

新闻学与传播学视角下美国舆论管控机制研究

摘要

本研究旨在深入分析美国如何利用新闻学和传播学的特点，对其舆论渠道和舆论内容进行有效管控。论文从议程设置理论、框架理论、媒体所有权集中理论以及政府-媒体复合体理论等多个维度构建理论框架，并结合伊拉克战争中的“嵌入式记者”制度、社交媒体时代的“信息战”与“虚假信息”治理、以及媒体对特定国家或议题的“妖魔化”报道等典型案例进行实证分析。研究发现，美国通过精密的理论应用、结构性的媒体控制以及与技术公司的深度合作，形成了复杂而隐蔽的舆论管控体系。然而，这种管控并非没有挑战，公众批判性思维的提升和信息来源的多元化，也使得其面临新的不确定性。本研究旨在为理解国际传播格局中的权力运作提供新的视角，并强调对新闻自由和言论自由的持续审视。

关键词

美国，舆论管控，新闻学，传播学，议程设置，框架理论，媒体集中，信息战

引言

在当今全球化的信息时代，舆论作为影响国家政策、塑造公众认知和引导社会行为的关键力量，其重要性日益凸显。美国作为全球超级大国，不仅在政治、经济和军事领域拥有举足轻重的影响力，其在信息传播和舆论塑造方面的能力亦不容小觑。长期以来，美国以其“新闻自由”和“言论自由”的理念自居，但深入审视其信息传播实践，不难发现其在舆论渠道和内容方面存在着一套复杂而有效的管控机制。这种管控并非简单的行政命令或审查制度，而是巧妙地融合了新闻学和传播学的理论精髓，通过隐蔽而系统的方式，对国内外舆论进行引导和塑造。

本研究旨在从新闻学和传播学的独特视角，深入剖析美国如何利用这些学科的特点，构建并运行其舆论管控体系。我们将探讨美国在新闻生产、信息传播和公众认知形成过程中所采用的策略和手段，揭示其在维护国家利益、塑造国家形象以及影响国际事务方面的深层逻辑。具体而言，本研究将聚焦于以下几个核心问题：美国如何通过议程设置和框架理论来引导公众关注点和认知方向？媒体所有权的高度集中如何影响新闻内容的多元性和独立性？政府与媒体之间是否存在一种共生关系，共同塑造和控制舆论？在社交媒体时代，美国又发展出了哪些新型的舆论管控方式？

本研究的意义在于，它不仅有助于我们更全面、深入地理解美国在信息领域的权力运作，打破对所谓“新闻自由”的刻板印象，也为其他国家在复杂国际传播环境中有效应对舆论挑战提供了有益的借鉴。通过对美国舆论管控机制的系统性分析，我们可以更好地认识到信息传播背后的权力博弈，从而提升公众的媒介素养和批判性思维能力。

本研究将采用文献研究、案例分析和数据引用的方法。首先，我们将梳理新闻学和传播学中舆论管控密切相关的理论，包括议程设置理论、框架理论、媒体所有权集中理论以及政府-媒体复合体理论。其次，我们将选取具有代表性的案例，如伊拉克战争中的“嵌入式记者”制度、社交媒体时代的“信息战”与“虚假信息”治理、以及媒体对特定国家或议题的“妖魔化”报道，进行深入剖析，以揭示美国舆论管控的实践细节。在此过程中，我们将引用相关的统计数据和调查报告，以增强研究的实证性和说服力。最后，本研究将对美国舆论管控的特点进行批判性反思，并提出相应的结论。

论文结构如下：第一章将详细阐述新闻学与传播学的相关理论基础；第二章将结合具体案例，分析美国舆论管控的实践；第三章将对所引用的数据进行分析，并进行批判性反思；最后，将总结全文并提出研究展望。

第一章：新闻学与传播学理论基础

1.1 议程设置理论在美国的应用

议程设置理论（Agenda-Setting Theory）是理解美国舆论管控机制的关键理论之一。该理论的核心在于，大众传播媒介通过其对新闻事件的选择、突出和呈现方式，影响公众对这些事件重要性的认知，进而塑造公众的“议事日程”。在美国，这一理论的应用体现在多个层面：

- 媒体议程与公众议程的关联性：**长期以来，美国主流媒体在报道特定议题时，其报道的频率和显著性往往与公众对该议题的关注度呈正相关。例如，在总统选举期间，媒体对特定候选人或政策议题的持续报道，能够显著提升这些议题在公众讨论中的地位。研究

表明，媒体对经济、犯罪、外交政策等议题的关注，能够直接影响公众认为哪些问题是国家面临的最重要问题。

- 2. 属性议程设置：**除了决定“想什么”，美国媒体还通过“属性议程设置”来影响公众“怎么想”。这意味着媒体不仅选择报道哪些事件，还选择如何报道这些事件，即强调事件的哪些方面、使用何种语言和框架。例如，在报道移民问题时，媒体可以选择强调其对经济的贡献，也可以选择强调其带来的社会问题，不同的侧重会引导公众形成不同的认知和态度。这种对属性的选择性呈现，是媒体进行舆论引导的有效手段。
- 3. 网络议程设置与社交媒体：**随着社交媒体的兴起，议程设置的机制变得更加复杂。传统媒体的议程设置能力受到挑战，但并未消失。相反，传统媒体与社交媒体之间形成了复杂的互动关系，即“网络议程设置”。社交媒体上的热门话题可能反过来影响传统媒体的报道，而传统媒体的深度报道也可能在社交媒体上引发二次传播。美国政府和相关机构也积极利用社交媒体平台，通过发布信息、引导讨论、甚至进行“信息战”来影响网络议程，从而实现舆论管控的目标。例如，在某些国际事件中，美国政府会通过官方社交媒体账号发布信息，并鼓励支持者在社交媒体上进行传播和讨论，以塑造有利于自身的舆论氛围。
- 4. 议程设置的局限性与反作用：**尽管议程设置理论揭示了媒体强大的影响力，但其作用并非绝对。公众的个人经验、社会背景、既有观念等因素都会对议程设置的效果产生影响。此外，在信息爆炸的时代，公众获取信息的渠道日益多元化，传统媒体的议程设置能力受到削弱。有时，媒体的过度报道或偏颇报道也可能引发公众的反感和不信任，导致议程设置效果适得其反。例如，近年来美国公众对主流媒体的信任度持续下降，部分原因在于公众认为媒体存在明显的政治偏见和选择性报道，这削弱了媒体议程设置的有效性。

