

选择螺旋——一个传播学大理论、元理论、预测理论和预设理论¹

赵心树

摘要

本文提出“选择螺旋”(selective spiral)理论,以图包容、总结、调整、延伸、链接、融合和运用实证主义传播学中的经典理论,以及心理学、社会学、消费者行为和其他涉及信息传播的理论。本文将指出,选择螺旋最大限度地包容多种理论,因而是一个大理论;选择螺旋包含关于理论的理论,因而是一个元理论;选择螺旋可用于预测尚未观测到的传播行为与传播现象,因而是一个预测理论;选择螺旋可以作为一个预设的框架来帮助解释已观察到的传播行为和传播现象,因而是一个预设理论。

关键词

选择螺旋、失衡螺旋、惰性螺旋、敌意螺旋、哑铃螺旋、过程理论、点段理论、同相选择、异相选择、群内螺旋、群间螺旋

作者简介

赵心树,现任香港浸会大学传理学院讲座教授,兼任江西师范大学传播学院讲座教授,复旦大学新闻学院院长江学者讲座教授,美国北卡大学媒介与新闻学院荣休教授,主要著作包括《选举的困境》。

Selective Spiral ——A Mega, Meta, Predictive and Presumptive Theory of Communication

ZHAO Xinshu

Abstract

This research introduces the theory of selective spiral. The theory attempts to connect, integrate, expand, and apply the classic empirical theories of communication research, therefore a mega theory. It includes a theory of communication theories, therefore a meta theory. It makes predictions about communication behavior and impact that can be tested empirically, therefore a predictive theory. Finally, it provides a framework of understanding that fills the gaps between

empirical observations, connects dots, explains causes, and interprets meanings, therefore a presumptive theory.

Keywords

Selective spiral, Spiral of imbalance, Spiral of inertia, Spiral of hostilities, Process theory, Point theory, Congruent selections, Incongruent selections, Intra-spiral, Inter-spiral

Author

Zhao Xinshu is Chair Professor of Communication, Hong Kong Baptist University and Chair Professor of Communication, Jiangxi Normal University. He is also Emeriti Professor of Media and Journalism, University of North Carolina at Chapel Hill and Cheung Kong Scholar Professor of Journalism, Fudan University.

本文介绍和发展“选择螺旋”理论。这一理论的早先形式见作者以前的论述（赵心树，2002、2012、2017；赵心树 & 冯继峰，2014；Zhao，2000，2002）。

一、作为大理论的选择螺旋

人类信息传播包含四种基本行为，即发送（release）、接收（reception）、转发（relay）和反应（reaction），一人一次发送、一人一次接收、一人一次反应和一人一次转发构成信息传播最小的完整单位，即轮（round）。由于这四种基本行为的英文都以r起头，我们名之为“R行为”。凑巧，作为传播单位的“轮”的英文也始于r（round）。

转发是对信息的再次发送，而反应行为也发出信息，转发和反应信息可能被再次接收、再次转发、再次反应，构成信息传递的再一轮，如此往复，乃至无穷。这种重复构成第五个R行为，即环生（recycle）。长时期的、反反复复的信息环生使得一时、一地、一人的反应效应（reaction）不断积累、扩大和强化，造成长时期、多次、大范围的影响（repercussion），是为第七个R现象。由此构成五种R行为（release, reception, relay, reaction, and recycle）和七种R现象（五种R行为加上round和repercussion）。图1图示七种R现象之间的关系；此图从作者以前的工作修订而成（赵心树，2017）。

本文用“环生”代表英语recycle，是采用“环生”的两个主要意义：一是“接连、重复产生”，如成语“险象环生”，又如（清）纪昀著《阅微草堂笔记·如是我闻一》：“至作奸犯科，则奇计环生。”二是“大量群聚生长”。如《清朝野史大观·清朝艺苑·惠士陈言》：“诂仁泽之已枯，乃和风之未动。惟有摇摇佞草，

