DOI: 10.12046/j.issn.1000-5285.2018.02.018

"趣我"与浅平化:网络表情符号的传播与反思

饶广祥,魏清露

(四川大学文学与新闻学院,四川 成都 610064)

摘 要:网络表情符号(emoticon)是当今社会的重要文化景观,其涌现是媒介发展、使用者自我认知、文化演变三者共同作用的结果。本文从这三个视角切入,解析网络表情符号涌现的动因与文化机制。网络交流是拟人际传播,具有单媒介与场景缺场的特征,容易导致交流尴尬和误解,这是网络表情表情符号流行的直接原因。通过身体示现与情感满溢,网络表情符号迅速构建了交流场,提高了沟通效率,但其流行的更深层原因是网络表情符号的使用者充分发挥了网络表情符号的反讽性特征,再造了沟通的趣味,进而构建了"趣我"的鲜明形象。值得反思的是,网络表情符号表意模式单一化,其过度使用,让网络交流显得贫乏和肤浅,让人格"幼稚化",并推动了当今文化的"浅平化"发展。

关键词:拟人际传播;网络表情符号;交流场;趣我;浅平化

中图分类号:F713.80 文献标识码:A 文章编号:1000-5285(2018)02-0161-08

一、拟人际传播的单媒介性及场景缺场

网络表情符号从产生到普遍使用,发展迅猛,已经成为当代社会的重要文化景观。网络表情使用如此频繁,不少人甚至已到了不使用网络表情无法沟通的境地。2015 年牛津词典将"Face with tears of joy"(笑哭了)这个表情符号评选为年度热词,说明网络表情符号已成为网络交流难以回避的事物,是当代传播研究不得不面对的现象。

研究网络表情符号,最核心的问题是其涌现的机制。当前大多研究主要从网络表情符号的功能来回答这个问题。例如,余晓东结合网络事件"帝吧出征",分析表情包在网络交流与表达中的作用与功能,提出表情包具有视觉表征、视觉修辞、消遣愉悦,调节交流氛围等功能。[①]张雪将网络表情符号的功能概括为五点:一是方便快捷,一个网络表情就包含了丰富的信息,免去了不少赘述;二是形象直观,网络表情相较文字更觉形象、直观;三是调节氛围,网络表情的使用使聊天过程增添几分趣味;四是含蓄表达,网络表情不仅可以直观地表情达意,还能含蓄地表示不愿直接表达的意思;五是

收稿日期:2017-8-24

基金项目:本文为国家社会科学基金重大项目"当今中国文化现状与发展的符号学研究"(13&ZD123)系列成果之一。

作者简介:饶广祥,男,四川大学文学与新闻学院广告与符号学副教授,符号学-传媒学研究所副研究员,研究方向:商品与广告符号学;

魏清露,女,四川大学符号学-传媒学研究所成员,研究方向:传播符号学。

① 余晓东,黄亚音《从"帝吧出征"看表情包在网络交流中的功能》,《新媒体研究》2016 年第 9 期。

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

辅助文字，网络表情的使用是对文字的图解、补充、强调，起到很好的辅助作用。[①] 杉山里美（Satomi Sugiyama）认为日本青少年使用 Emoji 的主要原因是管理网络交流气氛与建构自身的审美形象。这三位学者都指出了网络表情符号的视觉修辞、形象直观等基本功能，但这些功能并不是网络表情符号的独特之处，而几位学者指出的调解氛围、增加气氛等特征确实是网络表情的重要功能，但并未具体论证如何调解氛围，增强气氛。最为关键的是，单纯从功能角度，很难深入回答网络表情符号这样一个网络时代涌现的独特文化现象。杉山里美指出了网络表情符号使用的是“建构自身的审美形象”，但具体是何种审美形象，至关重要。任何使用中的符号都是一个“全文本”，是传受双方在具体交流场景中综合性选择的结果，既体现了符号自身属性和功能，也展现了自我认知，更体现了整个大的文化演变动向。只有整合综合分析网络表情符号，才能更好地把握其涌现的深层动因。