总之，议程设置理论为我们理解美国如何通过媒体来影响公众舆论提供了一个重要的分析框架。通过对议题和属性的选择性呈现，以及在传统媒体和社交媒体上的互动，美国在一定程度上实现了对舆论渠道和内容的管控。然而，这种管控并非没有挑战，公众日益增长的批判性思维和多元化的信息来源，也使得舆论管控变得更加复杂和具有不确定性。

1.2 框架理论和舆论引导机制

框架理论（Framing Theory）是传播学中另一个重要的概念，它与议程设置理论相辅相成，共同解释了媒体如何影响公众对现实的认知。如果说议程设置理论回答了“媒体让我们想什么”，那么框架理论则回答了“媒体让我们如何想”。

核心观点：框架是指传播者在构建信息时，通过选择、强调、排除和阐释某些信息，从而引导受众以特定的方式理解和解释现实。它是一种认知结构，帮助人们组织和理解信息。在新闻报道中，框架的选择决定了事件的呈现方式，以及受众对事件的归因、评价和行动倾向。

在美国舆论引导中的应用：

- 1. 新闻报道中的框架构建：**美国媒体在报道国内外事件时，会自觉或不自觉地运用各种框架。例如，在报道经济问题时，媒体可以选择“经济衰退”框架，强调失业率上升、企业倒闭等负面信息，从而引发公众对经济前景的担忧；也可以选择“经济复苏”框架，强调就业增长、股市上涨等积极信息，从而提振公众信心。这些不同的框架会直接影响公众对经济状况的感知和评价。
- 2. 政治传播中的框架运用：**政治人物和政党在竞选和政策宣传中，也广泛运用框架理论。他们会精心设计话语，通过特定的框架来塑造公众对自身政策或对手的看法。例如，在讨论医疗改革时，一方可能使用“个人自由”框架，强调政府干预对个人选择的限制；另一方则可能使用“社会公平”框架，强调医疗保障的普惠性。这些框架的运用旨在争取公众支持，影响舆论走向。
- 3. 危机管理与形象塑造：**在危机事件中，政府和企业会积极运用框架理论来管理公众舆论，维护自身形象。通过选择合适的框架，他们可以引导公众关注事件的特定方面，转移负面注意力，甚至将责任归咎于外部因素。例如，在自然灾害发生后，政府可能会强调其救援工作的及时性和有效性，以“积极应对”的框架来塑造自身形象。
- 4. 社交媒体时代的框架传播：**社交媒体的兴起使得框架的传播更加迅速和多元。用户可以主动参与到框架的构建和传播中，形成各种“草根框架”。然而，主流媒体和政府仍然可以通过其强大的影响力，将官方框架或主流框架植入到社交媒体中，并通过算法推荐等方式进行放大。同时，社交媒体也为“反框架”提供了平台，使得不同的观点和叙事能够相互碰撞，从而增加了舆论引导的复杂性。

框架理论与议程设置理论的协同作用：议程设置理论决定了哪些议题会进入公众视野，而框架理论则决定了这些议题将以何种方式被理解。两者共同构成了美国舆论管控的重要机制。媒体首先通过议程设置将特定议题推向公众，然后通过框架构建来引导公众对这些议题的认知和态度。这种协同作用使得美国在塑造国内外舆论方面具有强大的能力。然而，如同议程设置理论一样，框架理论的应用也面临挑战，公众的批判性思维和多元化的信息来源，使得单一框架的有效性受到限制。

1.3 媒体所有权集中对内容控制的影响

美国媒体的所有权集中化是一个长期存在且日益加剧的趋势。少数大型媒体集团通过兼并、收购等方式，控制了绝大部分的报纸、广播、电视、电影以及互联网媒体资源。这种高度集中的所有权结构，对媒体内容的生产、传播和舆论的形成产生了深远的影响。

媒体所有权集中的现状与数据：

根据多项研究和报告，美国媒体市场呈现出高度集中的特点。例如，有数据显示，少数几家企业控制着美国90%以上的媒体[1]。这些媒体巨头包括康卡斯特（Comcast）、迪士尼（Disney）、AT&T、派拉蒙（Paramount）、索尼（Sony）和福克斯（Fox）等。它们不仅拥有庞大的电视频道网络，还涉足电影制作、报纸出版、数字内容分发等多个领域。这种集中度在报纸领域尤为明显，新闻来源，特别是地方新闻来源，越来越多地由数量有限的公司所控制[2]。