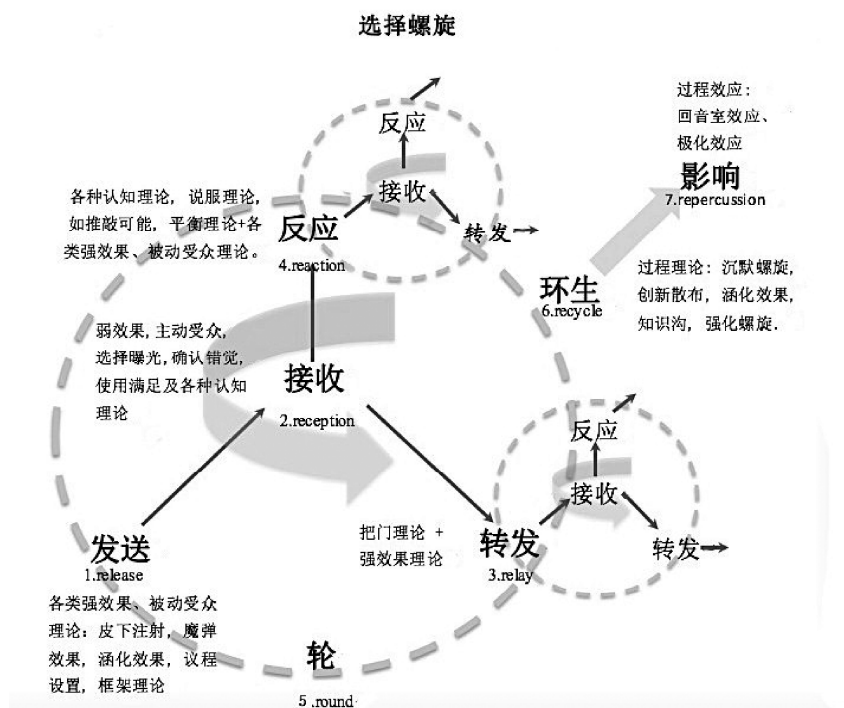


图1：选择螺旋

环生荣戟之间。”

有六种R现象各具选择性，即选择发送、选择接收、选择转发、选择反应、选择环生、选择影响。而这些选择行为或选择现象，是许多经典传播理论的关键预设、主题发现或核心思想。

(1) 选择发送 (selective release)。几乎所有关于媒介效果或传通效果的实证理论都预设，信息的制作和发送、发布是有所选择的。例如涵化理论，议程设置，铺垫效应，框架理论，以及其他强效果和被动受众理论都预设信息制作者或发送者有选择地制作和发送信息 (Entman, 1993; Gerbner & Gross, 1976; Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1980; Iyengar, 1991; Iyengar & Simon, 1993; McCombs & Shaw, 1972; Pan & Kosicki, 1993, 1997; Scheufele & Tewksbury, 2007; Shaw & McCombs, 1977)。“皮下注射”和“魔弹”理论把信息比作针药或魔弹而影响受众，选择性不言而喻 (Davis & Baran, 1981; Lowery & DeFleur, 1995)。

国际传播领域的一些主张，如“新世界信息传播秩序” (New World Information and Communication Order, The MacBride Commission, 1980; Schramm, 1964)，及批判学派或文化研究的一些理论，如文化霸权 (Gramsci, 1971, 1992) 和文化帝国主义 (Lee, 1980; Said, 1978, 1993) 的理论，都隐含预

设或明确指称信息制作与发送的选择性。

(2) 选择接收 (selective reception)。选择曝光, 确认偏见, 使用满足, 以及其他有限效果和主动受众理论都强调受众有选择地接收信息。(Bryant & Zillmann, 1984; Freedman & Sears, 1965; Frey, 1986; Hart et al., 2009; Jonas, et al., 2001; Katz, Blumler & Gurevitch, 1973; Katz, Haas & Gurevitch, 1973; Klapper, 1966; Sears & Freedman, 1967; Zillmann & Bryant, 2013)。

与之相对, 强效果和被动受众理论常常忽略信息接收的选择性, 有的隐含否认选择接收。强调或忽略信息接收的选择性, 是弱效和强效理论之间的重要分野。

(3) 选择反应 (selective reaction)。认知心理学、社会心理学, 尤其是与说服有关的理论和研究, 大都是关于人对信息的选择性反应。相关理论、研究和文献汗牛充栋, 在此例举三个经典理论。认知异距理论 (Festinger, 1957) 发现, 作为对说服信息的反应, 人们的态度变化取决于对象的已有态度之间的异距 (cognitive dissonance)。认知平衡理论 (Heider, 1958) 认为, 态度变化取决于已有态度间的平衡 (cognitive balance)。而推敲可能 (ELM Petty & Cacioppo, 1986) 认为, 态度变化受制于人们对事件的投入 (involvement, 可理解为事件对说服对象的重要性)。不难看出, 三种理论都主张人们对说服类信息的反应是选择性的; 每个理论关注不同的选择因素 (selecting factor), 即“异距”“平衡”或“投入”。

几乎所有媒介强效果理论, 如涵化, 魔弹, 铺垫, 框架, 皮下注射, 议程设置等等, 都关注受众的反应, 并强调受众的选择反应与媒介的选择发送趋同, 或称同相 (congruent)。例如议程设置理论的核心观念之一, 是受众议程向媒介议程趋同; 而框架理论的核心观念之一; 是议程的趋同更进一步影响 (也就是选择) 受众的判断、观念变化等其他反应。

