

“心理防御”脉络中的瑞典传播研究发展 及自主知识体系建构

纪莉 黄夏歆

摘要:受两次世界大战以及冷战思维的影响,“心理防御”话语体系塑造了北欧国家媒介与传播研究的学术话语体系。以瑞典为例,细描“心理防御”话语体系如何在瑞典传播学研究发展中发挥影响,以及瑞典媒介与传播学研究学科设立与发展过程中对“心理防御”研究传统继承、转向与再发展的过程。通过对这一特定区域国别的传播学学术话语体系的研究发现:第二次世界大战及冷战时期美国的传播学研究对瑞典的传播学研究产生了决定性的影响,奠定了其学术话语体系建构的格局与基础;另一方面,瑞典“心理防御”体系的传播学研究又体现出瑞典在现代传播学研究中的发展特色,也体现出瑞典传播学研究的主体性特征,从而为研究北欧传播学研究的发展特点与学术贡献提供有价值的参考。从心理防御视角理解瑞典传播学发展逻辑,也对理解全球应对信息战或混合战的区域策略具有强烈的现实价值。

关键词:心理防御;宣传;媒介和传播研究;瑞典

中图分类号:G206 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2024)01-0106-11

基金项目:教育部人文社会科学重点研究基地重大项目(22JJD860006)

2022年1月,瑞典政府宣布重启2008年就已经关闭的“心理防御机构”,重新以“心理防御”(psychological defence)机制应对外国虚假与恶意信息(misinformation)的传播,以保护当年9月举行的大选不被外部影响(interfere)。

心理防御是瑞典的国家策略。瑞典在二战时期就成立了“心理防御机构”,作为针对冷战格局进行战时信息传播和管控的重要政府组织。该机构在关闭多年后突然于俄乌冲突开始后重启,在世界范围内引发了国际媒体的高度关注,法国等欧洲国家政府还表示对学习瑞典经验有极大兴趣。^①重启的心理防御机构副主任霍特甚至预测,其他国家也将在未来效仿成立相关防御机构^[1]。

“心理防御”在瑞典传播学研究传统中被理解为与“宣传”相对称的概念,是对抗大众传播心理战的重要策略,对于应对今天的信息战或混合战都具有强烈的现实价值。^[2]而事实上,以对抗“宣传”为目的,建设以心理防御为目标的大众传播研究奠定并推动了瑞典传播学的发展。通过对“心理防御”机制对瑞典传播学发展的影响进行梳理,本文探索了北欧国家将国家共识融入学术建制的学科

^①2022年1月6日美国《华盛顿邮报》发表了题为《为打击虚假信息与外国干涉,瑞典开设“心理防御局”》(Sweden Sets up Psychological Defense Agency to Fight Fake News, Foreign Interference)的报道;当天,美国有线电视新闻网(CNN)也发表了题为《瑞典新设“心理防御”机构反击谣言》(Sweden's New 'Psychological Defence' Agency Counters Misinformation)的报道;同年2月6日,英国《观察家报》发表了题为《瑞典重启冷战策略对抗假新闻;担忧俄罗斯干预大选民调,新“心理防御”机构设立》(Sweden Returns to Cold War Tactics to Battle Fake News; Fears of Poll Meddling by Russia Prompt New 'psychological defence')的报道;9月4日,英国《卫报》发表了题为《瑞典对俄罗斯干预选举“高度戒备”,心理防御局为9月11日民调突发事件做好万全准备》(Sweden On 'High Alert' for Election Interference amid Russia Tensions; Psychological Defence Agency Ready for Chance of 'Something Exceptional' in Lead-up to 11 September poll)的报道。

发展史与发展脉络。本文期望通过对这一特定区域国别的传播学研究发展史的梳理,为国际传播的精准研究贡献有价值的案例。

一、心理防御:从“宣传”中发展、演变的学术概念

在北欧的传播学与媒介研究学术传统中,第二次世界大战及冷战时期美国的传播学研究对其产生了决定性的影响,奠定了其研究格局与知识体系。

传播政治经济学派纲领性人物赫伯特·席勒曾在《大众媒介与美帝国》中通过考察美国政府、军队、企业与大众媒介的关系,分析了商业媒介与政府、军队如何结成利益共同体,向全球推广美国的大众传播策略与意识形态。瑞典作为冷战时期与对立意识形态阵营接壤的国家,也不例外地成了这个推广对象的一部分。^[3]

与大多数国家一样,在二战结束后和冷战初期,瑞典并没有独立的媒介学或传播学学术研究机构,但是在其他社会科学的发展脉络中,关于“宣传”的研究传统一直存在。

美国学者爱德华·伯奈斯在其《宣传》一书中指出,在第一次世界大战之前,“宣传”一直被中立地使用。它甚至可以被用以描述女性、少数群体等对社会不公的游说行为,因而具有公共关系的正面价值。瑞典也曾社会学领域的研究与应用中如此使用“宣传”概念。^[4]瑞典早期对“宣传”的研究主要在两方面展开:一是把商业化传播技巧作为“宣传”进行研究。在20世纪30年代,“宣传”一词作为被广泛使用的商业概念,与当时瑞典语中的广告(reklam)常常混用,用来描述人们销售商品和服务,以及传播商业想法的行为。因此,“宣传”也被认为等同于营销(marknadsföring)。^[5]

