

当代中国军营生活社会吸引力研究

徐学旺 范开明

在社会主义市场经济的发展进程中,社会各阶层的役龄青年能否顺畅地向直接的国防责任岗位流动,使国家稳定拥有雄厚的主动型兵源,是一个直接制约中华民族整体安全的重大问题。本文根据一项以现役青年为典型群体的三年期大型滚动调查,系统地考察了90年代军营生活社会吸引力的实际强度,探讨了社区、阶层、家境、教育等社会差异对这种现象的可能影响,并就其激励机制中动机结构的群体特征和军队组织条件作用点等相关问题做出了判断和解释。

作者:徐学旺,男,1947年生,解放军南京政治学院副教授;
范开明,男,1953年生,解放军南京政治学院副教授。

军营生活的社会吸引力是国家武装力量及兵役体制社会适应状态的一个外显特征。从军事社会学的视角看,军营生活的社会吸引力可以被界定为直接的国防责任岗位及相关环境对社会役龄青年应征选择的驱动性影响。这种影响的强度水平同役龄青年国防参与行为的重要质量标志——应征入伍的主动性与积极性紧密相关。正因如此,军营生活的社会吸引力便从军地角色流动这一层面,非常鲜明地指示着一个国家国防事业的活力以及军地系统之间的协调程度,从而成为一项受到军事社会学工作者和有关政府部门关注的社会形势指标。

80年代中期以来,人们对军营生活社会吸引力的实际强度有种种猜测和议论。应该说,这方面的思考和分析体现了中华民族的整体安全意识,为了使这种群体认知更准确地反映实际,我们在我国兵役人口中选择了—一个典型群体——已经进入士兵角色的役龄青年(复合样本规模:N=3500;征召期跨度:1991—1995年),依据直接承担着国家安全重任的“从军族”的相关反应,就当代军队组织环境对地方役龄青年应征选择的驱动性影响做了多层面的实证性研究。

以下,首先考察现役士兵对军营生活社会吸引力体验的群体特征,再就这一特征的普遍性及其动力机制上的强势展开分析。

一、军营生活社会吸引力现实强度评估

长期以来,我军在社会上一直享有“大学校”、“大熔炉”的盛誉。建国初期,广大青年以参军入伍为荣,社会上持续多少世代的传统鄙兵心态很快消失殆尽,旧时代的抓兵、买兵、拉兵、骗兵等丑恶现象迅速化为历史陈迹。几十年中,地方役龄青年对军营生活的向往历久不衰,中国的国防事业因此享有极其雄厚的主动型兵源。此乃中华民族自立于当代世界民族之林的重要根基。

进入90年代,市场经济的大潮以空前的力度涌现于我国城乡,面对如沸的新潮,再审视—

下哨位上持枪肃立的士兵,心系国防的人们都会产生一个沉甸甸的疑问:商海之中的绿色军营还有多大魅力?青年人还愿不愿应征从戎?在这种严肃的群体思考氛围中,从事社会科学研究的有责任提出这样一个重要的问题:在青年择业取向多维化的社会条件下,军队组织环境对地方役龄青年的应征选择还保有多大的行为驱动力?从动态的视角看,即经过十几年的种种变迁,军营生活的社会吸引力是不堪重负的“弱势”状态,还是堪为国用的“强势”状态?

针对这方面的问题,我们组织调研实习军官在部队做了许多个案深度访谈,取得了大量富于生活实感的经验资料。又以高品质问卷为工具对士兵群体展开了持续三年的滚动式大型抽样调查。根据这次实证研究获得的大量科学数据,可以就军营生活社会吸引力的现实强度这一问题,从实际应征群体的角度给出如下判断:面对百业千行,“军营强势”犹存。

我们向进入样本的士兵询问:入伍前,您是否曾认为军营生活对自己有较大的吸引力?对此,高达 78.7%的士兵给出了肯定的回答,表示他们跨入军营大门之前均曾强烈感受到绿色军装的某种驱动性影响。

表 1 军营生活社会吸引力反应强度比较

| 样本士兵 体验 | 频率 (%) | 强度指数 A | 强度指数 B |
|------------|-----------|-----------|-----------|
| 强 | 78.7 | 1675 | 477 |
| 中 | 16.5 | 351 | 100 |
| 弱 | 4.7 | 100 | 29 |

如果分别以表中的弱反应和中性反应为基数建立强度指数,则可以更清晰地看到积极反应的优势。表 1 中的统计数据告诉我们,同认为军营生活社会吸引力不大的消极体验相比较,中间反应具有近 4 倍于它的优势,而积极反应的数量优势更突出,达到中间反应的近 5 倍,消极反应的近 17 倍,形成了朝正向高端偏倾的“一峰独耸”格局。

接下来的一个问题是:占有显著强势地位的积极反应自身结构如何?

