

准社会交往理论视角下社交机器人的应用风险及对策建议

——以“评论罗伯特”为例

鲁家旭

北京印刷学院出版学院，北京

收稿日期：2025年6月6日；录用日期：2025年7月6日；发布日期：2025年7月16日

摘要

本文从准社会交往理论视角出发，通过对社交机器人“评论罗伯特”的案例分析，探讨了社交机器人的应用风险及对策。当前，社交机器人的应用风险表现在机器规训与沉迷、消费主义陷阱和娱乐导向。针对上述问题，要提高AI素养，完善平台治理机制和推动内容生态优化，用批判性思维和发展性眼光理性审视社交机器人的发展。

关键词

准社会交往理论，社交机器人，应用风险，应用策略

Research on the Application Risks and Strategies of Social Bots from the Perspective of Parasocial Interaction Theory —Taking “Comment Robert” as an Example

Jiaxu Lu

School of Publishing, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: Jun. 6th, 2025; accepted: Jul. 6th, 2025; published: Jul. 16th, 2025

Abstract

This paper adopts the perspective of parasocial interaction theory to analyze the application risks

文章引用：鲁家旭. 准社会交往理论视角下社交机器人的应用风险及策略研究[J]. 新闻传播科学, 2025, 13(7): 1225-1229.
DOI: 10.12677/jc.2025.137175

and countermeasures of social robots through the case of the comment-generating robot “Comment Robert.” The current risks associated with social robots include behavioral conditioning and user addiction, entrapment in consumerist logic, and entertainment orientation. To address these challenges, it is essential to enhance AI literacy, improve platform governance mechanisms, foster a healthier content ecosystem, and rationally evaluate the development of social robots with a critical yet forward-looking approach.

Keywords

Parasocial Interaction Theory, Social Robot, Application Risk, Application Strategy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

准社会交往理论(Parasocial Interaction, PSI)是指受众将大众传媒中的人物当作真实人物做出反应,并与之形成一种准社会关系。这一理论由霍顿和沃尔于 1956 年提出,该理论描述了媒介用户基于想象与媒介人物产生情感依恋的交往关系,提供了一个理解用户与媒介人物之间特殊关系的框架。用户将媒介形象识别为一种社会存在,将真情实感倾注于媒介角色,并且在长期的互动当中形成了亲密的错觉和社交的满足感。随着媒介技术的发展,用户与媒介人物之间的关系在人机互动实践中有了新的诠释。其中,微博用户和社交机器人“评论罗伯特”在平台中的评论互动和交往方式,以其独特的风格吸引了大量关注,这种新兴的交往形式塑造了用户的社交行为,成为探索社交机器人和人类互动性研究的新焦点。为了进一步研究社交机器人的互动机制对于社交媒体用户的影响,本研究通过对社交机器人“评论罗伯特”的案例分析,探讨在准社会交往理论视角下社交机器人的应用风险及策略,以供参考。

2. 文献回顾

(一) 准社会交往理论场域之社交机器人的伦理风险

社交机器人一般指社交网络中自主运行社交账号并且有能力自动发送信息和链接请求的智能程序。

[1]社交机器人能够给人类带来精神上的愉悦和安抚,弥补人类现实生活中的孤独感,但人机互动也引发了一系列伦理风险。王亮(2020)在其研究中提出了社交机器人的“单向度情感”问题,指出这种情感的不真实性可能导致人类情感的失衡和伦理风险。[2]苗芳艳和刘鸿宇(2024)进一步探讨了社交机器人在情感欺骗和行动力降低方面的伦理风险,并提出了设计“有德性的社交机器人”和培养“人机共情”中人的德性两条治理路径。[3]罗傲和张增一(2024)通过质性分析国外公众对智能机器人伦理风险的认知与态度,揭示了公众对社交机器人的伦理风险有所感知,但态度复杂。[4]李枫、谢鹏飞(2018)探讨了作为 AI 机器人“微软小冰”的媒介角色,指出 AI 机器人的拟人化角色为传媒业带来机遇,提升了其品牌价值;同时也带来了媒介监管、物化女性和使人沉迷虚拟关系的问题。与此同时,被用于操纵社会舆论、威胁民主政治、破坏经济秩序等恶意的社交机器人在与用户的互动中,也引发了诸多问题,国外的学者更关注社交机器人对社交网络和现实生活的影响。[5]这些研究表明,社交机器人在模拟人类情感和社交互动中存在潜在的伦理问题,在法律、伦理监管、技术优化以及人类自身道德观念的调整等多方面存在风险。随着社交机器人技术的不断发展,其伦理风险的治理将成为智能社会发展中不可忽视的议题。