与面对面交流不同，网络传播是一种交流双方不直接见面的“拟人际传播”。拟人际传播首先体现在单媒介性。网络表情符号出现之前，网络交流主要使用语言文字或语音等单媒介展开沟通。唐英指出了单媒介沟通的局限“目前在网络人际传播中，由于网络技术的限制与本身的特点，原本在直接性人际传播中的非语言信息如情感信息、双方私人身份信息等大多仍难以媒介化而未被传播。而这也正是网络人际传播在意义传达层面较之于直接性人际传播的一个明显差异。”[②]这里所说的非语言信息是指人们运用表情、姿态、手势、目光、服饰等非言语符号传递信息。

面对面交流时，非言语符号与言语符号相辅相成，共同传递信息。据统计，语言在信息表达中的作用仅占 35%，其余 65% 信息都需要通过非语言的方式表达[③]。当语言还未形成之前，人们就通过身体形象、表情、体态、眼神甚至传播者社会距离乃至人际交流发生的时间等非言语符号传递丰富的信息。人类的交流与沟通往往是极富情感性的，仅依靠文字符号远距离传递信息，情感表意被削弱了，难以获得面对面等近距离交际的效果。

拟人际传播还体现在交流双方对彼此背景信息缺乏了解。身份与角色关系是展开有效交流的前提。对彼此角色理解不准确，容易出现误解与隔阂。现实交流时，出现用词不当，多是因为对双方角色和身份关系理解不当，比如错误地理解了彼此关系距离，开了只有关系非常近的人之间才适合的玩笑，或错误理解了辈分，未能对辈分比自己高的人使用敬语等。

网络交流具有开放性、偶然性、匿名性等特点，这就决定了网络交流不会像现实中的人际交流一样确定可控，尤其是当交流发生在陌生人之间时，这种现象更加明显。彭兰强调了这点“网络中的人际传播，由于交流对象的广泛性与偶然性及自身的匿名性，使得网络交流具有很强的不确定性。”[④]

张放在讨论网络印象形成时提出了“类网络人际传播”。[⑤]他认为，类网络人际传播是指“互动者中至少一方是非真实个体而是拟人化虚拟个体的网络人际传播”。这种类人际传播是拟人际传播的典型案例，人们甚至很难确定对方是否是真实的个体，加之网络交流双方经常节奏不一致，可能同时进行几个话题的交流，让交流变得更加不确定和不可控。

人们在交流中会努力控制他人对自己的认知，塑造良好印象。网络交流的单媒介性，交流双方的信息不明，信息表露的限制，导致交流双方无法像面对面交流那样根据情绪、语气、表情的变化做出相应反应，导致交流的情境稀薄，交流难以流畅高效推进，经常出现尴尬情境。

---

① 张雪《从视觉文化看手机聊天软件中网络表情的使用》，《新闻研究导刊》2015 年第 4 期。
② 唐英《非语言传播缺失下的网络人际传播》，《当代传播》2009 年第 3 期。
③ 常昌富《大众传播学：影响研究范式》，北京：中国社会科学出版社，2000 年，第 413 页。
④ 彭兰《网络中的人际传播》，《国际新闻界》2001 年第 3 期。
⑤ 张放《网络人际传播中不同类型交际线索对印象形成影响的实验研究》，《新闻与传播研究》2014 年第 1 期。

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

二、场景示现与构建交流场

媒介发展从根本上说有两个指向，一是克服时空限制，二是维持面对面沟通的效果。文字、印刷、广播、电视、网络等技术逐步克服了人际交流需要在同一时空的限制，让不同时空的人能随时随地分享信息。上文已经提到，面对面沟通才是信息充盈的沟通，媒介技术与表述中介在克服时空局限时，还努力将跨时空的交流还原到面对面沟通状态。

互联网、尤其是移动互联网实现了随时随地传递信息，也能发送多媒介符号，这是网络表情符号产生的技术基础，但同时网络沟通具有单媒介性和交流场景缺场等特点。为了弥补由此造成的信息不充分、情绪难传播的问题，人们大量采用网络表情符号，以迅速构建“交流场”，增强交流的在场感与体验感。

