



Research Paper

Parasocial Relationships Across Four Decades: A Systematic Thematic and Temporal Review

Ehsan Shahghasemi 

Professor, Department of Social Communication, University of Tehran, Tehran, Iran:

Shahghasemi@ut.ac.ir

Abstract

Parasocial relationships — the one-sided socio-emotional bonds that audiences form with media figures — have been studied for nearly seventy years, yet the construct has been repeatedly reconfigured as the media environment has changed. This systematic review synthesizes forty-one peer-reviewed studies and book chapters published between 1987 and 2025, spanning communication, media psychology, and marketing scholarship. The corpus is analyzed through two complementary lenses. A thematic analysis identifies eight research streams: conceptual and theoretical foundations, measurement and scale development, well-being and psychology, social media and platforms, marketing and consumer behavior, children and development, contact and prejudice and politics, and human-computer interaction. A temporal analysis resolves the literature into three developmental phases — a foundational period (1987-2008) preoccupied with establishing the construct's legitimacy, a diversification period (2010-2017) reorganized by the arrival of social media, and an application and consolidation period (2018-2025) characterized by applied domains, new methods, and synthesizing work. Three theoretical trajectories cut across both phase and theme: the progressive erosion of the non-reciprocity premise, the empirical reversal of the compensation hypothesis, and the persistent instability of measurement. The review argues that the parasocial relationship remains a construct in active definition rather than one settled and merely applied, and that emerging conversational artificial intelligence will force the field's defining assumption of non-reciprocity toward resolution.

Keywords: Parasocial Relationship, Parasocial Interaction, Media Psychology, Systematic Review, Social Media, Human-Computer Interaction.

Received:
2026/06/29

Accepted:
2026/07/14



Extended Abstract

Introduction

Horton and Wohl (1956) coined the term **parasocial interaction** to describe the illusion of face-to-face intimacy that broadcasting produced between performers and their audiences. The concept has since expanded from the momentary, encounter-bound experience of parasocial interaction (PSI) to the enduring bond of the parasocial relationship (PSR), migrating across television, social network sites, influencer platforms, live streaming and, most recently, conversational artificial intelligence. At each migration, audiences have been found to form one-sided socio-emotional attachments to figures who, in the classical formulation, cannot return the feeling. The resulting literature is extensive, interdisciplinary and conspicuously fragmented. Pursued across communication, media psychology, consumer research and human-computer interaction with little cross-citation, it applies concepts cultivated for one media era to environments they were never designed to describe. Beneath a shared vocabulary lie unresolved disagreements about what a parasocial relationship is, how it should be measured, and whether its defining property — non-reciprocity — still holds in interactive media. A synthesis is therefore needed that reads the field's thematic structure and its developmental trajectory together. The review asks which thematic domains organize this research, how the field has evolved, and which theoretical trajectories run through both theme and time.

Theoretical Framework

The review departs from the distinction between parasocial interaction, the situated viewing-bound experience, and the parasocial relationship, the durable bond persisting beyond it. A defining feature of the field is that it has never possessed a native theory of its own. It has borrowed instead from interpersonal communication and psychology — uncertainty reduction theory (Rubin & McHugh, 1987), attachment theory (Cohen, 1997), self-discrepancy theory (Derrick et al., 2008), the investment model (Eyal & Dailey, 2012), imagined interaction theory (Madison & Porter, 2016) and self-determination theory (Hartmann, 2016) — with the shared ambition of establishing that parasocial bonds are structurally continuous with interpersonal ones, and therefore tractable to existing relational theory.

Two propositions have organized much of the empirical work: the compensation hypothesis, that parasocial relationships substitute for a deficient social life, and the parasocial contact hypothesis, that bonds with outgroup media figures reduce intergroup prejudice. Underlying both is the load-bearing premise of non-reciprocity — the media figure cannot return the audience member's attention. The review treats that premise as an analytic object rather than a given, and treats measurement as part of the framework, since instrument construction has repeatedly served as the vehicle for conceptual argument.

Method

The corpus comprises forty-one peer-reviewed journal articles and scholarly book chapters published between 1987 and 2025. Studies were included where a parasocial relationship or parasocial interaction was a central construct, where the work was published in English, and

where it offered either empirical evidence or a conceptual or methodological advance. Both primary studies and review or meta-analytic works were admitted, so that theoretical evolution could be represented alongside empirical findings. The corpus spans communication, media psychology and marketing, and deliberately includes both broadcast-era research and contemporary work on social media, live streaming and artificial intelligence, exposing the construct's full developmental arc.

Analysis proceeded in two stages. Each study was first coded by its principal thematic contribution, yielding eight non-exclusive research streams; because many studies contribute to more than one, thematic attributions are treated as overlapping rather than mutually exclusive. It was then arranged along a temporal axis to identify developmental periods and trace persisting theoretical trajectories.

Findings

Eight research streams organize the corpus: conceptual and theoretical foundations; measurement and scale development; well-being and psychology; social media and platforms; marketing and consumer behaviour; children and development; contact, prejudice and politics; and human-computer interaction. The conceptual, measurement and well-being streams span the whole period, whereas the other five cluster in the later decades, several opening only after social network sites became pervasive. The conceptual stream, present in every period, bifurcates over time from constructing the construct to interrogating it.

The temporal analysis resolves the literature into three developmental periods, marked not by volume but by qualitative shifts in what the field takes to be its central problem. A foundational period (1987-2008) is preoccupied with establishing parasocial relationships as legitimate objects of relational theory; nearly all its studies fall in the conceptual, measurement or well-being streams, and nearly all concern television. A diversification period (2010-2017) is reorganized by the arrival of social media: Baek, Bae and Jang (2013) provide the first social network site study, three new streams open almost simultaneously, and 2016 alone contains nine studies spread across nearly every theme, making it the pivot of the corpus. An application and consolidation period (2018-2025) turns toward applied and frontier domains — political communication, human-computer interaction, influencer marketing, live streaming — while producing the synthesizing work of a maturing tradition: one meta-analysis and two reviews, alongside new computational methods.

Read at the intersection of the two axes, the streams do not merely accumulate but are reorganized around the social media rupture of the early 2010s: before 2013 the corpus is effectively a television literature; afterwards, social media remakes the existing streams rather than merely adding one. Three long trajectories run beneath this structure. The first is the progressive erosion of non-reciprocity: stable in the foundational period, it loosens when Bond (2016) finds that even minimal acknowledgment intensifies adolescents' bonds, and collapses with Kowert and Daniel's (2021) "one-and-a-half-sided relationship" and Xu et al.'s (2023) finding that micro-celebrity bonds feel more reciprocal. The second is the empirical reversal of the compensation hypothesis: Tukachinsky, Walter and Saucier's (2020) meta-analysis finds

no association between social deficiency and parasocial relationship formation, redefining these bonds as extensions of social life rather than substitutes for it. The third is the persistent instability of measurement: no consensus is reached across four decades, each new instrument claiming that its predecessors conflated interaction with relationship or omitted a necessary dimension.

Conclusion

The two readings describe a field moving from establishment toward consolidation, but one whose foundations were never secured before its rapid expansion. That reversing the compensation hypothesis required a meta-analysis, that measurement never stabilized, and above all that the construct's defining premise was eroded by the very platforms the field turned to study, together imply that parasocial relationship research expanded outward faster than it secured its conceptual core.

The parasocial relationship is therefore best understood not as a settled construct now applied to new cases, but as one in active definition, redefined with each turn of the media environment. What the field requires is not further demonstration that parasocial bonds exist and matter — the corpus establishes this abundantly — but theoretical work specifying what the construct becomes when its boundary conditions collapse. Two directions follow. The contact, prejudice and politics stream remains strikingly underdeveloped relative to its demonstrated social importance. And human-computer interaction is the likeliest source of the field's next phase: as conversational artificial intelligence systems become interactants rather than static figures, the question of non-reciprocity may finally be forced toward resolution, because such systems genuinely respond. The concept's future coherence depends on whether the field can theorize what a parasocial relationship becomes when the other side begins to answer.