对内容控制的影响：

- 议题设置的同质化：**当少数媒体巨头控制了大部分信息渠道时，它们更容易在议题设置上达成一致，导致新闻报道的同质化。这意味着公众接触到的信息来源虽然看似多样，但实际上在议题选择和呈现方式上可能高度相似，从而限制了公众获取多元化信息的可能性。这种同质化报道可能导致某些重要议题被忽视，而另一些议题则被过度强调，从而影响公众对现实的全面认知。
- 观点多元性的削弱：**媒体所有权集中往往伴随着观点的集中。为了维护集团的商业利益和政治立场，媒体所有者可能会对新闻内容进行干预，导致报道倾向于特定的意识形态或政治立场。这使得不同声音和批判性观点难以获得充分的传播空间，从而削弱了媒体作为“第四权力”的监督作用，并可能加剧社会的分化和极化。
- 商业利益驱动下的内容选择：**作为营利性机构，大型媒体集团在内容选择上往往受到商业利益的驱动。这意味着那些能够吸引更多广告收入、提高收视率或点击率的内容更容易获得青睐，而那些可能具有重要公共价值但缺乏商业吸引力的内容则可能被边缘化。这种商业逻辑可能导致媒体过度关注娱乐化、煽动性或争议性内容，而忽视深度调查、严肃新闻和公共服务信息。
- 对新闻专业主义的冲击：**媒体所有权集中可能对新闻专业主义构成挑战。为了降低成本和提高效率，媒体集团可能会削减新闻采编人员，减少调查性报道的投入，甚至对记者施加压力，要求其报道符合集团的商业或政治议程。这可能导致新闻质量下降，公信力受损。
- 与政府和资本的合谋：**媒体所有权的高度集中，使得媒体更容易与政府和大型资本形成某种程度的合谋。媒体可能成为政府宣传的工具，或者为特定商业利益集团服务。例如，有批评指出，美国媒体被财团权贵垄断，在金钱政治下难以实现真正的新闻自由[3]。这种合谋使得舆论管控更加隐蔽和有效，公众难以察觉其中的操纵。

1.4 政府-媒体复合体理论

政府-媒体复合体理论（Government-Media Complex Theory）描述了政府与媒体之间一种共生且相互影响的关系，这种关系超越了简单的信息发布与接收，而是形成了一个复杂的权力结构，共同塑造和控制着公众舆论。这一理论认为，尽管美国宪法第一修正案保障新闻自由，但政府与媒体之间存在着隐蔽的合作与相互依赖，使得媒体在某种程度上成为政府政策的“传声筒”或“守门人”。

理论基础与表现：

- 信息依赖与“旋转门”：**媒体在很大程度上依赖政府作为其主要信息来源，尤其是在涉及国家安全、外交政策等敏感议题时。政府通过新闻发布会、背景吹风会、独家采访等方式，向媒体提供信息，从而在源头上影响新闻报道的内容和方向。同时，政府官员和媒体从业人员之间存在“旋转门”现象，即双方人员在职业生涯中相互流动，这进一步加深了政府与媒体之间的联系和相互理解，但也可能导致媒体在报道政府事务时缺乏批判性。
- 共同的意识形态基础：**尽管美国媒体内部存在自由派和保守派之分，但其主流媒体在维护美国核心价值观、国家利益和政治制度方面往往具有共同的意识形态基础。这种共同的意识形态使得媒体在报道某些议题时，更容易与政府的立场保持一致，从而形成一种“共识性”的舆论氛围。例如，在对外政策方面，主流媒体往往倾向于支持政府的对外干预行动，并对异议声音进行边缘化。
- 新闻管理与舆论引导：**美国政府各部门设有专门的新闻发布室或公共关系办公室，负责与媒体打交道，发布新闻稿，并处理媒体问询。这些机构通过专业的“新闻管理”手段，积极引导媒体的报道方向，塑造政府的正面形象，并对不利信息进行管控。
- 危机时期的合作：**在国家面临重大危机或战争时期，政府与媒体之间的合作尤为紧密。媒体往往会主动配合政府的宣传，激发民众的爱国热情，支持政府的行动。例如，在“9·11”事件后，美国政府和媒体迅速将自身塑造成受害者，并广泛宣传“基地”组织及其领导人本·拉登的恐怖行径，从而为后续的反恐战争争取了广泛的民意支持[4]。
- 对社交媒体的渗透与控制：**随着社交媒体的兴起，政府-媒体复合体也将其影响力延伸到新的平台。美国政府通过与社交媒体公司合作，甚至直接操纵社交媒体账号，来散布信息、引导舆论，并对被认为是“虚假信息”或“有害信息”的内容进行审查和删除。例如，有报道指出，美国军方曾利用社交媒体操控话题和进行欺骗性宣传，以影响其他国家的看法[5]。

批判性视角：

政府-媒体复合体理论揭示了美国新闻自由背后可能存在的权力制约和隐性控制。尽管美国宪法保障言论自由，但政府与媒体之间的这种共生关系，使得媒体在某些情况下难以真正独立地履行其监督职责。批评者认为，这种复合体可能导致媒体成为维护现有权力结构和意识形态的工具，而非真正代表公众利益的“第四权力”。尤其是在涉及国家利益和对外政策时，媒体往往会自觉或不自觉地与政府保持一致，从而限制了公众获取多元化信息和形成独立判断的能力。

数据引用：

[1] 外交部. (2021). 美国民主情况. Retrieved from https://www.fmprc.gov.cn/zyxw/202112/t20211205_10462534.shtml [2] 美国之音. (2019). 越来越多的美国新闻媒体由少数公司控制. Retrieved from <https://www.voachinese.com/a/the-strip-mining-of-the-us-news-industry-20190918/5089637.html> [3] 福建记协. (2017). 美国媒体被财团权贵垄断金钱政治下哪有新闻自由. Retrieved from http://jx.fjsen.com/2017-01/04/content_18935433.htm [4] 新华网. (2023). 瞭望 | 美国舆论战的 20 种套路. Retrieved from http://www.news.cn/world/2023-09/27/c_1129888376.htm [5] 央视网. (2024). “最大虚假信息散播者”——起底美国网络舆论操纵劣迹. Retrieved from http://www.news.cn/world/2022-12/13/c_1129204380.htm

第二章：美国舆论管控的实践与案例分析

本章将结合具体案例，深入剖析美国在舆论管控方面的实践，展示其如何将新闻学和传播学理论应用于实际操作，以达到引导和塑造公众舆论的目的。

2.1 政府信息管控机制

美国政府在信息管控方面，并非采取直接的审查制度，而是通过一系列精细化的机制，在不违反宪法第一修正案的前提下，有效地引导和塑造公众舆论。这些机制涵盖了信息发布、媒体关系管理、危机公关以及对敏感信息的处理等多个层面。