在瑞典的政治话语体系里,“宣传”作为一种中性的信息传播策略在政治文本中的使用也极为普遍。瑞典学者姚翰·亚布里克等人的研究认为,直到20世纪60年代,瑞典政治话语体系里“宣传”一词的负面含义才更为明显地覆盖了曾经的中性内涵。他们在对瑞典议会记录进行详细的梳理后指出,二战后瑞典的政治话语中“宣传”还是作为一个去意识形态的词语来使用。在议会的演讲中,只要是为了好的目的,非争议性的议题,都可以使用“宣传”来表示一种技巧。^[6]瑞典学者埃琳·加德斯特罗姆也在对20世纪30年代以后的瑞典“宣传”概念进行研究后发现,尽管在一战后“宣传”概念被以中立和积极的方式使用的趋势有所下降,但“在第二次世界大战及其后的几十年中,在英国和瑞典等国家,积极意义上的‘宣传’仍然是可能存在的”^[5]。

可见,作为一种传播技术和技巧的“宣传”在瑞典是早期传播学的研究对象,主要研究问题是关于市场营销技巧和政策推广的传播策略。虽然瑞典等北欧国家的传播学与媒介研究到20世纪60年代之后逐渐向相对独立的研究方向发展,但其学术研究的独立性却颇富争议。这一点在二战后尤其是冷战时期对“宣传”概念的舍弃,以及心理防御概念的建构上可见一斑。

二战结束后,瑞典作为欧洲少数几个没有遭受严重战争创伤的国家对非暴力不卷入的“中立”政治选择更为看重。而且20世纪50年代开始,瑞典组建联合政府,推动“人民之家”(Folkhemmet)^①即和谐社会国家发展,专注发展国家建设。因此,这一时期也被瑞典学者称为瑞典社会的“去意识形态”时期。^[6]在较为和谐的政治氛围下,不同的利益群体、组织、协会、专业机构等都使用了不同的传播手段服务国家共识,推动瑞典国家认同。当然,20世纪50—60年代瑞典的大规模国家建设,也需要稳定的经济发展与政治共识。^[7]罗森巴赫将这一共识概括为一种社会主义、家国情怀和民族主义

^①“人民之家”是一个比喻。20世纪20年代瑞典Per Albin Hansson对此概念进行了一场最为著名的演讲,其含义是“瑞典将成为人人平等的人民的家园”。

的融合体。^[2]显然,塑造与推动国家认同的需求,要求瑞典传播学研究在国家的政治宣传与传播方面挖掘出去意识形态化的概念体系。

而瑞典早在二战期间就采用了信息防御体系保护国家认同的重要性。1935年,瑞典成立了“信息委员会”,用以提高关于瑞典政府的信息传播能力。1940年,瑞典成立了国家信息局(Staten Informationsstyrelse)。^[8]在这个机构的组织架构中,除了一般的信息服务和信息审查部(信息或宣传部)外,还成立有“公民准备部”(The Division on Civic Preparedness)。这个部分的工作就是通过瑞典的城市和乡村建立各种学习组织,传播政府信息,而且从1941年1月开始,它还参与了针对谣言和虚假信息的反攻击工作。^[8]可见,建立公民参与的反虚假信息防御系统,这一传统在战时的瑞典就已经形成。而如何概括和概念化这一国家信息传播机制,是瑞典传播学发展中需要解决的学术问题。

此外,纳粹德国记忆也让战后的瑞典的传播学研究面对一定的历史包袱。二战期间,瑞典对德国并非真正中立,其让步就包括了在新闻业方面的妥协。1940至1943年,瑞典政府多次没收或阻止若干反纳粹出版物的发行,对报纸实施运输禁令等,以向德国表明它对舆论进行了大量干预。^[2]这些丑闻让战后的瑞典非常警惕,不愿再重蹈作为纳粹战时宣传帮手的覆辙。因此,面对曾经的历史问题,要保护瑞典的国家共识在面对强大外部力量干预时不受破坏,构筑国家心理防御防线,为包括战争在内的多种可能性做好准备,成为瑞典战后的普遍心理。^[2]

基于此,国家防御的需求以及冷战时期的意识形态都让瑞典传播学研究无法在被认为是敌对意识形态手段的“宣传”概念上延续发展,传播学研究在话语体系上必须与“宣传”的概念体系剥离。最终,“心理防御”概念行使了这一使命。

研究表明,瑞典的公民防御传统也与冷战时期的冷战文化保持了可见的持续性。^[9]冷战时期,美国为了美化其在瑞典民众心中作为世界政坛领袖的形象,加大了对瑞典传播活动的干预,并将投入科研经费作为服务美国霸权的宣传工具。^[10]美国将大量资金投向瑞典的大学和研究者,以便其能够开展美国军方感兴趣的研究,并推动针对冷战需求的传播学研究。^[11]

冷战时期的美国已经建立起“公民防御”的概念体系来组织针对想象中的战争传播工作。^[12]随着美国冷战文化的输出,美国政府也有意识地将传播研究中的“宣传”等词语嬗变成“大众传播”等更为中性的词语。^[11]“政治宣传”“国家宣传”和“资产阶级宣传”等词汇由此逐步在瑞典被视为“宣传”的双关语。^[6]到了20世纪60年代,“宣传”的负面含义已完全巩固。^[6]作为反宣传的“心理防御”的传播研究在瑞典以合法合理的研究身份,在瑞典的政府支持机构、独立研究机构中得以热烈的开展。