通常,事物的强态也是具有层次差异的。如果“次强”一级在整个类型中占有主导地位,那么这种整体的强态应该说是发育尚未达到充分程度。反之,则可认为是一种相对优越状态。为了更准确地判明军营生活社会吸引力在入伍青年中的强度分布,我们在调查中将样本士兵的体验区分为 5 级,表 2 给出了样本的描述性统计信息。

表 2 士兵关于军营生活社会吸引力的反应(五级分类)

| 样本士兵 体验 | 频率 (%) | 强度指数 A | 强度指数 B |
|------------|-----------|-----------|-----------|
| 很强 | 51.1 | 1675 | 310 |
| 较强 | 27.7 | 1385 | 121 |
| 中 | 16.5 | 825 | 100 |
| 较弱 | 2.7 | 135 | 16 |
| 很弱 | 2.0 | 100 | 12 |

在来自祖国各地的样本士兵中,称参军前曾体验到未来军营生活某种强大吸引力的达到了 51.1%,在整个样本中占有半壁江山之重。这一重头频率同其他四种反应类型构成了由高至低的偏峰分布。此种 J 型曲线的日常语言表述是“一头儿沉”,其意义有别于“三足鼎立”的多元均势,也不同于“中央独尊”的中位优势,它反映出样本中存在着明确的倾向性,或者说关于军营生活社会吸引力的积极反应占居着主导地位。

如果要形成有关入伍者对军营生活社会吸引力体验的基本比例关系认识,可立足于表 1

中的三级分类强度分布, 将相关指数压缩 100 倍, 即有:

军营生活吸引力 正面 中性 负面
基本比例关系 16 : 3 : 1

样本中积极反应“一峰独耸”的强势格局在总体中是否也会出现呢? 或者说, 在上百万的士兵中间是不是也存在着关于军营生活社会吸引力的积极反应占主导地位的情况呢?

根据数理统计理论和部队工作经验, 我们在调研设计中建立了两个用来判断士兵总体中军营生活社会吸引力反应状态的研究假设。一个是保守的总体估计, 即认为现役士兵中明显感受过军营生活社会吸引力的人不低于总数的 65%, 另一个是乐观的总体估计, 内容为有同类积极反应的士兵不低于总数的 80%。统计检验的结果是。乐观估计检验值(Z)为 2.62, 保守估计检验值为 3.45, 均高于 $P < 0.01$ 标准的临界水平。这就是说, 人们可有充分的把握推断, 在社会主义市场经济迅速发展的今天, 进入我军的数百万役龄青年在入伍前曾明显感受到军营社会吸引力的不低于 70%。由于我们的样本在多项基本特征上同总体对应较好, 故可认为这一推断具有重要的参考价值。

表 3 中的数据对我们的上述见解提供了相当有力的支持。纵览之, 虽然五个征兵年度的三类体验量值各不相同, 但它们的结构却是非常相似的。略去细小差别, 这几个体验强度分布可以说都是 16 : 3 : 1 比例关系的摹本。

表 3 1991—1995 年入伍青年体验差异比较

| 军营生活 社会吸引力 体验差异 | 征 召 期 差 异 (%) | | | | |
|-----------------------|------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| | 1991 年度 | 1992 年度 | 1993 年度 | 1994 年度 | 1995 年度 |
| 强 | 73.3 | 79.9 | 80.0 | 77.5 | 77.4 |
| 中 | 23.3 | 14.6 | 15.2 | 16.2 | 16.0 |
| 弱 | 3.4 | 5.5 | 4.8 | 4.3 | 5.6 |
| 总计 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

持续的结构复现向人们展示了一种具有重大社会意义的稳定性。据之可以有足够的把握排除那种认为军营生活社会吸引力可能在 90 年代初期十分可观, 接近中期已经明显下降的怀疑。

二、军营生活社会吸引力强势格局普遍性分析

鉴于军营生活社会吸引力这个社会形势指标的重要性, 在客观描述其强度状态的同时, 还应以更广阔的社会视野对这种强度分布的普遍性进行评估。

具体说来, 就是应该考察一下“一峰独耸”的强势会不会是在某些偶然因素的作用下聚凑而成的。限于篇幅, 我们选出六项经常受到社会关注的入伍青年类群差异指标, 将士兵分成不同的“社会群落”, 看看在不同的社会背景和个体背景之下, 军营生活的社会吸引力是否还表现为“一峰独耸”的强势。

1. 社区类型及其经济发展水平差异的影响

大城市、中小城市、县镇、城镇近郊农村, 偏远农村是当代中国人口的主要生息地。这些社区亚型之间存地很大的差异性, 可谓各属一方水土, 各呈一方生态。我们的战士从这些相互之间千差万别的社区走来, 他们对军营生活社会吸引力的体验会不会因此而表现出某种重大的

社会差异？是不是相对贫困地区的青年就愿意参军，而其他地区的青年则普遍鄙视兵役？这些问题直接关系到国家兵役政策的调控和兵役人口的质量评估，故各类基本社区在市场经济和氛围中对军营生活社会吸引力的反应是否相近或有巨大差异，是件特别值得关注的事。

