

成 绩	
评卷人	

姓 名	朱雯琪
学 号	2017210816

华 中 师 范 大 学

本 科 生 课 程 期 末 论 文

论文题目 无表情不社交——探析新媒体语境下表情包的传播

完成时间 2019 年 12 月 25 日

课程名称 新媒体发展前沿

专 业 网络与新媒体

年 级 2017 级

无表情不社交——探析新媒体语境下表情包的传播

2017210816 朱雯琪

摘要：随着新媒体技术的发展，社交媒体上图像化的互动模式日渐成为了主要的信息传播方式之一。网络表情包借力社交平台的发展而广泛流行，由最初简易的网络语言符号，催生出日益多元化的表情文化，成为了虚拟社交传播中的重要载体和元素。本文以调查统计数据作为支撑，浅析新媒体语境下用户对于表情包使用的认知机制和行为特征，并对表情包的未来发展作出展望。

关键词：表情包、社交媒体、象征意义、自我呈现

一、表情包及其发展

20 世纪 80 年代初，美国卡耐基·梅隆大学的斯科特·法尔曼教授用一串 ASCII 字符 “:-)” 来表达微笑的情绪，这个电子公告板上的一串 ASCII 字符成为人类历史上诞生的第一个社交平台非语言符号¹。受其启发，人们加工组合电脑键盘上的各种符号（英文字母、数字、标点符号以及运算符号等）来模拟现实生活中的各种情绪、情景与表情。自此，通过表情符号，现实生活被更加生动地映射到了社交媒体的交流当中。

随着社交媒体的迅速发展，20 世纪末，以 emoji 为代表的图标表情符号突破了以往单一的字符表情。Emoji 表情简洁直白，如（微笑）、（大树），通过对于某类名词的直接描绘来表达含义。这类图标式的表情包出现在网络交流当中，成为虚拟社交语境之下人们常用的交流方式之一。此后，以表情包为代表的表达载体，在网络社交的过程中构建出了自己独特的交流体系。

移动互联网技术飞速革新，21 世纪迎来新兴的新媒体时代。人们在新的信息传播秩序中承担起部分内容生产者的角色，以静态和官方为主的扁平化表情包无法完全满足人们多样化的受众需求，动态表情包和定制化的表情包应运而生并成为主流。网络表情包融合网络新

¹ 胡远珍. 网络社交中表情符号的表达与象征意义分析[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2017, 44(06):147-154+169.

鲜和流行元素，人人都可以截取加工制作，它在热点事件和流行文化的推动中极快地更新换代，成为新媒体时代网络社交不可或缺的非语言表意符号。

2019 年 12 月 23 日，微信上线朋友圈自定义表情包评论功能，为期仅三天的灰度测试在各大社交平台上掀起了讨论热潮。用户在网络社交中对于表情符号有着不同于以往的期待，自定义、个性化的表情包传播功能已然成为一种社交需求。灰度测试期结束以后，95%以上的内测用户表示“迫切希望该功能重新上线”。相对于平铺直叙的文字而言，表情包能够更好地传递情感，进而更好地表情达意。在表情包的意义构建的双向互动的过程当中，制作、收藏、转发表情包使得用户完成了自我表达与相应的群体认同。

二、从统计数据看表情包的传播特点

（一）性别差异化

在不同性别使用表情包的特点构成当中，男女呈现出较大差异。一方面，不同性别使用表情包的频率具有显著差异性。根据统计数据，聊天中经常使用表情包（选择“不出十句话我就会使用至少一个表情包”）的女性高达所有女性用户中的 66%，而经常使用表情包的男性仅为所有男性用户中的 19%。另一方面，不同风格的表情包使用率也有着明显的性别差异化特征。

