

论人类传媒史上的表情包“拟在场”表演

王小英

(暨南大学 文学院, 广东 广州 510632)

[摘要] 表情包的广泛使用是第三次传媒突变后出现的新现象。表情包作为交流和沟通的重要符号,是新媒体条件下人们快速表达自我的一种方式,它既生动形象又暧昧不清。相较于网络人际传播中的文字、音频或视频交流,表情包更具修辞功能,它经常穿插于文本之中,一方面用图像的具象来弥补单纯文字表意的不在场缺憾,制造一种不受身体条件限制的“拟在场”;另一方面,这种“拟在场”又表意含混,不同于真正的“在场”,缺少了在场时必然存在的诸多伴随文本,由此使得表情包更具表演功能,是新媒体语境中人们选择的“面具”和“替身”。

[关键词] 表情包;新媒体;符号学;拟在场;图像

[中图分类号] G 206

[文献标识码] A

[文章编号] 1001-9162(2020)04-0029-07

[DOI] 10.16783/j.cnki.nwnus.2020.04.004

近年来,在贴吧、论坛等网络空间以及QQ、微博、微信、Facebook等社交媒体上,经常可以看到各类表情包,甚至“一言不合就斗图”。中文里,与表情包基本同义的词语还有“表情符号”,广义上表情包就是表情符号,表情符号也就是表情包,但狭义上的表情包一般被认为是“表情符号”的高级发展阶段,将表情包视为表情符号的集合。本文采用广义上的表情包概念,将表情包视为以图片为主的表情符号或表情符号的组合。

英文中,与“表情符号”、“表情包”基本对应的词语有三个:“emoji”、“emoticon”和“meme”。其中,meme出现得最早,为1976年,其次为emoticon(1987)和emoji(1997)^①。Meme最初用在生物学领域,一般被翻译为“模因”,后来延伸开来,指网络领域特别是社交媒体上的流行文化基因,如图片、视频、观点等,其所包含的领域比中国人所言的“表情包”要广泛得多。Emoticon指特别用于计算机交流(如电子邮件)中来表现面部表情或者传达态度或感情的键盘符号组合(如:~)。Emoji来自于日文“えもじ”的读音,“えもじ”指的是能代替文字的符号或图画,emoji指的是运用在电子文本传播领域(如文本信息、电子邮件和社交媒体)中表达作者情感态度,简洁迅

速传递信息的小图像、象征或图标。在国内关于表情包的研究中,学者一般将emoticon视作初期的表情包,emoji和meme视为社交媒体和移动互联网阶段的表情包^②。不管是哪个阶段的表情包,有一点是基本的,即必须有图,其主要构成部分必须是图。

表情包风靡是伴随着互联网普及而出现的世界性现象,“在‘emoji化’最为激进的芬兰,emoji的使用率更是高达60%。……英国语言学家指出表情符号emoji是全球最广泛使用的‘语言’”^[1]。表情包运用得如此广泛,以至于各种商家也竞相使用表情包来营销自己的产品。与之相应,国内外关于表情包都有较多的研究,大致而言,这些研究可以分成四类:第一,表情包的发展历史、特征、流行原因、影响、用户选择偏向及其生产策略的研究;第二,表情包功能研究,围绕着表情包展开的交往、认同和征战结合具体例证展开研究,或者对某一类社交媒体的表情包使用状况进行实证式分析或结合着身体姿势理论展开分析;第三,关于表情包产业、版权以及表情包释义差异的研究;第四,关于表情包文化的研究,如对网络表情符号所塑造的“趣我”以及推动当今文化“浅平化”发展的研究^[2]。就目前而言,国内研究中,

[收稿日期] 2020-04-07

[基金项目] 国家社会科学基金重大项目“中国新媒体文艺研究”(18ZDA282)