(二) 准社会交往场域之社交机器人影响下的媒介文化

常江(2024)指出,人工智能技术的发展正在深刻改变媒介文化生态,尤其是在社交机器人的广泛应用下,媒介文化呈现出自动化的趋势,这不仅影响了信息的生产和流通,也改变了人们对于信息真实性和信任的认知。[6]付茜茜(2023)强调了智能媒介技术在文化生产和消费中的潜能,同时也提出了对人类心智和思维模式可能产生的负面影响。社交机器人的介入可能会在无形中改变人们感知世界和思考问题的方式,尤其是在“符号互动”和网络联动效应方面,社交机器人通过算法推荐和数据驱动的内容生产,塑造了新的消费文化神话。[7]侯博(2024)在其文献中提到了“电子榨菜”现象,这反映了人们在社交机器人影响下对媒介产品的依赖性。这种依赖性不仅体现了媒介文化的变迁,也揭示了社交机器人在塑造用户行为和心理需求方面的作用。社交机器人通过提供个性化内容,满足了用户的娱乐需求,同时也可能加剧信息茧房效应,影响用户的社会交往和文化消费习惯。[8]综上所述,从内容生产到消费习惯、信息真实性到用户的心理需求,社交机器人在其中产生的作用不容忽视。

3. 社交机器人“评论罗伯特”的应用场景及其火爆的内在机理

随着智能技术的进步,社交机器人已成为社交平台上的新兴参与者,“评论罗伯特”这样引发热议的社交机器人展现出了“类人”特征,促进了用户参与,同时加深了圈层内的社交认同。

(一) “类人”特征与社交回应触发交往认知

“评论罗伯特”作为微博平台中广受关注的社交机器人,其语言风格最初带有一定的攻击性与嘲讽色彩,常以简短、冷峻的语句表达看似尖刻却暗含共情的态度。这类表达恰好说出了部分用户“想说却不敢说”的心声,获得了他们的认同与关注。在平台持续优化算法与语言模型的基础上,“评论罗伯特”逐渐形成具有情绪识别、情境模拟等“类人”特征的话语行为,并在与用户的持续互动中展现出高度的拟人化倾向。准社会交往是一种单向度的心理交往关系,受众虽然明知对方为“媒介中的角色”,却依然在心理上产生类似现实交往中的认同、依恋或互动感。随着社交机器人的语言表达日益“类人”,用户容易将其视为具有社交能力的存在,由此触发对其的情感回应与交往投射。微博用户对“评论罗伯特”的反应印证了这一机制。例如,在用户发布“退烧了,我又活了”这类个人情绪状态博文后,“评论罗伯特”会评论“恭喜!但是别急着活,好好休息一下”,看似玩笑的话语中透露出关切,拉近了用户与机器之间的距离,也赋予其“社交回应性”,形成了虚拟社会互动的感知基础。为了强化与“评论罗伯特”的联系,一些用户甚至主动关注该账号,与其形成持续性的互动。

(二) 社交货币强化圈层认同和情感投射

“社交货币”是社会交往中的一种谈资,它能让个人建立起与他人的联系感,在某个特定群体中因使用相似的语言而获得归属感。“评论罗伯特”独特的形象和阴阳怪气的评论风格,获得了网友的大量关注,“评论罗伯特受害者联盟”由此应运而生。其成员通过收集、整理与分享评论内容,在互动中建构起高度共享的语言文化与情感标签。在这种社交实践中,“评论罗伯特”的评论内容成为社群成员身份认同与圈层归属的象征性话语资源。成员之间围绕“被评论”而展开的讨论与自嘲,使得“评论罗伯特”成为彼此之间情感连接与社交互动的桥梁。