表 4 中的数据显示，分别来自城乡五类社区的士兵入伍前多对军队组织环境的社会影响力有明显的积极体验。其中，处在强反应第一台级的是来自大城市的士兵，类群量值已超过 70%。强反应相对更高一些的是来自城郊农村和中小城市的士兵，类群量值在 75% 左右。生活在农村、县镇两类社区的士兵强反应高居于第三台级，达到或逼近 80% 大关。远比这种微弱差异引人注目的是，不同社区背景士兵的反应在结构上表现出强烈的同质性：明显的强势稳定地偏倾在积极方向上，而消极体验均低于 9%。

也许有人会提出疑问：如果以社区经济发展水平为自变量，上述强势结构还能再现吗？

的确，繁荣和安全在历史上常常分道而行。一些曾在财富创造方面登上时代之巅的大国，或迅速衰落于令其措手不及的边患，或骤然失色于内部纷争之中。世界各民族的千载创痛使我们不能不对正在降临的空前繁荣保持高度的清醒。所以，应该关注走向富裕时代的青年公民的从军心态。

表 4 社区背景与军营生活社会吸引力体验

| 社区类型 差异 | 比率 (%) | 规模 指数 | 体验类型 | | |
|------------|-----------|----------|--------|------|------|
| | | | [强 | 中 | 弱 |
| 农 村 | 55.0 | 100 | [80.7 | 15.1 | 4.2] |
| 城郊农村 | 18.3 | 33 | [74.3 | 22.7 | 3.0] |
| 县 镇 | 3.9 | 7 | [79.3 | 14.6 | 6.0] |
| 中小城市 | 12.4 | 23 | [76.0 | 18.0 | 6.0] |
| 大 城市 | 2.5 | 5 | [71.9 | 19.7 | 8.4] |

表 5 社区发展差异与军营生活社会吸引力体验

| 经济发展 差异 | 比率 (%) | 规模 指数 | 体验类型 | | |
|------------|-----------|----------|--------|------|------|
| | | | [强 | 中 | 弱 |
| 显著富裕 | 2.1 | 4 | [82.1 | 14.3 | 3.6] |
| 相对富裕 | 15.1 | 26 | [75.2 | 15.3 | 9.5] |
| 中等富裕 | 59.1 | 100 | [79.0 | 17.9 | 3.1] |
| 相对贫困 | 15.1 | 26 | [78.1 | 15.9 | 6.0] |
| 显著贫困 | 8.6 | 15 | [81.7 | 13.1 | 5.2] |

表 5 中的数据呈现出两种意味深长的分布特征。在经济发展梯度台级上，可以看到一条能够折射出当代中国前进步伐的钟形曲线。几近 60% 的士兵称家乡已至温饱无虞的小康之境，而称故土相当贫困的则已降到 10% 以下。当然，并不能以此种分布来简单估论中国人口的经济分域，但可充分认定的一点是，没有改革开放的历史性决断，很难想象中国士兵群体中能出现这样一种家乡多数脱贫的状态。与这种重大进展相映生辉的是，表 5 右侧方括号中的数字依然保持着强势格局结构。那种“地区经济越发达，军营生活的社会吸引力越小”的假设，在现役士兵这一兵役人口典型类群的反应中遇到了否定性判据。

2. 家庭社会阶层背景差异及经济状况的影响

一般说来，家庭的社会阶层属性和经济状况对青年的成长及行为具有多方面的影响。研究中，我们根据士兵类群的实际情况，选取了工人、农民、科技工作者、教育工作者、地方管理干

部、一般职员、私营业者等七个主要阶层类型。表 6 给出了样本士兵的社会背景信息。

七个主要阶层中,有四个并立于积极反应比率相对最高的第三强级上。工人、农民、教师和地方管理干部的子代对军营生活社会吸引力的反应颇为相似,它们的内部结构都具有高度的同质性。第二台阶上的两个类群是一般职员和私营业者,其子女的积极体验也是相当突出的。应该说,这两个阶梯之间只存在微小差别。唯一的例外是来自科技人员家庭的样本士兵。后者积极体验的比重低于整个士兵样本的一般水平,同第一台级相比低近 20 个百分点,而中性反应则高出近 15 个百分点,令人感到分布结构有所不同。但是,若就“一峰独耸”的基本性质而论,这种差异远未大到出现二元结构或向消极体验方向偏倾的程度,积极体验仍占有明显的强势地位。加上具有科技人员家庭背景的士兵在整个样本中只占 1.4%,故不可能使[16:3:1]的基本结构发生显著变化。

表 6 阶层差异与军营生活社会吸引力体验

| 士兵 阶层差异 | 比率 (%) | 规模 指数 | 体验类型 | | |
|------------|-----------|----------|-------|------|------|
| | | | [强 | 中 | 弱 |
| 工人 | 18.3 | 33 | [79.1 | 14.2 | 6.7] |
| 农民 | 55.0 | 100 | [79.4 | 17.0 | 3.5] |
| 教师 | 3.9 | 7 | [79.7 | 13.0 | 7.5] |
| 地方干部 | 12.4 | 23 | [79.7 | 16.3 | 4.0] |
| 一般职员 | 26.5 | 5 | [77.2 | 20.0 | 2.9] |
| 科技人员 | 1.4 | 3 | [60.0 | 30.0 | 9.0] |
| 私营业者 | 6.3 | 11 | [76.0 | 16.1 | 7.9] |