[作者简介] 王小英(1982—),女,河南辉县人,文学博士,暨南大学教授,主要从事比较文学、网络文化、符号学研究

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

关于表情包发展历程和认同功能及具体实践的研究居多；国外研究中，建立在实证调研量化研究基础上的表情包使用特征和释义偏好的研究居多。从整体上看，表情包研究已经达到了相当的深度，然而，也存在一定的问题，如从人类的传播交流史来看，每一种新的符号类型的出现，都会被用于建构人们的生活，拓展自己的认同领域，表情包也不例外，但是表情包交流的独特价值何在，它在网络人际传播中的位置如何？亟需廓清。

一、人类传媒史上的表情包： 第三次传媒突变后的盛景

符号学家赵毅衡认为，人类传媒的发展经历了三次突变——言语和符号的发明、符号的系统记录和文字的发明、电脑与互联网的产生，第一次突变使人成为“符号动物”，第二次使人成为“符号学动物”，第三次正在使人变成“符号元语言动物”^[3]。与常见的媒介史划分方式不同，这种突变划分方式将电脑与互联网作为传播媒介的作用，直接置于印刷之上，视其作为一种高速度的陡升。陡升使人面对的符号状况更为复杂，更重要的是建构了新的符号衍生传播方式，而这种方式直接改变人类文明和文化状态。

人类传媒以言语和符号发明为标志的第一次突变，使人成为了追求意义的动物。笔者认为，由于言语的发送不能离开发送者的同时在场，因此这次突变，并没有大幅度造成发送者的缺席，发送者场景与符号场景具有同一性，发送者条件严格限制符号的解释。换言之，即符号发送者的状况构成了符号表达的 necessary 背景和情境，也即题旨和情境处于同等重要的地位。

就言语传播而言，要使符号表意不至于落空，言语传播中发送者、符号和接受者须同时在场，符号表意具有短距特点。符号释义是接受者在享有和发送者共同的时间或（和）空间语境下，基于自身的情况和能力，权衡发送者发出的“符号”和发送者自身情况做出的符号判断。比如，当一个人极尽溢美之词来赞美你，但你却看到他脸上不由自主地流露出一不屑之情时，只怕作为接受者的你不会将他特意发出的“言语符号”作正面理解，但当你没有看到时，可能就将他的“言语符号”当成真心之言。在这里情境对题旨的解释起到了限制作用，短距交流的特点正在于，它提供了一种“看见（听见）”的在场语境，没有办法将一个人发出的“符

号”和他自身携带的无意流露的符号完全区别开来，所以也无法做到单凭他发出的“符号”来释义，总是在自身情况的基础上，根据对他的理解和他发出的“符号”来确定意义，这会减弱特意发出的“符号”对意义的控制力，同时也使最终的意义更加生动丰富，不好被发送者控制。歌迷们一掷千金去参加现场音乐会，而不是选择在家里听偶像的歌曲，其中的差别即在于此。但也很可能见到偶像之后，“粉转黑”了，歌还是那些歌，但人却令人生厌，这即是短距交流带来的负面影响。在言语传播中，同时空发送者成为接受者解读符号必需的伴随文本，并为清晰解读提供保障。也就是说，言语的短距传播中，发送者是同时在场的。

第一次突变中非言语符号虽然也可以长距表意，但仍然需要短距才能达到表意清晰。长距表意效果非常有限，明晰度不够，约4万年前的印尼手印画便是一个例子。我们知道手印画在传达某种意义，但它究竟传达的是什么意思，因为缺失了发送者的在场，很难确定其真正意义。

人类传媒以符号的系统记录和文字的发明为标志的第二次突变，笔者认为其造成了符号信息的传递大范围摆脱其发送者的在场而独立存在的局面，文字的穿越时空、印刷物的跨时空传播都如此。符号系统的存在使得能够借助系统而准确释义。由此，造成了符号文本脱离其产生语境(context)的普遍情形，符号表意的时空距离大幅度拉长。符号文本的独立性越来越强，其内容(content)与形式(form)成为关注的中心，如中国的《易经》、西方的《圣经》均如此。发送者条件若非内化于符号文本，不再能够有效制约符号的释义。甚至，发送者本身成了根据符号文本建构的主体。由此，符号文本的内容与形式取得了独立于发送者去理解的可能，如基于《圣经》的阐释学正是在这种情形下才得以兴起。并且，由于媒介垄断，信息不对称，第二次突变加剧了权力集中，传播者作为符号信息的发送者，其话语权远远超越受众，双方不存在任何交流互动的情况非常普遍。符号与发送者的分离，使其具有长距表意的可能，但也使完全通过传播符号来理解发送者的状况有了大幅度的增加。换言之，也即在符号系统记录和文字传播中，接受者对符号的解读不再以同时空的发送者为必须条件，符号的远距表意得以可能并成为常态，文字的长距表意是以发送者的不在场为前提的。