(4) 选择转发 (selective relay)。把关理论和意见领袖理论的核心主张是, 信息的转发是有选择的 (Barzilai-Nahon, 2008; Lewin, 1947; White, 1950; Shoemaker, et al., 2001; Shoemaker & Vos, 2009; Singer, 2006)。从语义上说, 转发也是一种反应。但转发的传播意义有别于其他反应, 作为传播理论的选择螺旋理论将之另列一类。

(5) 选择环生 (selective recycle)。反应或转发可导致新一轮 (round) 接收、反应和转发, 轮是信息环生的基本单位。环生是其他传通行为的重复, 由于被反应、被转发、被接收、被再反应、被再转发的信息都有选择, 所以环生也有选择。关注选择性重复行为的理论有沉默螺旋 (Noelle-Neumann, 1974, 1991; Scheufle, 2000), 强化螺旋 (reinforcing spiral, Slater, 2007), 知识沟

(Donohue, Tichenor & Olien, 1975; Hwang & Jeong, 2009; Tichenor, Donohue & Olien, 1970), 涵化 (Gerbner & Gross, 1976; Gerbner et al., 1979, 1980), 回音室 (Adamic & Glance, 2005; Jamieson & Cappella, 2008), 犬儒螺旋 (Cappella & Jamieson, 1997), 惰性螺旋 (Feng & Zhao, 2016; Zhao, Feng, Liu & Deng, 2018) 和失衡螺旋 (spiral of imbalance, 赵心树, 2012; 赵心树 & 冯继峰, 2014), 等等。

其中惰性螺旋是“科学中传播”(communication within science, 参见Burns, O'Connor & Stocklmayer, 2003; Nisbet & Scheufele, 2009; Trench & Bucchi, 2010) 中对冲创新扩散的反动过程。惰性螺旋中, 各类角色, 各色人等, 如编辑, 审稿, 作者, 读者, 教授, 学生, 权威和新锐, 以各种主动或被动、刻意或随意的作为和不作为, 积极或被迫, 有意或无意地相互作用而维持现状。这是一个复杂、动态、互动的过程, 包含但有别于静态惰性(static inertia)。这也是一个有静默、有发声、有行为、有压制、有反抗的过程, 包含但区别于沉默螺旋(spiral of silence)。详见(Feng & Zhao, 2016; Zhao, Feng, Liu & Deng, 2018)。

(6) 选择影响(selective repercussion)。选择环生的大量和长期重复, 可导致同方向效应的累积叠加, 更可能借着“重复曝光”(mere exposure, Fang, Singh & Ahluwalia, 2007; Zajonc, 1968; 2001)“多数幻象”(majority illusion, Lerman, Yan & Wu, 2016)“从众效应”(bandwagon effect, Leibenstein, 1950; Nadeau, Cloutier & Guay, 1993; Simon, 1954)以及“回音室”效应(echo chamber effect, Jamieson & Cappella, 2008), 而固化、强化、放大、甚至爆照性地扩张本可能是微弱短暂的倾向, 导致长时期、大范围的影响(repercussion), 例如极化效应(polarization, Baldassarri & Bearman, 2007; Barber & McCarty, 2015; Fiorina & Abrams, 2008; 赵心树, 2008; 2009a)。当然, 信息的螺旋, 就像所有水汽的螺旋, 如台风、飓风、龙卷风, 都有其萌发、成长、扩张、维持、削弱、消亡的生命过程。任何选择螺旋的影响, 也必有其削弱消亡的阶段。影响的选择, 是选择螺旋理论中的第六个选择。

二、作为元理论的选择螺旋

选择螺旋理论区分两种传通效应, 即点段效应与过程效应, 并据此区分两种理论, 即点段理论与过程理论。

(1) 点段效应与过程效应(point effect vs process effect)。传通效应可分为两类, 一类是一个变量对另一个变量在某时间点上或时间段中的影响, 称为“时点效

应”(point effect)及“时段效应”(period effect),合称点段效应。如以上提到的皮下注射、议程设置、框架效应、认知异距或平衡效应,以及推敲可能效应,都属于点段效应。