二、BN的传播学推广:由政府机构主导的瑞典早期传播学研究传统

作为政府机构的“心理防御委员会”的成立,让瑞典传播学知识生产的主体与政府机构的关系密不可分。

1954年,瑞典政府为了确保战时舆论不被破坏,成立了瑞典国家心理防御委员会(Beredskapsnamnden Forpsykologiskt Forsvar)(以下简称BN)。BN的主要任务是为文化组织(新闻、电视、电影和戏剧)中的工作人员,以及一些民间社会机构,如瑞典人民运动和工会等提供培训。它的另一个任务则是研究国际心理战的发展,分析外国宣传手段,以及了解关于瑞典国防事务方面的民意。

从概念脉络上分析,BN在名称中使用“心理”一词是受到了美国同时进行的心理战概念的启发。美国在1951年成立了心理战略委员会(the Psychological Strategy Board),推动了心理战的相关项目。

1953年瑞典就首次在官方报告中提出并使用了“心理防御”(Psykologiskt Försvar)这一概念。当然,这一概念被生产出来就区别于纳粹德国的战争“宣传”概念,但又与美国的心理战略有区别。^[13]瑞典前内务部长在报告中使用的是保罗·莱恩巴格对宣传的定义,认为“宣传”是“不使用胁迫的有组织劝说”。^[14]而心理战是“一种纯粹通过心理工具而非暴力来影响抵抗意志的过程”。^[2]“抵抗意志”在此意为基于国家利益培养公民反对“宣传”与“极权”的公民意识。在机构名字中使用“心理”一词不仅有助于消除战后逐渐流行的对宣传的负面涵义,而且“防御”一词更能与战争中的侵略行为相区分。

这个主导心理防御行动的机构虽然隶属于瑞典国防部,但其管理方式是公民组织式,即虽然该机构的管理层里有军方代表,但是负责人是普通公民,管理层由政治家、记者、公务员和学者等不同职业的公民构成^[14]。同时,该机构也是瑞典国家心理准备委员会(the National Preparedness Commission)的权威机构,主要任务是规划心理防御战和开展该领域的研究。^[14]它不仅主导了瑞典政府的信息传播方略,也对瑞典的传播学发展发挥了重要作用。

在缺乏学术建制式媒介与传播研究的历史情境下,瑞典国家心理防御委员会自成立之后,便依托国家项目以及美国的组织支持,在瑞典发起了一系列由社会学家、政治学家和语言学家进行的关于媒体和宣传的研究,^[15]奠定了战后瑞典传播学的发展基础。

BN主要通过两种方式推动了瑞典传播学的研究。第一种方式是直接资助传播学方向的研究,这主要通过委托专家研究或招募直接效力于BN的研究人员来实现。例如,瑞典哥德堡大学教授约尔根·韦斯特斯塔尔从1954至1985年一直担任BN董事会成员,他不仅是瑞典民主思想的主要推动者,而且也被看作瑞典媒体和传播研究的“开山鼻祖”之一。^[14]韦斯特斯塔尔长期从事关于选举、选民和投票的社会研究。从1956年起,他与博·萨尔维克在BN的资助下一起开展关于“宣传分析”的研究,第一次将定量的内容分析法作为政治科学研究方法引入瑞典。这既让瑞典传播学研究的影响力大增,也使得用内容分析法进行宣传分析的研究,成为“哥德堡政治科学系的大课题”^[14]。

在担任BN的董事会成员期间,约尔根·韦斯特斯塔尔还为哥德堡大学传播学研究争取到很多BN的资助。这也是BN推动瑞典传播学发展的第二种方式,即资助相对独立于BN的研究机构和人员开展独立研究。虽然第一种资助形式在资源的可用性和研究结果方面明显占主导地位,但BN通过第二种方式发挥的作用在媒体和传播研究早期阶段也不可低估。哥德堡大学的政治科学系在BN建立的最初几年,会定期收到学术捐款。^[14]受益于BN的研究经费支持,哥德堡大学政治科学系成立的大众传播研究中心至今在瑞典传播学发展中仍然发挥着举足轻重的作用。基于美国政府的支持,BN在成立短短几年内也成为瑞典第五大媒体研究资助机构。^[14]从其传播学发展的知识生产角度来看,这一合作也让美国传播学研究成果被大量引入瑞典的传播学与媒介研究中,形塑了瑞典传播学的研究传统与研究发展方向。

1957年,美国国务院邀请BN的行政主管格纳·达兰德访问美国,了解美国的大众媒介与舆论表达。罗森巴赫在研究中指出,达兰德的访问在三个方面受到了美国传播学研究的启发,并将其运用到瑞典心理防御体系的建设中。首先,通过对美国媒体技术与传播方式的考察,达兰德意识到电视在未来的影响力,并发觉电视商业化的负面传播效果,从而为瑞典提倡以教育与传播信息为导向的公共广播电视服务系统明确了方向。其次,通过对盖洛普以及尼尔森等美国民意调查公司的了解,达兰德意识到安装家庭测量仪的量化研究方法可以应用到瑞典的心理防御研究,发现了访谈法之外的关于舆论的量化研究方法的价值。最后,达兰德通过这次美国访问了解了拉扎兹菲尔德的传