以电脑和互联网的产生为标志的人类传媒的第

三次突变，使人类的符号表意在压缩时空方面成效卓著的同时，也容纳了之前已有的各种表意方式，如将言语、文字符号的表意容纳其中，将“异时空符号表意同时空化”，将交流双方纳入到一个网络空间语境中。与前两种突变着重某种符号（言语、文字）的发明或符号的系统记录不同的是，第三次突变强调的是新的符号工具和媒介技术的产生。新工具和新技术构成了交流传播的新语境，这一新语境中的核心要素即“社交”，如彭兰所言：“传统媒体时代，人们看中的媒体要素主要是内容与形式，互联网时代到来之后，社交成为媒体的核心要素，社交成为内容生产的动力，人们的关系网络成为信息的传播渠道。”^[4]表情包的兴盛，是伴随着互联网时代社交要素成为核心要素而出现的现象。“在最初的20多年中，它（指表情包）一直在缓慢地发展；QQ、微博等社交软件的出现，将它带上了高速发展的阶段；直到微信被广泛使用，才真正开启了表情包使用的鼎盛时期。”^[5]在互联网传播中，言语、文字和表情包之间主要是一种并列叠加的组合关系，而并不完全是一种替代关系。这种组合的符号表意，比单纯的文字或通过视频、音频进行的交流更加普遍。表情包的兴盛，也即在这种组合表意中，表情包出现的频率和样式的增多。也就是说，表情包和互联网同生共长，与互联网在人们生活中的融入深度成正比。那么，在互联网上，表情包加入进去的组合表意，与人类传媒史上的前两种表意相比，又有什么特别之处？

二、表情包的拟在场： 用“图”来制造现场感

表情包在文本形态上表现为单一的或者是多种形态符号关联在一起的图像，表情包可以动或者不动，可以有声音或者没有声音，可以有文字或者没有文字，但如前所言，必须有“图”。表情包的现场性，来自于其可以发送得更为快速和作为“图”所具有的生动活泼。文字一般需要一系列的键盘敲打动作，而表情包只需要打开选择即可，所以发送表情包会大幅提高回应的速度，给人更强烈的即时存在感。静态表情包抓住呈现的是“刹那间”的意义，将其直呈眼帘。动态表情包通过一些简单的变化，让图像在时间序列中占据一定的位置，从而加深这种生动感和意义表达。

生动活泼是作为像似符的图像（image）符号本身携带的一种品格，“像似符（icon）是这样一

种符号，它仅仅借助自身的品格去指称它的对象，并且无论这种对象事实上存在还是不存在，它都照样拥有这种相同的品格。”^[6]（P51）像似符号的特点，即在于其形象性和生动性，以及同时具有的模糊性。相对于语言表意，图像表意具有一种在场性。“图像作为言说符号就是视觉对世界的陷入，或者说，世界被陷入其中的视觉图像所言说；也正是在这一意义上，‘图说’成了无可置疑的‘在场言说’，即视觉作为身体器官陷入世界之中而言说世界。由此，身体器官、图像符号和存在世界无缝对接、零距离触摸。”^[7]但是，这种在场性，是相对于语言言说的在场性，“图像符号是身体的延伸及其触摸事物的器官”^[7]，观看是“陷入”被看的事物。表情包的观看，引发的是一种视觉陷入，而不是超越其之上。语言则是一种提示性的符号，能指本身即不在场。表情包传播可以引起视觉陷入，但却并不是完全意义的在场，因为“所谓‘在场’是身体本身在事情发生、进行的现场；在场是一种主体间交往互动的实在关系”^[8]。表情包连接可以构建主体间的交往互动关系，然而却并不是用“身体”在场去构建，因此这是一种逃离了身体语境的“拟在场”。“拟在场”的在场感得自于“图”。