روابط پیراجتماعی در گذر چهار دهه: مروری نظام‌مند بر پایه تحلیل مضمونی و زمانی

احسان شاه‌قاسمی 

استاد گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران: Shahghasemi@ut.ac.ir

تاریخ دریافت:

۱۴۰۵/۰۴/۰۸

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۵/۰۴/۲۳

چکیده

روابط پیراجتماعی (پیوندهای عاطفی اجتماعی یک‌سویه‌ای که مخاطبان با چهره‌های رسانه‌ای برقرار می‌کنند) نزدیک به هفتاد سال است که موضوع پژوهش بوده است. با این حال، این سازه همگام با دگرگونی محیط رسانه‌ای بارها از نو تعریف شده است. در این مرور نظام‌مند، ۴۱ پژوهش و فصل کتاب داوری شده را که در فاصله سال‌های ۱۹۸۷ تا ۲۰۲۵ منتشر شده‌اند و گستره ارتباطات و روان‌شناسی رسانه و بازاریابی را در بر می‌گیرند، مطالعه کرده‌ایم. این پیکره از دو منظر مکمل، تحلیل می‌شود. تحلیل مضمونی، هشت جریان پژوهشی را شناسایی می‌کند: مبانی مفهومی و نظری، سنجش و ساخت مقیاس، بهزیستی و روان‌شناسی، رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌ها، بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده، کودکان و رشد، رابطه و تعصب و سیاست، اندرکنش انسان و رایانه. تحلیل زمانی نیز این نوشتگان را به سه دوره تکوینی تفکیک می‌کند: دوره بنیان‌گذاری (۱۹۸۷ تا ۲۰۰۸) که در آن اثبات مشروعیت این سازه رخ داده است؛ دوره تنوع‌یابی (۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷) که با ظهور رسانه‌های اجتماعی بازاریابی شد؛ دوره کاربست و تثبیت (۲۰۱۸ تا ۲۰۲۵) که با حوزه‌های کاربردی و روش‌های نو و کارهای تلفیقی شناخته می‌شود. از دل هر دو محور دوره و مضمون، سه مسیر نظری می‌گذرد: فرسایش تدریجی پیش‌فرض یک‌سویگی، واژگونی تجربی فرضیه جبران، ناپایداری همیشگی سنجش. پژوهش حاضر استدلال می‌کند که رابطه پیراجتماعی همچنان سازه‌ای در حال تعریف شدن است، نه سازه‌ای تثبیت شده که صرفاً به کار بسته شود و هوش مصنوعی مکالمه‌محور نوپدید، پیش‌فرض شالودین این حوزه، یعنی یک‌سویگی، را به‌سوی نتیجه‌گیری جدید خواهد راند.

واژگان کلیدی: رابطه پیراجتماعی، اندرکنش پیراجتماعی، روان‌شناسی رسانه، مرور نظام‌مند، رسانه‌های اجتماعی، اندرکنش انسان و رایانه.



مقدمه و بیان مسئله

هنگامی که هورتون و وول (۱۹۵۶) اصطلاح اندرکنش پیراجتماعی را برای توصیف توهم صمیمیتی چهره‌به‌چهره ابداع کردند که رادیو و تلویزیون میان مجریان برنامه‌ها و مخاطبانشان پدید می‌آوردند، پدیده‌ای را شناسایی کردند که بسی دیرپاتر و پرمیامت‌تر از آن از کار درآمد که خاستگاهش در پخش همگانی میانه سده بیستم نوید می‌داد (شاه‌قاسمی، ۱۴۰۱). از آن هنگام تاکنون، این مفهوم از تجربه لحظه‌ای و مواجهه‌ای اندرکنش پیراجتماعی، به پیوند پایدار و فراموقعیتی رابطه پیراجتماعی گسترش یافته و به ترتیب از تلویزیون، وبگاه‌های شبکه اجتماعی، پلتفرم‌های نفوذداری، پخش زنده و در تازه‌ترین مرحله، هوش مصنوعی مکالمه‌محور (توتارو و همکاران، ۲۰۲۵) گذر کرده است. در هریک از این کوچ‌ها، پژوهشگران دریافته‌اند که مخاطبان به چهره‌هایی دل‌بستگی عاطفی اجتماعی یک‌سویه می‌یابند که دست‌کم در صورت‌بندی کلاسیک، توان تبدیل‌کردن این احساس را به واقعیت ندارند (بیچرانلو و شمس، ۱۴۰۱). نوشتگان مفصل درباره این روابط، اکنون گسترده و میان‌رشته‌ای و به‌نحو چشمگیری پراکنده است. این پژوهش‌ها در ارتباطات، روان‌شناسی رسانه، پژوهش مصرف‌کننده و اندرکنش انسان و رایانه، اغلب با ارجاع متقابل اندک، دنبال می‌شوند و گرایش داشته‌اند مفاهیمی را که برای یک دوران رسانه‌ای پرورده شده‌اند، بر محیط‌هایی به کار بندند که آن مفاهیم هرگز برای توصیفشان طراحی نشده بودند (برای دیدن بحثی در این باره، نک به: طالقانی، ۱۴۰۰). براین‌د این وضعیت، پیکره‌ای از پژوهش‌هاست که انسجام درونی چندانی ندارد: در زیر چتر واژگان مشترک، اختلاف‌نظرهایی دیرپا درباره چستی رابطه پیراجتماعی و نحوه سنجش آن و اینکه ویژگی تعریف‌کننده‌اش (یک‌سویی) هنوز در رسانه‌های اندرکنشی برقرار است یا نه، نهفته است. گذشته از آن، اوضاع فرهنگی ویژه هر کشوری باعث می‌شود فرهنگ شهرت و ازجمله پدیده‌های مرتبط با آن، مانند روابط پیراجتماعی، شکل محلی پیدا کند (برای نمونه، نک به: رضانبیا، ۱۴۰۰ و مؤمنی، ۱۴۰۱). از همین رو، پژوهشی تلفیقی لازم است تا تصویری بزرگ‌تر به ما عرضه کند؛ اما تلفیقی که نه تنها به آنچه مطالعه شده، بلکه به چگونگی حرکت این حوزه در گذر زمان نیز بپردازد؛ زیرا مهم‌ترین ویژگی‌های این نوشتگان فقط هنگامی آشکار می‌شود که ساختار مضمونی و مسیر تکوینی‌شان با هم خوانده شود.

این پژوهش مروری، سه پرسش را دنبال می‌کند: نخست، چه قلمروهای مضمونی‌ای پژوهش رابطه پیراجتماعی را سامان می‌دهند و پیکره این پژوهش چگونه میان آن‌ها توزیع شده است؟ دوم، این حوزه در گذر زمان چگونه تکوین یافته است و چه دوره‌هایی سیر تحول آن را نشان می‌دهد؟ سوم، چه مسیرهای نظری‌ای از دل هر دو محور مضمون و زمان می‌گذرند و این مسیرها درباره بلوغ و انسجام این سازه چه می‌گویند؟

برای پاسخ به این پرسش‌ها، این مرور دو منظر مکمل را بر پیکره‌ای از ۴۱ پژوهش به کار می‌بندد: تحلیلی مضمونی که این نوشتگان را در هشت جریان پژوهشی دسته‌بندی می‌کند و تحلیلی زمانی که تکوین مرحله‌ای آن و قوس‌های بلند گذرنده از آن را ردیابی می‌کند. در ادامه مقاله، نخست، روش را شرح می‌دهیم، سپس تحلیل مضمون را همراه با بازنمایی تصویری آن ارائه می‌کنیم، آن‌گاه تحلیل زمانی را عرضه می‌کنیم و سرانجام، مقاله را با بحثی درباره دلالت‌های این خوانش ترکیبی برای این حوزه و آینده آن به پایان می‌بریم.

روش تحقیق و شیوه اجرای پژوهش

این پژوهش مروری بر پیکره‌ای از ۴۱ مقاله داوری‌شده نشریه‌ها و فصل کتاب‌های علمی استوار است که در بین سال‌های ۱۹۸۷ تا ۲۰۲۵ منتشر شده‌اند. پژوهش‌هایی را وارد نمونه کردیم که رابطه پیراجتماعی یا اندرکنش پیراجتماعی در آن‌ها سازه‌ای محوری بود، اثر به زبان انگلیسی منتشر شده بود، شواهد تجربی یا پیشبرد مفهومی و روش‌شناسانه عرضه می‌کرد. هم پژوهش‌های دست‌اول و هم آثار مروری و فراتحلیلی وارد تحلیل شد تا تحول نظری این حوزه در کنار یافته‌های تجربی‌اش بازنمایی شود. این پیکره گستره نوشتگان ارتباطات، روان‌شناسی رسانه و بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده را در بر می‌گیرد و آگاهانه، هم پژوهش‌های شالودین دوران پخش گسترده همگانی و هم پژوهش‌های معاصر درباره رسانه‌های اجتماعی و پخش زنده و هوش مصنوعی را شامل می‌شود تا قوس تکوینی کامل این سازه نمایان شود.