- 新闻发布与信息管控：**各级政府部门都设有专门的新闻发言人或公共事务办公室，负责对外发布官方信息。在重大事件或政策出台时，政府会通过新闻发布会、官方声明、背景吹风会等形式，确保信息发布的统一性和权威性。这种集中发布机制有助于政府掌握信息传播的主动权，避免信息混乱或不一致。同时，政府对信息进行严格的分类和保密管理，特别是涉及国家安全、军事行动、外交谈判等敏感信息。通过设立不同级别的保密等级，限制信息的获取和传播范围。虽然有《信息自由法案》（FOIA）的存在，但政府在实践中仍有多种方式延迟或拒绝公开敏感信息，例如以国家安全为由进行豁免。
- 媒体关系管理与引导：**政府通过专业的公关团队与媒体保持密切联系，定期组织媒体见面会、记者招待会，并向记者提供独家信息或采访机会。这种策略旨在建立良好的媒体关系，鼓励媒体进行正面报道，并对负面报道进行解释或反驳。此外，“嵌入式记者”制度是其重要实践之一，在伊拉克战争等军事行动中，美国军方推行“嵌入式记者”制度，允许记者随军行动。这种制度在提供“近距离”报道的同时，也使得记者在信息获取上高度依赖军方，并容易受到军方视角的影响，从而在无形中引导了战争报道的基调。政府和媒体经常引用与政府立场一致的专家、学者或智库的观点，以增强其叙事的权威性和说服力。许多智库本身就与政府或特定利益集团存在紧密联系，其研究成果和观点往往服务于特定的政策议程。
- 危机公关与叙事控制：**在发生重大危机事件时，政府会迅速启动危机公关机制，通过及时发布信息、澄清事实、表达立场等方式，争取舆论主动权，避免负面舆论的扩散。例如，在“9·11”事件后，美国政府迅速将事件定性为恐怖袭击，并构建了“反恐战争”的叙事框架，成功地凝聚了国内共识并获得了国际支持。政府善于利用框架理论，为事件或政策构建有利于自身的叙事框架。例如，在对外政策中，美国政府经常将自身定位为“民主的捍卫者”或“人权的倡导者”，从而为其干预他国内政或对外军事行动提供道德合法性。

2.2 社交媒体时代的新型管控方式

随着社交媒体的崛起，信息传播的格局发生了根本性变化。社交媒体以其即时性、互动性和去中心化的特点，既为公众提供了前所未有的信息获取和表达平台，也为舆论管控带来了新的挑战 and 机遇。美国在社交媒体时代，发展出了一系列新型的舆论管控方式，这些方式更加隐蔽、精准，并常常与科技公司深度合作。

- “信息战”与“认知战”：**面对社交媒体上泛滥的“虚假信息”（Disinformation）和“误导信息”（Misinformation），美国政府和大型科技公司（如Facebook、Twitter、Google等）建立了合作关系，共同打击虚假信息。这种合作包括信息共享、内容标记、限制传播、甚至直接删除被认定为虚假或有害的内容。例如，在2020年美国大选期间，社交媒体平台对大量被认定为“虚假”或“误导性”的政治内容进行了标记、限制传播甚至删除。然而，这种治理方式也引发了关于言论自由和内容审查的争议，批评者认为平台可能在无意中压制了某些合法但与主流观点不符的声音[6]。此外，有大量证据表明，美国军方和情报机构利用社交媒体进行秘密影响力行动，通过创建虚假账号、操控话题、散布欺骗性宣传等手段，影响其他国家的看法和公众舆论。例如，有报道指出，美国国防部下属机构曾在推特上设立大量虚假账号，并要求推特将账号纳入“白名单”，以干预中东民众认知，粉饰美军行动[7][8]。这些行动旨在塑造有利于美国及其盟友的叙事，实现其战略目标。
- 算法操控与“算法殖民主义”：**社交媒体平台的核心是其复杂的算法推荐系统。这些算法根据用户的兴趣、互动历史等，推送个性化的内容。美国政府和相关机构通过与平台合作，或间接影响算法设计，可以优先推荐“权威”信息源的内容，并降低“虚假信息”的曝光率。这种算法干预虽然有助于遏制虚假信息的传播，但也可能导致用户陷入“信息茧房”和“回音室效应”，加剧政治极化，并限制用户接触多元化信息[9]。有学者提出“算法殖民主义”的概念，认为美国通过掌握全球主要社交媒体平台的所有权和控

制权，结合算法操控，实现了从传统媒体时代的“议程设置”到新媒体时代的“认知域战略转型”，从而在全球范围内推行其价值观和意识形态[10]。

3. **与科技公司的深度合作与“公私合营”**：美国政府与科技公司之间的合作日益紧密，甚至形成了某种“公私合营”的模式。政府部门（如FBI、CIA）与社交媒体公司共享信息，并要求平台对某些内容进行审查或删除。这种合作使得政府能够绕过传统法律框架，对网络信息进行更直接的干预[7]。许多科技公司的高管和员工具有政府或情报机构背景，这种“旋转门”现象使得政府与科技公司之间的联系更加紧密，也使得科技公司在内容审核和信息处理上更容易与政府立场保持一致。
4. **法律与政策的制定**：美国政府也在尝试通过立法来应对虚假信息问题，例如曾尝试设立“虚假信息治理委员会”，但因争议过大而被迫终止[6]。这反映了在言论自由的宪法框架下，政府在信息管控方面面临的挑战和限制。此外，美国政府对TikTok的打压，表面上是出于国家安全考虑，但也被解读为试图控制或削弱非美国背景社交媒体平台在美国舆论场的影响力[11]。

2.3 典型案例分析

2.3.1 伊拉克战争与“嵌入式记者”制度

背景：2003年伊拉克战争爆发前夕，美国军方推出了一项名为“嵌入式记者”（Embedded Journalists）的制度。该制度允许记者随同美军部队一同行动，近距离报道战争进程。此举被宣传为“透明化”和“开放性”的体现，旨在向公众提供“第一手”的战争信息。

