

# 社交媒体中表情符号的使用动机研究

裴春晓

安徽大学新闻传播学院，安徽 合肥 230000

**摘要：**随着社交媒体成为主流沟通场景，文本沟通的非语言信号缺失问题日益凸显，表情符号作为数字语境下的“非语言替代工具”，其使用频率与影响力持续攀升。本文系统梳理社交媒体用户使用表情符号的核心动机，剖析不同动机的表现形式与作用机制，并针对当前表情符号使用中存在的语义模糊、文化冲突等问题提出优化方向。研究结果可为社交媒体平台表情符号设计、用户沟通效率提升及数字沟通文化研究提供参考。

**关键词：**表情符号；使用动机；社交媒体；使用与满足；社交互动

## 1 引言

### 1.1 社交媒体的普及与“视觉化沟通”趋势

随着移动互联网技术的发展，微信、微博、Instagram、Twitter(X)等社交媒体已成为人们日常沟通的核心场景。截至2024年，全球社交媒体用户规模突破45亿，中国社交媒体用户规模超12亿，用户日均使用时长超2.5h。在文字沟通基础上，“视觉符号+文字”的复合沟通模式逐渐成为主流，以emoji为代表的表情符号作为轻量化、易理解的视觉符号，被广泛应用于评论、私信、朋友圈等场景，据Emojipedia与FEAT联合分析统计，全球日均发送emoji数量超100亿次，中国社交媒体用户emoji使用率达92.3%。

### 1.2 表情符号的功能延伸

表情符号最初是美国斯科特·法尔曼(Scott Fahlman)教授在卡耐基梅隆大学公告板上用来表达某些特定情感的、一种由特殊符号排列组合而成的图形。随后日本进一步发展了这种字符表情，产生了一种表达方式更灵活、由横排符号组成的“颜文字”。随着社交媒体的不断发展，表情符号逐渐由抽象符号发展为具象图形<sup>[2]</sup>。其突出表现是，出现了由程序自带的、更为直观简易的视觉表情符号，一般泛称为“emoji”。2007年，苹果公司将经典Emoji“小黄脸”表情加入到iOS系统的输入法中，Emoji随着iPhone的火爆而火遍全球。艾伯特·梅拉宾的研究指出，在传递喜好与态度时，非语言符号所承载的信息占比远超语言本身，这常被引申用以说明表情符号在弥补线上交流非语言线索缺失时的重要性。在中国本土语境中，使用频率最高的emoji主要集中在微信和QQ两大社交平台，微博和抖音平台也逐渐形成了固定的一套表情包体系。以此为基础，用户自创表情包，以及与网络热梗结合的表情包在互联网交流中被频繁使用。表情符号语言是一个通用的术语，涵盖了在表情符号使用的表情符号、贴纸、梗图、声音头像、动态表情等。如今，在日常的在线交流中穿插着各式各样的

表情符号，已经成为了在线交流的日常。一般认为表情符号被使用在对话的结尾处，扮演者辅助性角色，其意义高度依赖使用场景和交流的语境，传递的意义比表面上看起来丰富的多。表情符号不是“语言学的边缘分支”，而是理解当代沟通的“核心钥匙”。表情符号替我们表达、传递我们的感受，节省了我们的时间，还能帮助我们与交谈对象建立联系。在我们所处的这个多语言、多文化的繁忙时代，表情符号让沟通具有多样性，因为它们是个性化的，且来源于底层，表情符号倡导包容和平等的价值观。

在历史之中，符号在代际之间、文化之间的传承早有先例，表情符号的使用是这种传承的自然延伸。帮助我们跨越语言障碍和文化差异，以前所未有的效率和效果进行沟通。在线上与线下生活高度交融的当下，表情符号作为情感传递媒介，是现实沟通转为线上交流的代偿机制。

## 2 研究现状分析

早期研究聚焦表情符号的符号学属性，认为其是“数字时代的视觉语言”<sup>[4]</sup>；近年研究，如Liu et al等学者结合实证数据，提出表情符号的“情感调节”功能，即用户通过表情符号调整对话氛围。表情符号往往出现在文本片段的末尾，用以表达发送者的态度。它们在构建情感意义方面发挥着重要作用。表情符号能设定语气，但这并非其全部功能。表情符号的世界在不断发展演变，任何用于在线交流的图像资源都可能成为表情符号。因此，表情符号的数量、类型和功能正迅速增长。

当然，图像资源在我们的线上和线下交流中都会用到，但某一图像资源之所以能成为表情符号，是因为它们存在于我们智能手机屏幕上的交流中，有时也会出现在电脑屏幕上。表情符号与我们世界中的其他图像处于不同的“栖息地”。尽管表情符号常被视为书面文本的辅助或补充，学者Jieun Kiaer提出“表情符号语言”是一种“新语言”，这一观点强调我们的

