

社交媒体表情符号解析

——基于罗兰·巴尔特符号学视域

王春明

(遵义师范学院 贵州 563000)

【摘要】 社交媒体表情符号经历了34年的发展和演变,从最初简单的字符组合变为静态的表情图标,再演变成动态图像完形,符号形态的发展与改变只是表象,更多的是其内涵和功能的深化与拓展,表情符号不再只是情绪情感的载体和传播信息的工具,在当下“视觉文化”和“读图时代”的社会环境中,它成为一种传播文化的渠道。本文运用罗兰·巴尔特符号学理论对社交媒体表情符号进行解析,分析潜藏于图像完形下的文化传播机制的运作方式,探寻具有代表性的表情符号在获取经济效益的基础上如何推动传统文化的传播、制造社会幻象、构建现代神话,为我国文化输出提出有实际参考价值的意见和建议。

【关键词】 表情符号;符号学;文化传播;神话

记述和获取信息方式的改变必然会引起信息载体的变化,社交媒体尤其是即时通讯系统将信息传播交流的即时、便利、共享推到前所未有的高度,那么媒介使用的符号也应符合时代的需求,符号化、模式化、象征化的表情符号便应运而生。经过34年的发展,表情符号已从网上的一种次文化成为了社交媒体的标配,被用户广泛接受和使用。表情符号是对人面部表情和肢体语言的模仿,以视觉完形的形式呈现,以某种情感情绪性语义为主要指向。此时符号的视觉完形扮演了视觉语言的角色,在虚拟空间中发挥着类似传统人际交流中面部表情、肢体表情的作用,在对五官、肢体动作展示过程中传达某类情感或信息。表情符号可以把虚拟空间中很多难以用语言、文字和其他符号传递、诠释的信息转化为视觉形式呈现,既受到社会和用户的青睐,又拥有全人类共通的意义空间,以图形图像为依托的“视觉文化”和“读图时代”席卷而来。

1982年9月19日,美国斯科特·法尔曼教授在电子公告板上第一次输入了这样一串ASCII字符:“:-)”,意为“笑脸”,人类历史上第一个电脑表情符号就此诞生。当字符表情传入日本后,日本使用者结合自身文化和表达习惯,在法尔曼的基础上发展出带有日本传统文化的“颜文字”,赋予表情符号民族文化内涵。表情符号在其他国家和地区也引起了人们的关注,用户纷纷结合自身文化特点开发出了自己的表情符号。随着即时通讯软件的发展和传播条件的进步,表情符号由最初的简单字符组合变成带有颜色和形象更加鲜明的表情头像图标。如今,表情符号已从静态、简单的平面图像演变成动态、立体的卡通图像,用户甚至可以自己上传或制作自定义表情。表情符号从对人类五官的模仿再现发展到对肢体运动过程的展示,它的情绪表达更加丰富、生动,表象背后的内涵和意义也更为复杂。

笔者认为“Line”(中文名“连我”)的表情符号比较有代表性,Line是韩国互联网集团NHN旗下的日本公司于2011年推出市场的即时通讯应用,虽与其他同类

型软件(例如我国的QQ、微信)相比,Line起步较晚,但是它凭借自带的特色表情贴图快速成长,并在竞争激烈的即时通讯市场占有一席之地。目前Line的用户已覆盖日韩、中国和其他亚洲国家,并开辟了南美、欧洲等海外市场,2013年Line为其母公司带来了3430亿日元(3.38亿美元)的收入,表情贴图占据了总收益的30%。Line趋势将用户青睐的贴图形象开发了一系列周边商品,包括贴图玩偶、表情游戏、动画制作等,创造二次收益。Line的表情贴图除了为其软件开辟市场、吸引受众、创造经济价值以外,更以一种文化方式存在,日本的动漫二次元文化和韩国的电视剧都曾对我国产生过很大的影响,在我国、亚洲乃至世界都曾掀起日韩流,成为日本、韩国的语言、服饰、食物等民族文化对外输出的重要方式。日本动漫善用“可爱”“萌”的手法对主角进行拟人化创造,这种方法被沿用到Line的表情贴图中,成为其优势和特色。表情贴图还结合日韩时下流行文化,用户在使用表情贴图的同时不知不觉地接受了符号所蕴含的文化因素的影响。

1894年索绪尔在他的教学讲稿——《普通语言学教程》中首先提出了“符号学”这一概念,并做了初始的理论准备,被视为结构主义符号学的发端。罗兰·巴尔特的符号学理论就源自于索绪尔语言符号学的基本构想,又是对索绪尔的基本理论的批判继承与发展,在明确了索绪尔的符号学基本概念的基础上,建立起的结构主义符号学。巴尔特将研究视野扩展到文学、文化领域,并把一切视觉文化现象都纳入人类特有的符号学系统中,为用处理语言的方式来处理视觉符号的研究建立了合法性。巴尔特用其符号学原理来透视大量社会文化现象,他对绘画、摄影、广告、建筑、服饰文化等领域的符号阐释影响至今,他将自己的符号学基本理论视作方法论运用于分析研究其他领域学科的符号现象中,同时他对图像的符号学分析也借助了语言模式,对解读视觉图像意义提供了新的视角,做出了开创性的尝试。