管控手段：

- **信息源的控制**：记者在战区的信息获取高度依赖于其所“嵌入”的部队。他们只能接触到军方允许接触的人员和信息，这使得军方能够有效控制记者所能看到和听到的内容。记者很难独立核实信息的真实性，也难以接触到与军方叙事相悖的观点。
- **叙事框架的引导**：军方通过对记者进行培训，提供统一的背景信息和宣传材料，引导记者采用有利于美军行动的叙事框架。例如，强调美军的“解放者”角色、伊拉克人民对美军的“欢迎”以及萨达姆政权的“残暴”等。这种框架的构建使得战争报道呈现出高度的同质性，并强化了公众对战争的正面认知。
- **情感共鸣的利用**：“嵌入式记者”制度使得记者能够亲身体验战争的残酷和士兵的英勇，从而更容易产生情感共鸣。这种情感往往会体现在报道中，使得报道更具感染力，但也可能导致记者在报道中失去客观性，倾向于美化战争或淡化其负面影响。

效果与影响：“嵌入式记者”制度在很大程度上成功地塑造了美国公众对伊拉克战争的认知。通过近距离、情感化的报道，美军成功地将战争描绘成一场“正义之战”，赢得了公众的广泛支持。然而，这种制度也受到了广泛批评，认为其限制了新闻自由，导致战争报道的片面性和失衡。许多批评者指出，记者在战区面临巨大的压力，难以进行独立的调查和批判性报道，从而使得“嵌入式记者”制度成为一种有效的舆论管控工具。

2.3.2 社交媒体时代的“信息战”与“虚假信息”治理

背景：社交媒体的普及使得信息传播速度加快，范围更广，同时也为“虚假信息”的传播提供了温床。美国政府和相关机构将“虚假信息”视为国家安全威胁，并积极介入社交媒体平台，进行“信息战”和“虚假信息”治理。

管控手段：

- **与科技公司的合作**：美国政府与大型社交媒体公司建立了紧密的合作关系，共同打击被认定为“虚假”或“误导性”的内容。这种合作包括信息共享、内容标记、限制传播、甚至直接删除账号。例如，在2020年美国大选期间，Facebook、Twitter等平台对大量政治内容进行了标记和限制，引发了关于言论审查的争议[6]。
- **秘密影响力行动**：美国军方和情报机构利用社交媒体进行秘密影响力行动，通过创建虚假账号、操控话题、散布欺骗性宣传等手段，影响国内外舆论。这些行动旨在塑造有利于美国及其盟友的叙事，实现其战略目标。例如，有报道指出，美国国防部下属机构曾在推特上设立大量虚假账号，并要求推特将账号纳入“白名单”，以干预中东民众认知，粉饰美军行动[7][8]。
- **算法干预**：社交媒体平台的算法推荐系统是其进行舆论管控的重要工具。通过调整算法，可以优先推荐“权威”信息源的内容，并降低“虚假信息”的曝光率。这种算法干预虽然有助于遏制虚假信息的传播，但也可能导致用户陷入“信息茧房”和“回音室效应”，加剧政治极化，并限制用户接触多元化信息[9]。

效果与影响：社交媒体时代的“信息战”和“虚假信息”治理，使得美国政府能够更精准、更隐蔽地对舆论进行干预。通过与科技公司的合作和算法的运用，政府能够有效控制信息的传播路径和内容，从而塑造公众认知。然而，这种管控方式也引发了关于言论自由、隐私保护和平台责任的广泛争议。批评者认为，政府与科技公司的合作可能导致言论审查的扩大化，并对公民的言论自由构成威胁。

2.3.3 媒体对特定国家或议题的“妖魔化”报道

背景：长期以来，美国媒体在报道特定国家或议题时，存在着明显的“妖魔化”倾向。这种倾向并非偶然，而是通过议程设置、框架构建和选择性报道等手段，系统性地塑造公众对这些国家或议题的负面认知。

管控手段：

- **选择性报道与信息过滤：** 媒体在报道特定国家或议题时，往往选择性地突出其负面信息，而忽视或淡化其正面发展。例如，在报道某些国家的人权状况时，媒体可能只关注其存在的不足，而忽略其在改善人权方面的努力。这种选择性报道使得公众对这些国家形成片面甚至扭曲的认知。
- **负面框架的构建：** 媒体通过运用负面框架，将特定国家或议题与负面概念（如“威胁”、“专制”、“落后”等）联系起来。例如，在报道某些国家的经济发展时，媒体可能将其描绘成“威胁论”，强调其对美国经济的冲击，而非其对全球经济的贡献。这种负面框架的构建，旨在激发公众的恐惧和敌意，从而为政府的强硬政策提供民意基础。
- **重复与强化：** 媒体通过反复报道特定国家或议题的负面信息，并不断强化负面框架，从而在公众心中形成固定的刻板印象。这种重复和强化使得公众对这些国家或议题的负面认知根深蒂固，难以改变。
- **专家证人与智库的引用：** 媒体在报道中经常引用与政府立场一致的专家、学者或智库的观点，以增强其叙事的权威性和说服力。这些专家和智库往往与政府或特定利益集团存在紧密联系，其研究成果和观点往往服务于特定的政策议程。

效果与影响： 媒体对特定国家或议题的“妖魔化”报道，在很大程度上成功地塑造了美国公众对这些国家或议题的负面认知，并为政府的对外政策提供了民意支持。然而，这种报道方式也导致了国际关系的紧张，并加剧了不同国家和文化之间的误解和冲突。同时，随着信息来源的多元化，越来越多的公众开始质疑主流媒体的报道，并寻求更全面的信息，这使得“妖魔化”报道的效果受到一定挑战。