表 7 家境差异与军营生活社会吸引力体验

| 士兵家境 差异 | 比率 (%) | 规模 指数 | 体验类型 | | |
|------------|-----------|----------|-------|------|------|
| | | | [强 | 中 | 弱 |
| 上 | 2.2 | 4 | [75.7 | 15.2 | 9.1] |
| 中上 | 21.4 | 37 | [75.7 | 18.1 | 6.3] |
| 中 | 57.7 | 100 | [79.5 | 16.5 | 4.0] |
| 中下 | 13.9 | 24 | [80.7 | 15.2 | 4.0] |
| 下 | 4.8 | 8 | [79.4 | 13.2 | 7.3] |
| 总计 | 100.0 | — | 【78.7 | 16.5 | 4.7】 |

家境差异是中国经济发展不平衡在家庭生活领域的必然表现。就现实生活水平而言,当前的中国家庭多数已较过去有了明显的提高。从相对差异的角度看,万千中国家庭之间也拉开了或大或小的距离。那么,已经摆脱贫困的相对富裕家庭和那些正在努力摆脱贫困的家庭对其子女献身国防大业的影响是否也因此拉开了某种社会距离呢?表 7 给出了明确的回答。

就表中的强反应比重论,来自由“中”至“下”三类家境的士兵比家境相对更好一些的士兵平均高出近 5 个百分点,故可认为存在某种“台级差异”。但就体验的基本结构而论,则仍是五元同构的“强势独尊”格局。与家境居中者的数量相比,两端家境者仅相当于前者的 1/10 甚至 1/20,可当前的生活水平差距并未在此产生完全不同的体验类型。这种一致性对本文关于当代中国兵源主动性品质的估计是一个有力支持。

3. 文化教育背景及独生/非独生差异的影响

在文化教育背景和就读学校类型两个自变量之下,我军士兵的类型差异是非常突出的。初中和高中、省重点中学和普通中学之间的距离已经相当可观,它们的人数差距更是十分悬

殊。可与它们相关的军营生活社会吸引力的反应分布还是“一峰独耸”。即使是仅占样本总量4.3%的省级重点中学背景士兵,其积极反应依然在76.6%的水平线上,正向强势格局的性质相当稳定。

在此,我们也应看到问题的另一方面。多数士兵为“普通中学”毕业生这一事实表明,士兵类群的整体文化素质还不容乐观。一个时期以来,许多部队都发现有部分士兵的科学文化知识基础不扎实。一些新兵名曰初中或高中毕业,但实际文化程度并未达到标准。这种状况不仅在入伍青年中存在,在地方多数产业部门内也都可以看到。当然,从中国的国情出发,文化素质相对较高的青年首先应满足国家高等教育的生源需要,以保证包括国防事业在内的各项社会事业对高层次专业人才的需求;但是,以应对未来高技术战争为重要目标的国防现代化建设对兵员文化素质是有客观要求的。士兵的科学文化知识基础越好,军队各项现代化军事技术的训练条件就越好,早队的综合战斗力水平也就越高。如此看来,军队士兵的整体文化素质相对较低虽属符合国家人力资源配置战略的正常状态,但我们还是盼望我国教育事业能百尺竿头,更进一步,使中小学的公民基本素质教育在整体质量上有更大更平衡的提高。一旦这一期待在不远将来成为现实,则我军士兵文化素质的整体面貌一定会有较大改观。

表8 士兵的文化教育背景与军营生活社会吸引力体验

| 文化 教育背景 | 比率 (%) | 规模 指数 | 体 验 类 型 | | |
|------------|-----------|----------|---------|------|------|
| | | | [强 | 中 | 弱] 8 |
| 初 中 | 61.4 | 100 | [79.1 | 16.5 | 4.4] |
| 高 中 | 37.0 | 60 | [78.1 | 16.6 | 5.3] |
| 普通中学 | 75.6 | 100 | [78.2 | 16.8 | 5.0] |
| 一般重点 | 20.1 | 27 | [80.7 | 15.4 | 3.9] |
| 省级重点 | 4.3 | 6 | [76.6 | 19.6 | 4.0] |

这一未知数的份量因独生子女士兵的比率仍在增大而更形沉重,军营内外为之忧心忡忡,人们见仁见智,看法不一。表9对这一重大问题做出了回答。

近年,随着独生子女在就业人口中的比重持续上升,军队士兵中独生子女的比重也在稳步增大,这一趋势在我们的样本中得到了清晰的反映。若以1991年为基期,至1995年的定基发展速度达到了302%,平均递增率为31.9%。这一历史性的兵员结构变化趋势已给中国国防事业的建设提出了许多新课题。被世人忧称为“小太阳”群落的当代独生子女是中国社会史上的空前现象。这些从小多享有超量家庭关照甚至家族关照的青年,对紧张、艰苦且不乏风险的军营生活会持何种看法?他们还能像常态家庭的子女那样,以主动的姿态大批大批地迈入军队大门吗?用政策研究的眼光看,即:我国独生子女群体还会是现代国防事业所需要的优质的主动型兵源吗?