若点段效应被多次重复,效应会在重复过程中叠加、强化、抵消或减弱,是为“过程效应”(process effect)。例如,在沉默螺旋(spiral of silence)过程中,“少数错觉”(minority illusion)促人沉默,是点段效应。一人沉默促成他人沉默,沉默的重复继续维持沉默,则是过程效应(Noelle-Neumann, 1974, 1991; Scheufle, 2000)。又如在知识沟(knowledge gap)扩大的机制中,教育程度影响信息的处理和知识的获取,属点段效应;而“知识帮助信息处理和更多知识获取”这一机制的重复,导致知识沟持续扩大,则属过程效应(Donohue, Tichenor & Olien, 1975; Hwang & Jeong, 2009; Tichenor, Donohue & Olien, 1970)。

(2) 点段理论与过程理论(point theory vs process theory)。主要专注于点段机制与效应的理论,称为点段理论(point theory);同时关注点段与过程,或主要关注过程的理论,称为过程理论(process theories)。可归类于过程理论的,除了以上沉默螺旋和知识沟,还有创新散布(diffusion of innovation, Rogers, 1962),极化效应(polarization, Iyengar & Hahn, 2009; Iyengar, Sood & Leikes, 2012);强化螺旋(reinforcing spiral, Slater, 2007),涵化(cultivation, Gerbner & Gross, 1976; Gerbner et al., 1979, 1980),回音室(echo chamber, Adamic & Glance, 2005; Jamieson & Cappella, 2008),犬儒螺旋(spiral of cynicism, Cappella & Jamieson, 1997),惰性螺旋(spiral of inertia, Feng & Zhao, 2016; Zhao, Feng, Liu & Deng, 2018),失衡螺旋(spiral of imbalance, 赵心树 & 冯继峰, 2014),敌意螺旋(赵心树, 2017),哑铃螺旋(赵心树, 2017b),等等。

(3) 过程理论与过程哲学(process theory and process philosophy)。上述五个选择行为,恐怕自有人类以来一直存在,甚或在人类成为人类前,就已存在。也就是说,选择螺旋是人类物种与生俱来的基本特性。但信息技术与互联网,使得选择权力极大普及,螺旋速度极度加快,量的极变形成质的跨越,人类正经历传通过程的极变,以及由此促成的社会巨变。在新的传通环境和社会形态下,孤立的点段效应的相对影响日益下降,而多种点段效应交互作用过程效应的影响快速上升。与此相对应,孤立的点段理论的预测力和解释力日益下降,而综合运用多种点段理论的过程理论将日益彰显其重要性。

从这个意义上说,产生于信息革命和互联网时代的选择螺旋理论,与诞生于报纸无线电时代的“过程哲学”(process philosophy, Whitehead, 1979)有根本而广

泛的重合。

三、作为预测理论的选择螺旋

作为一种实证理论，选择螺旋理论的一个重要功能是预测（prediction）。

例如，选择螺旋理论关注各种选择（selections）之间的相互关系。这些关系可能千变万化，但可以分为两大类。一是“同相选择”（congruent selections），也就是两种或多种传通行为之间同方向、同程度或其他类同的选择，例如，发送、接收、转发这三者同一方向的选择，譬如发送者倾向发送软新闻，接受者倾向接收软新闻，转发者倾向转发软新闻。二是“异相选择”（incongruent selections），也就是两种基本传通行为之间不同方向、不同程度或其他相异的选择，例如发送者倾向发送政治新闻，而接受者倾向接收娱乐新闻。选择螺旋理论预测，在一个高速联网、充分自由的信息市场中，发送者和转发者热烈追求读者，发送和转发的选择被接收的选择所控制，接收主导螺旋，促成同相选择；但是，市场外强力量和发送者、转发者的误判也时而造成异相选择（Ng et al., 2016; Zhao et al., 2016）。

又如，研究发现，人们倾向发送、接受和转发自己赞成、同意或欣赏的意见或信息，反应者的反应倾向于符合自己的观念和利益，这一过程一而再、再而三地环生重复，以致无穷，是为“选择螺旋”的强化效应和长期影响的心理行为解释（Ng et al., 2016; Zhao et al., 2016; 赵心树, 2002, 2009, 2012; 赵心树 & 冯继峰, 2014）。当两个相关的群体之间存在利益或观念的冲突，两个群体内部可能形成议题重合而观念相反、各自强化的群内螺旋（reinforcing intra-spirals），而两个群体之间形成敌意螺旋（antagonizing inter-spirals）。群内与群间螺旋（inter spiral）的互动和合力构成“哑铃螺旋”（dumbbell spiral，参见赵心树, 2017，又见图2），哑铃螺旋可以强化和放大善意，导致善意螺旋，也可以强化和放大敌意，导致敌意螺旋。这儿所说的“群”，可以是国家、地区、族群或任何其他群体。例如上文提到的“极化效应”，就是以政治倾向或意识形态区分的民众群体群内强化，群间互怼，长期环生的结果。