交流已超越了以字母为基础的文本信息，正变得多模态且多语言化<sup>[1]</sup>。随着社交媒体的发展，表情符号已经成为人际交流中不可或缺的一部分，社交媒体迫使我们快速作出回应，回复的太慢往往伤害到接收者的感情，表情符号提供了一种快速、高效的沟通方式来表明我们已经收到信息，而无需过多的思考。在某种程度上，我们已经养成了使用表情符号的习惯，有时我们甚至会下意识地使用它们。

### 3 社交媒体中表情符号的核心使用动机分析

学者 Jieun Kiaer 建构了 3s 模式，有助于我们构建自己的个人语言模型，而这种个人语言模型能让我们在独特的交流语境中建构意义。

“Speed”是指实际的交流速度、整体信息的清晰度，社交媒体的交流要求迅速响应，在抖音平台，提供了“已读”展示功能，沉默并非中立或者毫无意义，“已读不回”在网络交流中被视为不礼貌的行为。社会发展至今，人类交流活动已历经“面对面共时性交谈—传统媒介支持下历时性交流—移动互联背景下即时交互”三个阶段<sup>[7]</sup>，社交媒体的发展，“文字+表情符号”已成为当下主流交流模式，“已读不回”的社交焦虑推动表情符号成为“低成本回应工具”。社交媒体迫使我们快速作出回应，回复的太慢往往伤害到接收者的感情，表情符号提供了一种快速、高效的沟通方式来表明我们已经收到信息，而无需过多的思考。加快我们的交流速度。

“Style”指的是我们个人使用的表情符号和非语言的技巧，我们表达自己的方式能够透露出很多关于我们自身的信息。在交流中，人们普遍会定制自己的交流方式，在面对面的交流之中，人们可能会注意到某个朋友在交谈时经常以一种独特的方式歪头，或者频繁使用某个特定的手势。在网络交流之中，我们可能会发现有些人倾向于使用某个特定的表情符号，在某一个阶段更倾向于用某一个表情包回复，而表情包的选择可能和当下比较流行的 IP、事件等相关。

“Solidarity”指的是我们在选择使用某些表情符号时，主要是为了与他人建立联系，并表达一种社群感和归属感。表情符号和其他非语言表达方式能帮助我们彼此建立联系、相互理解。在面对面交流中，肢体语言和语调通常能阐明我们的本意，但是脱离了这些，文字本身会显得比较模糊，而表情符号可以弥补这一差距，让我们能够更加有效的传递情感。在线上交流中，表情符号能够让原本可能显得生硬或冷漠的信息变得温和，传递出温暖、友好的意思。表情符号与友好紧密相连，完全不使用表情符号会被视为一种负面表现。为了建立团

结，人们几乎不得不使用表情符号，如果在交流中完全不使用表情符号，你可能会被边缘化。通过对同一种“语言”的共同理解来建立亲密。

#### 3.1 弥补文本沟通的先天缺陷

表情符号与文字不是对立关系，而是相伴共生的关系。在线上交流中，文本沟通的核心局限在于“语义模糊”与“语境缺失”，表情符号通过视觉符号补充信息，降低误解概率，具体可以表现为以下方面：

明确语义歧义，有效避免沟通偏差。随着智能手机的广泛普及，许多以往仅限于面对面交流的随意、非正式聊天如今都通过文字进行。然而文本本身具有多义性，加入表情符号可固定语义方向。例如在交流中回答“你可真行”搭配不同的表情符号，传递的意义也有所不同。

**你可真行😊——表示肯定**

**你可真行😎——表示讽刺**

**你可真行😅——表示无奈**

通过搭配不同表情符号，信息接收者能更准确理解发送者的意图，有助于信息更加直接的传递，有效减少交流歧义而引发的冲突。

补充语境信息，丰富在线沟通场景。人们在线上的交流高度依赖场景，文本难以传递“说话时的状态与场景”，使用表情符号可补充这一信息。各个社交媒体也在交互中加入动态具有交互性表情符号的设计，例如微信发送[烟花]表情时，在聊天界面会出现烟花绽放的场景，发送[庆祝]会出现动态的彩带，仔细观察，目前微信提供的表情在发送单个表情的时候，都会出现一定程度的动态，使表情符号更加生动形象。同样的还有抖音平台，在聊天页面中，提供了带有语音的表情发送页面，发送表情的同时会带有配音，同时还有自定义的“小火人”形象表情包，构建具有个性化的表情符号。在微博的点赞处，可以选择表不同的情符号来“回应”帖子。