从表面上看，表情包会“相像”于人们的表情。然而，表情包发展到今天，其所囊括的范围已经远远超越了与人的表情存在“相似”关系，实际上，“表情符号并不以摹写表情为主要意图，它更强调情绪、态度或感觉的传达。当我们在网络文辞中使用一个表情符号时，它和我们自身的表情没有实际联系，它只和我们假设的情绪、态度或者感觉有关，它是一种自娱自乐的语言工具”^[9]。即便是在表情包发展的初期，表情包展示的表情符号与表情包发送者的表情之间也没有相似关系，只和意图表情有一定的关系。换言之，它属于积极修辞，“积极的修辞，却是具体的，体验的……其轨道是意趣的连贯。它同事实虽然不无关系，却并不一定有直接的关系”^[10]（PP. 48—49）。陈望道先生的修辞学见解虽然主要针对的是语辞，其积极修辞和消极修辞之分却完全适用于表情包的使用。并且，从表情包使用的历程来看，积极修辞的力度也在不断增强。

逃离身体语境使得表情包和真实的表情不具有再现关系，而和发送者意图表达的表情、情绪或感觉具有一定的关联，也就是说，表情包实际上是人们意图情绪和情感的一种化身，是人们对情绪和情

感的一种可控表达，也正因此，表情包是一种视觉修辞方式，更具体地说它主要是一种图像修辞方式。因此，对比表情包与表情包使用者，表情（或者情绪、情感）与表情呈现者这两组的控制关系，我们会发现前面一组的可控性更强，后面一组只有演员才比较擅长。也可以说，在前面一组关系中，人人都可以成为好“演员”，并不需要真正在身体、情绪和心灵上的投入；而在后面一组关系中，只有特定的人群才能通过控制自己的身体及情绪来传达自己的意图。故而，这也可能是人们喜欢用表情包而并不喜欢用视频直接表达自己的原因之一。表情包是一种“逃离”了身体语境的视觉文化符号。因为逃离了身体，所以不受身体的限制，也不会展露身体，更为安全也貌似更为“自由”。因为图像在视觉上的直接性，它成为身体的“化身”或“替身”。所以，表情包的奇妙就在于，它逃离了真实的身体，却又找到一个或一些别的“身体”来安放自己的主体性。“身体是自我主体性之所在，以身体为中介，意义被生产和再生产出来。”^[11]自我主体性因为表情包的使用而进一步彰显。

作为“化身”或“替身”的表情包，理论上有无穷的化身可能和方式，技术上也在不断解放普通人生产表情包的能力。但实际上我们会发现，表情包的演进历程却存在着明显的程式化套路，表情包通常被“格式化”，在表情包的发展史上表现为，表情包具有“系列”特征，如兔斯基系列、小黄脸系列、傅园慧系列等，经常以“互文”的形式被生产和解读。这或许也正是表情包被称为 meme 的原因，它背后有一些不断被复制的图式（pattern, mode）。“与图像不同，图式指的是图像的构成方式和抽象演化的结果。在艺术实践中，‘图式化’是一个名词化了的动词，指一种以不变应万变的图像处理方式，和一种固定的制图模式。”^[12]（P96）图式化是表情包与生俱来的属性，也是其作为流行文化所决定了的。表情包的使用受到电脑和互联网条件的限制，输入框架限定了人的表情包表意可能。当输入设置中没有现成的表情符号时，表情包的使用频率显著降低，设置便捷的表情包使用频率会高很多。也就是说，表情包基本上是“格式化”的表情符号，并且“格式化”的方案最初由技术人员和少数个别人所设定，目前已经放开给普通人，于是网民们的表情包生产力得以大幅提升。比如，可以随时抓取身边人的某个表情，辅之以文字，用在社交媒体上来表意。因此，网民们可以使用的表