集体语言实践构建了一个共享的语义世界,“评论罗伯特”评论所引发的笑料、羞耻与共情,成为用户情感投射的载体,从而强化了人机之间的准社会亲密关系。随着该话题影响力的跨平台传播,“评论罗伯特”逐渐从微博社群中的“话题人物”转化为网络文化符号。这一身份的转变也意味着,其社交货币功能已不再局限于局部圈层,而成为一种可以被泛化消费的“情感共识”。用户不再只是围观者或受害者,而是在对“评论罗伯特”的引用与传播中积极参与文化共建,实现归属感的再确认和圈层认同。

(三) 多样人设激发情感共鸣

“评论罗伯特”在上线之初，就拥有社交身份：天生的捧哏、有趣的灵魂、不知疲倦的显眼包。而召唤它的方法就是：发布原创微博超过 10 个字或者直接@评论罗伯特，这种颇具拟人化的社交身份和回应性拉近了用户和罗伯特的社交距离，使用户更容易将其视为具有情感和人格的“伙伴”而非工具。根据感知价值理论，用户之所以持续与“评论罗伯特”互动，归因于其带来的多重价值体验，尤其是情感价值与社会价值的积累。比如，在用户发布“删好友就像撕书页，解决不了问题，只是让故事少了章节”后，“评论罗伯特”回复到“确实，但至少能让书轻一点，对吧？”这种温柔而幽默的方式缓解了微博用户的伤感情绪，激发了用户的情感投射与保护欲，用户甚至公开表示“讨厌你的人都是我的敌人”。在与“评论罗伯特”的互动中，用户逐步与其建立起一种具有稳定期待的关系模式。

4. 准社会交往视角下社交机器人“评论罗伯特”的应用风险

(一) 机器规训与沉迷：虚拟互动重塑社交认知

“评论罗伯特”生成的具有幽默感的评论风格吸引用户持续参与互动，这种互动让用户体会到了短暂的快乐，但可能导致用户对于虚拟互动的依赖和沉迷，将现实的人际关系期待投射在社交机器人上，导致其在真实人际关系中承受与适应不确定性和复杂性的能力被弱化。另一方面，社交机器人的“拟人回应”通过算法不断学习用户偏好，这强化了其与用户互动的情感回馈能力，也在某种程度上塑造了用户对“理想互动”的期待模式。用户在高密度、低门槛的虚拟互动中形成了“快捷情感满足 - 认知共识确认”的社交路径依赖，逐渐养成对于及时满足的社交互动模式的社交偏好。

(二) 消费主义陷阱：社交平台中隐形的说服技巧

社交机器人在社交平台中扮演的角色越来越复杂，它们通过算法驱动信息生产与传播，并在一定程度上影响了公众的情绪表达、兴趣偏好和消费行为。在消费主义文化中，人们通过消费来寻找生活的意义和价值，这使得消费成为了精神满足和自我实现的重要途径。人们被社交机器人提供的定制化信息吸引，这些信息往往经过精心设计，以满足消费者的偏好和需求。例如，自“评论罗伯特”出圈后，双十一天猫和微博合作，推出了首个机器人评论账号“天猫双 11 罗伯特”，将电商的创新营销思路引入到 AI 人机互动中，同时也打开了 AI 劝导消费的新领域大门。在某种程度上，社交机器人使得用户在追求个性化和定制化信息的同时，不自觉地陷入消费主义陷阱，被引导进行非理性消费。

(三) 娱乐导向：深度表达能力弱化

在争夺注意力经济的背景下，社交机器人在互动过程中普遍采用语言夸张、情绪张扬、结构轻巧的策略，以提升用户的参与度与内容的传播性。这种互动模式具有一定程度的娱乐导向，虽然能够增强平台活跃度和用户黏性，但可能弱化用户的深度表达能力。“评论罗伯特”生成的识别度、娱乐感强的文字，满足了用户在碎片化媒介环境下对“轻松内容”的偏好，但也在无形中强化了社交互动的表层化倾向。在与社交机器人交互过程中，用户逐渐适应了“轻量级回应”与“高频率情绪反馈”的交流节奏，这可能削弱其对于严肃议题的深度思辨能力。