交流场是指人际互动的环境，是交流互动形成的氛围和情感关联。布尔迪厄认为，人的每一个行动均被行动所发生的场域所影响，而场域并非单指物理环境，也包括他人的行为以及与此相连的许多因素。①在人际交流过程中，双方对彼此身份关系和情感距离的判断，是交流的前提，而身份和情感关系的构建依托于整个交流的语境和过程。

建立交流场，首先是通过场景示现的手段来实现。美国传播学者汉诺·哈特把媒介分为示现媒介、再现媒介和机器媒介。② 示现的媒介系统，是人们面对面传递信息的媒介，主要指人类的口语，也包括表情、动作、眼神等非语言符号，它们是由人体的感官或器官本身来执行功能的媒体系统。

网络表情创造交流场的最重要方式是运用面部表情和身体等示现媒介。凭借其对于面部表情与神态的生动再现，使得情绪表达更加直观，有效拉近心理距离，缓解尴尬，使交流轻松且富有情感。王小英提出了类似的观点：“表情符号主要模仿人的面部、肢体表情……弥补非面对面交流中人的肢体语言的缺失。”③ 大量网络表情符号是对脸部表情的再现，弥补了无法感知对方表情和情绪的缺陷。“表情符号”（emoticon）这个词本就是模拟表情的符号。例如，喜、怒、哀、乐这四种常见情绪，被表达成图 1 的表情符号，咧大嘴巴表示“喜”，鼻孔喷火表示“怒”，泪流成片表示“哀”，露出满口牙齿则表示“乐”。

图 1　“喜怒哀乐”表情符号

网络表情符号对身体语言的再现，制造了面对面沟通的现场感。这种沟通的效果是显而易见的：首先克服了文字沟通的困境，大多数情绪是为语言沟通所携带的，并不会直接被表达出来。“因为感性化的图像现对于理性化的文字显然更能吻合大众的接受水平，而且技术化的图像也能够超越语言文字的局限，更具有生命力。”④ 现实沟通中，遇到让人抓狂的事情时，焦急、愤怒、无奈的表情比直接说“我很抓狂”“我很崩溃”更直观有力，而 QQ 表情中“抓狂”的表情符号就是对现实表情的模

① 〔法〕皮埃乐·布尔迪厄《关于电视》，许均译，沈阳：辽宁教育出版社，2000 年，第 82 页。
② 郭庆光《传播学教程》，北京：中国人民大学出版社，1999 年，第 36 页。
③ 王小英《网络媒介、输入法与文化表征——文字符号学视野下的网络语言透视》，《广西师范学院学报》2015 年第 1 期。
④ 杨向荣《从语言学转向到图像转向》，《符号与传媒》2016 秋季号。

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

仿与放大：眉毛直竖、咬牙切齿、捶胸顿足，接收者看到后立马能感知到这种情感状态。

对于网络交流而言，网络表情符号的出现与使用，制造了一种“身体在场”的幻象与观感，使网络交流现场感增强，对于平衡交流节奏有积极意义。如在网络交流场景中，对方叙述了一段难过的经历，需要表达安慰时，一个动态“拥抱”表情符号，比用文字表达“给你一个拥抱”更加直观和形象。同样，“比心”表情符号代表感谢，效果往往好于“谢谢”二字。表情的形象化与动态性，能够让对方感受到一个具象的“身体”正在通过肢体动作来施以安慰，接收到的情绪信息更加丰富完整，这非单一的语言文字可比。通过这些具象可见的形式传递各种可识别的带有情绪性的表情符号，使一些不便或不愿点明的意义传达出来，从而缓解交流情境中的尴尬场面。

图 2 嫌弃表情

网络表情符号众多，大多以表达各种情绪为主题，形成系列表达，基本上覆盖了现实沟通中的各种表情和身体状态，根本上改变了文字媒介产生以来的过于抽象、交流情境状态缺场的状态。

