政策能够助力自己发展的认识中,那些期望获得经济改善、试图转换专业、想要进一步更好升学、希望找到更好工作的青年,都从政策中获得了进一步的激励。这样的框架延伸,不仅扩展和延伸了征兵动员的意义,扩大了潜在参与者的范围,联结起了不同发展诉求的青年大学生,而且使得参军不再仅仅是冷冰冰的依法服役,而成为青年大学生可以争取的人生成长成才机会,入伍的逻辑也从国家需要“我”加入来推进国防和军队建设,变为了“我”渴望通过响应国家号召,来实现自身更好的成长成才。

3. 生命历程与情感认同:“当兵后悔两年,不当兵后悔一辈子”

个体的情感在“自上而下”的国家话语中往往看不见,但是对于青年大学生个体来说,投身军营同样是在追寻自我存在的意义与价值,同样是选择去实现一种“青春生活的样式”。

在对大部分参军学生的访谈中,回顾自己当初的参军选择,被反复提及的一个词语就是——“不后悔”。“当兵后悔两年,不当兵后悔一辈子”是绝大部分入伍学生对自己军旅选择的回顾。在征兵动员话语中,参军与青年大学生青春阶段的生命历程结合在了一起。关于青春情感话语的塑造,最能激发青年大学生的想象,军旅青春生活的描绘更容易激发青年群体的情感涌动和积极行动,正好契合了青年群体特殊发展阶段的心理特征。

“我是从小有军旅梦的,电视剧《士兵突击》我刷了不下十遍,看一次感动一次。所以我当初看到来给我们做征兵宣传的兵哥哥们,英姿飒爽,我觉得我也要成为这样的人,即便家里人不是很支持,我依旧勇敢地报名了。”(访谈2017GLY, 2008年大三入伍)

军营生活的故事、符号也都对青年有着巨大的吸引力。

选择当兵确实确实是选择另外一种与众不同的生活。从小到大,我都是从一个学校到另一个学校,都

没有好好走出校门去见识过外面的社会,我真的很想去部队锻炼锻炼自己,我觉得选择参军可以让自己变得更优秀,青春变得更与众不同。可以说当兵真的是有家国、有边关,有回报、有潇洒,我当时就觉得,值得一试。(访谈2019KKB, 2011年大一入伍)

我想过很多次,现在社会整体受教育水平提高了,大部分同学都还会继续读硕士、读博士,而对于读书来说,我觉得到了30岁、40岁都不会晚,但是能够选择去当兵服役的机会,就那么短短几年,错过了这个时间段,就真的一辈子都错过了。(访谈2017KSM, 2017年大四入伍)

在国家关于征兵动员的叙事框架中,参军是青春的一种独特选择,而且是最能锻炼人的选择。在宣传话语中,许多成功人士、优秀商人,诸如任正非等人在青年时期都在军营里,磨炼心智、增长才干、培养气质。在身处青春阶段的大学生看来,离开校园,奔赴军营,是一次远征,是一次出走。他们坚信“生命中有了当兵的历史,一辈子都不会后悔!”

恰恰是这些参军的大学生对自身选择的高度认可,使得征兵动员的框架得到持续的丰富和再生产,越来越多的个体加入,成了征兵动员话语框架的注脚和证明,而随着群体的增加,国家关于征兵动员的话语框架,便更加能够引发更大范围内青年大学生群体的框架共鸣。

五、结论与讨论:新时代青年政治动员的有效路径

作为新世纪以来在全国高校开展20多年并持续至今的政治动员,高校征兵随着时代的变迁,不断调整自身的话语框架,随动员目标和动员群体范围的扩大,话语框架的基调由“一人参军,全家光荣”转换为“携笔从戎,报效祖国”,动员方式由法律支撑到政策引导,情感塑造也从“吃苦锻炼”转变为“无悔青春”。整个征兵动员的变迁历程,相当程度上体现了国家号召与青年需要相结合,政策调整与青年发展相结合,宣传话语与青年生命历程相结合的特征,使得国家政治动员的话语从青年大学生的角度,塑造了青年大学生的主体性,激发了青年大学生的政治效能感,助力了青年大学生的成长成才,更是获得了青年大学生对话语框架的情感认同,实现了大学生参军从“要我去”到“我要去”的主体转变。整个征兵动

员的话语框架之所以能在“国家—青年”的互动过程中对个体发挥作用，是因为国家的话语框架与个体的主体需要、发展诉求、生命历程和情感特征结合起来，才能为相当数量的青年大学生所接受。青年大学生也从国家的话语框架中获得身份之建构、利益之满足、情感之唤起，激发出巨大的参与积极性，掀起了一波又一波的参军热潮，助力了国防和军队的改革与发展。

