

西方准社会交往研究新进展

葛进平

摘要：通过对西方准社会交往研究的整理和分析，认为目前的实证研究均是关注准社会关系；准社会关系是认知、态度、行为从低到高的线性发展；可以构建适用于不同媒介、节目类型和媒介人物的准社会关系量表。

关键词：准社会关系；准社会交往；量表

作者简介：葛进平，男，研究员。（浙江传媒学院 管理学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：C912 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552 (2013) 01-0096-05

1956年美国心理学家霍顿和沃尔在《精神病学》杂志发表论文《大众传播和准社会交往：远距离亲密行为的考察》，提出准社会交往和准社会关系的概念，指受众对大众传媒中的人物当作真实人物做出反应^[1]。大众传媒中的人物既可以是广播节目的播音员、电视节目的主持人、影视剧的演员等真实人物，也可以是影视剧中的角色等虚构人物，包括孙悟空、阿凡达等非人类的艺术形象。

准社会交往和准社会关系是人们使用大众传媒过程中极普遍的心理现象，是传播效果的重要表现形式，又是产生其他传播效果（如价值观改变、广告劝服）的重要心理基础。1979年Levy编制了7个陈述的新闻播音员准社会交往量表，通过定性研究减少到4个，分别是“新闻播音员就像每天相见的的朋友”；“我喜欢在房间中听到新闻播音员的声音”；“观众感觉新闻播音员就像每天聊天的朋友”；“对主持人说‘晚安’、‘欢迎明天收看’的反馈，关注喜爱主持人的休假”等^[2]。这一研究虽然简单，但对以后的研究产生了重要影响。

随着准社会交往研究的深入，出现了三个新动向。首先研究对象是准社会交往或是准社会关系，其次是单维度或是多维度，最后是能否开发综合的测量量表。

一、关注准社会关系的研究

准社会交往和准社会关系是两个很难严格区分的概念，在最早的文献中，就是用准社会关系来定义准社会交往。1956年霍顿和沃尔论文的第一页，将观众和表演者之间好像面对面的关系直接定义为准社会关系；而准社会交往强调的是相互作用，表演者为适应观众的反应调整其表演越多，观众就会有更多的反应，这就是准社会交往。

准社会交往和准社会关系是可以严格区分的，准社会交往是观众媒介消费时对媒介人物的反应，而对媒介人物即时和更长时间的反应称为准社会关系^[3]。可见准社会关系包含了准社会交往。对霍顿和沃尔1956年研究产生重要影响的虚拟社会礼仪，其本质就是准社会交往。1943年9月21日CBS在18个小时的广播中，被称为“自由小姐”的美国著名歌星Kate Smith推销战争公债取得巨大成功，达到3千9百万美元。默顿等人（Merton etc. 1946）对此进行研究，分析大众传媒的社会心理效果，提出虚拟社会礼仪，即听众个人与媒介人物之间的虚拟友情^[4]。

但以后的研究越来越偏重于准社会关系。使用与满足理论的研究者没有区分准社会交往和准社会

关系，但偏向于准社会关系。Rosengren 等（1976）和 Rubin A. M. 等（1985）认为是受众与媒介人物的长期卷入，Rubin R. B. 等（1987）和 Grant 等（1991）认为是电视观众与媒介人物的单向人际关系，Rubin A. M. 等（1987）明确指出观后的认知和思考激发对观后讨论和对情节发展的预计均是准社会交往。

Schramm（2008）^[5]将准社会交往进一步分为准交流和准社会进程。准交流是观众对媒介人物互动的主观感受，即在媒介消费时，观众认为媒介人物根据他们的反应而调整行为。虽然观众清楚地知道，这种感觉是虚假的。准交流非常接近 Horton 和 Strauss（1957）对准社会交往的表述，准社会交往类似于媒介人物调整其行为的过程，直接满足观众。准社会进程是媒介使用者对媒介人物的所有反应，无论媒介使用者是否感觉到媒介人物为他们调整行为。即便媒介使用者和媒介人物没有互动发生，媒介使用者也存在准社会进程。因此准社会进程可以简单地认为是媒介使用者的个人感知过程，这一过程开始于对媒介人物的首次接触（或消费），进而发展成媒介使用者对媒介人物的认知、情感和行为反应，是人际卷入的一种类型。准社会进程可以定义为媒介使用者个体同媒介人物的自我心理交互作用，包括媒介消费当时和以后。因此，准社会进程是准社会关系的另一种表达。