但网络沟通并非面对面沟通，表情、身体姿态等非语言符号的传递存在局限。为了克服这种局限，网络表情符号衍生出另外一种“情感满溢”的表意特征。网络交流以图像文字为中介，影响了情感传达。尽管网络表情符号大多是对脸部表情或者身体语言的再现，但这种再现的表达要克服网络媒介本身传递信息的局限，必须让表情所表达的情绪更加丰满和突出，在具体操作时主要是通过夸张等手法来实现的。这种将所要表达的情感夸大化呈现，本文称之为网络表情符号的“情感满溢”。例如图 2 这个表情符号中的小男孩是明星沙溢之子，他在亲子综艺节目《爸爸去哪儿》中因可爱耿直的个性、搞笑夸张的表情受到众多观众的喜爱。图中小男孩“斜看”的夸张表情，充分表达了“嫌弃”这个情绪，被广泛使用。当前网络表情符号很大部分是抓取夸张的典型瞬间、配合文字制作而成。

拟人化出现的卡通形象、多动态表情符号进一步强化了感情的表达。手舞足蹈的开心、手掌扶额的无奈、挑眉斜眼的挑衅等，每一种情绪都通过具体的动作直接展现在交流空间中，使屏幕另一方的交流对象真切感受到对方情绪的产生与变化。因此，有观点认为“Emoji 给我们发送的消息增添了人性”。①

情感满溢让网络交流更具张力。面对面交流中难以表达的情感，可以借助网络表情符号表达，现实中的情绪也会通过符号变得更加丰富复杂。例如“微笑”表情在使用过程中，意义不断叠加，既可以表达微笑原有的欢乐愉悦的含义；也有表示平静、空白无感情的含义，类似于“好吧”的意思；还可以表达与微笑相反的“无奈、不开心”之义，网友们将这一表情称为“谜之微笑”，也说明了此表情符号意义之复杂。对话中，微笑的含义就可以有多种解释（图中马赛克部分为某明星姓名）：图 3 的对话中，开启对话一方（A）表达了自己对某明星的喜爱，期待得到另一方（B）的认同与响应，但 B 直截了当地表达了相反的意见，让 A 显得尴尬意外，于是回复了一个微笑的表情。

这个微笑表情至少有两种含义：不想冷场与不认同。不想冷场是指，正如现实中面对面的交流需要“你好”“再见”这种基本用语来表示对话开始与结束，网络交流也需要明确的开始与结束的符号，没有这种符号或不回复就会造成冷场与尴尬。B 的想法明显与 A 不同，所以没有关于这个话题继续深入交流的动力，故发送一个表情当作对话的结束，让对话交流不至于无理中断；而不认同，是 A 表达自己不满的途径，对于这样一个无关乎原则的日常话题，直截了当地表示自己的不满显得小题大

① 微信公众号 KnowYourself《你正在参与的语言革命 | Emoji：再建巴别塔》，2015 年 11 月。

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

做，但这种情景又确实需要一种表达情绪的途径，这时一个含蓄的“微笑”就很好地传递了这种微妙的意义，是“欲说还休”的绝妙体现。面对面交流时，做出“比心”（也有人使用“笔芯”）、“红唇亲吻”的动作或表情，让人觉得出格尴尬，但在网络交流时，刚好就是此类“情感满溢”的表达，可以比较直接充分表达情感，保证沟通的高效流畅。

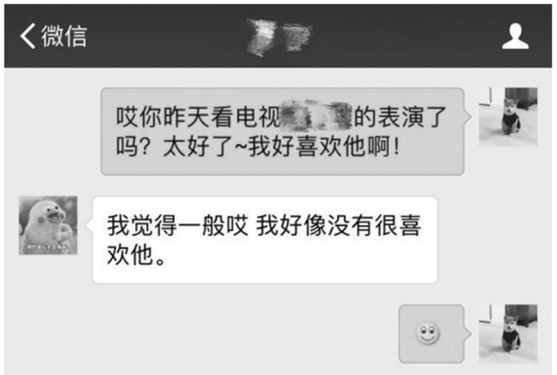

图 3　微笑表情符号的使用

人类交流方式，从最初以身体为媒介的肢体动作交流，逐渐演变为以语言文字等抽象符号为中介的间接交流，而网络表情符号“这个新的交流符号正在逆向释放出被封闭在文字字符内的身体动作与声音、似乎试图溯回原始的身体在场交流方式”。[①]网络表情符号由最初的线性标记向动态形象的演进，内在逻辑都是为了建立交流场。