همان‌طور که گفتیم، تحلیل در دو مرحله پیش رفت. نخست، هر پژوهش بر پایه سهم مضمونی اصلی‌اش کدگذاری شد و هشت جریان غیرانحصاری به دست آمد. چون بسیاری از پژوهش‌ها به بیش از یک جریان سهم می‌رسانند، آثار تکین در صورت لزوم به چند مضمون نسبت داده می‌شوند و تلفیق مضمونی این نسبت‌ها را هم‌پوشان می‌انگارد، نه متقابلاً ناسازگار. سپس، پیکره پژوهشی در امتداد محوری زمانی چیده شد تا دوره‌های تکوینی، شناسایی و مسیرهای نظری پایدار در سراسر این بازه ردیابی شود. جدول ۱، ویژگی‌های پژوهش‌های واردشده در پژوهش را خلاصه می‌کند و تصویر ۱ که در تحلیل مضمون در آغاز بخش یافته‌ها آمده است، پیکره را هم‌زمان بر پایه مضمون و سال انتشار ترسیم می‌کند.

جدول ۱. ویژگی‌های ۴۱ پژوهش واردشده به‌ترتیب زمانی: نسبت‌دهی مضمون‌ها غیرانحصاری است و بسیاری از پژوهش‌ها به بیش از یک جریان سهم می‌رسانند. دو پژوهش ۲۰۲۱ از باند با عنوان‌های ۲۰۲۱ الف (کووید ۱۹) و ۲۰۲۱ ب (رابطه پیراجتماعی) بر پایه ترتیب APA براساس عنوان تفکیک شده‌اند.

نویسندگان	سال	مضمون(ها)	سهم اصلی
روبین و مک‌هیو	۱۹۸۷	مفهومی، سنجش	الگوی مسیر برای تکوین رابطه پیراجتماعی (جذابیت ← اندرکنش ← اهمیت رابطه) بر پایه نظریه کاهش عدم‌قطعیت؛ طول مواجهه با اندرکنش بی‌ارتباط بود.
پرس و روبین	۱۹۸۹	مفهومی	اطمینان اسنادی در روابط پیراجتماعی همانند پیوندهای میان‌فردی است؛ کاربرست نظریه کاهش عدم‌قطعیت و سازه‌های شخصی بر بینندگان سریال.
کوهن	۱۹۹۷	بهبذیستی، مفهومی	الگوهای دل‌بستگی شدت رابطه پیراجتماعی را از مسیرهای جنسیتی پیش‌بینی می‌کنند؛ مردان مضطرب و زنان ایمن پیوند قوی‌تری می‌سازند.
کوهن	۲۰۰۳	سنجش، مفهومی	نخستین مقیاس معتبر برای گسست پیراجتماعی پیش‌بینی‌شده؛ نوجوانان آشفتگی بیشتری از بزرگسالان انتظار دارند.

ایال و روبین	۲۰۰۳	مفهومی، بهزیستی	پرخاشگری صفتی هم‌ذات‌پنداری با شخصیت‌های پرخاشگر را پیش‌بینی می‌کند، اما اندرکنش را فراتر از جنسیت نه؛ هم‌ذات‌پنداری و اندرکنش از هم جدا می‌شوند.
دریک، گابریل و تیپین	۲۰۰۸	بهزیستی	افرادی با عزت‌نفس کم، از روابط پیراجتماعی برای نزدیک شدن به خود آرمانی بهره می‌برند؛ این اثر ویژه پیش‌آماده‌سازی پیراجتماعی است، نه اثر نزدیکان.
توکاچینسکی	۲۰۱۰	سنجش، مفهومی	مقیاس چندگانه روابط پیراجتماعی، دوستی پیراجتماعی را از عشق پیراجتماعی متمایز می‌کند؛ گونه‌های رابطه‌ای، اثرهای متفاوتی را واسطه‌گری می‌کنند.
اشمید و کلیمت	۲۰۱۱	مفهومی، بهزیستی	مطالعه میان‌فرهنگی روابط پیراجتماعی (آلمان، مکزیک)؛ جذابیت اجتماعی غالب و همگونی کم‌اثرترین عامل در هر دو فرهنگ.
ایال و دیلی	۲۰۱۲	مفهومی، سنجش	کاربست الگوی سرمایه‌گذاری بر روابط پیراجتماعی؛ رضایت و سرمایه‌گذاری تعهد را پیش‌بینی می‌کنند؛ اما بدیل‌ها بی‌ربط‌اند.
بانک، بائه و جانگ	۲۰۱۳	رسانه‌های اجتماعی، بهزیستی	نخستین مطالعه شبکه‌های اجتماعی در پیکره؛ وابستگی پیراجتماعی با تنهایی بیشتر، اما با بی‌اعتمادی کمتر همراه است، و هر دو این ویژگی‌ها اعتیاد شبکه‌ای را پیش‌بینی می‌کنند
کوهن	۲۰۱۴	مفهومی	فصل مروری درباره‌ی هواداری، رابطه پیراجتماعی و هم‌ذات‌پنداری؛ رسانه‌های اجتماعی یک‌سوگی پیوندها را پیچیده می‌کنند.
باند و کالورت	۲۰۱۴	رشد، سنجش	ابزار سنجش از طریق والدین برای کودکان خردسال؛ اسباب‌بازی‌های نمادین و مواجهه مکرر و تشویق والدین، از عوامل هستند.
مدیسون، پورتر و گروپله	۲۰۱۵	بهزیستی، مفهومی	پیش‌بین‌های درون‌فردی کاربرد جبرانی روابط پیراجتماعی؛ تمرین ذهنی و خودفهمی محرک جایگزینی‌اند.
تسیوتسو	۲۰۱۵	رسانه‌های اجتماعی، بازاریابی	روابط پیراجتماعی بر روابط اجتماعی در شبکه‌ها مقدم‌اند و وفاداری را از مسیر هم‌ذات‌پنداری و درگیری پیش‌بینی می‌کنند.
هارتمن	۲۰۱۶	بهزیستی، مفهومی	چهارچوب نظریه خودتعیین‌گری، غرقگی و خودکارآمدی؛ عاملیت همچون امر سازنده ارزش پیراجتماعی.
دیبل، هارتمن و روزانن	۲۰۱۶	سنجش، مفهومی	مقیاس تجربه اندرکنش پیراجتماعی بهتر از مقیاس کلاسیک، آگاهی متقابل درون‌تماشا را می‌سنجد؛ کارهای پیشین شاید سازه‌ها را خلط کرده باشند.