情包资料库愈来愈大，以至于它或许可以像文字系统一样，让我们足以通过选用现成的表情包而自由充分地表达自己。

从表情包的渠道来源看，要么是软件自带，要么是网上免费或收费下载，还有一部分属于自制。表情包狂欢与恶搞本质上具有同构性，都需要有一个前文本的存在，哪怕是自制表情包，有一个高辨识度的前文本也会使其更容易流行。而表情包使用者们前文本的集群差异性，也必然会造成表情包在使用人群中的差异性。尽管表情包直观，但在具体表意上多因语言、文化、年龄、性别而异，很难出现一种普世性的表情包，表情包的普世性与语言的普世性一样，几乎为一种不可企及的理想。

从功效上来看，表情包突破了身体语境的限制，重建一种在场空间。但这种在场仅仅是一种“皮相之见”，“图像的在场性绝非事实和实际的在场，只是由于那层‘存在的薄皮’和视觉经验的吻合，才使我们感觉到它的在场。……‘图说’的诱惑性在于，它可以使观者产生错觉，将在场的符号（符形）误认为是它所意指的存在，而后者实际上并不在场。在场和不在场在视觉图像中‘紧密相拥’，并由此生出‘在’与‘不在’、‘有’和‘无’、‘实’和‘虚’等两极协和的快乐之情。”^[7]表情包并非要真的指向一种在场存在，而是要达到一种“拟在场”的效果，“拟在场”的迷人之处即在于，其图形让人误以为是其所指，具有在场的效果，但却同时能隐匿自身，也即这是一种逃离了身体语境的“拟在场”，介于在场与不在场之间，暧昧不清。

三、表情包的“多义”与表意“自由”： 现场伴随文本的缺乏

表情包无法等同人们的真实表情，如艾柯所论证得出的“相似性不涉及形象与其客体之间的关系，而是涉及印象和事先文化的内容之间的关系”^[13]（P234）。印象来自于经验，文化来自于既有的规范。以图像为基础符号的表情包，必然也要受到“图像”代码的限制，“‘图像’代码要么是在图形符号载体与已经编码的感知单位之间确立一种联系，要么就是在图形系统的相关单位和语义系统的相关单位之间确立一种联系；这种语义单位取决于事先有关感知经验的厘定过程。”^[13]（P236）因此很多时候表情包的意思甚至无法揣测，例如一个大笑的表情包，究竟是在说这件事情可笑，还是在嘲笑讲话人的无知，还是在掩饰自己的尴尬，都有

可能。之所以出现表情包表意的含混，究其原因在于，失去了面对面同时空交流时诸多的语境符号，如姿势、神态、眼神等，以至于失去了对表情包符号的限制和补充，使表情包的联想意义更加丰富，却也导致其含混性和不确定性大幅度增加。

“任何图像都是多义性的，它潜在于其能指下面，包含着一种‘浮动的’所指‘链条’，它的读者可以选择其中某些，而不理睬另一些。”^[14] 语言符号的能指在线性时间顺序中达到其所指，所指与能指同构、胶合在一起，对所指意会就是对能指的抛弃，而图像符号的能指和所指则是共时呈现，需要“选择”才能了解其意义，所以表意上是含混多义的。表情包表意上的含混和模糊由此生发。表情包的使用带有非常细致的社群划分，体现了使用者的身份属性，同时也是使用者进行身份建构的一种途径。年轻人和老年人、不同文化中的人群在表情包的使用上偏好相异，即便是使用同一表情符号，也可能存在着解读完全不同的情况，甚至不同的手机版本也会导致发送时的表情包与对方接受终端上显示的表情包不同。究其原因，正在于“人们知觉世界的方式不仅依赖于对感觉信息中事物的客观属性的察觉（知觉学习），还依赖于特定文化中的学习经验，正是这些经验形成了我们理解感觉信息的结构模式”^[15]（P171）。相较于知觉语言上的约定俗成，知觉图像上具有更大的弹性，对图像的知觉学习和解释更多地来自于特定的文化和生活。