三、反讽表意与构建“趣我”形象

网络符号表情构建交流场，不仅仅是对现实交流场景的再现与模拟，更为重要的是创新性地运用了反讽的表意技巧，创造了新的交流趣味，最终构建出更为鲜明的自我形象。

构建良好的自我形象是人际交流的重要动力，影响着整个交流过程。欧文·戈夫曼的“拟剧理论”（Dramaturgy）、查尔斯·霍顿·库利的“镜中我”（looking－glass self）都强调，个人自我影响受他人评价的影响，交流者会有意无意地选择利于自我形象的相关符号进行展现。

网络时代，人际印象早已从现实的面对面接触延伸到网络空间内，一个人在网络中的语言、行为、消费的各种符号，都是塑造个人形象至关重要的线索。张放在研究网络人际传播中印象形成时，通过控制实验的方法证明“网络人际传播条件下的鲜明度平均水平高于面对面传播”“网络人际传播条件下印象好感度的平均水平要高于面对面传播。”[②] 这也表明，网络传播不仅是构建个人形象的重要途径，而且具有和面对面沟通不一样的机制。

与一般的符号类型相比，网络表情具有反讽风格等表意特征。反讽是修辞学经常讨论的问题之一，学者们对于这一概念作出了各个角度的界定。弗莱对此的定义是“当读者摸不清什么是作者的态度，或对自己应采取什么态度心中无数时，这便是反讽，其中很少含有敌意成分……讽刺是激烈的反讽。”[③] 反讽的目的是为了隐藏说话者的真实意图，通过相反意义距离带来表意张力。赵毅衡认为，反讽的形式机制，是一个符号文本不表达表面的意义，实际上表达正好相反的意思。这样的文本就有两层意思：字面义与实际义、表达面与意图面、外延义与内涵义。[④] 简单地说，反讽可以理解为“口是心非”，即表达出的意义并非字面意思，而恰好是与之相反的意义。这样的表达方式与直接表达相比，更加耐人寻味，也使交流产生一种期待被理解的默契。

网络表情符号中，反讽类的含义并不少见。上文提到的被《牛津词典》评委年度热词的“笑哭了”（见图 4）是典型反讽式表情符号。它并非我们理解中或是符号本身表现出的快乐激动、喜极而

① 梁国伟、王芳《蕴藏在网络动漫表情符号中的人类诗性思维》，《新闻界》2009 年第 5 期。
② 张放《网络人际传播中印象形成效果的实验研究》，《国际新闻界》2011 年第 2 期。
③ 加 诺思罗普·弗莱《批评的解剖》，陈慧、袁宪军、吴伟仁译，天津：百花文艺出版社，2006 年，第 59 页。
④ 赵毅衡《反讽：表意形式的演化与新生》，《文艺研究》2011 年第 1 期。

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

泣，反而带有一种心酸自嘲的意味，通常是在陈述一些负面情况时使用，表达一种不快、自嘲、期待被理解安慰的复杂情感，与其表现出的喜极而泣意义完全相反。笑哭、哭笑不得、无言以对、自嘲、无奈、尴尬……在网友或者表情使用者们看来，这个表情可以代表非常丰富的含义。

图 4 “笑哭了”表情符号

例如图 5 中的聊天，就是体现“笑哭了”这一表情含义的例子。一方说自己不小心摔了一跤后紧跟“笑哭了”表情，此处的意义是“哭”而非“笑”，是对自己摔跤的自嘲与无奈，略带尴尬的意味。交流的另一方回复了一枚“笑哭了”的表情，之后再问对方为什么不小心一点。这里的“笑哭了”所表达的意思有非“哭”也非“笑”，是认为对方不够小心而“哭笑不得”的含义。不管哪种含义，与“喜极而泣”表明的含义均相去甚远。这是反讽的一种典型体现，极大增加了符号意义的层次。