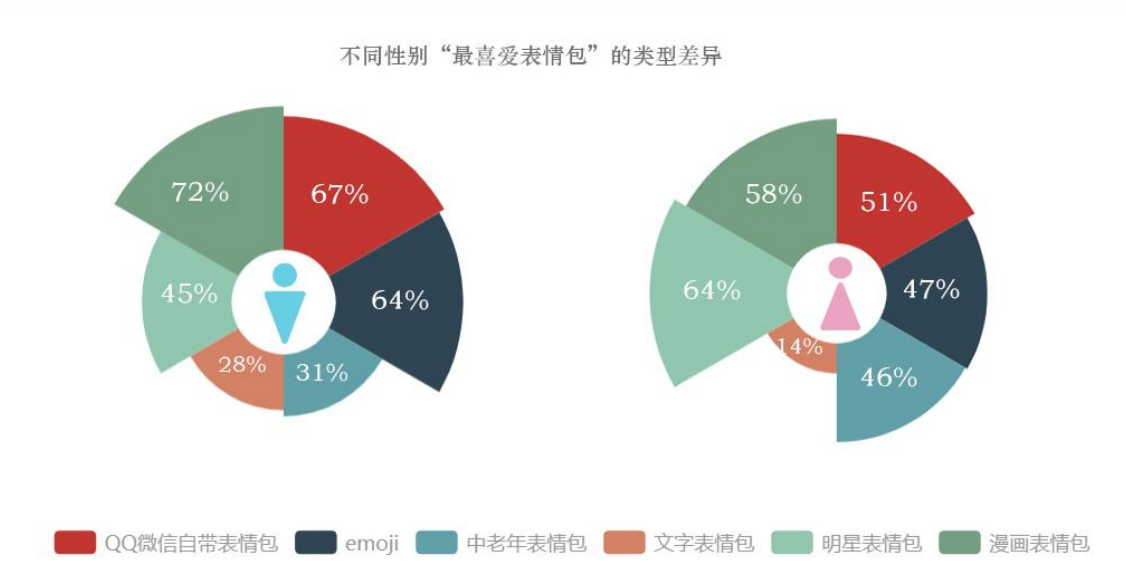


图 1：不同性别“最喜爱表情包”的类型差异

表情包更趋向于是文字语言的尽头所衍生出一片空间。在这片空间当中，女性用户表现出一种更积极的态度。女性用户更重视表情包的娱乐属性，“明星表情包”和“漫画表情包”高居女性最喜爱表情包的前两位。而男性用户更加重视表情包所呈现的语言内涵的直观性表达，形象生动的漫画表情、QQ 微信自带表情以及 emoji 简单易懂的叙事呈现使之受到男性用户的青睐。

（二）年龄层级化

不同年龄层次的用户对于表情包的使用偏好类型有所不同。本次调查将表情包使用的主力军划分为 80 后、90 后及 00 后三个不同的年龄层次，对用户使用表情包的偏好进行数据统计分析。