数据引用：

[6] 中国 国际 问题 研究院 . (2023). 美国 反 虚 假 信 息 行 动 ： 内 涵 、 手 段 与 影 响 . Retrieved from https://www.ciis.org.cn/yjcg/xslw/202311/t20231116_9124.html [7] 环球网. (2023). 调查记者披露美国政府机构操纵社交媒体内幕. Retrieved from <https://world.huanqiu.com/article/4BRniOilvrM> [8] 新华网. (2022). “最大虚假信息散播者”——起底美国网络舆论操纵劣迹. Retrieved from http://www.news.cn/world/2022-12/13/c_1129204380.htm [9] 澎湃新闻. (2025). 全球数治 | 社交媒体平台对美国政治极化的影响及治理策略. Retrieved from https://m.thepaper.cn/kuaibao_detail.jsp?contid=15620915&from=kuaibao [10] ResearchGate. (未知). 跨 学 科 视 域 下 美 国 舆 论 控 制 策 略 的 演 变 与 中 国 国 际 传 播 策 略 研 究 . Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/390264107_kuaxuekeshiyuxiameiguoyulunkongzhiceedeyanbianyuzhongguoguojichu-jiyulishixueyuchuanboxuedeshuangzhongweidu [11] 江苏新闻. (2024). 《传媒观察》 | 美国封禁TikTok缘由及全球影响. Retrieved from https://jsnews.jschina.com.cn/kjwt/202407/t20240711_3431827.shtml

结论

本研究从新闻学与传播学的视角，深入剖析了美国如何利用其特点进行有效的舆论渠道和舆论内容的管控。通过对议程设置理论、框架理论、媒体所有权集中理论以及政府-媒体复合理论的梳理，并结合伊拉克战争中的“嵌入式记者”制度、社交媒体时代的“信息战”与“虚假信息”治理、以及媒体对特定国家或议题的“妖魔化”报道等典型案例的分析，本研究得出以下主要结论：

首先，美国在舆论管控方面并非采取简单的行政命令或审查制度，而是巧妙地将新闻学和传播学的理论精髓融入其实践。通过议程设置，美国能够引导公众关注特定议题，并通过属性议程设置影响公众对这些议题的认知。框架理论的运用则使得美国能够通过选择、强调和阐释信息，构建有利于自身的叙事框架，从而引导公众的理解和判断。

其次，媒体所有权的高度集中为美国舆论管控提供了结构性基础。少数大型媒体集团控制了绝大部分的信息生产和传播渠道，这导致了新闻报道的同质化和观点多元性的削弱。在商业利益和政治立场的双重驱动下，这些媒体巨头在议题设置和内容选择上具有强大的影响力，使得舆论管控更加隐蔽和有效。

第三，政府与媒体之间存在一种共生且相互依赖的“政府-媒体复合体”关系。政府通过新闻管理、媒体公关、“旋转门”效应以及在危机时期的紧密合作，与媒体共同塑造和控制公众舆论。这种关系使得媒体在某种程度上成为政府政策的“传声筒”或“守门人”，而非完全独立的监督者。

最后，在社交媒体时代，美国发展出了一系列新型的舆论管控方式。通过与科技公司的深度合作，美国政府和相关机构能够进行“信息战”和“认知战”，打击“虚假信息”，并通过算法操控来引导信息流。这些新型管控方式更加隐蔽、精准，但也引发了关于言论自由、隐私保护和平台责任的广泛争议。

然而，本研究也认识到美国舆论管控的局限性与挑战。随着公众批判性思维的提升和信息来源的多元化，单一的舆论管控手段越来越难以奏效。社交媒体的去中心化特点也使得信息传播更加复杂，反叙事和异议声音更容易获得传播空间。此外，过度或明显的舆论管控可能导致公众对媒体和政府的信任度下降，从而产生反作用。

本研究旨在为理解国际传播格局中的权力运作提供新的视角，并强调对新闻自由和言论自由的持续审视。未来的研究可以进一步探讨不同文化背景下舆论管控机制的差异性，以及人工智能等新兴技术对舆论管控带来的新挑战和机遇。同时，也应关注如何在全球范围内促进信息多元化，提升公众的媒介素养，以应对日益复杂的舆论环境。

第三章：数据引用与批判性分析

本章将对前文提及的美国舆论管控机制进行数据层面的支撑，并在此基础上进行批判性反思，探讨其局限性与挑战。

3.1 媒体集中度数据分析

美国媒体所有权的高度集中是其舆论管控体系中的一个重要结构性特征。尽管美国宪法第一修正案保障新闻自由，但媒体的商业化运作和市场力量的整合，使得少数大型媒体集团控制了绝大部分的信息生产和传播渠道。这种集中化趋势对新闻内容、观点多元性以及公众对信息的获取产生了深远影响。

媒体所有权集中现状：

多项研究和报告指出，美国媒体市场呈现出高度集中的态势。例如，有资料显示，少数几家企业控制着美国90%以上的媒体[1]。这些媒体巨头包括康卡斯特（Comcast）、迪士尼（Disney）、AT&T、派拉蒙（Paramount）、索尼（Sony）和福克斯（Fox）等。它们不仅拥有庞大的电视频道网络，还涉足电影制作、报纸出版、数字内容分发等多个领域。这种集中度在报纸领域尤为明显，新闻来源，特别是地方新闻来源，越来越多地由数量有限的公司所控制[2]。

主要数据和趋势：

- 电视和广播：** 联邦通信委员会（FCC）对媒体所有权的放松管制，导致了电视和广播电台所有权的进一步集中。大型广播公司通过收购，控制了大量地方电台，使得地方新闻和多元化声音受到挤压。
- 报业：** 报业的集中度也在不断提高。许多地方报纸被大型报业集团收购，导致新闻编辑室裁员，新闻内容同质化。例如，皮尤研究中心的数据显示，报纸新闻编辑室的工作岗位自2004年以来锐减了47%[2]。
- 数字媒体：** 尽管互联网和社交媒体的兴起似乎带来了信息多元化，但实际上，少数科技巨头（如Google、Facebook等）在数字广告和内容分发领域占据主导地位，也形成了新的集中。这些平台通过算法推荐和内容审核，对信息的传播和公众的接触产生了巨大影响。
- 兼并与收购案例：** 历史上，美国传媒业发生了多起大型兼并收购案，进一步加剧了所有权集中。例如，2000年美国在线（AOL）与时代华纳（Time Warner）的合并，虽然最终未能成功，但反映了媒体巨头试图通过整合来控制更多内容和渠道的趋势[12]。近年来，尽管并购交易数量和金额有所下降，但大型媒体集团之间的整合仍在继续[13]。