5. 准社会交往视角下社交机器人“评论罗伯特”的应用对策建议

当前，已有越来越多的社交媒体用户接受与社交机器人的互动，在此背景下，如何有效改善和规避使用社交机器人过程中出现的风险，成为亟待解决的难题。

(一) 摆脱沉迷：提高 AI 素养

AI 素养包括对技术原理的基本了解以及对 AI 可能造成的心理、行为和社会影响的系统认知。可以通过平台科普模块等形式推广，帮助用户识别“人机互动”背后的算法机制，提升其判断虚拟情感真伪、

掌控互动频率的能力。随后，用户将会更加明智地选择与“评论罗伯特”等社交机器人的互动方式，避免过度依赖。

(二) 完善平台治理机制：建立社交机器人使用边界

随着技术的发展，社交机器人在公共领域扮演的角色日益增多，平台作为技术载体与交互场域的核心角色，需承担起治理责任。平台应强化对于社交机器人发布内容的审核。可以设立 AI 评论的情绪值检测机制，对具有煽动性、歧视性或商业诱导倾向的评论进行标注或限流处理，防止用户在情绪共鸣中被引导至极端化认知或非理性消费。平台治理机制的完善，是应对“评论罗伯特”式社交机器人所引发的消费主义陷阱与拟人化误识的重要一步。

(三) 内容生态优化：推动多元表达

针对当前社交机器人生成内容显现出的“轻量化”、“快节奏”、“表层化”趋势，应通过制度设计与功能优化，推动多元化表达，避免过度娱乐化，减轻对于用户深度表达能力的影响。例如，设立“观点精选”、“深度回应”标签机制，鼓励用户围绕复杂议题进行理性讨论，提升平台内容结构的多样性。对于“评论罗伯特”此类互动型社交机器人，可以设计更丰富的情景交互模块，使其不仅提供娱乐性回应，也能在特定话题中展现知识性与思辨性，从而推动多元表达，优化内容生态。制度设计与用户素养提升应协同并进，建立健康的社交环境。

6. 结语

社交机器人“评论罗伯特”的社交属性为微博平台用户的准社会交往构建了更加丰富的想象空间。其独特的评论风格和拟人化特征，使用户能够在虚拟空间中获得一种类似于真实社交的体验。然而，依托于商业化平台的社交机器人，也引发了规训与沉迷、消费主义陷阱、娱乐导向的问题。因此在与社交机器人互动时，既要保持批判性的思维，也要用发展的眼光去拥抱种种可能性，以积极的态度应对新技术革命带来的变化。

参考文献

- [1] 苏涛, 彭兰. 人的价值与自主性: 智能传播时代的人类关切——2022 年新媒体研究述评[J]. 国际新闻界, 2023, 45(1): 50-67.
- [2] 王亮. 社交机器人“单向度情感”伦理风险问题刍议[J]. 自然辩证法研究, 2020, 36(1): 56-61.
- [3] 苗芳艳, 刘鸿宇. “人机共情”的伦理风险及其治理路径[J]. 自然辩证法研究, 2024, 40(5): 87-93.
- [4] 罗傲, 张增一. 国外公众对智能机器人伦理风险的认知与态度——基于 Twitter 相关话题讨论的质性分析[J]. 自然辩证法研究, 2024, 40(10): 96-101.
- [5] 李枫, 谢鹏飞. AI 机器人媒介角色的拟人化现象与思考——以微软小冰为例[J]. 现代视听, 2018(2): 60-63.
- [6] 常江. 自动化的困境: AI、数字媒体生态与“后人类”的未来[J]. 新闻界, 2024(2): 25-33+85.
- [7] 付茜茜. 技术文化视域: 智能媒介文化生产、消费文化生成及辩证省思[J]. 理论月刊, 2023(5): 105-115.
- [8] 侯博. 媒介化社会中的“电子榨菜”: 生成逻辑与本质探析[J]. 传媒, 2024(8): 93-95.