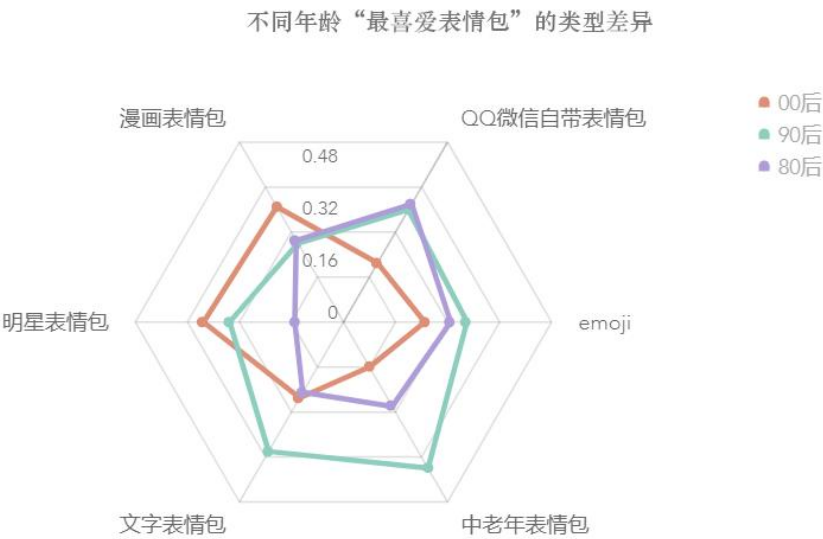


图 2：不同年龄“最喜爱表情包”的类型差异

可以看出，不同年龄段的人群使用各类型表情包的频率具有明显差异。00 后更重视使用明星表情包及漫画表情包，体现出新媒体语境下作为数字时代“原住民”的 00 后一代年轻群体对于明星和二次元的喜爱偏好；90 后乐于使用带有恶搞和逗趣性质的所谓“中老年表情包”，表明其对于沟通趣味性需求的社交态度；而 80 后通常使用最简洁化的“QQ 微信自带表情包”，契合该年龄阶段用户的心理特征。

表情包实则在一定程度上凸显了社会身份认同。表情包语义的传播是双向互动的过程，传播者与信息接收者对于同一表情包具有共通的理解，才能够完成语义的传达。以“中老年

表情包”为例，它的使用者大多数为社交平台当中年龄相对较大的用户群体，其爱好与低龄的亚文化群体区分开来，所使用的表情包往往呈现出鲜艳、直白的特点。这类表情包便是根据中老年群体的特定行为和群体印象制作，也是该群体文化认同的标志。

（三）动态叙事性

表情包是文字文本的重要补充，它能够将静态的文字表述内容动态化，引发信息接收者的联想和想象，从而达到更好的表情达意的效果，使得表情包发送和接收的双方通过虚拟的社交平台即能够达到更加接近于现实的交流。随着表情包的不断发展和更新换代，动态表情包出现并且成为了人们使用表情包的主要偏好类型，更加体现出其良好的动态叙事性这一特征。

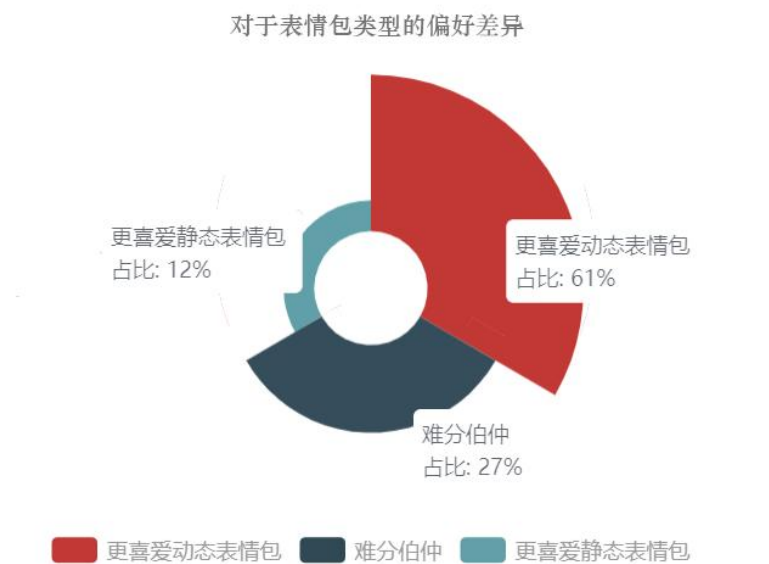


图 3：对于表情包的偏好差异

在整个快节奏的社会生活当中，信息的交流与沟通始终保持在高速状态，作为文字文本重要补充的表情包，成为人们沟通交流的重要介质之一。因此，能够承担起复杂的叙事性的动态表情包相对于其他类型的表情包而言更加能够受到用户的喜爱。但由于动态表情包的制作相对复杂，不利于在其基础上进行个性化的二次创作。因此在其发展过程中，替代性的组合表情包逐渐出现。通过使用“一组图”、“一套图”达到相当于动态表情的象征性互动，是表情包发展过程的新趋势之一。

