



“多元文化環境中的語言研究和中文教育”學術研討會 认知视角下中日表情包情感表现及交际功能异同初探 ——以微信及LINE表情包为研究对象

段静宜¹, 吴婷²

1.北京第二外国语学院日语学院; 2.北京外国语大学佛山研究生院

联系方式: jy_duan@163.com

摘要: 在中日两国, 微信和LINE分别作为极受欢迎的软件, 其表情包是网络表情符号的典型代表, 具有受众广、数量多、影响大的特征。本研究以中日即时通信软件微信、LINE中的480个表情包为主要研究对象, 从表情包的情感表现功能及社交功能出发, 对中日表情包进行分类及分析, 在考察表情包使用特征的基础上, 对两国的社会、文化背景的异同进行进一步的探究。
关键词: 网络表情包、认知视角、中日对比、跨文化交际

一、前言

除了使用语言文字符号进行交流外, 以年轻群体为代表的网络用户还使用颜文字、绘文字以及当下所流行的表情包等来进行交流。“颜文字→绘文字→表情包”的发展变化, 反映出视觉交流元素在网络交际环境中越来越发达这一现象。本文主要通过认知语言学的视角, 来研究中日表情包的情感表现及交际功能异同。

二、文献回顾

在互联网推广开来之后, 非语言沟通 (Nonverbal Communication) 的使用越来越普遍。日本御手洗 (2000:3) 指出近来语言以外的象征或者标志多以“符号”为代称, 这说明动作和表情等元素在作为一个整体系统被应用于交流活动之中。

1982年, 美国教授Scott Fahlman创造了第一个流行意义上的颜文字。1998年, 日本人栗田穰崇开发了用于移动手机的绘文字 (Emoji)。而随着智能手机的出现与普及, 基于互联网的交流活动中出现了一种新的交流形式, 即表情包 (Stamp)。

从颜文字到绘文字、表情包的发展, 是纯文字系统向图文混合系统 (blended writing system) 的发展, 具有“直接展示” (pictographic) 与“语言代替” (logographic) 的特征。

表1: 视觉沟通中的图像元素发展

	纯文字		绘文字		表情包		纯文字
	符号	震惊	静态	动态	静态	动态	
指示方式	文字描写	抽象符号	图像/动画				带扩展名的文字描写
指示对象	情绪情感		外形				情绪情感

主体感知、理解外界的认知过程, 与主体的身体性息息相关。人们根据自身的喜怒哀乐等基本的身体验, 来创造出“表情包”。这里的“表情”, 着眼于人喜怒哀乐之际夸张的面部变化, 这种变化也因此成为了人们表现情感的焦点所在。

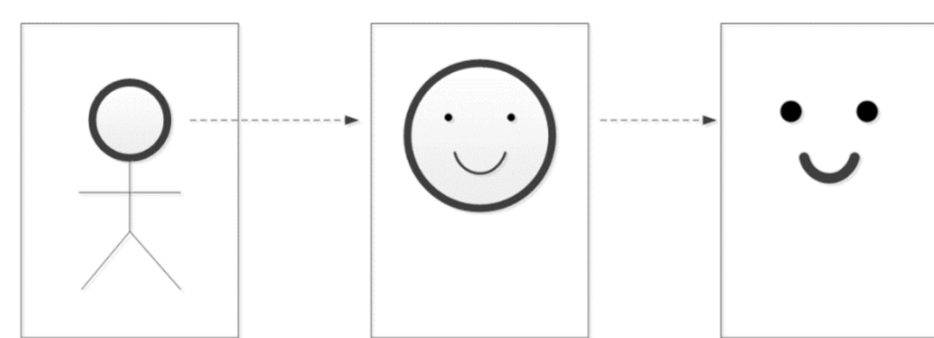


图1: 表情的焦点化

对于“表情符号”的指向与理解, Langacker (1993: 6) 提出了参照点理论。“表情符号”作为参照点, 最终指向的是对方的内心及情感世界。

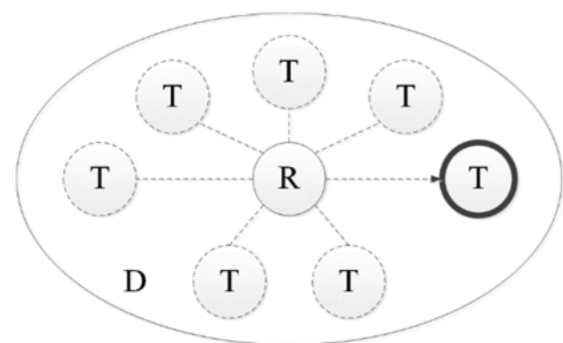


图2-1 参照点及目标 (山梨 2000:92)