图 5 聊天场景中的“笑哭了”表情

反讽表意让表情符号变得更加有趣，有助于使用者构建“有趣”“幽默”的个人形象，这是网络表情符号涌现的深层原因，本文将这种自我形成的构建成为“趣我”（funny self）。如图 6 中表情符号中的卡通女孩，自我表明是“小公举”，也就是“小公主”。用“小公举”，但表达的意义是“小公主”，这本身就是反讽表意。应用此表情时，发送者并非真的表示自己是身份尊贵的公主，需要别人俯首称臣，而是在向对方传达一种轻松活泼的信号，想给对方留下一种调侃而有趣的印象，尤其是年纪不“小”的女性使用这个表情符号时，这种反讽所创造的趣味更加强烈。

“屌丝”这个词也是典型体现，本意指代社会地位不高、经济情况不佳的人，此词本来不雅，难登大堂。但当前不少网络用户喜欢使用此词称呼自己，充满了自我调侃的意味。和“小公举”接近，自称是“屌丝”者往往并非真认为自己是“屌丝”，而是借助反讽，塑造一种鲜明的“趣我”形象，使网络沟通形象感更加突出，对网络人际印象管理具有积极作用。

图 6 小公主表情

若我们看看网络斗图，就会发现，这种纯粹的符号游戏最重要的特征是“好玩有趣”。斗图是一种跳过对象的游戏行为，本身存在乐趣，但这种将信息传递形式转化为斗图的方式，本身就是一个反讽的过程，这个过程有种“漫不经心”的趣味性，最终投射到斗图者“趣我”（funny self）的形象。

让交流显得更有乐趣，让自我的形象更加“有趣”，构建“趣我”的形象，是网络表情符号流行的深层原因，是交流场构建的深层逻辑。网络表情符号的大量使用，将原本以“指称性”为主的表意模式，转换为以“诗性”和“接触性”为主的表意模式，而情绪性的渲染，极大感染着交流对象，从而塑造出形象鲜明的自我。

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

网络表情符号的趣味性来源众多，比如多义性，微笑的表情让对方捉摸不透，表意显得曲折，又如网络表情符号的夸张性，夸张的表情本身就显得有趣。但在众多因素中，最核心的还是网络表情符号的反讽特征。从修辞距离角度说，反讽的“所言非所是”，吸引交流者参与交流中，在矫正解读中，形成了“对方原来不是这样，是那样”的形象衍义。比如上文提到的“比心”，网友喜欢用“笔芯”这个词来表达，“笔芯”非用于书写的笔芯，而是“比划出心的形状”之“比心”，这种能指游戏，兴于“个性”，最终想达到的是“趣我”形象。

“趣我”的自我形象追求，是大多网络行为的底层逻辑。微信朋友圈也经常呈现这种现象。微信朋友圈每隔一段时间，就会有一个热门的话题。比如 2017 年圣诞节时，朋友群流行“戴圣诞帽”的行动。不少微信使用者在朋友圈发布“请给一顶圣诞帽@微信官方”，请求微信官方给自己的微信头像戴一顶圣诞帽。这个活动本身就是为了好玩。尤其是后来不少人知道这个请求是骗人的把戏，微信官方并不会给自己圣诞帽，但仍然发出这条微信，有意欺骗朋友上当时，追求趣味性意味更加明朗。而不少朋友总会想出与众不同的动态来强调自己更有趣，比如发出“请把他们的帽子全部换成绿色，谢谢。@微信官方”，有微信用户的头像是三匹马拉马车，便写出“请给我三顶圣诞帽。@微信官方”。这种娱乐行为，容易给人带来“这个人好有趣”的印象。而在网络沟通与交流中，反讽的重要体现方式就是表情符号，通过一些诙谐戏谑的图文表情传达意图，增加戏剧性，构建一个独特有趣的网络个人形象。

网络表情符号是当前网络文化的典型表现。网络文化很大程度上说是一种反讽文化，无论是贴吧中的吐槽，评论中的戏谑，回复转发中的调侃，微博中的段子手，亦或是芙蓉姐姐、凤姐乃至叶良辰这类草根名人的成名过程，都是网络反讽文化的重要体现形式，亦是当代网络语境中最值得关注的现象。网络参与者通过与真实意图完全相反的吐槽调侃，在网络语境中表达观点，进行交流沟通。