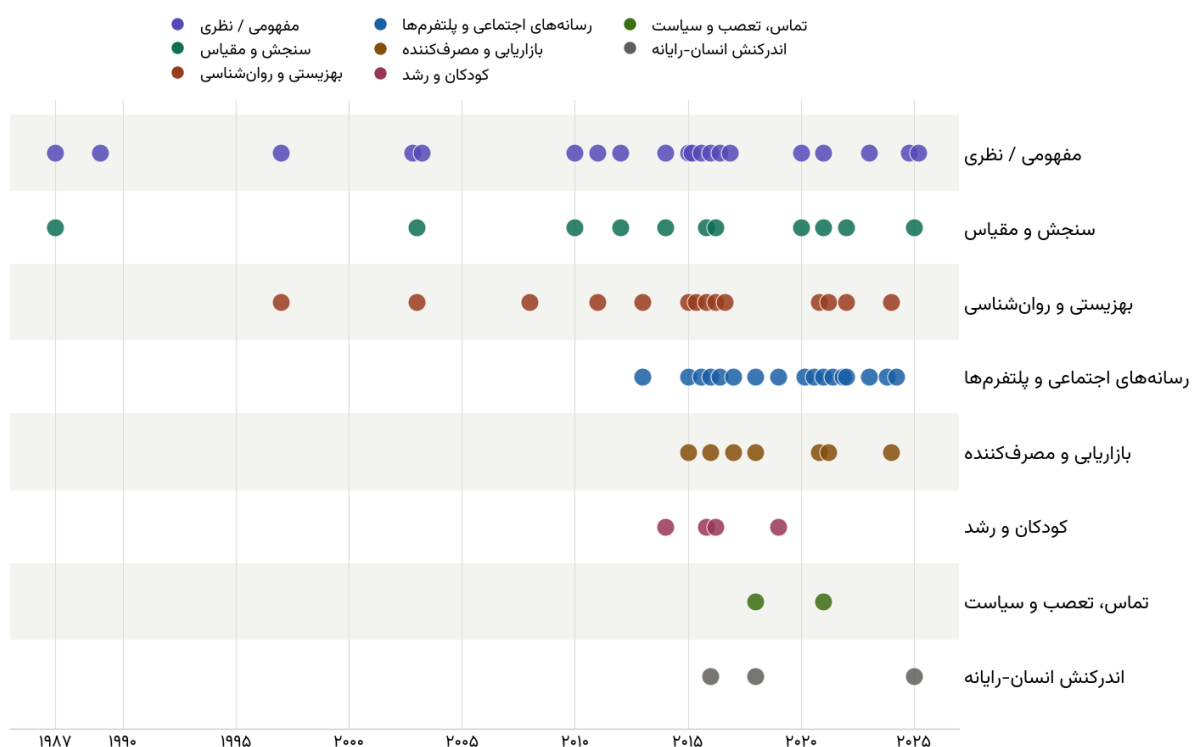
رسوایی به روابط پیراجتماعی آسیب می‌زند و گسستی متناسب با قوت پیشین برمی‌انگیزد؛ نقش‌های داستانی اندرکنش قوی‌تری از حضور در گفت‌وگو پدید می‌آورند.	مفهومی، بهزیستی	۲۰۱۶	هو
مؤلفه‌های رابطه پیراجتماعی کودکان را به طراحی همراهان آموزشی هوشمند پیوند می‌زند.	رشد، انسان‌رایانه	۲۰۱۶	برونیک و همکاران
مواجهه در توییتر و تأیید مستقیم (بازتویی) روابط پیراجتماعی نوجوانان را تقویت می‌کند؛ واقع‌نمایی تعدیلگر نیست.	رسانه‌های اجتماعی، رشد	۲۰۱۶	باند
جبران و دل‌بستگی برای شخصیت‌های محبوب و منفور متفاوت عمل می‌کنند؛ روابط با شخصیت‌های منفور اثرهای تعاملی نشان می‌دهند.	بهزیستی، سنجش	۲۰۱۶	روزانن و دیبل
کاربست نظریه اندرکنش خیالی بر روابط پیراجتماعی؛ بازگشت‌پذیری و تنوع، بسامد اندرکنش خیالی را پیش‌بینی می‌کنند.	مفهومی، بهزیستی	۲۰۱۶	مدیسون و پورتر
روابط پیراجتماعی از انگیزه شبکه‌ای و اعتبار منبع به محرک‌های ارزش ویژه مشتری و ارزش طول عمر واسطه‌گری می‌کنند.	بازاریابی، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۱۶	یون، کیم و کیم
مطالعه از سمت تولیدکننده؛ یوتیوبرهای آماتور خود دیجیتال می‌سازند و روابط پیراجتماعی را در سه مرحله مدیریت می‌کنند.	رسانه‌های اجتماعی، مفهومی	۲۰۱۶	چن
خودافشایی ← رابطه ← اعتمادپذیری ← اعتبار برند ← قصد خرید در میان هواداران موج کره‌ای.	بازاریابی، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۱۷	چونگ و چو
کاربست نظریه رابطه پیراجتماعی بر دستیارهای شخصی هوشمند؛ جذابیت کاری و اجتماعی و ظاهری به‌علاوه خطر حریم خصوصی پذیرش را شکل می‌دهد.	انسان‌رایانه، بازاریابی	۲۰۱۸	هان و یانگ
شدت رابطه پیراجتماعی سیاسی، حمایت از نامزد را بهتر از هویت حزبی و توافق سیاستی پیش‌بینی می‌کند.	رابطه و سیاست، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۲۱	کوهن و هالبرت
نوجوانان یوتیوبرهای هم‌جنس را برمی‌گزینند؛ شوخ‌طبعی و کامیابی و جذابیت، روابط را در امتداد خطوط جنسیتی پیش‌بینی می‌کنند.	رشد، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۱۹	تولبرت و دروگوس
فرا تحلیل ($k=120$)؛ بی‌ارتباطی کاستی اجتماعی با روابط پیراجتماعی؛ همگونی قوی‌ترین پیش‌بین؛ رابطه برتر از اندرکنش برای درگیری رسانه‌ای.	مفهومی، سنجش	۲۰۲۰	توکاچینسکی، والتر و سوسیه
آزمون طولی ده‌هفته‌ای رابطه پیراجتماعی؛ روابط با شخصیت‌های برون‌گروه، تعصب را می‌کاهد و رفتار را شکل می‌دهد.	رابطه و سیاست، بهزیستی	۲۰۲۱ ب	باند

پنل چهارموجی کووید ۱۹؛ نزدیکی پیراجتماعی در فاصله‌گذاری بیشتر می‌شود، حال آنکه پیوندهای اجتماعی پایدار می‌مانند؛ اثرها هم‌افزا هستند.	رسانه‌های اجتماعی، بهزیستی	۲۰۲۱ الف	باند
شناسایی روابط پیراجتماعی در گفت‌وگوی توییچ با پردازش زبان طبیعی؛ پیام‌های خطاب به استریم‌ری واسطه‌گری کلامی بیشتری دارند و مستقل از محتوا هستند.	رسانه‌های اجتماعی، سنجش	۲۰۲۱	لیث
سه بعد جذابیت روابطی می‌سازند که خرید را از مسیر نفوذ اطلاعاتی و اعتبار پیش می‌برند؛ نظرها تعدیلگرند.	بازاریابی، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۲۱	سو، وو، چانگ و هونگ
«رابطه یک‌ونیم‌سویه» را برای دوسویگی بالقوه پنخس زنده پیشنهاد می‌کنند.	مفهومی، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۲۱	کوورت و دنیل
ویژگی‌های مروج مد وب (محبوبیت، مدگرایی، الفت) روابط را می‌سازند؛ عشق به برند تعدیلگر است.	بازاریابی، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۲۱	یوان، مون، کیم و وانگ
مروری که روابط پیراجتماعی را به سلامت، پیوند اجتماعی، کنار آمدن و بهزیستی سعادت‌گرا در رسانه‌های اجتماعی نگاشت می‌کند.	بهزیستی، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۲۲	هافتر و باند
مقیاس چندبعدی (عاطفی، رفتاری، شناختی، تصمیمی)؛ تعهد از مسیر مقایسه اجتماعی، عزت‌نفس را می‌کاهد.	سنجش	۲۰۲۲	اولیویرا و همکاران
پیوند با خرده‌سلبریتی‌ها در نسبت با پیوند با مشهورهای اصلی، دوسویه‌تر، اما کم‌اصالت‌تر و با صمیمیت کمتر است؛ اصالت اندرکنش را پیش‌بینی نمی‌کند.	رسانه‌های اجتماعی، مفهومی	۲۰۲۳	ژو و همکاران
روابط پیراجتماعی برای رفع نیازهای عاطفی، از آشنایان مؤثرتر، اما از نزدیکان کم‌اثرترند. افراد با عزت‌نفس زیاد، آن‌ها را سازگارانه به کار می‌گیرند.	بهزیستی، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۲۴	لوتون و همکاران
الگوی PLS در بافت مخابرات فیلیپین؛ اندرکنش شبکه‌ای ← خودافشایی ← رابطه ← اعتماد ← اعتبار برند و وفاداری به آن.	بازاریابی، رسانه‌های اجتماعی	۲۰۲۴	لاکاپ و همکاران
مرور ۲۳۳ مقاله؛ هفت معیار برای تمایز اندرکنش از رابطه؛ چهارچوب TCCM و به‌روزرسانی بافت دیجیتال.	مفهومی، سنجش	۲۰۲۵	شنگ و همکاران
الگوهای «دستیار» و «دوست» در روابط پیراجتماعی انسان‌رایانه؛ اولی شایستگی و دومی گرمی را بیشتر می‌کند؛ جنسیت هوش مصنوعی تعدیلگر است.	انسان‌رایانه، مفهومی	۲۰۲۵	چی و همکاران

یافته‌ها

• تحلیل مضمون

هشت جریان پژوهشی پیکره پژوهش‌های ما را سامان می‌دهند. تصویر ۱، هر پژوهش را بر پایه عضویت مضمونی و سال انتشارش ترسیم می‌کند و چون نسبت‌دهی مضمون‌ها غیرانحصاری است، پژوهش‌هایی که به بیش از یک جریان سهم می‌رسانند، در بیش از یک ردیف آورده می‌شوند. دو ویژگی این توزیع به صورت برجسته به چشم می‌آیند و چهارچوب بحث پسین را می‌سازند: جریان‌های مفهومی و سنجش و بهزیستی در سراسر بازه پراکنده شده‌اند؛ حال آنکه جریان‌های رسانه‌های اجتماعی، بازاریابی، رشد، رابطه و اندرکنش انسان‌رایانه در دهه‌های پسین متمرکزند و چند تا از آن‌ها فقط پس از فراگیری شبکه‌های اجتماعی گشوده می‌شوند. جریان‌ها در ادامه یک‌به‌یک بررسی می‌شوند.