在准社会交往的实证研究中，其测量的均为准社会关系。从研究的方法看，目前看到的测量工具都是李克特量表。通过李克特量表只能测量准社会关系，而无法测量观看节目时即刻的心理反应。Auter 和 Palmgreen 在美国南部的一所大学，让 417 名大学生看一集《风云儿女》后完成问卷。尽管量表中的两个缩写词，“FAV”意为“在刚看过的节目中我喜欢的角色”，“CHARS”意为“我刚看过的节目中的角色”^[6]，但看节目已经是完成时，而不是进行时。

随着网络的普及，测量可以在线进行。同现场调查相比，在线调查填写问卷与看完电视之间的时间间隔更久。在 Schramm 和 Hartmann 2008 年的研究中，要求被试进入指定网站，从 9 种电视节目类型中选择一种，在几天内观看一期所选类型的节目；观看后被试收到提醒邮件，并提供问卷的链接，看完电视后填写问卷。有价值的是问卷要求被试填写看了多少时间的电视，填问卷与看完电视之间的时间间隔。结果是被试平均看电视 41 分钟，66 分钟后在线填写问卷。

由于测量的是准社会关系，没有时效的要求，研究设计可以不考虑时间。2010 年 Holger Schramm 和 Werner Wirth 设计了三个实验来测试准社会交往进程量表的有效性，分别是剧场、家（在线）和实验室，都是要求被试在观看后填写问卷。

Hartmann 和 Schramm 等人提出两阶段的准社会交往模型，低层次准社会交往是高度自动的、无意识的、程式化的、启发式的准社会交往，而高层次准社会交往是有目的的、精致的、个性化的准社会交往^[7]。低层次准社会交往可以简单地理解为准社会交往，而高层次准社会交往则可理解为准社会关系。两层次模型是准社会交往强度的两极，低层次准社会交往的强度低，媒介使用者没有投入主要的认知资源、情感能量和行为活力给媒介人物，而高层次准社会交往的强度高。

虽然 2011 年 Tilo Hartmann 等使用的准社会交往体验量表想测量观看节目时的准社会交往，其陈述使用了“当看片段时，我感到……”的句式^[8]，但测量的方法是看完片段后填写问卷，并通过网络进行。可见他们测量的仍然是准社会关系。

二、单维线性准社会关系研究

在已有的准社会关系研究中，有单维量表和多维量表之分。1985 年 Rubin A. M. 等人编制出 20 个陈述的准社会关系量表，Cronbach α 信度高达 0.93，贡献率为 45.7%^[9]。两年后他们使用 328 名肥皂剧观众的数据，将变量减少到 10 个，信度仍有 0.88，同原量表的相关系数高达 0.96，达到极显著相关^[10]。虽然以后的不少量表都有 Rubin A. M. 量表（1985、1987）的影子，但不少人认为这两个量表是

单维度的,没有满足 Horton and Wohl 提出的准社会关系的其他方面。

在多维度量表的研究中,有两项研究特别重要。一是2000年 Auter 和 Palmgreen 编制的四维受众与媒介人物交往量表,四个维度分别是角色认同6个陈述、对角色的兴趣6个陈述、群体认同6个陈述、角色解决问题的能力4个陈述。另一项是2008年 Schramm 和 Hartmann 编制的准社会交往进程量表,包括14个子量表,其中认知、情感和行为三个维度分别有6、5、3个子量表,情感维度下反感和反向移情是负向的准社会交往。该模型认为,12个(不包括反感和反向移情)子量表测量的是12种不同的准社会交往进程。这12个进程从理论上讲是分开发生的。