表9 士兵的独生/非独生与军营生活社会吸引力体验

| 独生 背景 | 比率 (%) | 规模 指数 | 体 验 类 型 | | |
|----------|-----------|----------|---------|------|------|
| | | | [强 | 中 | 弱] |
| 非独生 | 90.2 | 100 | [79.4 | 16.2 | 4.4] |
| 独 生 | 9.8 | 11 | [74.1 | 18.0 | 7.9] |
| 总 计 | 100.0 | — | [78.7 | 16.5 | 4.7] |

两类士兵的反应再次出现了非常相似的“一峰独耸”。这一统计结果告诉世人,独生子女虽有一些引人注目的群体性弱点,但在入伍当兵、参与国防事业这一公民基本义务面前,他们并非自私、懦弱的一群。访谈中,我们接触到不少在家庭的支持下跨进军营的独生子女战士,

也遇到一些不顾长辈亲族“香火独传、自珍自重”的劝阻而坚决从军的士兵。

如果仅从独生子女早期社会化中的“社会病”来推断问题,很难不形成“当代独生子女群体将退化为被动型兵源”的估计,但若将眼光从家庭移向更广阔的社会生活领域,用更大的视角分析问题,图中的同构性就不难理解了。我们认为,之所以在独生子女与非独生子女之间能出现这种意义重大的一致性,关键在于独生子女幼年虽处在某种娇宠之中,但到了役龄期时,他们面对的就不再是几位长辈了,还要承受升学、就业、婚姻这三种远非家庭条件所能应对的前途压力。另外,在目前社会条件下,应试教育模式在许多中学甚至小学还有相当影响,这一模式的持续运作事实上已将学生分成了两个亚群体:一类是数量不大但应试能力相对较强、有望升入大学深造的所谓“重点生”,一类是数量巨大、文化知识素质相对较差且升学无望的所谓“普通生”。处在第二类群的独生子女既然不能在地方升学,就要直接面对择业问题,于是就进入了国家相关兵役政策的影响范围。和平时期,国家对退伍兵的社会保障政策同若干个人利益问题直接挂钩,大多数独生子女家长自然会看到国家对公民服役行为的报偿所具有的社会价值。除了利益驱动机制外,社会对青少年公民意识的培育、对现代国防事业的宣传以及军队英武形象的吸引,都会激励大批进入役龄期的当代独生子女青年走向军营生活。

以上信息给我们的一个启示是,军营生活社会吸引力的强度结构同士兵社区背景、阶层背景、家境背景等六个重要因素之间均无直接的相关关系。也就是说,这种吸引力的“一峰独耸”之势不会因社区、阶层之类的差异而呈重大差别。以诸如兵种差异、驻地社区条件差异等其他重要自变量所做的相关分析其结果依然如此。据之可以得出一个基本判断,即积极反应占主导地位的偏峰分布结构在士兵各基本类群中是普遍存在的,故可认为当代中国军营生活社会吸引力的“一峰独耸”格局在调查期具有很强的普遍性。

三、军营生活社会吸引力的“热点”分析

在形成了关于军营生活社会吸引力现实状态的基本判断之后,应进一步探讨一下“为什么”的问题。人们会问,面对市场经济大潮中的多样化竞争压力,何以还有这么多的地方青年愿意拿出最可宝贵的一段青春时光,去绿色军营当一名士兵?上升到理论高度,就是应设法描述他们在做出入伍抉择时主导性动机结构的群体特征。

了解这种群体特征对于治国、治军一类实践具有重要意义。因为所谓军营生活的社会吸引力,实质上是一些受到社会公众关注的军队组织条件,其中包括人们通常所说的“硬环境”和“软环境”。而产生社会关注的一个基本前提,是役龄青年及其家庭成员具有某种或某些有赖于这些条件方能实现的行为动机。离开了动机因素,军队组织条件就失去了作用点,军营吸引力当然也就无从谈起了。所以说,只有把握了入伍抉择主导性动机结构的群体特征,才能深刻理解军营生活社会吸引力的性质和主要作用方向,进而提高决策的科学化水平。

1. 测度架构:六个维度上的“热点”指标

进入90年代后,很多部队都对社会转型过程中的青年入伍动机做了调查研究,取得了不少富于启发性的学术成果。依托于这方面的进展,我们对士兵入伍动机的测度指标做了进一步的归纳提炼,将18类动机目标分别纳入各具相对独立性的六个维度。

这一架构的视点集中于役龄青年的社会性需要,着力考察役龄青年在选择进入军营生活时的相关动机状态,以了解其国防参与意向的品质与强度,对军人生活方式的兴趣,以及有关

个体人格—能力发展、直接就业与间接就业、个体经济利益、国家法规压力等重要因素的反映。至于军队生活的“温饱条件”对贫困地区低收入家庭的吸引力早已为人们所认知，且一直保持着强劲状态，而我们的研究重点又是社会主义市场经济条件下军营生活社会吸引力的新特点，故在调研设计时略去了这方面的指标。