تصویر ۱. توزیع پژوهش‌های مرور شده در هشت جریان مضمونی بر پایه سال انتشار

مبانی مفهومی و نظری

جریان مفهومی ستون فقرات پیکره و تنها جریانی است که در همه دوره‌ها حضور دارد. پژوهش‌های آغازین آن با وارد کردن چهارچوب‌های ارتباطات میان‌فردی و روان‌شناسی به قلمرو پیراجتماعی تعریف می‌شوند: نظریه کاهش عدم قطعیت^۱ در پژوهش روبین و مک‌هیو^۲ (۱۹۸۷) و پرس و روبین^۳ (۱۹۸۹)، نظریه دل‌بستگی^۴ در پژوهش کوهن^۵ (۱۹۹۷)، الگوی سرمایه‌گذاری^۶ در

1. Uncertainty Reduction theory
2. Rubin & McHugh
3. Perse & Rubin
4. Attachment theory
5. Cohen
6. Investment model

مطالعه ایال و دیلی^۱ (۲۰۱۲) و نظریه اندرکنش خیالی^۲ در مقاله مدیسون و پورتر^۳ (۲۰۱۶). این پژوهش‌ها آرمانی مشترک دارند: اثبات اینکه پیوندهای پیراجتماعی با پیوندهای میان‌فردی پیوستگی ساختاری دارند و از همین رو، می‌توان آن‌ها را با نظریه رابطه‌ای موجود بررسی کرد. فصل مروری کوهن (۲۰۱۴) این سنت را تثبیت می‌کند. در تازه‌ترین دوره، این جریان به‌جای استفاده از بیش‌های پیشین، بازاندیشی می‌کند: کوورت و دنیل^۴ (۲۰۲۱) پیش‌فرض شالودین یک‌سوگی را با تصور «رابطه یک‌و نیم‌سویه» به پرسش می‌کشند، فراثلیل توکاچینسکی و والتر و سوسیه^۵ (۲۰۲۰) فرض‌های شالودین این حوزه را به‌طور تجربی بازبینی می‌کند و شنگ و کوستیک و چاتزیپاناگیوتو^۶ (۲۰۲۵) معیارهایی برای رفع خلط دیرینه اندرکنش و رابطه پیشنهاد می‌دهند. بدین‌سان، این جریان در گذر زمان دو شاخه می‌شود: از ساختن سازه تا به‌پرسش کشیدن آن.

سنجش و ساخت مقیاس

جریان سنجش که با جریان مفهومی درهم‌تنیده است، با مسئله‌ای تکرارشونده در ابزارسازی مشخص می‌شود. کوهن (۲۰۰۳) نخستین مقیاس گسست پیراجتماعی^۷ را ساخت؛ توکاچینسکی^۸ (۲۰۱۰) مقیاسی چندرابطه‌ای عرضه کرد که دوستی پیراجتماعی را از عشق پیراجتماعی جدا می‌کند؛ دیبل و هارتمن و روزانن^۹ (۲۰۱۶) نشان دادند که مقیاس غالب اندرکنش پیراجتماعی شاید سازه‌ای متفاوت با آنچه را فرض می‌شد می‌سنجیده است و مقیاس تازه‌تر «تجربه اندرکنش» را ترجیح دادند؛ اولیویرا^{۱۰} و همکارانش (۲۰۲۲) مقیاسی چهاربعدی شامل مؤلفه‌های عاطفی، رفتاری، شناختی و تصمیمی را اعتبارسنجی کردند. هر ابزار بر این ادعا استوار است که پیشینیانش سازه‌های متمایز را خلط کرده یا ابعاد لازم را فرونهاده‌اند. اهمیت این الگو در تحلیل زمانی که در ادامه بخش یافته‌ها عرضه می‌شود، معلوم شده است.

بهزیستی و روان‌شناسی

جریان بهزیستی در سراسر بازه پایدار است و عمدتاً حول فرضیه جبران^{۱۱} سامان می‌یابد؛ اینکه روابط پیراجتماعی جایگزین زندگی اجتماعی ناکافی می‌شود یا نه. دریک و گابریل و تپین^{۱۲} (۲۰۰۸) نشان دادند افرادی با عزت‌نفس کم، از این پیوندها برای نزدیک‌شدن به خود آرمانی بهره می‌برند؛ اشمید و کلیمت^{۱۳} (۲۰۱۱) عوامل میان‌فرهنگی قوت پیوند را بررسی کردند؛ مدیسون و پورتر و گرویل^{۱۴} (۲۰۱۵) و روزانن و دیبل^{۱۵} (۲۰۱۶) شرایط درون‌فردی و دل‌بستگی محور وقوع جبران را مشخص کردند؛ هارتمن^{۱۶} (۲۰۱۶) درگیری

1. Eyal & Dailey
2. Imagined Interaction theory
3. Madison & Porter
4. Kowert & Daniel
5. Tukachinsky, Walter, & Saucier
6. Sheng, Kostyk, & Chatzipanagiotou
7. parasocial breakup
8. Tukachinsky
9. Dibble, Hartmann, & Rosaen
10. Oliveira
11. Compensation hypothesis
12. Derrick, Gabriel, & Tippin
13. Schmid & Klimmt
14. Madison, Porter, & Greule
15. Rosaen & Dibble
16. Hartmann

پیراجتماعی را همچون اعمال عاملیتی بازتعریف کرد که در نظریه خودتعیین‌گری^۱ ریشه دارد. پژوهش‌های متأخرتر این پیوندها را به جای جبرانی، کارکردی می‌دانند: مرور هافنر و باند^۲ (۲۰۲۲) فواید آن‌ها را در چند قلمرو بهزیستی بررسی می‌کند و لوتون^۳ و همکارانش (۲۰۲۴) نشان می‌دهند که این پیوندها در تنظیم هیجان به کار گرفته می‌شوند. مطالعه دل‌بستگی کوهن (۱۹۹۷) و پژوهش هو^۴ (۲۰۱۶) درباره رسوایی و گسست نیز پویایی‌های روان‌شناسانه پیوند و فروپاشی را توضیح می‌دهد.

رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌ها

جریان رسانه‌های اجتماعی گسست بزرگ در پیکره پژوهش‌های بررسی‌شده در مطالعه حاضر است. این جریان که پیش از مطالعه بانک و بانه و جانگ^۵ (۲۰۱۳) درباره شبکه‌های اجتماعی غایب بود، به سرعت پرشمارترین جریان می‌شود و دیگران را گرد خود بازآرایی می‌کند. تسیتسو^۶ (۲۰۱۵) پیوندهای پیراجتماعی را پیشایند وفاداری به پلتفرم دانست؛ چن^۷ (۲۰۱۶) سویه تولیدکننده پیراجتماعی یوتیوب را بررسی کرد؛ باند (۲۰۱۶) نشان داد تأیید مستقیم، پیوندهای نوجوانان را تقویت می‌کند؛ لیث^۸ (۲۰۲۱) بیان پیراجتماعی را به شیوه محاسباتی در گفت‌وگوی توییچ شناسایی کرد؛ کوورت و دنیل (۲۰۲۱) دوسویگی جزئی پخش زنده را نظریه‌پردازی کردند؛ ژو^۹ و همکارانش (۲۰۲۳) روابط با سلبریتی‌ها و خرده‌سلبریتی‌ها^{۱۰} را مقایسه کردند. در سراسر این پژوهش‌ها، محیط پلتفرمی، پیوسته پیش‌فرض کلاسیک یک‌سویگی مطلق را به پرسش می‌کشد.

بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده

جریان بازاریابی که در میانه دهه ۲۰۱۰ پدیدار شد و سپس شتاب گرفت، چرخش تجاری این حوزه را بازتاب می‌دهد و با نوعی الگوی علی تکرارشونده شناخته می‌شود که از جذابیت و اندرکنش، از طریق مسیر پیوند پیراجتماعی و اعتبار منبع، به پیامدهای برند و خرید می‌رسد. یوان و کیم و کیم^{۱۱} (۲۰۱۶) روابط پیراجتماعی را به ارزش ویژه مشتری^{۱۲} و ارزش طول عمر تجاری پیوند زدند؛ چونگ و چو^{۱۳} (۲۰۱۷) مسیری از خودافشایی^{۱۴} تا خرید را در میان هواداران فراملی ردیابی کردند؛ سو^{۱۵} و همکارانش (۲۰۲۱) و یوان، مون، کیم و وانگ^{۱۶} (۲۰۲۱) پیشایندهای ویژه نفوذداران و مد را پروردند؛ لاکاپ^{۱۷} و همکارانش (۲۰۲۴) مسیر اعتبار و

1. Self-determination theory
2. Hoffner & Bond
3. Lotun
4. Hu
5. Baek, Bae, & Jang
6. Tsiotsou
7. Chen
8. Leith
9. Xu
10. micro-celebrity
11. Yuan, Kim, & Kim
12. customer equity
13. Chung & Cho
14. self-disclosure
15. Su
16. Yuan, Moon, Kim, & Wang
17. Lacap

وفاداری را در بافت شبکه‌ای فیلیپین بازآزمودند. این جریان نظریه پیراجتماعی را از خاستگاه‌های رشته‌ای‌اش فراتر می‌برد و کاربردی‌ترین دلالت‌های عملی آن را عرضه می‌کند.