媒体所有权的高度集中，使得少数媒体巨头在议题设置、框架构建和信息过滤方面拥有巨大的权力。它们可以更容易地在新闻报道中推行特定的议程，塑造公众对事件的认知，并对不符合其商业或政治利益的内容进行边缘化或压制。这种集中化趋势削弱了媒体的独立性和多元性，使得公众获取全面、客观信息的难度增加，从而为舆论管控提供了结构性基础。

3.2 公众对媒体信任度数据分析

公众对媒体的信任度是衡量媒体公信力和舆论管控有效性的重要指标。近年来，美国公众对主流媒体的信任度持续下降，这在一定程度上反映了其舆论管控机制所面临的挑战。

信任度下降的趋势：

根据盖洛普（Gallup）等机构的长期调查数据，美国公众对报纸、电视和广播等传统媒体的信任度在过去几十年中呈现出下降趋势。例如，2023年的一项盖洛普民意调查显示，只有32%的美国人表示对大众媒体“非常信任”或“相当信任”，这一比例接近历史最低水平[14]。这种信任度的下降在不同政治派别之间存在显著差异，共和党人对媒体的信任度远低于民主党人。

信任度下降的原因与舆论管控的关系：

- 政治极化与党派偏见：** 媒体报道的政治偏见被认为是导致信任度下降的主要原因之一。在高度政治极化的社会环境中，媒体往往被视为带有特定党派立场，而非客观中立的信息提供者。这种偏见使得不同政治立场的受众难以信任与其观点相悖的媒体报道，从而加剧了社会分裂。
- “虚假信息”与“误导信息”：** 社交媒体时代，“虚假信息”和“误导信息”的泛滥使得公众难以辨别信息的真伪，从而对所有信息来源产生怀疑。尽管主流媒体和科技公司积极打击虚假信息，但公众对信息环境的整体不信任感仍然存在。
- 媒体所有权集中与内容同质化：** 前文提及的媒体所有权集中导致的内容同质化，也使得公众认为媒体缺乏独立性，难以提供多元化的视角。当所有主流媒体都在报道相同的内容，并采用相似的框架时，公众可能会感到信息被操纵或过滤。
- 政府与媒体的“合谋”：** 一些批评者认为，政府与媒体之间的“合谋”关系，使得媒体在某些情况下未能充分履行其监督政府的职责，反而成为政府的“传声筒”。这种认知也削弱了公众对媒体的信任。

公众对媒体信任度的下降，虽然给美国政府的舆论管控带来了一定挑战，但也促使政府和媒体寻求更隐蔽、更精细的管控方式，例如通过算法推荐和社交媒体影响力行动来间接引导舆论。

3.3 社交媒体使用数据分析

社交媒体的普及和使用习惯的改变，极大地重塑了信息传播的格局，也为美国舆论管控带来了新的机遇和挑战。对社交媒体使用数据的分析，有助于我们理解其在舆论形成和管控中的作用。

社交媒体使用现状：

根据皮尤研究中心（Pew Research Center）等机构的调查，绝大多数美国成年人使用至少一个社交媒体平台，其中Facebook、YouTube、Instagram、TikTok等平台拥有庞大的用户群体。社交媒体已成为许多美国人获取新闻和信息的主要渠道，尤其是在年轻群体中[15]。

社交媒体对舆论形成的影响：

- **信息传播的加速与碎片化：** 社交媒体使得信息传播速度极快，但同时也导致信息碎片化。用户更容易接触到短小精悍、具有冲击力的内容，而深度分析和长篇报道则相对较少。这种传播特点使得舆论更容易受到情绪和短期事件的影响。
- **“信息茧房”与“回音室效应”：** 社交媒体的算法推荐机制，倾向于向用户推送与其兴趣和观点相似的内容，从而形成“信息茧房”和“回音室效应”。用户更容易接触到同质化的信息，强化既有观点，而难以接触到不同意见，这加剧了政治极化和社会分裂[9]。
- **公众参与的提升与“草根舆论”：** 社交媒体为普通公众提供了前所未有的表达和参与平台，使得“草根舆论”得以形成和传播。用户可以通过评论、转发、点赞等方式参与到公共讨论中，甚至发起社会运动。这在一定程度上削弱了传统媒体和政府舆论的垄断。

政府和平台如何利用数据进行管控：

- **数据分析与舆情监测：** 政府和相关机构通过对社交媒体大数据的分析，实时监测舆情动态，识别敏感话题和潜在风险。这使得他们能够更及时地介入和引导舆论。
- **算法干预与内容审核：** 社交媒体平台通过调整算法，可以优先推荐“权威”信息源的内容，并降低“虚假信息”的曝光率。同时，平台也进行内容审核，删除被认定为违反平台规则或法律法规的内容。这种干预虽然旨在维护信息环境的健康，但也引发了关于言论自由和内容审查的争议。
- **精准宣传与影响力行动：** 政府和相关机构利用社交媒体数据进行用户画像，从而实现精准宣传。通过投放定向广告、创建虚假账号、操控话题等方式，对特定用户群体进行影响力行动，以塑造有利于自身的舆论。例如，有报道指出，美国军方曾利用社交媒体操控话题和进行欺骗性宣传，以影响其他国家的看法[7][8]。