在多维度测量方面,尽管学者们所采用的维度不同,但通过对维度以及陈述进行分析后,我们总结出两个特征。

首先所有的维度都可以归结为认知、态度、行为三个内容。Gleich (1997) 所提出的从媒介接触时的移情和卷入,产生接触后的情感关系,形成期望和选择的过程^[11],同认知、态度、行为基本对应。Soodi 等(2000)认为准社会关系是五维的,包括态度互动、认知互动、行为互动、相关性参与和批评性参与^[12]。相关性参与指受众认为节目反映了自己的生活,从而谈论节目时把自己置于节目的情景中;批评性参与指受众对节目情节进行重新建构。从本质上看,相关性参与和批评性参与就是行为互动。

Schramm 等人(2008)的准社会交往进程量表中的认知、情感和行为,仅用词不同,用情感代替态度,但情感与态度的内容基本一致。Auter 等人(2000)提出的受众与媒介人物交往量表,角色认同与认知基本对应,认知是认同的基础,认同是体验到认知中相同或相似;对角色的兴趣对应于态度。群体认同中的“与我喜欢的媒介人物的交往就像我同朋友的交往”、“与我喜欢的媒介人物的交往就像是我同家人的交往”、“我的朋友与我喜欢的媒介人物相像”、“使用媒介时,我会融入情节中,成为其中的一员”、“我可以感受到我喜欢的媒介人物的态度”等5个陈述可以归入态度中;而“我喜欢同朋友交流我喜欢的媒介人物”则是行为。角色解决问题的能力有4个陈述,“我希望能够与我喜欢的媒介人物一样好地解决问题”、“我经常与我喜欢的媒介人物具有相同的看法”等两个陈述可归入角色认同;而“我喜欢我喜欢的媒介人物解决问题的方式”、“我希望变得更像我喜欢的媒介人物”可以归入行为中。有学者认为, Auter 四维度量表的22个陈述与 Rubin A. M. 等人(1985)量表的20个陈述基本雷同^[13]。

第二个特征是所有维度表现出线性特征,即沿认知、态度、行为发展,逐步加强。因此认知关系、态度关系和行为关系不是认识准社会关系的三个维度或三个方面,而是测量准社会关系的三个层次,代表准社会关系由弱到强的不同阶段。

这种线性特征在 Rubin A. M. 等人1985年编制量表时就有体现。他们认为测量的准社会关系本质上是观众对媒介人物的卷入,分为相互作用、认同、长期认同三个相关的过程。准社会关系卷入包括寻找节目、视媒介人物为朋友、想象成为喜爱节目社会环境的一部分、渴望见到表演者等多种形式。两年后进一步认为,准社会关系包含态度互动、认知互动和行为互动三方面内容。态度互动是受众感知媒体角色与现实朋友的相似程度,认知互动是受众对媒体角色及其信息的关注程度,行为互动是受众彼此之间谈论媒体中的信息及角色的程度。

三、尝试准社会关系综合量表研究

随着社会发展和科技进步,人们更加不可能逃避大众媒介的影响。准社会关系是大众媒介对受众产生影响的基础。开发出一个综合的量表,能测量所有人与电影、电视、广播、报纸、网络等媒介形式中的主持人、演员、嘉宾、角色等媒介人物的准社会关系,是学者努力的方向。

1979年 Levy 测量播音员和主持人的准社会关系,这使得播音员和主持人成为准社会关系测量最重

要的研究对象。Rubin A. M. 编制量表（1985、1987、2003^[14]）的研究对象是播音员和主持人，但对其量表做简单的修改，就能测量其他的媒介人物。Auter 等人（2000）的量表以电视情景喜剧为研究对象，也可修改成为针对其他的节目类型。

Rubin（1994）编制了测量受众对本地新闻主播准社会交往的量表，由20个陈述组成。刘于思等（2009）翻译此量表时，使用“社交网站上的明星”代替“本地新闻主播”，就将原量表的电视收看情境改为社交网站明星页面访问情境^[15]。2009年8月21日至9月3日间，在调查网站“问卷星”发布问卷，首先判断开心网和人人网用户是否与该社交网站入驻的媒介名人成为好友，随后随机向已成为媒介名人好友的用户发送站内信件，邀请其填写问卷，共发放邀请邮件2817份，回收有效问卷318份，其中开心网158份，人人网160份。