（四）需求多样化

表情包的使用与现实生活高度重叠，用户往往会基于不同的需要，对于表情包进行选择和使用。在这一背景下，人们能够借助于表情包去精准表达自己的态度或者意见的需要，推动了表情包多样化的发展。

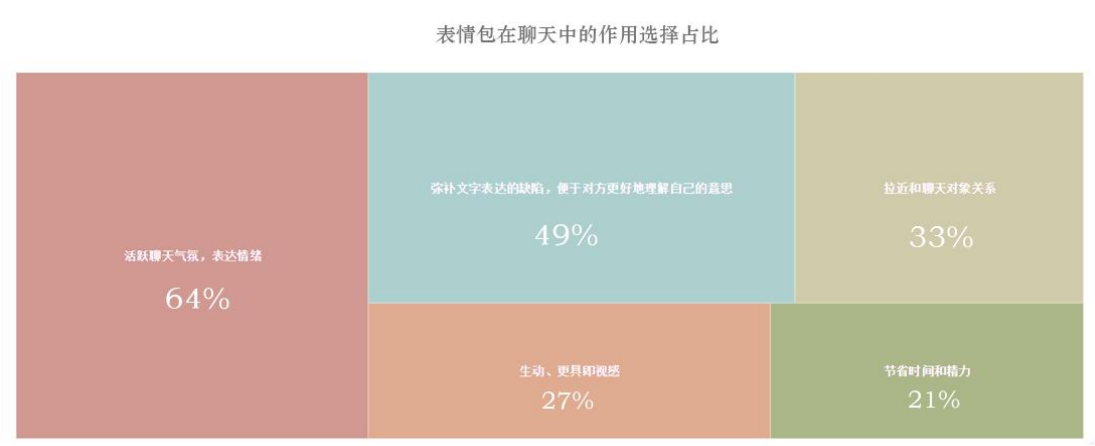


图 4：表情包在聊天中的作用选择占比

据上图数据可知，超过一半的用户认为表情包在网络社交中的作用是“活跃聊天气氛，表达情绪”，同样有近半数的用户选择“弥补文字表达的缺陷，便于对方更好地理解自己的意思”。由此，更多出现了能够满足用户交流需要的定制化表情包，如各类手机输入法所提供的在图片上自行添加文字发送的功能。

与用户对于“表情包在聊天中的作用”的认知差异相对应的，是用户使用表情包的应用语境的不同。表情符号能够引发人们的联想，反映事物的内涵与外延，由于语言符号具有模糊性，人们可以借助表情包来理解语言。² 在这一条件下，表情符号所原有的自身的意义，在网络社交推进的过程当中不断地发生着变化，其原有意义往往被忽略，而引申意义逐渐成为了主要含义。

（五）高度随意性

表情包的表词达意并不是完全确定性的，它能够引发人们的联想和想象，反映出事物的内涵与外延。KIKI 输入法公司《emoji 使用行为大数据报告》统计显示的前五位全球最受欢

² 伍静. 新媒体时代表情包发展的传播学解析[J]. 出版广角, 2016 (15)