کودکان و رشد

جریان رشد که میان سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹ به‌فشردگی خوشه‌بندی شده، خرده‌حوزه‌ای منسجم و تا حدی خودبسته با اقتضائات روش‌شناسانه ویژه است؛ زیرا کودکان بسیار خردسال به‌آسانی نمی‌توانند خودگزارش‌دهی کنند. باند و کالورت^۱ (۲۰۱۴) این مسئله را با ابزار سنجش از راه پدرومادرها و الگویی سه‌بعدی از پیوندهای کودکان خردسال حل کردند؛ برونیک^۲ و همکارانش (۲۰۱۶) مؤلفه‌های پیراجتماعی در کودکان را به طراحی همراهان هوشمند پیوند زدند؛ باند (۲۰۱۶) روابط نوجوانان را در ایکس (که آن موقع توئیتر بود) بررسی کرد؛ تولبرت و دروگوس^۳ (۲۰۱۹) دل‌بستگی‌های جنسیتی نوجوانان به یوتیوبرها را از منظر جامعه‌پذیری جنسیتی تحلیل کردند. دل‌مشغولی تکرارشونده این جریان، پیوند مهم میان قوت رابطه و آمادگی کودکان برای یادگیری از چهره‌های رسانه‌ای است.

رابطه، تعصب و سیاست

این جریان که کم‌شمار اما به‌نحو نامتناسبی پراهمیت است، کاربست پیوندهای پیراجتماعی بر نگرش‌های میان‌گروهی و رفتار سیاسی را در بر می‌گیرد. آزمایش طولی ده‌هفته‌ای باند (۲۰۲۱) نشان داد که روابط با شخصیت‌های تلویزیونی برون‌گروه، تعصب را می‌کاهد و قصدهای رفتاری را شکل می‌دهد و آزمونی سخت‌گیرانه از فرضیه رابطه پیراجتماعی فراهم می‌آورد؛ حال‌آنکه کوهن و هالبرت^۴ (۲۰۲۱) دریافتند شدت رابطه پیراجتماعی سیاسی می‌تواند حمایت از یک نامزد انتخاباتی را قوی‌تر از هویت حزبی یا توافق سیاستی پیش‌بینی کند. مطالعه پیشین ایال و روبین^۵ (۲۰۰۳) درباره پرخاشگری بیننده و ویژگی‌های شخصیت، به‌عنوان پیشینه‌ای مفهومی در این پژوهش‌ها به کار گرفته شده است. جالب است که این جریان به اهمیت اجتماعی یافته‌هایش به‌نحو چشمگیری کم‌توجه بوده است.

اندرکنش انسان و رایانه

جریان اندرکنش انسان و رایانه مرز پیشرو این حوزه است و دربرگیرنده پژوهش‌هایی است که نظریه پیراجتماعی را به عاملان مصنوعی پاسخ‌گو تعمیم می‌دهند. برونیک و همکارانش (۲۰۱۶) این چرخش را در بافت همراهان هوشمند کودکان پیش‌بینی کردند؛ هان و یانگ^۶ (۲۰۱۸) نظریه رابطه پیراجتماعی را بر پذیرش دستیارهای شخصی هوشمند^۷ (مانند سیری و الکسا) به کار بستند و خطر نقض حریم خصوصی را همچون پسایندی متمایز معرفی کردند؛ چی^۸ و همکارانش (۲۰۲۵) میان الگوهای «دستیار» و «دوست»

1. Calvert
2. Brunick
3. Tolbert & Drogos
4. Cohen & Holbert
5. Eyal & Rubin
6. Han & Yang
7. intelligent personal assistant
8. Qi

در پیوند انسان‌رایانه تمایز نهادند و نشان دادند هریک مسیر ادراکی متفاوتی را فعال می‌کند. این جریانی است که در آن، سازه به مستقیم‌ترین شکل با ماشین‌هایی روبه‌رو می‌شود که به‌راستی پاسخ می‌دهند و از همین رو، محتمل‌ترین خاستگاه مرحله بعدی این حوزه است.

تحلیل زمانی

اگر پیکره پژوهش‌های مطالعه حاضر در امتداد محور زمانی‌اش خوانده شود، به سه دوره تکوینی تجزیه می‌شود که مرزهایشان نه به‌تنهایی با حجم، بلکه با چرخش‌های کیفی در آنچه این حوزه مسئله محوری خود می‌داند مشخص می‌شوند. دوره بنیان‌گذاری که از ۱۹۸۷ تا حدود ۲۰۰۸ امتداد دارد، تقریباً به‌تمامی دل‌مشغول اثبات این است که روابط پیراجتماعی ابژه‌های مشروع نظریه رابطه‌ای‌اند. روبین و مک‌هیو (۱۹۸۷) و پرس و روبین (۱۹۸۹) نظریه کاهش عدم قطعیت را مطرح کردند؛ کوهن (۱۹۹۷) به نظریه دل‌بستگی تکیه کرد؛ ایال و روبین (۲۰۰۳) نظریه شناختی اجتماعی^۱ را به کار بست؛ دریک و گابریل و تیپین (۲۰۰۸) نظریه ناهم‌خوانی با خود^۲ را به خدمت گرفتند. چنان‌که تصویر آشکار می‌سازد، تقریباً همه پژوهش‌های این دوره در جریان‌های مفهومی یا سنجش یا بهزیستی جای دارند و تقریباً همه آن‌ها به تلویزیون می‌پردازند. پرسش‌ها معمولاً همگی کلی و شالودین هستند (این پدیده چیست؟ چگونه باید سنجیده شود؟ آیا دستگاه ارتباطات میان‌فردی را می‌توان به چهره‌های رسانه‌ای تعمیم داد؟) و حتی ابزار کوهن (۲۰۰۳) برای گسست پیراجتماعی، به همین انگیزه تثبیت‌کننده تعلق دارد. دوره دوم که تقریباً از ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷ امتداد دارد، دوره تنوع‌یابی شتابان است و محور چرخشش ورود رسانه‌های اجتماعی همچون متغیری دگرگون‌کننده است. مطالعه بآک و بائه و جانگ (۲۰۱۳) نخستین پژوهش در این پیکره است که شبکه‌های اجتماعی را عرصه کار خود قرار می‌دهد و پس از آن، این حوزه با سرعتی چشمگیر به بیرون شاخه می‌زند. سال ۲۰۱۶ به‌تنهایی نه پژوهش را در خود دارد که تقریباً در همه جریان‌های مضمونی پخش شده‌اند؛ تمرکزی که آن را به نقطه عطف کل پیکره بدل می‌کند. سه جریان نو کمابیش هم‌زمان گشوده می‌شوند: رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌ها، بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده، کودکان و رشد. پروژه مفهومی ناپدید نمی‌شود؛ اما خصلتش دگرگون می‌گردد. درحالی‌که دوره بنیان‌گذاری، نظریه‌ها را یکجا وارد کار می‌کرد، این دوره به بازاندیشی در ابزارهای خود این حوزه می‌پردازد و به‌ویژه این امر در پژوهش دیبل و هارتمن و روزائن (۲۰۱۶) دیده می‌شود. آن‌ها بررسی کردند که شاید مقیاس غالب اندرکنش پیراجتماعی، سازه‌ای نادرست را می‌سنجیده است. دوره سوم، از ۲۰۱۸ تاکنون، با دو تحول هم‌زمان تعریف می‌شود. این حوزه قاطعانه به‌سوی قلمروهای کاربردی و پیشرو می‌چرخد: ارتباطات سیاسی (کوهن و هالبرت، ۲۰۲۱)، اندرکنش انسان و رایانه (هان و یانگ، ۲۰۱۸؛ چی و همکاران، ۲۰۲۵)، بازاریابی نفوذداران (سو و همکاران، ۲۰۲۱) و پخش زنده (کوورت و دنیل، ۲۰۲۱). هم‌زمان به تثبیت می‌گراید و پژوهش‌های تلفیقی ویژه سنتی روبه‌بلوغ را پدید می‌آورد: یک فراتحلیل مفصل (توکاچینسکی، والتر و سوسیه، ۲۰۲۰) و دو مقاله مروری (هافنر و باند، ۲۰۲۲؛ شنگ و همکاران، ۲۰۲۵). روش‌های نو در کنار ابژه‌های نو پدیدار می‌شوند. به‌ویژه، کاربست پردازش زبان طبیعی از سوی لیث (۲۰۲۱) برای شناسایی بیان پیراجتماعی در گفت‌وگوی توییچ اهمیت دارد که باعث می‌شود این جریان پژوهشی از گفتمان تک‌فرهنگی پیمایشی سه دهه پیشین متمایز شود.