选择螺旋理论是一个实证理论框架，这个框架下的许多子理论可以用实证研究来检验。

四、作为预设理论的选择螺旋

选择螺旋不是一个单一理论，也不是若干孤立理论，而是一个相互联系的理论群，一个有机组织的理论框架。于是，它可以提供一个更高的立足点和一个更全面

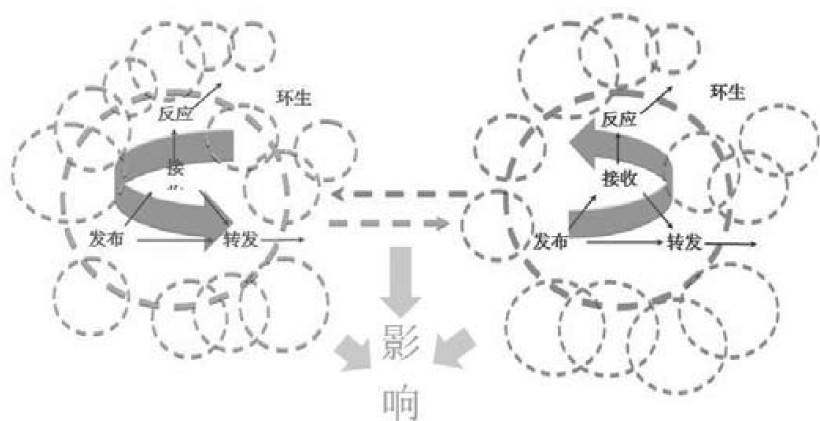


图2：群际传播中的哑铃螺旋

的结构图，来填补经验事实的空缺，清晰实证观察的模糊，来俯视和透视林林总总的传通现象。

例如，传播学界几乎从诞生之日起就一直困扰于媒介是强效（powerful effect）还是弱效（limited effect）的问题，至今未有定论（Bennett & Iyengar, 2008；Chaffee & Metzger, 2001；Holbert, Garrett, & Gleason, 2010）。而从过程理论的角度看，媒介只是一个复杂过程中的一个角色，它是影响者也是被影响者，“强效或弱效”这样两分法的框架和只看点段、忽略过程的预设可能失之过简，于是，答“强”或答“弱”都失之过简。好比面对“先有鸡还是先有蛋”的问题，“先有鸡”或“先有蛋”的回答都技术正确，但都失之过简；了解了鸟类繁殖过程和物种进化过程，就不会简单地问“先鸡还是先蛋”。类似地，了解了信息尤其是政治信息的螺旋过程，就不会简单地问“强效还是弱效”。媒介可以很强效，也可以很弱效，这取决于发送者、接收者、反应者、转发者和环生者之间的互动。在联网手机的时代，这五个“者”不是五个固定的群体，而是五种不同的角色；联网时代的人类，几乎人人都曾扮演其中每一个角色。作为人的集体的媒介机构，同样会在不同时间和情景下扮演不同的螺旋角色。我们应该更关心个人和机构的角色转换，角色之间的螺旋互动，以及螺旋过程对人对社会的长期影响，而不是纠结于强效或弱效这样基于过简预设的过简问题。

五、作为开放理论和生成理论的选择螺旋

许多过程理论中包含一个或更多核心概念，它既是过程的必要部分，又是影响的关键结果；例如沉默螺旋中的“少数错觉”和“沉默”，既是螺旋过程中的必要一环，又是螺旋的主要结果。其他例子有极化理论中的“极化”，回音室效应中的

“多数幻象”，强化螺旋中的“观念强化”，犬儒螺旋中的“犬儒言行”，等等。选择螺旋理论提供一个思维框架，帮助传播理论研究者提出新的核心概念，并围绕新概念形成新理论。例如作者本人就曾将“失衡”、“惰性”与“刚够”概念分别结合“螺旋”概念而生成“失衡螺旋”“惰性螺旋”和“刚够螺旋”等不同理论（Feng & Zhao, 2016; Zhao et al., 2016, 2018; 赵心树, 2012; 赵心树 & 冯继峰, 2014）。

推而广之，“选择螺旋”还可以包含有关传播的其他各种实证理论，因而是一个“开放理论”（open theory）。“选择螺旋”理论还鼓励和催生更多此类理论，因而是一个“生成理论”（generative theory）。

（责任编辑：来永玲）

注释 [Note]