播学研究,尤其是“二级传播”理论,他不仅对此极为重视,而且推动 BN 将其应用于对瑞典的民意研究中。^[2]

达兰德美国之行所发现的传播学理论与研究方法都在一定程度上成为瑞典 20 世纪 60 年代传播学研究的主要议程。出于对美国传播学研究方法和理论探索的认可, BN 在瑞典成为最早系统地、长久地委托研究机构并自己开展舆论与媒介研究的机构之一,也是向瑞典介绍和翻译大众传播理论(主要是美国),向瑞典科学界介绍传播学研究传统的概念和问题的主要来源之一。^[14]

BN 长时间、系统性地引进、翻译并向瑞典研究界介绍美国大众传播的研究。1981 年的一份研究显示,当时 BN 图书馆三分之一的书籍都是关于大众传播的。^[14] BN 还经常发布由美国著名大众传播学者如卡茨、拉扎兹菲尔德、拉斯韦尔和施拉姆等人撰写的文章和书籍的摘要和译文。受到这种研究资源的影响,瑞典学者从研究方法到传播理论都追随美国传播学研究展开。如瑞典乌普苏拉大学的安德森与梅伦在 BN 资助下于 1959 年发表了《拉扎兹菲尔德的二级假设:从瑞典调查获得的结论》。研究完全采用拉扎兹菲尔德的调查方法,并用瑞典的调查数据证明了“非正式传播在公众意见形成中发挥了重要的作用”。^[16]

1962 年,时任 BN 研究负责人的奥拉·梅伦在撰写的一份报告中总结了大众传播研究这一新领域在瑞典的发展,认为 BN 的研究团队是这一新兴领域形成的关键机构。研究数据也有力地证明了这点。BN 在 20 世纪 50—60 年代发表了至少 8 篇关于大众传播的研究报告。当时 BN 针对广大公众出版的流行期刊《信息》(*Messages*)中,前 100 篇文章中有 45 篇是关于大众传播研究的。^[14]

三、“心理防御”的科学化推进:瑞典“媒体与传播研究”的学术建制与批判研究发展

格兰德认为,美国传播学在研究机构化与建制化的发展过程中,不仅直接为政府与军方机构服务,而且拉扎兹菲尔德等人的研究也带有一种“隐藏的议程”,即有意识地将对宣传的讨论转为使用更为中性的“大众传播”这一术语,但其研究目标依然是为了更好地理解战后正在发展的媒介社会如何劝服公众。^[11] 追随美国传播学的发展,瑞典的传播学研究在推动“隐蔽的议程”过程中,逐步发展更为科学化、客观化、中性化的传播学研究,并最终建立了独立的传播学研究机构。

美国传播学在 20 世纪 50 年代开始获得建制化发展,而瑞典直到 20 世纪 70 年代才完成传播学的建制化发展,并出现了独立于美国传播学研究发展的学术传统与知识生产。

虽然 20 世纪 50 年代瑞典政府推动的心理防御系统建设对于传播研究逐步从边缘走向拥有独立学术身份和学术声量起到了决定性作用,但一直到 1963 年瑞典还是很少有专门研究媒体和大众传播的机构,也没有专门进行大众传播的研究系所。当时的传播学研究是在其他学科中开展,涉及面广泛,却缺乏大的研究平台,只是由一小群专门研究传媒的研究人员散布在斯德哥尔摩、隆德和哥德堡的大学里发展研究。^[17]

20 世纪 60—70 年代被视为瑞典现代传媒研究的起点。^[14] 政府对其支持功不可没。瑞典政府对媒体研究的兴趣在 20 世纪 70 年代达到顶峰。^[18] 1972 年,由北欧部长理事会、瑞典文化部和哥德堡大学资助,哥德堡大学建立起了一个非营利性的研究中心——北欧大众传播研究信息中心(Nordicom)。^[17] 该中心致力于收集和加深北欧国家间的媒体传播研究,目标是“通过信息流动,将个别研究人员、研究团体和机构联系起来,建立和加强北欧研究界与世界各地同行之间的联系”^[17]。该中心的成立对于瑞典的传播学制度化进程十分重要。^[17]

Nordicom 建立初期只是一个学术信息交流中心,但很快便发展成北欧传媒研究的网络沟通平

台,被认为是“北欧合作的黏合剂”。^[19]在瑞典传播学研究制度化之前,很多其他学科的学者都对媒体研究感兴趣,但是,在像 Nordicom 这样的交流平台建立之前,学者们之间没有太多互动和沟通的平台,也没有办法对研究议题进行讨论分享。^[15]Nordicom 通过组织学术会议、发表学术刊物等方式促进北欧传播学学者间的沟通交流。从 1973 年开始,Nordicom 参与组织两年一次北欧媒体和传播会议 NordMedia(Föreningen för svensk medie-och kommunikationsforskning n. d. a)。该会议由五个北欧国家(丹麦、芬兰、冰岛、挪威和瑞典)交替主办,被认为是北欧地区传播学交流和联络的重要学术枢纽。Nordicom 还作为学术信息中心“收集与编辑北欧地区媒体发展情况及其文献资料”。在 Nordicom 建立之初,瑞典还没有专门关于传播学的学术期刊。Nordicom 创办的两本期刊《北欧信息》(Nordicom-Information)和《北欧评论》(Nordicom Review)成为供北欧传播学研究者阅读的学术刊物。^[17]