互联网传播时代，一方面是跨时空符号表意的近距离化，另一方面是人的信息接受渠道的媒介化。但是“异时空符号表意的同时空化”与符号表意的同时空是不能完全等同的。不同的原因在于，符号表意的同时空，意味着同时空诸多伴随符号的同时在场，符号之间存在着限制或补充关系。而异时空符号表意的同时空化，仅仅在于部分符号的同时化在场，缺乏这种限制或补充关系。因此，人们在线交流中，使用活泼生动的表情包，可以一定程度上弥补这种缺憾，这与网络语言的次生口语性非常相似。表情包表意上的含混不仅来自于图像自身比语言更丰富多义性，还来自于表情包因为藏匿了发送者的身体，而逃离了身体在场时的同时性伴随文本，这点与语音、视频交流有很大区别。在语音和视频交流中，尤其是在视频交流中，发送者的表情始终产生于其身体之上，而其身体必然是处于某一具体语境中的身体，语境信息或多或少总会存在，如交流时周围出现的嘈杂声，视频者的发型、衣服，背

后墙壁的装饰，偶尔走动的人群等等，这些都会对视频交流中流露出的表情做出限制。而表情包将这种来自发送者在场语境的伴随文本限制统统抹掉，抹掉之后借由表情包来重新建构。

现实中以身体为载体的表情或姿态，充满了无穷的细节，不同的观者依据自己意向性的不同，做出一定的取舍和捕捉，也即符号化，符号化的主体是接受者本人，身体的在场提供给接受者无穷的符号化可能。但在表情包的交流中，表情包本身已经是被符号化了的，已经是一种片面化，且可能并不是对身体的一种片面化，也即不是一种再现，而是一种表现或象征。表情包的符号化有可能并不是表情包发送者劳作的结果，却是其选取的结果，所以表情包的符号化是与发送者关联在一起的符号化。研究者对四种图像方式——照片、阴影图、线条图、卡通的认知速度的调查结果显示，卡通需要的认知时间最短，线条图最长，其他两种方式需要的时间大致相等且介于卡通和线条图之间^[16]。从表情包的发展历程来看，最初的键盘字符类表情包相当于线条图，之后的小黄脸、小方脸等属于卡通形象，真人型之类属于照片。就目前的表情包使用情形来看，键盘符号类表情包已经基本弃之不用，真人型的表情包一般会加上文字以便迅速进行定义。由此可见，表情包演化的进程是朝向辨识速度愈来愈快的方向发展。这也是伴随着互联网发展的表情包发展必然出现的选择倾向，因为“网络环境中仅存的首要稀缺资源是用户的时间和注意力”^[17]（P6），表情包发展的重要方向之一也必然是提升交流速度。复杂的表情构成中，一般都有文字予以“锚固”^[14]，锚固在解释层面起作用，帮助使用者较为准确地将意义传至接收者，因为作为规约符的文字在表意上比图像要清晰明了。换言之，也即表情包并不能完全停留在“模糊”层面，它需要在“模糊”与“清晰”之间保持一个适度的范围，既不偏向模糊星云，也不特别直白明了。

表情包在逃离其发送者的身体语境上，与人类传媒突变史上的第二个阶段，也即文字大幅脱离其发送者在场的情形是等同的，只是表情包本身形象直观的特质带有一种拟在场性。然而这种直观性的获得，却是以“图”来牺牲单一文字表意的明晰性为代价，造成的结果就是，表情包之“图”与文字一样，缺少发送者的在场。于是，表情包与交流现场人之表情，无论在何种程度上都是存在巨大差异的。差异的原因在于，当处于现场交流中之人表现

出某种情绪或情感时，相关伴随文本同时显现，如一定的时空语境，伴随着其他的肢体动作或现场其他人之具体状况而发生。而在社交媒体上，表情包之出现，则抽离了这些同时伴随文本，呈现出一种孤立状态。也就是说，表情包是一种“符号化”了的图像，而符号化必然是一种片面化，这种片面化舍弃了众多的同时伴随文本，这些同时伴随文本对表情包之解读则能够起到限定作用。由此导致表情包之解读，只能依据解释者已有的解释性伴随文本，如对此类表情包的相关理解，自己的偏好爱恶等，所以，这种解读是接受者主导的，自然也会呈现出比较多样的解读面貌，表情包的信息传递中很容易出现偏差。这也就是很多人感觉到的，虽然表情包的使用的确可以使交流变得生动形象，但与现场交流带来的感觉始终是不同的。