#### 3.2 强化情感传递的浓度与精度

文本传递情感的效率较低，且难以精准区分“情感强度”与“抽象情绪”，表情符号通过视觉符号的“具象化”与“层级化”解决这一问题。同一情绪可通过不同表情符号区分强度，满足用户精准传递情绪的需求。通过表情符号的差异，让接收者准确感知情绪浓度。以 IOS 系统为例，输入“开心”，选择“表情”

一栏会提供很多个可以表达开心的表情，选择使用不同的表情可以表达不同的情感浓度，总体来说体现的是情绪的不断递进。搭配上不同的文字，传递的意义也不尽相同。

### 3.3 构建与维护社交关系

社交媒体的核心价值是“连接人”，表情符号作为“社交润滑剂”，在关系从陌生到熟悉再到亲密的全周期中均发挥作用。使用表情符号表达友好，拉近人际交流的社交距离。在线交流中的破冰信号。表情符号使我们的在线交流变得更加便捷，是让我们的在线交流变得更加愉快和友好的简单工具。在智能手机的交流之中，如果不用一些表情符号，时常会觉得很难恰当表达自己的意思。在陌生或疏远的社交关系中，纯文本对话易显生硬，表情符号可传递“友好信号”，降低沟通压力。在交流中只用表情符号可以塑造个人形象，传递具有个性化的社交标签。用户可通过固定表情符号的使用，塑造独特的个人形象。

## 4 社交媒体表情符号使用中的问题与建议

过度使用表情符号可能会导致语义模糊，部分用户依赖表情符号替代文字，如在交流之中仅发送单个具有消极意义的表情符号而不说明具体事由，导致接收者无法理解语境，反而增加沟通成本，同时可能会导致信息的误读，产生误解。表情包的过度使用可能会“文字失语症”，在交流之中一味的发送表情包，造成了交流信息过载。同时，代际差异引发沟通误解，Z世代是“数字原住民”，而数字移民和

数字难民对于表情符号的理解可能没有原住民那么轻松，老一辈人更有可能遵守规定性的语言规范，而伴随着网络交流成长起来的年轻一代，则更愿意在网络领域使用的语言上展现创造力和创新性。老年人或许愿意学习并扩展自己的表情符号用语，但他们终究难以摆脱贫长期形成的遵循规定性语言用法的习惯。时代的发展应该带上每一个人，在表情符号的使用中，为了避免误解的发生，应该提升用户“表情符号媒介素养”，明确表情符号的“辅助作用”，避免其过度替代文字，及时调整交流策略，适应不同的对象。

## 5 结论与展望

社交媒体用户使用表情符号的核心动机总体可以归为三类：弥补文本沟通缺陷（明确语义、补充语境）、强化情感传递（量化强度、传递抽象情绪）、构建社交关系（降低距离、形成认同），三类动机相互关联，共同服务于“高效、温暖的数字沟通”目标。本文以理论分析与定性案例为主，未通过问卷调查、访谈等方式获取用户动机的量化数据，后续可结合实证研究增强结论的客观性。

未来研究可以聚焦于探索不同年龄段用户的表情符号使用动机差异，分析AI生成表情符号，如个性化定制表情对个人使用动机的影响。可以将研究结论应用于更多领域，如教育领域、营销领域等，推动表情符号从“日常沟通工具”向“多元价值载体”升级。

## 参考文献：

- [1]Kiaer, J. (2023). *Emoji speak: Communication and behaviours on social media* (1st ed.). Bloomsbury Academic.
- [2] 张晶, 金文龙. 场景浓缩: 表情包的使用与虚拟——现实的连接 [J]. 东南传播, 2024,(09):114–118.
- [3]Schramm, Wilbur and Porter, William E., Men, Women, Messages, and Media: Understanding Human Communication. New York:Happer&Row, Publishers, Inc., 1982,63.
- [4]Danesi, M. (2016). *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Digital Age*. Bloomsbury Academic.
- [5]Liu, Y., et al. (2022). *Emoji Use in Social Media: A Study of Emotional Regulation and Social Connection*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(3), 189–205.[3] Mehrabian, A. (1971). *Silent Messages*. Wadsworth Publishing.
- [6] 中国互联网络信息中心. (2024). 2024 年中国社交媒体用户行为报告 [R]. 北京: 中国互联网络信息中心.
- [7] 李玉立. 模因理论视野下表情包的生成、传播与动员 [D]. 重庆大学, 2017.
- [8] 刘丽群, 刘玺辰. 表情符号使用动机及其在不同人际关系中对使用行为的影响——基于混合研究方法 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2020,42(08):88–94.

**作者简介:** 裴春晓(2000—),女,汉族,安徽蚌埠人,新闻与传播硕士,研究方向:媒介文化。