1. Social Cognitive theory
2. Self-discrepancy theory

گسست رسانه‌های اجتماعی

مهم‌ترین مشاهده‌ای که فقط در تقاطع محورهای مضمونی و زمانی در دسترس است، این است که جریان‌ها صرفاً در کنار هم انباشته نمی‌شوند، بلکه گرد گسست رسانه‌های اجتماعی اوایل دهه ۲۰۱۰ بازآرایی می‌شوند. پیش از سال ۲۰۱۳، پیکره پژوهشی در عمل، نوشتگانی تلویزیونی با جهت‌گیری روان‌شناسانه و نظری است. پس از سال ۲۰۱۳، رسانه‌های اجتماعی نه فقط جریانی نو پدید می‌آورند، بلکه جریان‌های موجود را از نو می‌سازند. پژوهش بازاریابی روابط پیراجتماعی تقریباً به‌تمامی پدیده‌ای مربوط به رسانه‌های اجتماعی است که بر امکانات پلتفرم‌هایی استوار است که به مخاطبان اجازه می‌دهند چهره‌های رسانه‌ای را دنبال کنند، زیر فرسته‌های آن‌ها نظر بگذارند و گاه از آنان پاسخ بگیرند. جریان رشد از تلویزیون، یعنی از جایی که باند و کالورت (۲۰۱۴) پیوندهای کودکان خردسال با شخصیت‌های پخش همگانی را مطالعه کردند، به یوتیوب کوچ می‌کند؛ یعنی جایی که تولبرت و دروگوس (۲۰۱۹) روابط نوجوانان با چهره‌های زاده پلتفرم را بررسی کردند. حتی جریان مفهومی در دوره پسینش با ضرورت نظریه‌پردازی ویژگی‌های پلتفرمی (اندرکنش‌پذیری، تأیید متقابل، جماعت‌سازی) رانده می‌شود که نظریه کلاسیک هرگز پیش‌بینی‌شان نکرده بود. بدین سان، این گسست نه تغییری کوچک که تغییری ساختاری است.

سه مسیر نظری سراسری

در زیر ساختار دوره‌ای، سه مسیر بلند جاری است که هم زمان و هم مضمون را درمی‌نوردند و با هم، ژرف‌ترین دستاورد خواندن پیکره پژوهش‌ها همچون یک کل تکوینی را می‌سازند. نخستین و مهم‌ترین، فرسایش تدریجی یک‌سویگی است. نظریه کلاسیک بر این پیش‌فرض استوار است که رابطه پیراجتماعی یک‌سویه است و چهره رسانه‌ای نمی‌تواند توجه مخاطب را بازگرداند. این پیش‌فرض در سراسر دوره بنیان‌گذاری پایدار است؛ اما در دوره دوم، کم‌کم سست می‌شود: باند (۲۰۱۶) درمی‌یابد حتی کمترین تأیید (یک بازتوئیت یا پاسخ) پیوندهای نوجوانان را به‌نحو سنجش‌پذیری تشدید می‌کند. در دوره سوم، این پیش‌فرض عملاً فرومی‌پاشد: کوورت و دنیل (۲۰۲۱) اصطلاح «رابطه یک‌ونیم‌سویه» را برای توصیف دوسویگی^۱ بالقوه پخش زنده ابداع می‌کنند و ژو و همکارانش (۲۰۲۳) درمی‌یابند که روابط با خرده‌سلبریتی‌ها دوسویه‌تر از روابط با سلبریتی‌ها تجربه می‌شود. ویژگی تعریف‌کننده این سازه، پیوسته به‌دست همان محیط‌هایی رسانه‌ای فرسوده شده است که این حوزه برای مطالعه به‌سویشان رفت.

مسیر دوم، واژگونی فرضیه جبران است. این شهود که روابط پیراجتماعی برای جبران زندگی اجتماعی ناکافی است، در نوشتگان آغازین و میانی، هم مانند پیش‌فرضی پس‌زمینه‌ای و هم مانند موضوع آزمون، مکرر در گردش است: از تبیین دل‌بستگی محور کوهن (۱۹۹۷) تا چهارچوب‌بندی آشکارا جبرانی مدیسون و پورتر و گرویل (۲۰۱۵) و یافته‌های مشروط روزان و دیل (۲۰۱۶). این شهود، قاطعانه با فراتحلیل توکاچینسکی و والتر و سوسیه (۲۰۲۰) به پرسش کشیده می‌شود که هیچ پیوند معناداری میان کاستی اجتماعی و شکل‌گیری رابطه پیراجتماعی نمی‌یابد و این روابط را به‌جای جایگزین زندگی اجتماعی، امتداد آن بازتعریف می‌کند. لوتون و همکارانش (۲۰۲۴) این واژگونی را پیش‌تر می‌برند و نشان می‌دهند که این پیوندها را افرادی با عزت‌نفس زیاد، سازگاران در تنظیم هیجان به کار می‌گیرند. قوس، در سراسر پیکره، از جبران به مکمل بودن کشیده می‌شود. مسیر سوم، ناپایداری دیرپای سنجش است. در سراسر چهار دهه‌ای که پیکره در بر می‌گیرد، هیچ اجماعی بر سر سنجش حاصل نمی‌شود. تکرار ابزارهای نو است که

1. reciprocity

هریک مدعی است پیشینانش اندرکنش را با رابطه خلط کرده، گونه‌های متمایز رابطه‌ای را یکجا انباشته یا بعدی لازم را فرو نهاده‌اند. پژوهش شنگ و همکارانش (۲۰۲۵) که هفت معیار تمایز این دو سازه را پیشنهاد می‌کند، فقط یکی از جدیدترین کوشش‌ها برای حل و فصل پرسشی است که روبین و مک‌هیو، به بیانی دیگر، در همان خاستگاه این حوزه پیش کشیدند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

خوانش‌های مضمونی و زمانی حوزه‌ای را ترسیم می‌کنند که از تثبیت به‌سوی تحکیم در گذار است؛ اما این حوزه حوزه‌ای است که شالوده‌هایش پیش از گسترش شتابان آن، هرگز به‌تمامی استوار نشد. هشت جریان مضمونی، نوشتگانی را آشکار می‌سازند که به‌نحو چشمگیری در سراسر رشته‌ها و رسانه‌ها گسترده شده است؛ حال آنکه سه دوره تکوینی نشان می‌دهد که این گستردگی به‌جای تدریج، در جهش‌ها به دست آمده و فراگیری رسانه‌های اجتماعی همچون مهم‌ترین رویداد ساختاری تاریخ این حوزه عمل کرده است. پژوهش‌های تلفیقی تازه‌ترین دوره (یک فراتحلیل و دو مرور) نشانگرهای متعارف بلوغ‌اند و با این حال، سه مسیر سراسری، هر روایت ساده پیشرفت را پیچیده می‌کنند. اینکه واژگونی فرضیه جبران به یک فراتحلیل نیاز داشت، اینکه سنجش هرگز پایدار نشد و مهم‌تر از همه، اینکه پیش‌فرض تعریف‌کننده این سازه، یعنی یک‌سویگی، به‌دست همان پلتفرم‌هایی فرسوده شد که این حوزه برای مطالعه‌شان به‌سویشان رفت، با هم بر این دلالت دارند که پژوهش رابطه پیراجتماعی سریع‌تر از آنکه هسته مفهومی‌اش را استوار کند، به بیرون گسترش یافت.

این تشخیص دلالتی سازنده دارد. بهتر است رابطه پیراجتماعی را نه سازه‌ای تثبیت‌شده که اکنون بر موارد نو به کار بسته می‌شود، بلکه سازه‌ای در حال تعریف‌شدن فعالانه دانست که معنایش با هر چرخش محیط رسانه‌ای، از نو بازتعریف می‌شود. چرخش بازاندیشانه در نوشتگان مفهومی اخیر (بازگشت به اصول نخستین در پژوهش کوورت و دنیل (۲۰۲۱) و شنگ و همکارانش (۲۰۲۵)) دقیقاً پاسخی است که چنین وضعیتی می‌طلبد. آنچه این حوزه اکنون نیاز دارد، نه اثبات بیشتر وجود و اهمیت پیوندهای پیراجتماعی است (که پیکره پژوهشی حاضر آن را به‌فراوانی ثابت می‌کند)، بلکه پژوهشی نظری است که مشخص کند این سازه با فروپاشی شرایط مرزی‌اش به چه بدل می‌شود.