除此之外,瑞典还成立了瑞典媒体研究协会(the Swedish Association of Media Research)。瑞典传播学和媒介学研究领域的“先驱者”——斯德哥尔摩大学、隆德大学和哥德堡大学三大传媒研究重镇初具雏形。

不过,作为欧洲大陆尤其是北欧重要的中立国家,瑞典传播学研究中也建立并发展着欧洲的传播学批判理论思想,展现出与北美传播学发展不同的研究视野。从 20 世纪 60 年代开始,瑞典传播学与媒介研究就出现了功能主义研究与批判研究的分野。政府支持下的民意与舆论研究发展也受到了过于功能主义、行政主义的批评。^[18]更值得注意的是,瑞典媒介产业在高度商业化发展中形成的自我规制的北欧模式,也对传播学研究提出了确立学术自主性与独立性的强烈要求。

瑞典曾是全世界人均报纸流通量最高的国家之一。^[20]瑞典报业高度职业化。曾有统计显示,20 世纪 90 年代瑞典大约 15000 名记者里,60%是在报业工作,只有 15%的记者在广播电台与电视台工作。^[20]瑞典报业管理模式被认为是一种机构化、自我规制的媒介系统。^[21]瑞典的报业委员会(the Swedish Press Council)以一种近企业化的机构方式运行,不隶属政府机构,定期发布职业道德报告与政策调整解释。但报业也享有政府提供的补贴以维持公共服务的功能。^[22]哈林和曼奇尼将其归纳为西方三种媒介民主模式的一种——“民主法团主义模式”。^[23]

历史上曾经对媒体的亲法西斯政府管控,当代民主企业模式的良好运作,都让瑞典传播学研究需要建立基于自身发展历史和发展模式的传播学批判研究,而不是一味地追随北美的传播学研究路径。进入 20 世纪 80—90 年代后,瑞典政府对通过政治治理规范媒体发展的信心减弱,官方机构对媒体研究的关注也慢慢消退。^[18]本来瑞典的媒体研究是在“行政”和“批判”的导向中寻求平衡。^[24]随着官方力量的势弱,以及来自欧洲大陆的人文研究、德国批判学派,英国文化研究对瑞典传播学研究的冲击,曾以美国传播学为模仿对象的瑞典传播学研究呈现新的发现方向。传播学者中超过一半的研究者通过符号学、批判学派或文化研究的视角开展传播学研究。^[24]

这也就使得瑞典传播学学科在建制化发展过程中,第一个自主发展出的重要研究方向是电影研究获得了解释。瑞典传播学研究中将电影研究作为对“现代传媒与政治意识形态关系中的话语与美学的研究”,并在大学中变得流行开来。瑞典在大学里开设的电影研究也被认为对瑞典的媒介研究做出了独特的贡献。^[14]1970 年,符文·瓦尔德里克成为斯德哥尔摩大学第一位电影研究方向的教授。^[18]

20 世纪 70 年代,电视产业的发展对传媒业的管理带来了挑战,因此对文化政策研究以及瑞典公共广播机构的研究在那个年代显得尤为重要。1979 年,经济心理学出身的谢尔·诺瓦克在斯德哥尔摩大学成立了大众传播研究中心,并于 1991 年成为该中心的大众传播教授。^[15]1980 年,哥德堡大学

也在政治科学系中设置了一个大众传播研究教授岗位。1985年,隆德大学宣布设置一个社会学教授岗位,专门从事大众传播研究。^[17]在精英教育体系下,瑞典的教授职位极其稀有,设立传播学与媒介研究方向的教授职位,既代表着传播学研究的影响力,也代表着学科方向在学术体制内获得肯定与重视。

随着瑞典福利国家建设的目标实现,迫切的政治目标压力缓和,来自经济、历史、政治科学等不同领域的研究者与行政主义研究分离,从不同的视角对媒体和传播给予更多关注。^[17]而随着研究人员从多个学科领域进入,新的传播学教授岗位的设立以及传播学建制化发展不断推进,此研究领域也需要在整合的过程中确立学科边界与发展方向。1991年,瑞典研究学者在一个关于信息技术和传播的会议上共同决议,1991年,瑞典研究学者在一个关于信息技术和传播的会议上共同决议,将以前关于大众传播、信息知识与媒体领域的各种研究统一命名为“媒介与传播研究”(Media and Communication Studies,简称MCS)。拥有了正式名称也意味着该学科进入大学对知识进行识别、排序和分类的机制之中。^[25]因而,1991年也被看作是瑞典传播学研究的新元年。^[17]

值得注意的是,从20世纪60年代开始,瑞典公众对大众媒体、新闻专业主义和独立性的兴趣和讨论也在日益增加。随之而来的是人们对于传播学教育的需求增加。与此同时,学术界和高等教育届也展开了相应的变革。^[15]由于当时大众传播作为学科还未确立,高校的本科教学与研究之间明显脱轨,学界对于建立传播学本科教育体系的呼声日显。在本科专业教育发展的需求推动下,20世纪80年代末,瑞典传播学制度化进程明确了机构改革措施,推进了建立新学科的工作进程。但是,在通往职业方向的教育理念与偏向人文社会科学研究的发展路径上出现了选择偏向的争议。1982年,瑞典曾就大众传播研究应该被设计为职业教育的预备课程还是纯粹的学术化研究方向发生了激烈的争论。最后瑞典的传播学研究选择了后者,确定了传播学研究的学科发展策略。^[17]