面对全球化与信息化成长起来的青年一代，如何吸引他们的注意、获得他们的认同、激发他们的行动是当前国家政治动员需要面对的重要议题。尽管征兵的政治动员有着一定的特殊性，但其对青年群体政治动员所取得的巨大成就，也给今后提升青年群体政治动员实效提供了诸多借鉴。

一是政治动员的意识形态话语，要尽可能地结合青年群体所处的社会和时代环境，建构青年人的主体性，充分激发青年人的政治效能感，以获得青年人主观层面的认可。政治主体性的建构和政治效能感的激发是青年政治动员实效的重要保障和有力支撑。征兵动员话语主框架的变迁和青年群体的反馈，也证实征兵动员之所以获得如此多青年的响应，重要的一点就是政治动员的话语框架很好地契合了青年个体的意识形态表达和身份特征，也给我们今天开展青年政治动员提供了一个参考，即面对已经熟悉并习得多元价值和平权意识的青年群体，要给青年群体政治动员更多个体意识和主体性建构的空间，尊重青年群体的参与需求，通过塑造青年人的偏好来影响青年的行动选择。

二是对于青年群体的政治动员来说，政策是政治动员的生命线。国家政治动员的话语与叙事，并不仅仅是一种单纯的符号建构，它必须依托于既有的组织和资源，用良性的政策回应和调整，对于动员对象的

终极目的不是强制，而是吸引。在政治动员的发起过程中，要将青年人的发展需求与政策调整结合起来，及时回应青年群体的发展诉求，让青年群体能够真正实现将自身成长与国家民族的发展结合起来。更为重要的是，高校征兵动员的成功，是一个致力于把各种话语、政策和活动纳入常规化轨道，并致力于制度化的过程，这就使得高校征兵的政治动员中既有制度建设，又有政治动员，而且制度建设和政治动员常常交互进行，相互促进。

三是要从深层次的文化和情感需求角度来激发青年群体的丰沛情感和无限热情。青年群体在心理特征、文化需要上，恰恰处于生命历程中最需要情感和文化滋养的人生阶段，情感和道德感的号召往往扮演着更重要的角色，并能激发出强大的精神动力。只有结合青年人所处生命历程的情感需要，提供青年人向往的生活样式，生产青年人认可的符号、故事和仪式，青年群体才会认同并内化为自身的价值观念。因此，青年群体的政治动员，需要充分发挥各级动员组织的优势，为政治动员营造良好的文化氛围，并恰如其分地辅之动人的故事、优秀的典型、多样的形式，才能有效地调动青年的无限热情而使其积极响应国家的政治动员。

从国家和民族发展的进程上看，目前我国处于中华民族伟大复兴的关键时期。因此，厘清中国特色的政治动员形成机制，探索新时代青年政治动员的有效路径，在理论上，对于进一步丰富和发展中国特色的政治动员模式具有重要价值，在现实上，对于进一步发挥政治动员在实现中华民族伟大复兴的中国梦中的正能量，具有重要的实践价值。■

李正新：清华大学社会科学学院社会学系博士研究生

责任编辑/杨守建

参考文献：

- [1] 孔德超, 陆业传, 王宝选. 论军人比较利益与军事人力资源投资效益[J]. 军事经济研究, 2002(5): 36-38.
- [2] 严剑峰. 兵员征集制度的经济学分析[M]. 上海: 上海财经大学出版社, 2007: 3.
- [3] [美] 奥尔森. 集体行动的逻辑[M]. 陈郁, 译. 上海: 上海人民出版社, 2011: 70-71.
- [4] 王书峰. 兵役义务与教育机会——军民融合式人力资源政策研究[J]. 北京大学教育评论, 2011, 9(3): 65-76.
- [5] 汪建华. 参军: 制度变迁下的社会分层与个体选择性流动[J]. 社会, 2011, 31(3): 138-154.
- [6] 杜乃华. 谁来保卫 21 世纪的中国? ——“独生子女兵”问题探析[J]. 青年研究, 1993(12): 28-31.
- [7] 向荣高. 在读大学生从军现象探析[J]. 青年研究, 2002(4): 1-6.
- [8] 陶克, 孟斌, 卢军. 13 万大学生进军营, 你准备好了吗? [N]. 解放军报, 2009-11-02(3).
- [9] 李龙伊, 贾启龙, 安普忠. 筑牢强军根基的源头工程——我国全面展开大学生征兵工作十周年综述[N]. 人民日报, 2019-09-23(5).