在网络这个悬浮虚拟的媒介中，与一个不确定的模糊个体对象交流，极容易陷入平淡无趣甚至尴尬不畅之境地。网络表情符号让使用者获得一个带有鲜明个人印记的“趣我”形象，从而在虚拟的网络世界中构建更理想的自我。

四、模式化表意与文化浅平化

网络表情符号作为网络交流的辅助工具，调节了交流氛围，构建出“趣我”形象，极大提高了网络沟通的效率。但过度的使用，将导致意想不到的后果。随着网络表情符号的发展，网友自制的表情符号占比越来越高。只要有合适的图片，配上文字，辅助动画技术，就可以成为动态网络表情符号。网络表情符号已经成为当今文化的重要表征。

任何一个表情符号，若想被大量使用，必须能够代表典型场景的典型语言与沟通方式。例如常见“这个发红包的好帅”“长的好看的人都喜欢发红包”“谢谢老板红包”等表情包将接收红包之后的对白统一化，模式化。网络表情为了让更多人使用，还必须简单直白，这意味着，在表达意义的深度方面有所欠缺。

网络表情符号的大量使用，从根本上改变了网络沟通的模式。根据雅各布森提出“符指过程六因素分析法”①，网络表情符号的大量使用，将原本以“指称性”为主的表意模式，转换为以“诗性”和“接触性”为主的表意模式。表意多是以“指称性”为对象的交流，即所使用的符号偏向于对象，意在清晰表达所要表达的对象，重在形成有效的沟通。教师上课、法庭辩论、商业谈判都属于这类沟

① 赵毅衡《符号学原理与推演》，南京：南京大学出版社，2011 年，第 177 页。

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

通模式。网络交流、邮件、短信、电话等沟通，大多是“指称性”的表意，一是因为这些沟通都需要支付中介成本，如打电话需要付电话费。在媒介稀缺的时代，中介费用还不低，因此发电报时往往“惜字如金”。另外一个原因是，相对于面对面沟通而言，网络、邮件、短信等大多以“语言文字”为主要的表情达意的方式，而不太擅长表达特定情境下微妙的情绪与感情。

互联网的发展大幅度降低了中介成本，全面提高了多媒介表意的能力，而移动互联网的到来，使成本降低的同时，也提高了沟通的便捷性，随时随地沟通成为可能。在此背景下，过去以“指称性”为主的沟通模式发生了转变，网络变成了宣泄情绪、打发时间、闲聊娱乐的场所，“诗性”和“接触性”成为主要的构建模式。赵毅衡、陆正兰犀利地指出了这种“诗性压倒指称性”的超接触时代的到来。①

在“接触性”为主的沟通中，表情符号使用者在收集、选择、发送网络表情符号中获得了短暂快感。适当使用表情符号有利于构建交流场，但面对面交流，交流场是自携的，是高效沟通的基础，而交流场构建本身并不是交流的目标，网络表情除了构建交流场之外，无法进行更深度的表达。若说拼音输入法降低了人们书写字形的能力，那网络表情符号的过度使用，则更容易让人陷入“简单思考、肤浅娱乐”的“幼稚化”沟通状态，从而导致思考能力逐步退化，最终让网络交流和文化呈现“浅平化”的特征。

网络表情符号既推动了整个文化的“浅平化”转向，同时也是文化“浅平化”转向的表现之一。当前新兴流行的文化体裁，大都呈现出这种特征。比如微信公众号的文章，不乏标题夸大，行文简单，语句夸张而短促，分析空洞无物，乱用粗词之现象。而网络评论（如弹幕）多有只顾发泄，缺乏节制而理性思考之弊端。心灵鸡汤文广泛流行，和网络表情符号有本质的相似之处：都诉诸于人最基本的情感，风格简单直接，叙述模式单一，提出惊悚的问题，缺乏论证，就给出结论。阅读者不需要思考，看了开头就知道它的结论是什么，缺乏应该的表达和思考张力。②

“符号泛滥使我们失去寻找意义的能力和愿望”，③ 网络表情符号的过度使用，为沟通而沟通的重媒介轻内容的“接触”为主导的沟通模式广泛流行，最终将深度意义的流失与消弭，让网络交流显得贫乏和肤浅，让人格“幼稚化”，加大了社会文化的“浅平化”。