同样，Auter 量表（2000）也被用于网络。2011年1月 Provenzano 研究准社会交往与个人的不确定性和需求导向的关系，调查了美国纽约州罗彻斯特理工学院的104名大学生，准社会关系的测量使用 Auter 量表（2000）的19个陈述，仅将“FAV”和“CHARS”换成了喜欢的媒介人物“FMF”^[16]。

在综合量表的编制领域，Hartmann 和 Schramm 等人做了开创性工作。准社会交往进程量表能测量电视观众对喜欢或不喜欢的媒介人物的准社会交往的程度，适用于所有类型的电视节目和电视人物（演员、主持人、运动员等），在看完电视后即刻测量。德文版的量表已经被验证，而英文版的有待验证。该量表是5级李克特量表，每个子量表由4个正向陈述和4个逆向陈述构成，14个子量表共有112个陈述，另有一个陈述作为过滤变量。该陈述为“请您给节目中的人物是否让人感觉舒服打分”（1=非常不舒服、6=非常舒服），若被试为正面反应（4—6），使用“好感”和“移情”子量表；若被试为负面反应（1—3），则使用“厌恶”和“相反感情移入”子量表。

2008年 Hartmann 和 Schramm 使用准社会交往进程量表，在德国和瑞士进行被试调查，在线调查237人，其中女139、男98，年龄从14—72岁，平均30岁，标准差11岁，193人具有高中或大学学历、44人没有高中学历。该量表中的认知和行为陈述按随机的排列，之后是过滤陈述，然后是情感和行为陈述。完成负向和正向测验的被试分别为63个、174人，完成问卷的平均时间是18.5分钟。14个子量表通过内在一致性、陈述与子量表的相关系数、陈述的难度系数等三个指标优化，厌恶、移情、相反感情移入、非语言行为、语言行为子量表分别保留5、7、5、4、4个陈述。通过计算14个子量表与媒介人物的特性之间的相关性，考察量表的效度。根据两层次模型，任意层次的准社会交往增加，认知、情感、行为的准社会交往反应也会增加，因此以认知、情感、行为的最高值作为准社会交往的指标。

2010年 Schramm 和 Wirth 又进行了3个实验，验证了准社会交往进程量表之于不同媒介环境节目和不同人物的有效性。第一个是剧院，13场演出结束后分别调查了236名观众，媒介人物是虚拟人物，莎士比亚的《伯里克利》。问卷有4个版本，调查4个主要角色（不同的出场时间和舞台地位）；准社会交往进程量表有6个认知、5个情感、2个行为子量表组成，共30个陈述。第二个是电视肥皂剧的虚拟人物。被试在家中观看两个德国的日间肥皂剧（《Good Times, Bad Times》）或者《Among Us》的一集，然后在线完成问卷，192人随机分配对4个主要角色（喜欢的男主角、不喜欢的男主角、喜欢的女主角、不喜欢的女主角）进行调查。准社会交往进程的测量使用4个认知、4个情感、2个行为子量表，共44个陈述。第三是电视游戏竞猜节目的真实人物，61名（31名女性，30名男性）瑞士公立大学的学生观看4集《谁想成为百万富翁》的澳大利亚版（所有学生事先都没有看过）。3—5人一个组，每看一集填一次量表；为防止顺序效应，每个组4集的放映次序不同。4集节目的游戏参与者分别是有吸引力的男士、没有吸引力的男士、有吸引力的女士、没有吸引力的女士，准社会交往进程的测量使用4个认知、5个情感、1个行为意图子量表，共40个陈述。