1. 本文是作者在“2017反思传播学圆桌论坛”（赵心树, 2017a）的演讲的摘要和扩充。作者感谢浙江大学传媒与国际文化学院组织论坛和邀请作者与会，并感谢邓美芬、韦路、叶美玲、许少慧、吴飞、张妙娟、张润礼、邵培仁、黄旦、黄伟国、曾振华的支持。本研究部分获香港浸会大学“李兆基博士资助研究计划”（LSK/14-15/P13，赵心树主持），及复旦大学信息与传播研究中心“教育部人文社会科学重点研究基地重大项目”（编号11JJD860007，赵心树主持）资助。

参考文献 [References]

- 赵心树（2002年12月19日）。知理的民主，还是盲情的媒主？（中文完整版）。《中国新闻传播学评论》（浙江在线网刊）。检索于<https://works.bepress.com/xinshu-zhao/17/download/>。
- 赵心树（2002）。知理的民主，还是盲情的媒主？（英文原稿）。（中文改写的删节版）载李希光、赵心树（编），《媒体的力量》（第27-129页）。广州：南方日报出版社。<https://works.bepress.com/xinshu-zhao/14/>。
- 赵心树（2008）。《选举的困境——民选制度及宪政改革批判，增订版》。成都：四川人民出版社。www.chinaelections.org/uploadfile/201003/20100304175038608.pdf。
- 赵心树（2009a）。《选举的困境——民选制度及宪政改革批判》（电子版）。北京：选举与治理网。www.chinaelections.org/uploadfile/201003/20100304175038608.pdf。
- 赵心树（2009b）。失衡螺旋与国际形象。载苏力，陈春声（编），《中国人文社会科学三十年》（第407-412页）。北京：生活·读书·新知三联书店。
- 赵心树（2012）。中国奥运传播中的“失衡螺旋”与中华民族“成长的烦恼”。载史安斌，郭云强&李宏刚（编），《清华新闻传播学前沿讲座录（续编）》（第200-210页）。北京：清华大学出版社。

赵心树（2017年12月）。作为大理论、元理论、预设理论与预测理论的选择螺旋理论。

“2017反思传播学圆桌论坛”演讲。杭州。

赵心树（2017年11月）。国际传播交流中的选择螺旋与哑铃螺旋。“2017中外传媒比较研究国际学术会议”演讲。上海。

赵心树，冯继峰（2014）。政治传播研究的新发展。载洪俊浩（编），《传播学新趋势（下）》（第485-507页）。北京：清华大学出版社。

赵心树（2017）。螺旋恶化的陆港矛盾（代前言）。载陈弘毅，赵心树，张小佳（编），《民主与选举—香港政改的回顾前瞻》（第9-27页）。香港：天地图书。

Adamic, L. A., & Glance, N. (2005). The Political Blogosphere and the 2004 U.S. *Election. Proceedings of the 3rd International Workshop on Link Discovery - LinkKDD '05*, 36-43. <http://doi.org/10.1145/1134271.1134277>.

Baldassarri, D., & Bearman, P. (2007). Dynamics of Political Polarization. *American Sociological Review*, 72(5), 784-811. <http://doi.org/10.1177/000312240707200507>.

Barber, M. J., & McCarty, N. (2015). Causes and consequences of polarization. In *Solutions to Political Polarization in America* (pp. 15-58). <http://doi.org/10.1017/CBO9781316091906.002>.

Barzilai-Nahon, K. (2008). Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control. *Journal of the American Information Science and Technology*, 59(9), 1493-1512. <http://doi.org/DOI: 10.1002/asi.20857>.

Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication New Era of Minimal Effects. *Journal of Communication International Communication Association*, 58(4), 707-731. <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>.

Bryant, J., & Zillmann, D. (1984). Using television to alleviate boredom and stress: Selective exposure as a function of induced excitational states. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 28(1), 1-20. <http://doi.org/10.1080/08838158409386511>.

Burns, T. W., O' Connor, D. J., & Stocklmayer, S. M. (2003). Science communication: A contemporary definition. *Public Understanding of Science*. <http://doi.org/10.1177/09636625030122004>.

Cappella, J. J. N., & Jamieson, K. K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press.

Chaffee, S. H., & Metzger, M. J. (2001). The End of Mass Communication? *Mass Communication and Society*, 4(4), 365-379. http://doi.org/10.1207/S15327825MCS0404_3.

Davis, D. K., & Baran, S. J. (1981). A History of Our Understanding of Mass Communication. In D. K. Davis & S. J. Baran (Eds.), *Mass communication and everyday life. A perspective on theory and effects* (pp. 19-52). Belmont: Wadsworth Publishing Company.