并且，从目前表情包的发展历程来看，表情包对“拟在场”空间的建构，已经表现为对一种复杂情形的图片建构，也就是说，表情包的高度发展虽然并没有忽视其表“情”的功能，但已经远远突破了这种限制，而达到了一种复杂在场语境的模仿建构。表情包图像中的形象展示，不与使用者的形象相关，我们可以将之理解为一种“虚构”、一种“表演”、一个“面具”，是当今普遍出现的娱乐化社会导向，也是人类文化演进过程中，指称性符号因素下降，诗性符号因素上升的表现^[18]。由此，表情包可以理解为人的一种“化身”、“替身”或“分身”。表情包的样态越多，也意味着你的化身越多，所以表情包使用很容易上瘾。现实世界中人很容易受“沉重肉身”的种种限制，但在表情包中，我们容易摆脱这种限制，似乎如同孙悟空一样会七十二般变化。但这种虚构的限度在于能够传达发送者试图去传达的“情感、情绪或态度”。后者的“实在意图”，我们可以称之为“真实”，尽管可能有人质疑表情包也在传达一种“伪感受”，用来撒谎，但表情包的撒谎与语言文字的撒谎可能是相当的，也就是说这并非表情包带来的必然结果，表情包的“再现”或“象征”中埋藏着使用者和发送者意图，我们可以将之视为“真实”，由此形象的虚构与意图的真实，就构成二律背反，让表情包带有“演”的成分，同时又有“真”的成分，从而成为表情包使用上的独特之处。并且，在一组会话中，表情包的连续使用，会建构虚构形象展示中的“隐含作者”，塑造或活泼或严谨或可爱的表情包使用者印象，是制造“自我”风格的一种方式，属于

“自我”形象塑造，而这种形象塑造与“自拍”之类形象塑造相比，因为是虚构，所以与现实世界具有了两重区隔，更加安全和自由。

结语

表情包的兴盛，与景观世界或视觉转向、图像转向的人类社会整体发展步调相一致，其内在意义在于预示着或展现着当下人类社会“图像思维模式”的复兴。之所以是复兴，在于在人类社会发展的早期阶段或人的幼儿时期，图像思维模式曾是理解自然和社会现象的主要模式。在尚未学会说话的幼儿那里，思维的主要方式是一种图像思维，比如他们可以连续看动画片，而不管这种片子中所用的是否是自己的母语。但是当其能够比较熟练地使用某一种语言时，再让其看自己并不熟悉的语言的动画片，就会变得非常困难。

虽然以图像为主的表情包，本身具有解释丛生（cluster）现象的功能，“图像的功能之一，就是解释诸多（而非单个）情形，各种事物以及不同属性交相丛生的现象”^[19]。“丛生”是一个间性概念，展现的是一个现象（appearance）世界。表情包可以展示诸多情形，而这诸多情形，似乎获得了一种在场的生动性，但这诸多情形的含混性是有限度的，经常会有文字予以限定，而一旦有文字这种强势符号予以限定，图像立马成为文字的附庸和装点。表情包表意是一种表达上的自我发挥和创造，但绝不是一种对面对面人际交流场景的再现，或者说并不是旨在达到一种面对面人际传播情形，而是带有部分在场和深度不在场性质的一种符号交流方式，它所创建的是一种属于人类传媒第三次突变中既在场又不在场、既直观可见又含混不清、既拥有发送者使用自由又拥有接收者解读自由的快捷符号交流方式。表情包交流开辟了区别于“在场”和“不在场”的第三种交流空间，将“形象”、“直接”和“快速”诸种“在场”性质关联在一起，同时也将“隐匿”和“含混”的“不在场”性质赋予其上，让其交流具有一定的现场性和生动性，而同时又相对可控。正因为同时具备了“显现”的好处和“藏匿”的好处，暧昧不清，表情包在网络人际传播中才日益展露出其蓬勃的生命力。从某种程度上看，表情包如同一个人的“化身”，表情包的发展历程也就是人们借助电脑和互联网不断提高自己“化身”能力的过程。