- [10] 张和芸,单慧粉.后浪奔涌!2020年大学生应征报名远超120万[N].解放军报,2020-12-30(9).
- [11] 李正新.高校大学生参军入伍的动因和行动逻辑研究[J].青年探索,2021(5):102-112.
- [12] [美]汤森,沃马克.中国政治[M].董方,顾速,译.江苏:江苏人民出版社,2007:102.
- [13] 周全华.中国现代政治转型的轨迹[M].北京:北京人民出版社,2020:1-15.
- [14] 郑维伟.从组织架构到微观行动:20世纪50年代的党群组织与社会统合[J].开放时代,2018(5):118-140.
- [15] Liu Y. Why did It Go so High? Political Mobilization and Agricultural Collectivization in China[J]. Modern Philosophy, 2006(187):732-742.
- [16] 李斌.政治动员与社会革命背景下的现代国家构建——基于中国经验的研究[J].浙江社会科学,2010(4):33-39.
- [17] Deutsch K W. Social Mobilization and Political Development[J]. American Political Science Association, 1961, 55(3): 493-514.
- [18] 齐小林.当兵:华北根据地农民如何走向战场[M].四川:四川人民出版社,2015:1-26.
- [19] Jun Liu. Mobile Phones, Social Ties and Collective Action Mobilization in China[J]. Acta Sociologica, 2017, 60(3): 213-227.
- [20] 金江峰.乡村政策动员中的“权力—技术”及其影响[J].中国农村观察,2020(2):134-144.
- [21] Goffman Erving. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience[M]. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1974: 21.
- [22] [25] Snow David A. Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation[J]. American Sociological Review, 1986, 51(4): 464-481.
- [23] Snow David A. Framing Process, Ideology, and Discursive Fields. The Blackwell Companion to Social Movements, edited by D A Snow, S A Soule, and H Kriesi. Malden, MA: Blackwell Pub, 2004: 384-385.
- [24] Benford Robert, Snow David A. Framing Process and Social Movements: An Overview and Assessment[J]. Annual Review of Sociology, 2000(26): 611-639.
- [26] Snow David A, Benford Robert D. Ideology, Frame Resonance and Participant Mobilization[J]. International Social Movement Research, 1988, (1): 197-217.
- [27] Williams Rhys H, Kubal, Timothy J. Movement Frames and the Cultural Environment[J]. Research in Social Movements, Conflict and Change, 1999, (21): 225-248.
- [28] 吴炜.参军经历、市场转型与精英地位获得[J].北京社会科学,2019(1):108-118.

(上接第119页)

- [21] 潘丽琴.“双减”背景下美育进中考的新思考[J].中国音乐教育,2021(12):9-12.
- [22] 教育部新闻发布会介绍2018年8月以来相关部门综合防控儿童青少年近视工作情况[EB/OL].http://www.moe.gov.cn/fbh/live/2021/53799/twwd/202110/t20211026_575141.htm, 2021-10-30.
- [23] 中共中央 国务院.深化新时代教育评价改革总体方案[EB/OL].http://www.gov.cn/zhengce/2020-10/13/content_5551032.htm.
- [24] 郭声健.走出艺术教育的评价误区[J].中国音乐教育,1996(5):4-7.
- [25] [26] 教育部.我国《中国义务教育质量监测报告》[EB/OL].http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/201807/t20180724_343663.html, 2018-07-24.
- [27] 阮媛媛.以史为线 以育贯之——九年一贯制学校音乐第二课堂课程建设的新尝试[J].中国音乐教育,2019(12):19-24.
- [28] 中华人民共和国教育部.义务教育音乐课程标准[M].北京:北京师范大学出版社,2011:7.
- [29] Z世代音乐社交婚恋调研报告:80%受访者认为可借助音乐建立社交圈[EB/OL].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1720374679214791812&wfr=spider&for=pc>.
- [30] 中国跃居全球第六大音乐市场,Spotify去年付了70亿美元版权费[EB/OL].https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_17335913.
- [31] 中国音乐市场跃居全球第六[EB/OL].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1728713539101713934&wfr=spider&for=pc>.
- [32] 詹燕君.“数字技术”时代高校音乐课程发展的机遇与挑战[J].星海音乐学院学报,2016,(3):144-149.
- [33] 蓝轩.中国音乐产业40年:回顾与展望[J].民族艺术研究,2021(5):94-101.
- [34] 颜悦.我国普通音乐教育架构论[D].上海:上海音乐学院,2017:54.