巴尔特在《符号学原理》一书中提出自己符号学理论

的四对基本范畴,即语言与言语、能指与所指、组合与系统、外延与内涵。其中能指和所指这对构成符号的重要概念,既是其对索绪尔符号观发展,又有不同的见解,是区分二者符号学的关键。巴尔特认为“符号学符号与它的语言学原型一样,也是由能指与所指组成,但它在实体的层面上又与语言符号学有区别”^①。巴尔特将所有符号系统包括视觉图像纳入符号学研究范畴,并且将符号学研究的范围从语言学中剥离出来,关注符号内在意义的产生。巴尔特认为一切意指系统都包含一个表达层面(plan d'expression,用E表示)和一个内容层面(plan de contenu,用C表示),即能指与所指。意指行为相当于这两个层面之间的关系(用R表示)表达式为:ERC。这个第一系统就叫直接意指,要在它的基础上结合另一个所指延伸出第二个系统(又称含蓄意指),第一系统作为后一个系统的能指,表达式是:(ERC)R2C2,,前者变成后的一个简单要素,就形成了两个相互包含但又彼此脱离的意指系统,并且可以不断延伸成为多层意指系统。

表情符号作为视觉符号,必有其自身的符号结构和系统。例如2013年风靡亚洲的韩剧《来自星星的你》(以下简称《星你》)热播之时,Line把握时机推出剧中男女主角的真人版表情贴图,并与软件经典的动漫贴图形象相结合,用漫画的手法将剧中角色制作成为可爱、生动、有趣的表情贴图,打造带有影视剧特点和自身特色的表情贴图。Line将韩剧的热度延伸到表情符号的创造中,使表情符号拥有两个系统,将第一系统也就是电视剧系统的成功延续到了第二系统(表情符号系统)中,让贴图的使用成为一种流行文化,将用户对剧集和剧中角色的感情投射到表情符号之中,扩大了Line的用户基础,并使《星你》获得二次推广,对本土软件的市场拓展和韩剧的传播带来双赢的局面。

罗兰·巴尔特的符号学观里所说的“‘神话’是一种语言,是一种传递信息的方式”^②就像以前由神和史诗所做的工作一样,通过某种方式给社会灌输统一的价值观。既然“神话”是一种语言,那么传递这种语言的重要前提之一就是传受双方必须要有共通的意义空间。共通的意义空间有两层含义:一是对传播中所使用的语言、文字等符号含义有共通的理解;二是有大体一致或接近的生活经验和文化背景。^③语言、文字等符号都带有强烈的民族文化色彩,而表情和肢体动作是全人类普遍认可和通用的语言,在世界范围内搭建起共通的意义空间,为构建现代神话提供了前提和必要条件,延伸到虚拟世界的社交媒体中,表情符号成为了面部表情和肢体语言的替代表达方式,为神话言谈提供支援。

在当下这个数字化生存和读图时代,表情符号在全社会有共通的意义空间,虽然其在拟态环境中作业,但是它将在虚拟世界中的影响延续到了现实生活,因此,社交媒体的表情符号是构建神话绝佳的方式。韩国聊天应用Line大胆进行尝试,并获得了成功,它的表情贴图结合日本二次元文化和日韩流行文化进行开发创造,将日韩经典的卡

通形象和时下风靡的电视剧男女主角的形象相结合,日韩的影视作品作为表情符号第一系统所塑造的形象形成当代社会的审美趣味和民众追逐的目标,进而构成社会流行文化,在不同国家、民族之间建立通行的共通意义空间,制造流行幻象,构建现代神话。而此神话系统又作用于社交媒体当中,第一系统(电视系统)转入第二系统(表情符号系统)成为其能指的过程时,在保持第一系统能指不变的情况下,扭曲、改变第一系统的所指,那么同样的能指形式则负载了不同的所指意义,而这所指意义又与社会文化、知识、历史等方面密切联系,并通过表情符号传播得到集体的认同后就会形成一定的意识形态,第二系统也就是表情符号系统构建神话的过程就完成了。表情贴图的开发运用又反过来提升第一系统的传播,扩大日韩文化和其审美趣味的影响力,进一步强化、建构日韩神话。表情符号通常以直观、幽默的卡通形象或其他图像形式呈现,使用者往往会被其表象所麻痹而忽视了潜藏于表象后的传播机制,日韩流行文化就在交流过程中悄然传递,这种无意识、“自然化”的渗透会产生不可估量的传播效果,为社会文化输出开辟了一条新型且有效道路。Line表情贴图的成功显示出当今社交媒体的表情符号已经远远超出其信息传播功能的范围,还可以创造经济价值,更重要的是传播文化,为打造国家软实力提供可行的方法。在当今社会,文化传播的性质和水平,不仅在于其传播内容,更在于传播手段,硬性传播常常会造成反效果,而表情符号可以将意识文化自然化输出,潜移默化的传播方式不会引起用户的反感,还能将传播效果发挥到极致,用罗兰·巴尔特的符号学观分析,可以说表情符号正在构建现代“神话”。

日韩构建神话,传播民族流行文化的成功经验值得我国的社交媒体研究、借鉴,不仅是要学习他们的表情符号创作方式和营销模式,更应该关注它对文化传播和构建现代神话的运作机制。我国不缺乏优秀的传统和流行文化,缺的是文化输出的方式和策略。社交媒体表情符号既有构建现代神话的条件,又有构建现代神话的基础和实力,我国的社交媒体有庞大的用户基础和影响力,不妨从这个角度思考,例如可以将有代表性的电视剧人物、动漫人物尝试与表情符号相结合,并添加一定的文化元素,将这种“看得见的传播”优势发挥出来,将表情符号这种娱乐性的表达方式深化为文化传播的推动力,制造社会幻象、构建属于我们自己的现代神话。■

注释:

①[法]罗兰·巴尔特著;李幼蒸译.符号学历险[M].北京:中国人民大学出版社,2008.169

②[法]罗兰·巴尔特著;诠释许蕾蕾等译.神话—大众文化[M].上海:上海人民出版社,1999.175—187(有所改动)

③杨中举,戴俊潭.新编传播学教程[M].山东:山东人民出版社,2011.178

[作者简介:王春明;女;现就职于遵义师范学院人文与传媒学院,研究生,教师;研究方向:新闻与传播、新媒体方向。]