（责任编辑：林春香）

（上接第 160 页）

“探索数字艺术的目的不是证实‘现有’而是要促进‘尚无’的形成，此‘尚无’是未来的根基，这根基就存在于现在。”④ 认知思潮驱动着现代科技以及哲学理论的不断前行，依据信息加工认知原理建立起来的数字媒介技术正在极大程度地改变着艺术样态，打破了原有的艺术边界，使艺术表达更具有跨媒融合特征。审美过程不再局限于单线的先创作、后传播的传统欣赏方式，而更多表现为同时、同场的“具身性”审美认知体验。因此美学视域下的审美认知研究，为科学性的新媒体艺术审美研究提供了新的学术视野与扩展方向。

（责任编辑：林春香）

① 赵毅衡，陆正兰《“超接触性”时代到来：文本主导更替与文化变迁》，《文艺研究》2017 年第 5 期。

② 安然《“大众如果觉得鸡汤有滋味，总比什么营养都没有好”——专访文化学者赵毅衡》，《中国新闻周刊》总第 781 期，2016 年 11 月 17 日。

③ 赵毅衡《异化符号消费：当代文化的符号泛滥危机》，《社会科学战线》2012 年第 10 期。

④ 〔新西兰〕肖恩·库比特著《数字美学》，赵玉书、王玉括译，北京：商务印书馆，2007 年，第 5 页。

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

cleared the learning purpose is to communicate. We must awaken the awareness of the communicative subjects and according to the communicative intention of illocutionary act, to understand the situational context and cultural context of parole finally, which highlight the unity of purpose and regularity of parole learning.

On the "Sub-aesthetic Nature" of the New Media Art in Cognitive Aesthetics

TENG Rui, LI Zhi-hong

Abstract: As the information carrier of artistic content, the new media art is influenced both by the technological change and the mode of aesthetic experience. It embodies the intellectualized connection of artistic connotation and media technology and transforms the traditional cognition and experience of aesthetic style. Studies of aesthetics are not the philosophical thinking of the 'detached nature', 'static property' and 'introspection' any more but to a great extent, present a cognitive characteristic of 'embodiment' which integrates multiple sensory experience and meanwhile emphasize on the process of individuals' direct participation and aesthetic cognition. Through the aesthetic participation of individual 'embodiment', the integration of aesthetic and non-aesthetic factors in the aesthetic experience will be stressed and so is the supplementary role of the physiological pleasure in the aesthetic experience. With the aesthetic consciousness of cognitive aesthetics as the foundation, the modularity of aesthetic forms will expand the perspective and means of the aesthetic research of the new media art. The interpretation of the 'sub-aesthetic nature' of the new media art and the analysis of the media characteristics of art and the scientific nature of 'embodiment' of aesthetic cognition will be helpful for understanding the sensory change and the intellectualized change of the new media art and also be helpful for solving theoretical problems in specific art practice.

"Interesting Me" and Superficiality: The Spread and Reflections of Web Emoticons

RAO Gugang-xiang, WEI Qing-lu

Abstract: Emoticon is a salient cultural phenomenon of the present society, whose emergence is the result of the interactions among the development of media, the self-cognition of the users and transitions of culture. This paper attempts to analyze, from three perspectives, the motivations and cultural mechanism behind the emergence of emoticon. Internet communications are a type of para-interpersonal communication, which feature the single-medium and the absence of context of communication. These features are liable to the consequences of awkwardness and misunderstanding in communications, which becomes the immediate reasons for the use of emoticon. Through the bodily representation and the emotional saturation, emoticon constructs the field of communication and promotes the efficiency of it. But there is another underlying reason for the popularization of emoticon: the ironic feature of emoticon enables the users of it to bring fun to communications and, thus, construct the fresh image of a "funny self" in the process of communication. However, the potential homogeneity and possible overuse of emoticon leads to the shallowness and meagerness of meanings in internet communications, which causes the infantilization of personality and, furthermore, the shallowness and flatness of contemporary culture.

?1994-2018 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net