از ساختاری که این تحلیل آشکار کرده است، دو مسیر برای پژوهش آینده برمی‌آید. نخست به جریان رابطه و تعصب و سیاست مربوط است که نسبت به اهمیت اثبات‌شده‌اش، به‌نحو چشمگیری کم‌توسعه است. توان پیوندهای پیراجتماعی در کاهش تعصب میان‌گروهی، خطی پژوهشی را رقم می‌زند که اهمیت اجتماعی‌اش بسی فراتر از بازنمایی کنونی‌اش در نوشتگان است. دوم به مرز اندرکنش انسان و رایانه مربوط است که محتمل‌ترین خاستگاه مرحله بعدی این حوزه است. همچنان که سامانه‌های هوش مصنوعی مکالمه‌محور به‌جای چهره‌های ایستا به اندرکنش گرانی با ویژگی‌های انسانی‌تر بدل می‌شوند، پرسش یک‌سویگی که این سازه را در سراسر پیکره ناپایدار کرده است، شاید سرانجام به‌سوی حل و فصل رانده شود؛ زیرا این سامانه‌ها معنادار پاسخ می‌دهند. انسجام آینده مفهوم رابطه پیراجتماعی به این بسته است که این حوزه می‌تواند نظریه‌پردازی کند که رابطه پیراجتماعی، آن‌گاه که طرف دیگر آغاز به پاسخ‌دادن می‌کند، به چه بدل می‌شود یا نه.

منابع

- بیچرانلو، ع.، و شمس، م. (۱۴۰۱). هواداری جهان-محلی: تحلیل صفحات هواداری ایرانی از سلب‌ریتی‌های ورزشی جهانی در اینستاگرام، فصلنامه جامعه، فرهنگ، رسانه، ۴۵-۷۰.
- رضایانیا، ز. (۱۴۰۰). خوانش مادران از تصویر کودکی در پُست‌های اینستاگرامی کودکان اینفلوئنسر ایرانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشگاه تهران.
- شاه‌قاسمی، الف. (۱۴۰۱). میدان شهرت در ایران. تهران: انتشارات پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.
- طالقانی، د. (۱۴۰۰). سلب‌ریتی ایرانی. قم: نشر معارف.
- مؤمنی، ع. (۱۴۰۱). مطالعه فعالیت روحانیون شیعی در اینستاگرام با رویکرد مطالعات شهرت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات، دانشگاه تهران.
- Baek, Y. M., Bae, Y., & Jang, H. (2013). Social and parasocial relationships on social network sites and their differential relationships with users' psychological well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 512-517.
- Bond, B. J. (2016). Following your "friend": social media and the strength of adolescents' parasocial relationships with media personae. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 656-660.
- Bond, B. J. (2021a). Social and parasocial relationships during COVID-19 social distancing. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2308-2329.
- Bond, B. J. (2021b). The development and influence of parasocial relationships with television characters: A longitudinal experimental test of prejudice reduction through parasocial contact. *Communication Research*, 573-593.
- Bond, B. J., & Calvert, S. L. (2014). A model and measure of US parents' perceptions of young children's parasocial relationships. *Journal of Children and Media*, 286-304.
- Brunick, K. L., Putnam, M. M., McGarry, L. E., Richards, M. N., & Calvert, S. L. (2016). Children's future parasocial relationships with media characters: The age of intelligent characters. *Journal of Children and Media*, 181-190.
- Chen, C.-P. (2016). Forming digital self and parasocial relationships on YouTube. *Journal of Consumer Culture*, 232-254.
- Chung, S., & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationships with celebrities on social media: Implications for celebrity endorsement. *Psychology & Marketing*, 481-495.
- Cohen, J. (1997). Parasocial relations and romantic attraction: Gender and dating status differences. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 516-529.
- Cohen, J. (2003). Parasocial breakups: Measuring individual differences in responses to the dissolution of parasocial relationships. *Mass Communication and Society*, 191-202.
- Cohen, J. (2014). Mediated relationships and social life: Current research on fandom, parasocial relationships, and identification. In M. B. Oliver & A. A. Raney (Eds.), *Media and social life* (pp 142-156). Routledge.
- Cohen, J., & Holbert, R. L. (2021). Assessing the predictive value of parasocial relationship intensity in a political context. *Communication Research*, 48(4), 501-526.

- Derrick, J. L., Gabriel, S., & Tippin, B. (2008). Parasocial relationships and self-discrepancies: Faux relationships have benefits for low self-esteem individuals. *Personal Relationships*, 261-280.
- Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F. (2016). Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Human Communication Research*, 21-44.
- Eyal, K., & Dailey, R. M. (2012). Examining relational maintenance in parasocial relationships. *Mass Communication and Society*, 758-781.
- Eyal, K., & Rubin, A. M. (2003). Viewer aggression and homophily, identification, and parasocial relationships with television characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 77-98.
- Han, S., & Yang, H. (2018). Understanding adoption of intelligent personal assistants: A parasocial relationship perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 618-636.
- Hartmann, T. (2016). Parasocial interaction, parasocial relationships, and well-being. In L. Reinecke & M. B. Oliver (Eds.), *The Routledge handbook of media use and well-being* (pp 131-144). Routledge.
- Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101306.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 215-229.
- Hu, M. (2016). The influence of a scandal on parasocial relationship, parasocial interaction, and parasocial breakup. *Psychology of Popular Media Culture*, 217-231.
- Kowert, R., & Daniel, E., Jr. (2021). The one-and-a-half sided parasocial relationship: The curious case of live streaming. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100150.
- Lacap, J. P. G., Cruz, M. R. M., Bayson, A. J., Molano, R., & Garcia, J. G. (2024). Parasocial relationships and social media interactions: Building brand credibility and loyalty. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 77-97.
- Leith, A. P. (2021). Parasocial cues: The ubiquity of parasocial relationships on Twitch. *Communication Monographs*, 111-129.
- Lotun, S., Lamarche, V. M., Matran-Fernandez, A., & Sandstrom, G. M. (2024). People perceive parasocial relationships to be effective at fulfilling emotional needs. *Scientific Reports*, 14, 8185.
- Madison, T. P., & Porter, L. V. (2016). Cognitive and imagery attributes of parasocial relationships. *Imagination, Cognition and Personality*, 359-379.
- Madison, T. P., Porter, L. V., & Greule, A. (2015). Parasocial compensation hypothesis: Predictors of using parasocial relationships to compensate for real-life interaction. *Imagination, Cognition and Personality*, 258-279.
- Oliveira, T., Lemos, I., Saraiva, M., & Ferreira, T. (2022). Multidimensional measure of parasocial relationships: Psychometric properties and validity. *Heliyon*, 8(10), e10779.
- Perse, E. M., & Rubin, R. B. (1989). Attribution in social and parasocial relationships. *Communication Research*, 59-77.
- Qi, T., Liu, H., & Huang, Z. (2025). An assistant or a friend? The role of parasocial relationship of human-computer interaction. *Computers in Human Behavior*, 167, 108625.

- Rosaen, S. F., & Dibble, J. L. (2016). Clarifying the role of attachment and social compensation on parasocial relationships with television characters. *Communication Studies*, 147-162.
- Rubin, R. B., & McHugh, M. P. (1987). Development of parasocial interaction relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 279-292.
- Schmid, H., & Klimmt, C. (2011). A magically nice guy: Parasocial relationships with Harry Potter across different cultures. *International Communication Gazette*, 252-269.
- Sheng, J., Kostyk, A., & Chatzipanagiotou, K. (2025). From parasocial interaction to parasocial relationship: A review and research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 49(2).
- Su, B.-C., Wu, L.-W., Chang, Y.-Y.-C., & Hong, R.-H. (2021). Influencers on social media as references: Understanding the importance of parasocial relationships. *Sustainability*, 13(19).
- Tolbert, A. N., & Drogos, K. L. (2019). Tweens' wishful identification and parasocial relationships with YouTubers. *Frontiers in Psychology*, 1-15
- Totaro, M. W., Gheisi, L. & Shahghasemi, E. (2025). Tool or Deception: Persian Discourse on AI-Enabled Misconduct. *Code, Cognition & Society*, 1-24.
- Tsiotsou, R. H. (2015). The role of social and parasocial relationships on social networking sites loyalty. *Computers in Human Behavior*, 401-414.
- Tukachinsky, R. H. (2010). Para-romantic love and para-friendships: Development and assessment of a multiple-parasocial relationships scale. *American Journal of Media Psychology*, 73-94.
- Tukachinsky, R., Walter, N., & Saucier, C. J. (2020). Antecedents and effects of parasocial relationships: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 868-894.
- Xu, Y., Vanden Abeele, M., Hou, M., & Antheunis, M. (2023). Do parasocial relationships with micro- and mainstream celebrities differ? An empirical study testing four attributes of the parasocial relationship. *Celebrity Studies*, 366-386.
- Yuan, C. L., Kim, J., & Kim, S. J. (2016). Parasocial relationship effects on customer equity in the social media context. *Journal of Business Research*, 3795-3803.
- Yuan, C. L., Moon, H., Kim, K. H., & Wang, S. (2021). The influence of parasocial relationship in fashion web on customer equity. *Journal of Business Research*, 610-617.