迎的 emoji 表情当中，“笑 cry”高居首位，与 2018 年新浪微博年度表情大数据报告中的首位表情相一致。

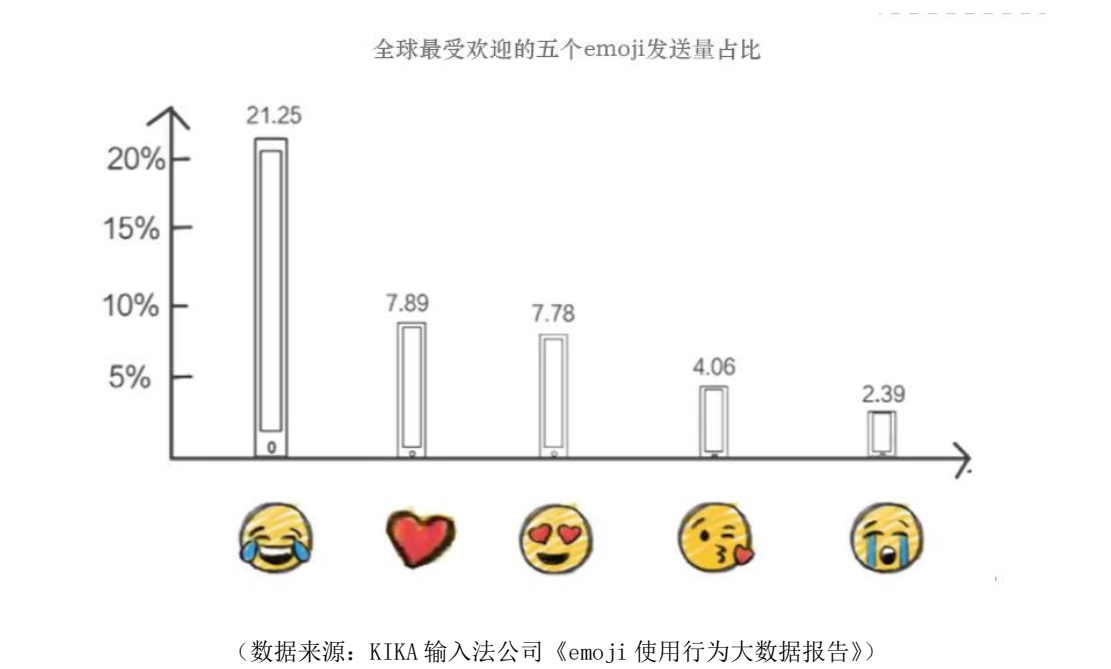


图 5：全球最受欢迎的五个 emoji 发送量占比

社交媒体文化往往随着社会的发展而不断改变。而语言符号的模糊性以及多义性就适应了社交媒体文化的这一特征。即使文字语言不通，作为语言符号的表情包也能够帮助理解语义。表情包的高度随意性反而使其成为了沟通与交流的利器，更加便利了表情包在世界范围内的传播。此外，由于网络社交平台推动信息流动的速度加快，表情包的更新换代速度也在加快，它往往会伴随新的热点的出现而改变，这一随意性也是新媒体时代网络文化的多元兼容并包的体现。

三、从理论看表情包何以传播

在人本主义心理学³中，马斯洛对行为主义和精神分析理论进行延伸，提出动机理论。在动机理论中，他提出心理需要层次理论，将人的需要从低到高分为生理需要、安全需要、

³ 人本主义心理学 (humanistic psychology) 是 20 世纪 50 年代兴起于美国的西方心理学思潮和革新运动，被称为心理学的第三思潮，由亚伯拉罕·马斯洛创立。人本主义心理学反对行为主义环境决定论和精神分析生物还原论的思想，强调人的主观活动，以健康的机能健全的人作为研究对象。主张研究人的本性、潜能、经验、价值、创造力及自我实现等。

归属和爱的需要、尊重需要和自我实现的需要五种。只有当低级的需要得到满足或者部分满足，高级需要才可能出现。而为了实现高层次的需要，人们往往会将自我掩盖。在虚拟的社交环境下，表情包所传递出的象征性意义代替言语文字中的“不可说”，不仅能够表示具体的形象事物，还能够表达思想观念等抽象的事物，抒发个人情感，无形且自由地促使使用者表达真实心理感受。

表情包的流行在广泛的受众参与中也体现出了群体狂欢性。特定的社会热点的出现往往会带来特定的社会交流的需求，在同一爱好的用户所形成的爱好圈层当中，圈层内部将表情包广泛传播。表情包文化与社会流行文化息息相关，任何事件或相关的文字、图片、视频报道都能够促成表情包的出现和传播。而这种流行的圈层也并非一定是密闭的小圈子，当某种流行出现并迅速涉及整个开放的公共传播空间，表情包便能够在整个人际传播网络中向外扩散和延伸，由此引发出渐成体系的表情包文化。