可见,非职业化教育,与培养国家共识的政治需求相结合,重视批判视野与文化研究发展,这些构成了瑞典传播学发展的研究特点。事实上,到1972年Nordicom成立时,瑞典的传播学研究领域已经有了非常多样化的议题选择,学者们在BN进行的研究只是其中的一部分,冷战时期学术氛围所特有的社会科学控制有所减弱。尽管公共关系、宣传、受众调查等一直是媒体和传播研究的重要部分,但除了哥德堡大学的政治传播研究传统与其保持重要联系之外,这些主题和研究在当代并没有成为瑞典传播学的主导研究范式。克朗瓦尔对瑞典的媒介研究进行文献梳理后提出,瑞典的媒介研究主要方向还是人文主义研究视角,表明瑞典的传播学发展虽然受到美国的极大影响,但与美国情况依然存在差异。这也证明瑞典在战后国家建设完成,福利社会建设基本完成,国际政治处于相对平稳发展阶段时,心理防御对瑞典媒体和传播研究产生的影响变得有限。^[14]

2008年,作为政府机构的BN被正式关闭。

四、从“心理防御”研究重启看瑞典传播学自主知识建构的发展方向及其影响

瑞典传播学研究方向培养的本土研究者大都与该领域的两个先驱机构——斯德哥尔摩大学和哥德堡大学有联系。学者们要么就职于这两所大学,要么在这两所大学获得博士学位。而隆德大学和乌普萨拉大学则主要为学科的制度化建设和发展提供合适的课程和学科方案设计。^[24]在这一过程中,BN所发挥的作用虽然看似没有这么直接,但是几乎所有参与瑞典传播学科制度化建设的学者都曾参与过政府的合作研究,他们或被委托撰写报告,或以其他方式参与学界以外的利益服务研究。正如海沃宁等人所提及,瑞典媒体和传播研究在20世纪60—70年代的制度化演进,“远不仅仅是学

术界的努力”。^[18]

“心理防御”机制不只是瑞典政府的机构组成部分,更是对内与对外政治话语体系的重要话语机制。福柯在《知识考古学》中,把知识视为话语与科学之间的过渡形式,是为某门科学的建立所不可缺少的成分整体。^[26]他认为知识通过话语实践形成,话语实践通过知识得到描述。^[26]基于这样的研究传统与学术发展沿革,瑞典重启“心理防御机构”后,将与瑞典的传播学研究再次产生何种知识生产的勾连,将为全球传播学发展提供什么样的知识生产样本,是一个极为值得关注的问题。例如,瑞典政府重启心理防御后,曾经被批判研究压制的行政主义、功能主义的传播学研究是否会在瑞典传播研究传统中被重拾?虽然这一问题的答案还需要在数年后通过历史分析才能揭晓,但是作为国家共识的“心理防御”话语体系建设对瑞典的传播学研究发展确实具有深远的影响:

首先,心理防御话语为建构符合瑞典国家利益与国家形象的概念框架提供话语资源。

瑞典是少数几个在二战期间未受交战军队大规模影响的欧洲国家之一。“中立”态度被视为使瑞典免受侵略的主要因素。但事实上在战争期间,瑞典政府虽然试图保护瑞典不受纳粹宣传的影响,可是纳粹政府不仅要求瑞典政治中立,还要求其“精神中立”^[7],这使得瑞典政府对当时德国采用了一些实用主义的让步,对新闻界产生了负面影响^[7],包括曾经建立的自我审查制度等。

冷战期间,美苏两大阵营的对立让瑞典对于超级国家的宣传能力与心理战策略更为担忧。瑞典政府看到,心理战、信息战依然可以在瑞典打响没有硝烟的战争,削弱其行动的能力,从而伤害瑞典的国家与利益。^[2]冷战后,瑞典政府作为国家管理机构一方面表示希望民众保家卫国的意志不被消磨,另一方面又继续希望以中立国的立场获得平衡。“防御”概念正是契合瑞典外交政策中的中立性修辞。^[2]

因此,“以心理防御的需求作为研究问题”,以理解瑞典的公众舆论和“防御意愿”为目标的学术研究符合中立国国家利益与国家形象。在欧俄地缘政治再次进入紧张甚至战争冲突时,其发展的必要性再次凸显。而更重要的是,经过半个世纪以来瑞典传播学建制化发展,学术传统不断深入学术研究机构的机理,已经建构了与“宣传”概念相对立的“心理防御”概念框架,并展开了客观化、科学化的研究。这一概念体系在瑞典传播学研究中历史关联性极有可能使其成为瑞典传播学形成自主性研究的重要学术话语资源。

其次,心理防御行政机构的设立,为应对虚假信息传播及其传播机制的研究的实践价值提供政策性支持。

“心理防御”思维是瑞典在冷战开始后建立的国家“整体防御”体系的四大主要构成部分之一。^[2]这一思维体系受到美国冷战时期建立“公民防御”机构的影响不言而喻。“心理防御”作为一个有效的政治策略手段,一直用于指挥与心理战、宣传和信息相关的实践工作。BN在成立之后就为对应宣传战、心理战明确承担了三个部分的工作,构成心理防御行动的组成部分。它们分别是:①反对欺骗性的和错误的信息,包括散布谣言和宣传的行为,或者说反对一切敌对的心理战;②确保政府部门能在包括战争在内的危机状态时发出政府要传播的信息;③致力于加强瑞典国民保家卫国的意愿。^[13]