2. 入伍动机“热点”的“两重两强”分布

我们在问卷中向分别于 1991 至 1995 年度的入伍的士兵询问：“一般说来，当兵入伍在人生中不是件小事，需要认真考虑一下才能决定。那么，您在报名参军时比较看重哪些因素或条件呢？”并请他们列出三个相对更重要一些的指标。

样本士兵的回答从整体上看有三个特点：

一是表现出了选择的多样性，18 项反应指标被全部覆盖，无一空选；

二是反应强度并非均匀分布，而是形成了三个强度台级；

三是指标分布具有明显的“群落性”，即在最高台级和第二台级上，分列着“两重两强”（“成长—责任”和“体验—择业”），它们交融着中国的国情特征和时代特色，十分清晰地显示着 90 年代军营生活社会吸引力的基本作用点。

先看看对入伍选择影响最大的因素有哪些。表 10 中的数据由高至低依序排列，反映着 18 类动机目标在应征者心目中的份量。在这个堪称主导动机核心层面的六维方向上，高耸的“主峰”是公民义务取向。面对 18 个可选项，高达 21.2% 的士兵称“为保卫祖国尽义务”是自己当年决定入伍的首要动机。这一比率比“纯均匀分布假设”的比率 5.5% 要高出 3.5 倍，比实际的最低频率选择要高出近 20 倍，“热点”的性质非常显著。

表 10 入伍动机中的首要目标取向强度分布

| 强度序位 | 目标 | 强度水平(%) | 强度序位 | 目标 | 强度水平(%) | 强度序位 | 目标 | 强度水平(%) |
|------|------|---------|------|------|---------|------|------|---------|
| 1 | 公民义务 | 21.2 | 7 | 就业待遇 | 4.9 | 13 | 军士职业 | 1.4 |
| 2 | 军校深造 | 14.8 | 8 | 军事技能 | 4.6 | 14 | 士兵提干 | 1.2 |
| 3 | 政治发展 | 14.6 | 9 | 作战体验 | 3.7 | 15 | 工作转换 | 0.8 |
| 4 | 技术发展 | 14.0 | 10 | 环境转换 | 3.5 | 16 | 法规压力 | 0.6 |
| 5 | 军旅体验 | 5.2 | 11 | 人生探索 | 2.3 | 17 | 商务机会 | 0.2 |
| 6 | 认知拓展 | 5.2 | 12 | 其他 | 2.0 | 18 | 经济报偿 | 0.2 |

在公民义务取向的“主峰”之下，屹立着两个成长性动机和一个择业性动机，即政治发展取向、能力发展取向和军校深造取向。三者的频率均在 14% 左右，是“纯均匀分布假设”的 2 倍多，比实际最低强度要高出近 15 倍，自然也有足够的资格被视为“热点”。

以上诸项动机取向的频率和已超过 60%，足以令人感受到 90 年代士兵入伍动机的气氛基调。

既然和平时期人们的入伍动机通常呈复合形态，那么分析的眼光还应关注作用力较强的其他成分。调查发现，入伍动机结构中间层面的特征是两种取向双峰突起。最高者为政治发展取向，样本士兵将之置于第二重要位置的多达 21.2%，很想学会一手技术的也达到 19.2%。这种强度意味着二者都出现了等幅增长，即呈“翻番上升”之态。到了重要等级的第三档，政治发展取向、能力发展取向和公民义务取向各又增大了十几个百分点，可谓强势不衰；“考军校”这一特殊的择业取向则升力趋弱，只上涨了 4 个百分点。

如果对三个重要等级上的动机取向做加权处理，就可以获得一组能够揭示主导动机结构

整体特征的统计量。用表 11 中的数据可以绘成 90 年代士兵入伍动机的“光谱表”，其层面结构中的“两重两强”非常直观。

表 11 90 年代士兵入伍动机热点的强度指数(三级加权)

| 强度序位 | 目标 | 强度水平(%) | 强度序位 | 目标 | 强度水平(%) | 强度序位 | 目标 | 强度水平(%) |
|------|------|---------|------|------|---------|------|------|---------|
| 1 | 政治发展 | 100 | 7 | 就业待遇 | 34.5 | 13 | 工作转换 | 11.9 |
| 2 | 技术发展 | 94.1 | 8 | 军事技能 | 32.1 | 14 | 军士职业 | 11.3 |
| 3 | 公民义务 | 82.7 | 9 | 作战体验 | 28.0 | 15 | 其他 | 7.7 |
| 4 | 军校深造 | 49.4 | 10 | 环境转换 | 22.6 | 16 | 法规压力 | 4.6 |
| 5 | 认知拓展 | 44.1 | 11 | 人生探索 | 18.5 | 17 | 商务机会 | 1.4 |
| 6 | 军旅体验 | 36.9 | 12 | 士兵提干 | 13.7 | 18 | 经济报偿 | 1.1 |