此外，表情包其本身就是明确的社会认同心理的体现。传媒研究学者多丽丝·格雷伯指出：“我们一度推崇的借助文字符号传递的抽象意义，已经开始让位于建立在图像传播基础上的现实与感受。”⁴用户参与表情包由生产到传播的流通过程，不仅仅是语义的传递，更是自我情绪的表达。无论是能够体现地域特色的表情包（如方言表情包）、能够体现身份特色的表情包（如不想开学表情包）、能够体现心理倾向的表情包（如锦鲤保佑表情包）、能够体现情感认同的表情包（如阿中哥哥表情包），都与自我的社会认同观念相契合，是自我对于不同的社会身份的强烈认同。

四、未来表情包的发展展望

（一）个性化

个性化与定制是新媒体时代的重要发展趋势之一，针对用户个人定制化的表情包的实现并非难题。新媒体语境下，用户个人表情包的使用都伴生着强烈的自我认同观念，具有鲜明的个性化特征。完善根据数据算法实现网络社交对话过程中的表情包自动推荐、创新通过VR/AR技术以用户真实样貌建模绘制用户卡通形象动态表情包，都可以成为表情包这一视觉文化新的发展方向。

⁴ 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2011.

（二）多样化

步入 5G 时代，表情包的动态传播也不容忽视。作为较为新兴的网络社交图像形态，在 5G 时代到来之前，叙事性动态表情包将成为我们社交交流活动中越来越重要的载体和元素，也是我们社会生活中、应用设计发展中不可忽视的重要领域与方向。⁵ 随着移动终端媒体的升级换代，各类型的社交媒体及应用软件对表情包的使用将会达到新的高度和广度，更加形式多样、内容丰富的表情包的出现是目前表情包发展的主要趋势之一。而伴随着多样化的表情包的发展，越来越多的社交媒体平台和输入法软件也能够围绕表情包功能更新升级，不断完善和发展技术水平，以推进平台的使用。

（三）规范化

在新媒体环境下，公众在新的信息传播秩序中承担起部分内容生产者的角色，表情包的传播也体现出社会化媒体时代的这一重要特征。而用户生产的另一个侧面正是传播侵权与知识产权问题，要建立和完善好版权保护机制。同时，在社交媒体中走红的表情包逐渐体现出商业的营销循环特征，在精细化的商业模式之下表情包传播侵权问题日渐凸显，表情包的生产对于他人肖像权和隐私权的保护值得我们重视。此外，在商业主义和消费主义中不迷失自我，在被困束的平淡无奇的生活中冲破桎梏，也是我们的需要。

参考文献：

- [1] 胡远珍. 网络社交中表情符号的表达与象征意义分析[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2017, 44(06):147-154+169.
- [2] 鲍晓宇. 浅析虚拟社交语境下动态表情包的发展[J]. 艺术科技, 2019, 32(06):110-111.
- [3] 戚大为. 网络表情包的发展及传播应用研究[J]. 辽宁科技学院学报, 2019, 21(02):82-84.
- [4] 禹卫华, 张婧怡. 表情包的传播分析:形态、分布与影响因素——基于微信群的数据挖掘[J]. 新闻记者, 2019(05):36-43.
- [5] 常民强, 吕国君, 常璟丹. “表情包”在网络人际传播中的作用与意义[J]. 新闻世界, 2019(09):27-32.
- [6] Prada, Marília;Rodrigues, David L.;Garrido, Margarida V.;Lopes, Diniz;Cavalheiro, Bernardo;Gaspar, Rui:Motives, frequency and attitudes toward emoji and emoticon use.Teleomatics and Informatics, Octobe 2018:1925-1934.

⁵ 鲍晓宇. 浅析虚拟社交语境下动态表情包的发展[J]. 艺术科技, 2019, 32(06):110-111.