3.4 批判性反思

尽管美国在舆论管控方面展现出高度的复杂性和有效性，但其机制并非没有局限性与挑战。对这些局限性的批判性反思，有助于我们更全面地理解美国舆论管控的真实图景。

1. **公众批判性思维的提升与信息来源的多元化：** 随着教育水平的提高和信息获取渠道的多元化，越来越多的公众开始具备批判性思维能力，不再盲目相信单一信息来源。互联网和社交媒体的普及，使得公众可以接触到来自世界各地的多元信息，这在一定程度上削弱了传统媒体和政府信息的垄断。当公众发现主流媒体的报道存在偏颇或与事实不符时，他们会转向其他信息来源，甚至主动进行“事实核查”，从而对舆论管控形成反作用。
2. **“反作用”与信任危机：** 过度或明显的舆论管控可能导致公众对媒体和政府的信任度下降。当公众感到信息被操纵或过滤时，他们会产生逆反心理，甚至主动寻找“另类”信息源。这种信任危机不仅会削弱舆论管控的有效性，还可能导致社会矛盾的加剧和政治极化。例如，美国公众对主流媒体信任度的持续下降，就是这种反作用的体现。
3. **社交媒体的“双刃剑”效应：** 社交媒体既是舆论管控的新工具，也是其面临的新挑战。虽然政府和平台可以通过算法和内容审核进行干预，但社交媒体的去中心化特点使得信息传播更加复杂，难以完全控制。用户生成内容、病毒式传播、以及“匿名性”等特点，使得反叙事和异议声音更容易获得传播空间，从而对官方叙事形成挑战。
4. **新闻自由与国家利益的平衡：** 美国长期以来以“新闻自由”的捍卫者自居，但其在舆论管控方面的实践，使得这一理念面临挑战。在国家利益、国家安全等名义下，政府对信息的干预和控制，使得新闻自由的边界变得模糊。这种平衡的艺术，既是美国舆论管控的精髓，也是其备受争议之处。对新闻自由理念的再审视，需要我们思考在维护国家利益的同时，如何保障公民的知情权和言论自由。
5. **国际舆论的复杂性与多极化：** 随着全球力量格局的变化，国际舆论呈现出多极化趋势。美国在国际舆论场中的影响力虽然依然强大，但已不再是唯一的塑造者。其他国家和非国家行为体在国际传播中的作用日益增强，使得美国在国际舆论管控方面面临更大的

挑战。例如，中国、俄罗斯等国在国际媒体和社交媒体上的声音日益增强，对美国主导的叙事形成制衡。

综上所述，美国在舆论管控方面展现出高度的复杂性和适应性，其机制融合了新闻学和传播学的理论精髓，并通过结构性控制和技术手段进行实践。然而，这种管控并非没有挑战，公众批判性思维的提升、信息来源的多元化以及社交媒体的“双刃剑”效应，都使得其面临新的不确定性。对这些局限性的认识，有助于我们更全面、客观地理解美国舆论管控的真实图景，并为未来的国际传播研究提供新的思考方向。

参考文献

- [1] 外交部. (2021). 美国民主情况. Retrieved from https://www.fmprc.gov.cn/zyxw/202112/t20211205_10462534.shtml [2] 美国之音. (2019). 越来越多的美国新闻媒体由少数公司控制. Retrieved from <https://www.voachinese.com/a/the-strip-mining-of-the-us-news-industry-20190918/5089637.html> [3] 福建记协. (2017). 美国媒体被财团权贵垄断金钱政治下哪有新闻自由. Retrieved from http://jx.fjsen.com/2017-01/04/content_18935433.htm [4] 新华网. (2023). 瞭望 | 美国舆论战的20种套路. Retrieved from http://www.news.cn/world/2023-09/27/c_1129888376.htm [5] 央视网. (2024). “最大虚假信息散播者”——起底美国网络舆论操纵劣迹. Retrieved from http://www.news.cn/world/2022-12/13/c_1129204380.htm [6] 中国国际问题研究院. (2023). 美国反虚假信息行动：内涵、手段与影响. Retrieved from https://www.ciis.org.cn/yjcg/xslw/202311/t20231116_9124.html [7] 环球网. (2023). 调查记者披露美国政府机构操纵社交媒体内幕. Retrieved from <https://world.huanqiu.com/article/4BRniOilvrM> [8] 新华网. (2022). “最大虚假信息散播者”——起底美国网络舆论操纵劣迹. Retrieved from http://www.news.cn/world/2022-12/13/c_1129204380.htm [9] 澎湃新闻. (2025). 全球数治 | 社交媒体平台对美国政治极化的影响及治理策略. Retrieved from https://m.thepaper.cn/kuaibao_detail.jsp?contid=15620915&from=kuaibao [10] ResearchGate. (未知). 跨学科视域下美国舆论控制策略的演变与中国国际传播策略研究. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/390264107_kuaxuekeshiyuxiameiguoyulunkongzhiceedeyanbianyuzhongguoguojichu-jiyulishixueyuchuanboxuedeshuangzhongweidu [11] 江苏新闻. (2024). 《传媒观察》 | 美国封禁TikTok缘由及全球影响. Retrieved from https://jsnews.jschina.com.cn/kjw/202407/t20240711_3431827.shtml [12] 新浪财经. (2014). 盘点美国史上16桩最大并购最高1862亿美元. Retrieved from <https://finance.sina.cn/sa/2014-02-14/detail-iiznezxt1303985.d.html?from=wap> [13] 普华永道. (2023). 2023年全球科技、媒体和通信市场并购趋势. Retrieved from <https://www.pwccn.com/zh/deals/global-ma-trends-2023-midterm-review-and-prospects-tmt.pdf> [14] Gallup. (2023). Americans' Trust in Mass Media Remains Low. Retrieved from <https://news.gallup.com/poll/546083/americans-trust-mass-media-remains-low.aspx> [15] Pew Research Center. (未知). Social Media Use in 2023. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/internet/2023/04/05/social-media-use-in-2023/>