Hartmann 和 Schramm 研制的量表有两方面的问题值得商榷。首先是陈述太多, 经过优化后有 14 个子量表, 99 个陈述, 经过过滤变量的选择, 仍然有 12 个子量表, 正向准社会关系有 89 个陈述, 负向准社会关系有 82 个陈述。如此多的陈述, 极大地增加了调查的难度, 影响到调查的准确性。Schramm 和 Wirth 的三个实验中, 最多的陈述也只有 44 个。这就带来了第二个问题, 实际应用中必须重构量表。虽然在文章中, 没有给出三个研究的具体陈述, 但可以推断是复杂的陈述重构, 而不是简单子量表重构。如第三研究, 若是子量表重构, 应有 77 个陈述。所以从本质上看, Hartmann 和 Schramm 提供了 99 个陈述, 分 14 组, 使用时研究者必须重新构造。

综上所述, 准社会交往研究的三个最新进展是: 严格区分社会交往和准社会关系, 目前研究的重点是准社会关系, 准社会交往的研究难度更大; 准社会关系包含认知、态度、行为三个层次, 且是线性的, 由弱到强逐步发展, 而不是非线性的多维关系; 能够编制适合所有媒介环境、所有节目类型、所有媒介人物的测量量表, 但任重道远。

参考文献:

- [1] Horton Donald, R Richard Wohl. Mass Communication and Para - Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance [J]. Psychiatry, 1956: 215 - 229.
- [2] Levy Mark. Watching TV News as Para - Social Interaction [J]. Journal of Broadcasting, 1979 (1): 69 - 80.
- [3] Horton D, Strauss A. Interaction in audience - participation shows [J]. The American Journal of Sociology, 1957: 579 - 587.
- [4] Sood Suruchi, Everett M. Rogers. Dimensions of Parasocial Interaction by Letter writers to a Popular Entertainment education Soap Opera in India [J]. Journal of Broadcasting&Electronic Media. Summer, 2000: 387.
- [5] Holger Schramm, Tilo Hartmann. The PSI - Process Scales. A new measure to assess the intensity and breadth of parasocial processes [J]. Communications, 2008: 385 - 401.
- [6] Auter Philip J. and Philip Palmgreen. Development and Validation of a Parasocial Interaction Measure: The Audience - Persona Interaction Scale [J]. Communication Research Reports, 2000: 79 - 89.
- [7] Holger Schramm, Werner Wirth. Testing a Universal Tool for Measuring Parasocial Interactions Across Different Situations and Media: Findings from Three Studies [J]. Journal of Media Psychology, 2010: 26 - 36.
- [8] Tilo Hartmann, Charlotte Goldhoorn. Horton and Wohl Revisited: Exploring Viewers' Experience of Parasocial Interaction [J]. Journal of Communication, 2011: 1104 - 1121.
- [9] Rubin Alan M, Elizabeth M. Perse and Robert A Powell. Loneliness, Parasocial Interaction and Local Television News Viewing [J]. Human Communication Research, 1985: 155 - 180.
- [10] Rubin A M, Perse E M. Audience Activity and Soap Opera Involvement: A Uses and Effects Investigation [J]. Human Communication Research, 1987 (2): 246 - 268.
- [11] Holger Schramm, Tilo Hartmann. The PSI - Process Scales. A new measure to assess the intensity and breadth of parasocial processes [J]. Communications, 2008: 391.
- [12] Sood Suruchi, Everett M. Rogers. Dimensions of Parasocial Interaction by Letter writers to a Popular Entertainment education Soap Opera in India. [J]. Journal of Broadcasting&Electronic Media, 2000: 386 - 414.
- [13] 包敦安, 董大海. 交易社区环境下的类社会互动关系的测量及实证检验 [J]. 软科学, 2010 (5): 124 - 128.
- [14] Rubin Alan M, Paul M. Haridakis, and Keren Eyal. Viewer Aggression and Attraction to Television Talk Shows [J]. Media Psychology, 2003: 331 - 362.
- [15] 刘于思. 社交网站用户的准社会交往研究——以开心网、人人网媒介名人页面为例 [EB/OL]. <http://www.doc88.com/p-29255554923.html>, 2011 - 11 - 11.
- [16] Rachel Provenzano. The Relationship Between Self - Reported Strength of Parasocial Interaction and Perception of World Stability [D]. A dissertation of Master. The Rochester Institute of Technology, Department of Communication, College of Liberal Arts, 2011: 32.