下面讨论一下这种社会心理光谱的“色调意义”。

(1)入伍动机光谱的主色调为两类成分——“成长”与“责任”，它们是非常明亮的暖色。

社会主义市场经济的建立与完善是中国社会的重大历史性变迁，需要大量有较高政治素质和较强技术能力的劳动人口。“从军族”中强烈的政治发展动机和能力发展动机正是这种巨大社会需求的必然反映。从个体的社会参与角度看，政治身份和技术能力既是现时成长的目标，又是未来更好地适应社会环境、充分发挥个人能动性的重要条件。值得注意的是，正是在社会上部分青年在市场经济大潮中表现出某种拜金主义倾向之时，积极参军的役龄青年并未与之同流而去，将目光紧盯住个人的经济利益，而是依然保持着百多年来中国青年运动主流的世纪性特征——对政治怀有高度热情。今天，处在多样化的社会发展过程之中，从军青年群体政治进取意向能够如此强劲，的确是难能可贵的。若能充分珍惜这种政治热情，恰当地引导它，科学地维系它，军队的质量建设就有获得一种无价的高品质军人行为动力源。

同政治发展取向并驱的一大热点是技术能力发展取向。期待能在几年服役期间学会一种有助于复员后在市场经济大潮中扬帆的技术，是“从军族”的一个重要心态。从对 18 项动机目标的三级选择情况看，将“学技术”列在首位的达 14%，列在第二位的有 19%，列在第三位的亦为 13%，三级之和达到 46%，加权处理后仍达 13.9%，比政治发展动机的覆盖面仅小两个百分点。这个事实传达出一个重要信息，即市场经济本身固有的“能力取向。在 90 年代的从军青年中已造成了一种显著的群体特征：在入伍之前就已产生了成为“两用人才”的强烈要求。这种期待确已成为具有多方面重要社会意义和影响力的“基本民情”。

另一项热点指标是公民义务取向。在目前的相对和平时期，“为保卫祖国尽义务”的动机即在首级位置居“两重”之首，三级之和的覆盖面亦达 43.2%，仍显出相当的份量。可以相信，一旦出现外敌大规模入侵的严重征兆，“保卫祖国”的崇高号召将得到中国亿万青年的积极响应。我们在国家重点课题【当代中国国防心理】的研究中，曾清楚地看到反映这种公民热情的统计分布。广东、浙江、山东、黑龙江、陕西、内蒙古、云南等十省区进入样本的青年中，多达 90% 的人明确表示，如果发生敌寇大举来犯的事实，他们将同其父兄一起跨入军队，走向保卫民族尊严与安宁的战场。

(2)动机光谱的副色调既充满着烂漫的青春气息，也不乏冷静的利益思考。

在“成长”与“责任”之下，涌动着应征青年企盼投入全新生活领域的热烈情感。第一次远离家门，长别父母，他们期待着未来军营生活中的种种情趣，期待着同化于军营男子汉充满阳刚之气的威武形象。这样，我们在主导性动机的第二级上看到了一串洋溢着浓郁兵味的动

机目标。排在前列的两个是认知拓展取向和军旅生活体验取向,另外两个是习武取向与战斗体验取向。这四个指标都登上第二台级,说明军营生活虽然紧张艰苦,但也因此获得了不同于一般社会职业的特殊魅力,使得一些有志青年向往军人的风采。

同体验军营生活、开阔人生视野并行在“两强”之中的还有两个“务实”倾向非常明显的动机目标。三级选择排列中,共有 22.3% 的士兵表示他们将报考军校作为投入军营生活的一个重要期待。在这些青年人的心目中,军营大门同军校大门是密切相关的。对复员军人安置政策表现出较高敏感性的人数比率同军校取向较为接近,三级之和达到 17.5%。升学与就业都是青年人初入社会时必须严肃对待的人生挑战,将它们纳入个人追求的范围是献身国防者的基本权利,是一个公民正常的人生努力,也是文化素质相对较好和能够完成兵役义务的士兵心中较有把握的目标。

士兵入伍动机“光谱色调”的结构和意义促人形成一种基本判断:我军“大熔炉”和“大学校”的社会形象性质稳定。多数青年在穿上军装之时,都怀有强烈的成长性动机和责任性动机,同时也受到体验性动机和择业性动机的有力驱动。这种“责任—成长”居首强位置、“体验—择业”居次要位置的主导性动机结构,符合社会主义市场经济的大气候,是中国社会走向现代化时必然产生的社会需求的外在表现。

3.“热点”动机结构的时间特性

近几年,我国社会主义市场经济的机制设置速度明显加快,一些过去被视为可能行不通的设想已在现实中登台亮相。高中级领导层在“换脑筋”,一般群众在“换眼光”,社会上初步形成了一种为求发展而大胆开拓的群体气氛。在这种观念大变革的社会背景之下,应征青年入伍动机的热点是否也进入了显著的波动期呢?