Donohue, G. A., Tichenor, P. J., & Olien, C. N. (1975). Mass Media and the Knowledge Gap. *Communication Research*, 2(1), 3-23. <http://doi.org/10.1177/009365027500200101>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of*

- Communication*, 43(4), 51–58. <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fang, X., Singh, S., & Ahluwalia, R. (2007). An examination of different explanations for the mere exposure effect. *Journal of Consumer Research*, 34(1), 97–103. <http://doi.org/10.1086/513050>
- Feng, G. C., & Zhao, X. (2016). Do not Force Agreement : A Response to Krippendorff. *Methodology: European Journal of Research Methods for the Behavioral and Social Sciences*, 12(4), 145–148. <http://doi.org/10.1027/1614-2241/a000120>, https://repository.hkbu.edu.hk/hkbu_staff_publication/6432/
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Palo Alto, CA, USA: Stanford University Press.
- Fiorina, M. P., & Abrams, S. J. (2008). Political Polarization in the American Public. *Annual Review of Political Science*, 11, 563–588. <http://doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.053106.153836>
- Freedman, J. L., & Sears, D. O. (1965). Selective Exposure. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2, 57–97. [http://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60103-3](http://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60103-3)
- Frey, D. (1986). Recent Research on Selective Exposure to Information. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19(C), 41–80. [http://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60212-9](http://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60212-9)
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173–199. <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “Mainstreaming” of America: Violence Profile No. 11. *Journal of Communication*, 33(3), 10–29. <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1980.tb01987.x>
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., Morgan, M., & Jackson-Beeck, M. (1979). The Demonstration of Power: Violence Profile No. 10. *Journal of Communication*, 29(3), 177–196. <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1979.tb01731.x>
- Gramsci, A. (1992). *Prison notebooks*.
- Hart, W., Albarracín, D., Eagly, A. H., Brechan, I., Lindberg, M. J., Merrill, L., ... Merrill, L. (2009). Feeling Validated Versus Being Correct : A Meta-Analysis of Selective Exposure to Information. *Psychological Bulletin*, 135(4), 555–588. <http://doi.org/10.1037/a0015701>
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Holbert, R. L., Garrett, R. K., & Gleason, L. S. (2010). A new era of minimal effects? A response to Bennett and Iyengar. *Journal of Communication*, 60(1), 15–34.
- Hwang, Y., & Jeong, S.-H. (2009). Response to "Note on 'Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis: A Meta-Analysis of Thirty-Five Years of Research'". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(3), 513–532. <http://doi.org/10.1177/107769900908600304>
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication*, 59(1), 19–39. [150](http://doi.org/10.1111/j.1460-</p></div><div data-bbox=)

2466.2008.01402.x

- Iyengar, S., & Simon, A. (1993). News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing. *Communication Research*, 20(3), 365–383. <http://doi.org/10.1177/009365093020003002>
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*. <http://doi.org/10.1093/poq/nfs038>
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2008). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
- Jonas, E., Schulz-hardt, S., Frey, D., & Thelen, N. (2001). Confirmation Bias in Sequential Information Search After Preliminary decisions: an expansion of dissonance theoretical research on selective exposure to information. *Journal of Personality*, 80(4), 557–571.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341–350. <http://doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.341>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <http://doi.org/10.1086/268109>
- Katz, E., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the uses of the mass media for important things. *Americna Sociological Review*, 38(2), 164–181.
- Klapper, J. T. (1960). *The Effects of mass communication*. New York, NY, US: Free Press.
- Lee, C. C. (1979). *Media imperialism reconsidered: The homogenizing of television culture*. SAGE Publications, Incorporated.
- Leibenstein, H. (1950). Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand. *The Quarterly Journal of Economics*, 64(2), 183. <http://doi.org/10.2307/1882692>
- Lerman, K., Yan, X., & Wu, X.-Z. (2016). The "Majority Illusion" in Social Networks. *PloS One*, 11(2), e0147617. <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0147617>
- Lewin, K. (1947). Frontiers in Group Dynamics. II. Channels of Group Life; Social Planning and Action Research. *Human Relations*, 1(2), 143–153. <http://doi.org/10.1177/001872674700100201>
- Lowery, S., & DeFleur, M. (1995). *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*. White Plains, N.Y.: Longman Publishers USA.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <http://doi.org/10.1086/267990>
- Nadeau, R., Cloutier, E., & Guay, J. (1993). New evidence about the existence of a bandwagon effect in the opinion formation process. *Political Science Review*.
- Ng, Y. L., Leung, S. F., Henderson, S. B., Lui, B. P. K., Poon, K. Y., & Zhao, X. (2016). *Spiral of Sensations: Exclamation Effect on Online Read and Relay!* Paper presented at the 2016 International Association for Media and Communication Research Conference, University of Leicester, Leicester, UK. 27-31 July.