可以看到,这三个部分的工作都体现着传播学研究的实践价值,与传播学实用主义研究有着千丝万缕的联系。依照瑞典的传播学发展研究传统,“心理防御”机构的重启,必然将从课题支持、委托研究等方面再次与瑞典的传播学界产生深度关联,为以实践价值为目标的瑞典传播学研究发展提供切实的支持。

第三,“心理防御”研究通过科学化、组织化地研究危机与风险应对的“媒介准备”,为瑞典传播学扩展共识性研究边界。

瑞典的心理防御话语体系并不只是应用于战争动员或战争准备等议题上,也通过科学化、系统化的传播学研究发展成为在防灾减灾、突发危机事件等方面的策略指导。

20世纪60年代早期,出于对冷战转为热战的担忧,美国最早在公民防御项目中将“做好准备”(preparedness)纳入其中。^[27]这一防御思维后来也被北欧和西欧予以借鉴。冷战期间,以应对核战争威胁为目标的公民防御体系建设中,“媒介准备”成了一种教育议程。比如通过拍摄面对核战争的公民防御电影,媒介为公民提供防御灾难事件的心理准备。研究者发现瑞典在冷战时期拍摄的教导公民如何学习应对核武器攻击的影片数量远远超过了丹麦等国。^[28]

心理防御话语体系在风险应对方面已经发展成为包括识别危险、媒介准备和保持韧性三部分的策略框架。这个策略框架在冷战结束后被瑞典用于各类危机事件的应对与防卫的话语建构中。在新的不确定性不断叠加生成新的公共风险和公共危机的时代,瑞典传播学者积极开展跨学科的研究合作,为瑞典应对包括自然灾害、战争威胁等方面的各种潜在危险做好国家信息传播的准备工作。可以说,心理防御研究通过在危机与风险应对的公民教育方面的拓展,让瑞典传播学在共识性研究方面获得了良好的发展机会。

瑞典的媒介产业模式被归纳为西方媒介民主模式的一种典范。2014年斯维特森更提出北欧的媒介系统是“媒介福利国家”模式^[29],即一种宣扬社会民主福利、平等主义价值观,又混杂了个人主义的特定模式^[30]。虽然这个模式受到了全球化、媒介市场竞争、数字化平台发展等带来的挑战,但其基本价值体系与转型方式依然保持着明确的方向。北欧国家的媒体一直保有高读者率、高信任度等优良传统。2020年的世界报业自由指数里,挪威、芬兰、丹麦与瑞典排名前四。^[31]这既让北欧国家拥有了坚定地保卫既有媒介传统的底气,也让政府对运用媒体巩固社会共识具有合理的期待。

瑞典政府重启“心理防御机构”,体现着瑞典对于政治极化世界中由信息传播带来的心理战、信息战的强烈警惕。同时,瑞典传播学者保护言论自由、保护公民社会的信念也通过在气候变化、能源危机、核战争威胁等方面进行跨学科合作,通过对“韧性社会”“可持续发展”的信息传播策略研究,服务于保护瑞典的国家共识与公民利益。这一研究话语的潜在脉络与现实策略是否可以为瑞典的传播学发展提供有创新力量的传播学研究帮助,我们还需要拭目以待。但是在国际紧张局势日益加剧的今天,瑞典以“心理防御”概念体系建构现代化信息防御能力建设的学术话语,对传播学研究的发展带来的推动与影响却值得我们更进一步思考传播学的学科价值,以及再次反思传播学研究与国家共识的关系的时代命题。

参考文献:

- [1] A. Suliman. Sweden Sets up Psychological Defense Agency to Fight Fake News, Foreign Interference. The Washington Post, 2022-01-06. [2022-10-28] <https://www.washingtonpost.com/world/2022/01/06/sweden-fake-news-psychological-defence-agency/>.
- [2] N. H. Rossbach. Fighting Propaganda: The Swedish Experience of Psychological Warfare and Sweden's Psychological Defence, 1940—1960. Stockholm: Axel and Margaret Ax: son Johnson Foundation, 2017: 13; 14; 31; 35; 13; 107; 123; 55; 15.
- [3] H. Schiller. Mass Communications and American Empire. New York: M. Kelley Publishers, 1969: 1-160.
- [4] E. Bernays. Propaganda. New York: Liveright Publishing Corporation, 1928: 1-159.