透过表 12 给出的反应数据,我们可以看到时间曲线的两种变化形态。就单项指标的时间趋势而论,高比率指标曲线的年度升降变化都相当平稳,其他多数指标也都留下了堪称平缓的伸展轨迹。若从诸年度 18 项指标的“横截面”看,5 条折线的“高峰低峦”分布亦无重大差异,呈现出一种整体关系的连续性。

从上述时间关系特征可以引出一个判断:以“成长与责任”为主旋律的士兵入伍动机热点结构具有明显的稳定性,它不是某一年度兵的偶然倾向,而是一种在“从军族”身上持续存在的群体特征。

表 12 90 年代上半期士兵入伍动机结构年度比较(三级加权)

| 目 标 | 征 召 期 强 度(%) | | | | | 目 标 | 征 召 期 强 度(%) | | | | |
|------|--------------|--------|--------|--------|--------|------|--------------|--------|--------|--------|--------|
| | 1991 年 | 1992 年 | 1993 年 | 1994 年 | 1995 年 | | 1991 年 | 1992 年 | 1993 年 | 1994 年 | 1995 年 |
| 公民义务 | 12.2 | 12.0 | 14.1 | 13.9 | 14.4 | 人生探索 | 3.1 | 3.2 | 2.1 | 3.1 | 1.7 |
| 政治发展 | 13.8 | 13.9 | 16.4 | 16.5 | 16.5 | 环境转换 | 3.9 | 3.5 | 2.4 | 2.3 | 2.9 |
| 技术发展 | 14.6 | 14.3 | 13.2 | 14.4 | 12.9 | 军士职业 | 2.1 | 3.3 | 2.3 | 2.1 | 2.3 |
| 军校深造 | 6.4 | 6.7 | 7.3 | 7.6 | 8.4 | 士兵提干 | 1.9 | 2.7 | 2.0 | 2.4 | 1.9 |
| 军旅体验 | 5.4 | 5.3 | 4.5 | 4.5 | 6.2 | 工作转换 | 2.1 | 2.7 | 2.3 | 2.2 | 2.3 |
| 就业待遇 | 5.3 | 4.2 | 6.3 | 5.8 | 6.6 | 法规压力 | 0.9 | 0.4 | 0.9 | 0.3 | 0.6 |
| 认知拓展 | 7.8 | 8.1 | 5.3 | 4.1 | 4.3 | 商务机会 | 0.3 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.2 |
| 作战体验 | 4.4 | 4.6 | 5.6 | 4.4 | 5.0 | 经济报偿 | 0.2 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.1 |
| 军事技能 | 3.6 | 3.4 | 4.4 | 5.0 | 5.1 | 其 他 | 1.7 | 1.4 | 1.7 | 0.9 | 1.6 |

热点结构未随时间因素而变,亦未随改革力度的加大而变,其主要原因在于:改革的深度、广度和力度方面的变化,是党的十一届三中全会路线方针的继续与发展,中国社会前进的总方

向保持着相对稳定状态。相比之下,种种一般性的观念更新均属操作层面的思路与技术问题,它们不可能成为地方应征青年入伍动机时代特征的发生基础。能够决定这种特征的社会因素,只能是受社会发展总方向制约的社会基本需要。

可以预言,只要我国的和平建设进程不被突然事件打断,此种“两重两强”的入伍动机结构就会在一个较长的时期内相当稳定地再现于社会生活之中。要做好现役士兵的管理教育工作,就必须充分认识到“两重两强”动机结构的社会意义,继续以一流的努力创造一流的成长发展环境,从而使广大役龄青年踏入绿色军营的宝贵热情持久不衰。

四、关于军营生活社会吸引力的五个基本判断

根据对士兵这个兵役人口典型群体的上述实证性研究,可以形成关于军营生活社会吸引力当前特点的如下基本判断:

第一,进入90年代以来,我国直接的国防责任岗位对地方役龄青年的社会吸引力仍保持着强劲水平,其典型群体相关反应的强、中、弱基本比例关系为[16:3:1],正面因素以明显的数量优势居于主导地位;

第二,此种反应结构在典型应征群体中具有显著的普遍性特征,表明在公民教育、社会舆论、国家法规等多种因素的综合作用下,经济体制转型时期的军营生活社会吸引力仍能覆盖我国各类基本社区和各主要社会阶层,对“独生子女”这一比重迅速增大的兵役征召对象亦能产生有效影响;

第三,根据上述比例关系及其普遍性可以认为,尽管青年兵役人口已出现大规模流动择业等新生面,世纪之交的我国国防事业在人力资源方面仍将继续拥有相当可观的主动型兵源,我国的义务兵役制在经济体制转型时期仍有维持其良性运作的社会条件;同时还应看到,一旦中小学变升学应试教育为公民素质教育的努力取得重大进展,包括国防事业在内的各项社会事业均会获得更为理想的人力条件;

第四,当代军营生活社会吸引力的作用点具有多样性和层次性,成长性动机和责任性动机反应面最大,体验性动机和择业性动机位居其次,构成了90年代士兵入伍动机的主旋律;相比之下,偏离义务兵役制模式的以经济报偿、商务机会为目标的动机类型强度低弱,这从另一侧面反映出我国兵源的品质特性;

第五,以“成长”和“责任”为主调的“两重两强”入伍动机结构具有深厚的社会根基,反映了受改革开放、市场经济制约的基本社会需要,故在时间方面表现出了很强的稳定性,可以被视为在创造一流军营生活、增强兵役体制社会适应性的治军实践中应予充分关注的跨世纪的士兵群体特征。

责任编辑:范广伟