- Nisbet, M. C., & Scheufele, D. A. (2009). What's next for science communication? promising directions and lingering distractions. *American Journal of Botany*, 96(10), 1767–1778. <http://doi.org/10.3732/ajb.0900041>
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence A Theory of Public Opinion. *The Journal of Communication*, 24(2), 43–51. <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x>
- Noelle-Neumann, E. (1991). The Theory of Public Opinion: The Concept of the Spiral of Silence. *Communication Yearbook*.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <http://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1997). Priming and Media Impact on the Evaluations of the President's Performance. *Communication Research*, 24(1), 3–30. <http://doi.org/10.1177/009365097024001001>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19(4), 123–205. [http://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](http://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. The Free Press.
- Said, E. W. (1977). *Orientalism*. Pantheon Books.
- Said, E. W. (1993). *Culture and Imperialism*. New York: Vintage Books (Random House).
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57(1), 9–20. <http://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>
- Scheufle, D. a. (2000). Twenty-Five Years of the Spiral of Silence: a Conceptual Review and Empirical Outlook. *International Journal of Public Opinion Research*, 12(1), 3–28. <http://doi.org/10.1093/ijpor/12.1.3>
- Schramm, W. L. (1964). *Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries*. Palo Alto, CA, USA: Stanford University Press.
- Sears, D. O., & Freedman, J. L. (1967). Selective exposure to information: A critical review. *Public Opinion Quarterly*, 31(2), 194–213. <http://doi.org/10.1086/267513>
- Shaw, D.L., & McCombs, M.E. (1977). *The Emergence of American Political Issues. The Agenda Setting Function of the Press* (1st ed.). St. Paul: West Pub. Co.
- Shoemaker, P. J., Eichholz, M., Kim, E., & Wrigley, B. (2001). Individual and Routine Forces in Gatekeeping. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(2), 233–246. <http://doi.org/10.1177/107769900107800202>
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory*. New York: Routledge.
- Simon, H. A. (1954). Bandwagon and Underdog Effects and the Possibility of Election Predictions. *The Public Opinion Quarterly*, 18(3), 245–253. <http://doi.org/10.2307/2745982>
- Singer, J. B. (2006). Stepping Back from the Gate: Online Newspaper Editors and the Co-Production

- of Content in Campaign 2004. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(2), 265–280. <http://doi.org/10.1177/107769900608300203>
- The MacBride Commission. (1980). *Many Voices, One World: Towards a new, more just, and more efficient world information and communication order*. Neues Deutschland. Lanham, Boulder, New York, Toronto, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159–170. <http://doi.org/10.1086/267786>
- Trench, B., & Bucchi, M. (2010). Science communication, an emerging discipline. *Journal of Science Communication*, 9(3), 1–5.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453–458. <http://doi.org/10.1126/science.7455683>
- White, M. D. (1950). The “gate keeper” : A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27(4), 69–76. <http://doi.org/10.1049/sqj.1950.0021>
- Whitehead, A. N. (1929). *Process and Reality: An Essay in Cosmology*. (D. R. Griffin & D. W. Sherburne, Eds.) (Corrected). New York: Free Press.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2), 1–27. <http://doi.org/10.1037/h0025848>
- Zajonc, R. B. (2001). Mere exposure: A gateway to the subliminal. *Current Directions in Psychological Science*, 10(6), 224–228. <http://doi.org/10.1111/1467-8721.00154>
- Zhao, X. (2000). Media Coverage: Wen Ho Lee, China and Beyond. *Making the Global Local*, <https://works.bepress.com/xinshu-zhao/15/>.
- Zhao, X. (2002). Informed Democracy, or Involuntary Mediocracy? (The English Origin of a Chinese Book Chapter). In X. Li & X. Zhao (Eds.), *The Power of the Media* (pp. 37–129). Guangzhou, China: Southern Daily Publishing House.
- Zhao, X., Feng, G. C., Liu, J. S., & Deng, K. (2018). We Agreed to Measure Agreement – Redefining Reliability De-justifies Krippendorff’ s Alpha. *China Media Research*, 14(2), 1–15.
- Zhao, X., Lu, H. H., Liao, S., Liao, Z., Ng, Y., Sheng, Q., ... Zhao, E. Z. S. (2016). *Enough, just, and just enough information -- inverted-U effect of title length on online read and relay*. Paper presented at the annual conference for International Association for Media and Communication Research. Paper presented at the annual conference for International Association for Media and Communication Research, University of Leicester, Leicester, UK. 27-31 July.
- Zillmann, D., & Bryant, J. (2013). *Selective Exposure To Communication*. Routledge.