- [5] E. Gardeström. Propaganda as Marketing: Conceptual Meanings of Propaganda and Advertisement in Sweden in the 1930s. *Journal of Historical Research in Marketing*, 2018, 10(4) : 478-490.
- [6] J. Jarlbrink, F. Norén. The Rise and Fall of ‘ Propaganda ’ as a Positive Concept: A Digital Reading of Swedish Parliamentary Records, 1867-2019. *Scandinavian Journal of History*, 2022(October) : 1-21.
- [7] J. Gilmour. The Swastika and Stalin- the Swedish Experience in the Second War, *Society at War*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2010: 10; 158; 168.
- [8] E. C. Bellquist. Maintaining Morale in Sweden. *The Public Opinion Quarterly*, 1941, 5(3) : 432-447.
- [9] P. Bennesved, F. Norén. Urban Catastrophe and Sheltered Salvation: The Media System of Swedish Civil Defence, 1937-1960. *Media History*, 2018, 26(2) : 167-184.
- [10] M. Nilsson. Science as Propaganda: Swedish Scientists and the Coproduction of American Hegemony in Sweden during the Cold War, 1953-68. *European Review of History: Revue européenne d Histoire*, 2012, 19(2) : 275-302.
- [11] T. Glander. *Origins of Mass Communications Research during the American Cold War: Educational Effects and Contemporary Implications*. New York: Routledge, 2000: 1-252.
- [12] G. Oakes. *The Imaginary War: Civil Defence and American Cold War Culture*. Oxford: Oxford University Press, 1994: 1-208.
- [13] N. H. Rossbach. *Psychological Defence: Vital for Sweden’s Defence Capability: FOI Memo 6207*. Stockholm: Swedish Defence Research Agency, 2017.
- [14] P. Jakobsson, F. Stiernstedt. Swedish Media Research in the Service of Psychological Defence During the Cold War. *Nordic Journal of Media Studies*, 2020, 2(1) : 133-144.
- [15] N. Springer. *Media and Communication Studies in Sweden*. *Publizistik*, 2021, 66: 637-655.
- [16] B. Anderson, C. O. Melén. Lazarsfeld’s Two Step Hypothesis: Data from Some Swedish Surveys. *Acta Sociologica*, 1959, 4(2) : 20-34.
- [17] O. Westlund. *Media and Communication Studies in Sweden: Disciplinary Boundary Construction-A Theoretical Contribution to Theory of Science [Arbetsrapport nr. 36]*. Gothenburg: University of Gothenburg, 2006: 14; 14; 28; 30; 28; 17; 15; 20; 17.
- [18] M. Hyvönen, P. Snickars, P. Vesterlund. The Formation of Swedish Media Studies, 1960—1980. *Media History*, 2018, 24(1) : 86-98.
- [19] K. Nordenstreng, K. Frandsen, R. Ottosen. The Significance of Nordicom and the NordMedia Conference to Nordic Media and Communication Research. *Nordicom Review*, 2014, 35: 18-28.
- [20] L. Weibull. The Status of the Daily Newspaper: What Readership Research Tell us about the Role of Newspapers in the Mass Media System. *Poetics*, 1992, 21(4) : 259-282.
- [21] D. C. Hallin, P. Mancini. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press, 2004: 1-343.
- [22] L. Nord. *Media, Politics and Market: Swedish Media between Politics and Market*. *Information Sciences*, 2008, 47(1) : 9-21.
- [23] 丹尼尔·C·哈林, 保罗·曼奇尼. 比较媒介体制: 媒介与政治的三种模式. 陈娟, 展江等译. 北京: 中国人民大学出版社, 2012: 143.
- [24] J. Lindell. Establishment Versus Newcomers, Critical Versus Administrative? Sketching the Structure of the Swedish Field of Media and Communication Studies. *Nordicom Review*, 2020, 41(2) : 109-125.
- [25] B. Zelizer. Communication in the Fan of Disciplines. *Communication Theory*, 2016, 26(3) : 213-235.
- [26] 米歇尔·福柯. 知识考古学. 谢强, 马月译. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2007: 203; 202.
- [27] S. J. Collier, A. Lakoff. *Distributed Preparedness: the Spatial Logic of Domestic Security in the United States*. Environ-

- ment and Planning D; Society and Space, 2008, 26(1): 7-28.
- [28] M. Cronqvist, R. Farbøl, C. Sylvest. Cold War Civil Defence in Western Europe; Sociotechnical Imaginaries of Survival and Preparedness. Cham; Springer Nature, 2022: 117.
- [29] T. Syvertsen, G. Enli, O. J. Mjøs, et al. The Media Welfare State; Nordic Media in the Digital Era. Ann Arbor; University of Michigan Press, 2014: 2.
- [30] B. Greve. What Characterizes the Nordic Welfare State Model. Journal of Social Sciences, 2007, 3(2): 43-51.
- [31] P. Jakobsson, J. Lindell, F. Stiernstedt. A Neoliberal Media Welfare State? The Swedish Media System in Transformation. Javnost/The Public, 2021, 28(1): 1-16.

Communication Research Development and Independent Knowledge Construction in the Context of Psychological Defence in Sweden

Ji Li, Huang Xiabin (Wuhan University)

Abstract: The Nordic media system is a liberal model of media systems in Western democracies. An exceptional model with the characteristics of the media welfare state is still controversial in media system research. Heavily affected by the two World Wars and the Cold War, the psychological defence has become a hidden discourse behind developing media and communication research in the Nordic countries. Taking Sweden as an example, the article examines how the requirement of psychological defence of the state shapes and molds the development of the media and communication research field in Sweden and how the discipline of media and communication was built and developed in Sweden. Through research on the development of media and communication in a specific area worldwide, we can understand the world media system in an in-depth study from a historical perspective.

Key words: psychological defence; propaganda; media and communication research; Sweden

■收稿日期: 2023-01-20

■作者单位: 纪莉, 武汉大学新闻与传播学院、武汉大学媒体发展研究中心; 湖北武汉 430072
黄夏歆, 武汉大学新闻与传播学院

■责任编辑: 汪晓清