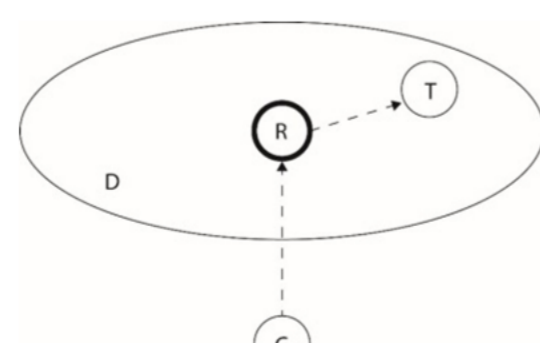


图2-2 参照点模型 (Langacker 1993: 6)

图2: 表情包与认知过程

三、研究方法

微信和LINE都属于即时通讯 (IM) 软件。微信由腾讯开发, 于2011年1月21日发布, 截至2020年3月, 微信及其海外版WECHAT的合并月活跃账户数11.65亿。LINE由NHN Japan推出, 在日本拥有约8200万月活跃用户。这两款IM软件, 都有着大量的用户和极高的使用率。笔者分别从这两款软件中收集到表情包10组240个, 共20组480个表情包。

四、结论

4.1 微信及Line表情包的分布情况

将收集到的表情包进行分类, Line表情包中有91个情感表现类表情包, 149个社交功能类表情包; 微信表情包中有99个情感分类表情包, 141个社交功能类表情包。两者的分布情况如下所示:

表2: 微信与Line表情包的社交功能分布情况

分类	LINE		微信	
	数量	重要类别 (数量)	数量	重要类别 (数量)
社交功能	27	吃 (4)	32	吃 (7)
	81	看 (4)	36	看 (5)
日常活动	81	问候 (60)	36	问候 (18)
	16	同意 (7)	15	同意 (12)
态度意见	7	加油 (5)	24	亲吻 (7)
	2	打 (1)	34	打 (34)
夸张表现	2	色 (1)	0	/
	16	戏剧台词 (11)	0	/
其他	16	戏剧台词 (11)	0	/
合计	149	/	141	/

4.2 微信及Line表情包的社交功能特征

4.2.1 表情包与原型理论

Line的“看”

从表2中可以看出, 在“日常生活”类的表情包中, “吃”和“看”是其中较为重要的类别。“民以食为天”, “吃饭”“肚子饿”等跟“吃”有关的表情包较多。另外, 跟“看”有关的表情包也较多。然而, 在中日两国的表情包中, “看”的表现形式却有所差异。日本表情包的“看”主要是“在墙壁等遮挡物后偷看”, 而汉语的“看”则主要是“围观”, 这说明两者的动作原型是不一致的。

4.2.2 表情包与框架理论

根据辻幸夫(2013), 框架知识是唤醒人们理解某种概念所必要的背景知识构造。由于日本是纵式社会, 所以Line表情包中有大量的表情包与“问候”有关。而中国是人情社会, 因此微信表情包中“亲吻”等表现友善的表情包较多。另外, 以“打”“小拳头”等夸张表现出现的表情包也较多, 这里的“打”除了可以表示愤怒之外, 还由于“打是亲, 骂是爱”的缘故, 也可以表示“关系密切”“撒娇”等含义。

参考文献:

马璐 (2015) 网络表情符号的文化意义 《科技传播》 5, pp.196-198.
 叶云 (2013) 网络表情符号的流变与延展空间, 上海师范大学硕士学位论文.
 余光武·秦云 (2011) 语言学视角下的网络表情符号初探 《中国社会科学院研究生院学报》 1, pp.130-135.
 赵家新 (2006) 现代汉语心理形容词语义网络研究, 南京师范大学博士学位论文.
 赵爽英·兜望 (2013) 表情·情绪·情节: 网络表情符号的发展与演变 《新闻界》 20, pp.29-33.
 Danesi, Marcel. (2017) *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. London: Bloomsbury Academic.
 Langacker, Ronald W. (1993) "Reference-Point Constructions" *Cognitive Linguistics* 4, pp.1-38.
 御手洗昭治 (2000) 『異文化にみる非言語コミュニケーション——Vサインは屈辱のサイン? ——』 東京: ゆまに書房.
 松村明 (編) (2006) 『大辞林 (第三版)』 東京: 三省堂.
 辻幸夫 (2013) 『新編認知言語学キーワード事典』 東京: 研究社.
 山梨正明 (2000) 『認知言語学原理』 東京: くろしお出版.