[注 释]

- ① 本结果为查询 Merriam-Webster 所得。
② 如郑满宁的《网络表情包的流行与话语空间的转向》、伍静的《新媒体时代表情包发展的传播学解析》、阿尔

法虎的《表情包进化史：从 1982 的标点符号组合到 2016 的鬼畜满天飞》均持类似观点。

[参考文献]

- [1] 英国开招表情包翻译员 按字计薪, 不坐班 [N]. 华西都市报, 2016-12-15 (A7).
[2] 饶广祥, 魏清露. “趣我”与浅平化: 网络表情符号的传播与反思 [J]. 福建师范大学学报 (哲学社会科学版), 2018, (2).
[3] 赵毅衡. 第三次突变: 符号学必须拥抱新传媒时代 [J]. 天津外国语大学学报, 2016, (1).
[4] 彭兰. 场景: 移动时代媒体的新要素 [J]. 新闻记者, 2015, (3).
[5] 魏然. 网络表情符号的视觉修辞分析 [J]. 东南传播, 2016, (10).
[6] 皮尔斯. 皮尔斯: 论符号 [M]. 赵星植译. 成都: 四川大学出版社, 2014.
[7] 赵宪章. 语图叙事的在场与不在场 [J]. 中国社会科学, 2013, (8).
[8] 赵建国. 身体在场与不在场的传播意义 [J]. 现代传播, 2015, (8).
[9] 赵爽英, 尧望. 表情·情绪·情节: 网络表情符号的发展与演变 [J]. 新闻界, 2013, (20).
[10] 陈望道. 修辞学发凡 [M]. 上海: 上海教育出版社, 1997.
[11] 唐青叶. 身体作为边缘群体的一种言说方式和身份建构路径 [J]. 符号与传媒, 2015, (1).
[12] 段炼. 视觉文化与视觉艺术符号学 [M]. 成都: 四川大学出版社, 2015.
[13] 艾柯. 符号学理论 [M]. 卢德平译. 北京: 中国人民大学出版社, 1990.
[14] 罗兰·巴特. 显义与晦义——批评文集之三 [M]. 怀宇译. 天津: 百花文艺出版社, 2005.
[15] 谢弗等. 发展心理学 (第八版) [M]. 邹泓等译. 北京: 中国轻工业出版社, 2009.
[16] Ryan, T. A., & Schwartz, C. B. Speed of perception as a function of mode of representation [J]. The American Journal of Psychology, 1956, 69, (1).
[17] 詹姆斯·韦伯斯特. 注意力市场 [M]. 郭石磊译. 北京: 中国人民大学出版社, 2017.
[18] 陆正兰, 赵毅衡. “超接触性”时代到来: 文本主导更替与文化变迁 [J]. 文艺研究, 2017, (5).
[19] 商戈令. 图像·丛生与间性——探源中国哲学的新路径 [J]. 文史哲, 2017, (3).

On “Quasi-Presence” Performance of Emoji in the History of Human Media

WANG Xiao-ying

(College of Liberal Arts, Jinan University, Guangzhou, Guangdong, 510632, PRC)

[Abstract] The wide use of emoji is a new phenomenon that has occurred since the third media mutation. As an important symbol for communication, it is a way for people to express themselves quickly under the new media conditions, which is both vivid and ambiguous. Compared with the text, audio, or video communication in the network interpersonal communication, the emoji has more rhetorical functions, which is often interspersed with texts. For one thing, the image is used to make up for the absence of simple textual representations and to create a “quasi-presence” that is not limited by physical conditions. For another, this “presence” is ambiguous, which is different from the real “presence”, and lacks many co-texts necessarily presenting on the scene, thus making the emoji more performative, which is the “mask” and “alternative” people choose in the new media context.

[Key words] emoji; new media; semiotics; quasi-presence; image

(责任编辑 周蓉/校对 小舟)