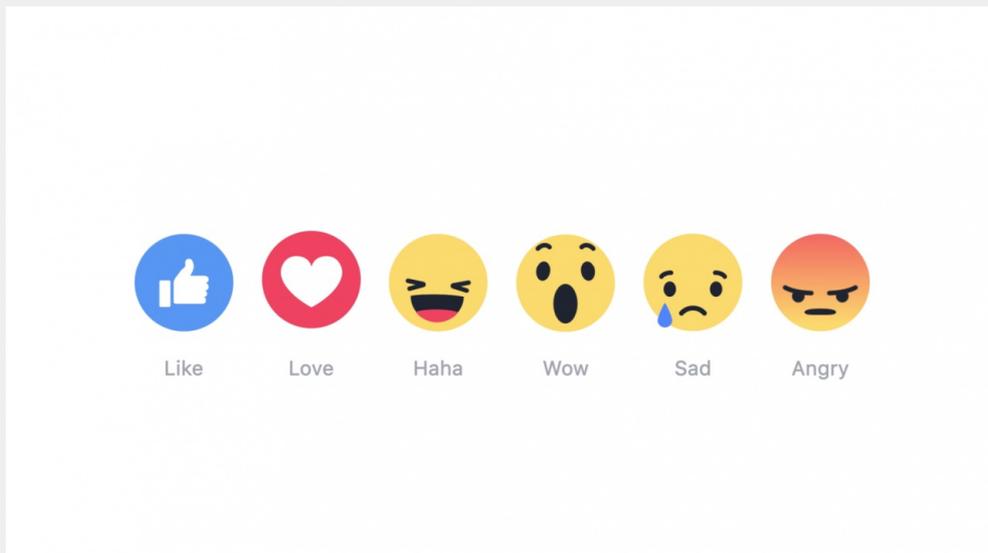


## 不用就尷尬？表情符號依賴時代

蕭巧昱 文

你今天按「哇」、「大心」了嗎？自從社交媒體、聊天App成為現代人溝通與交流的主流方式，表情符號也隨之發展出一套的獨特表現形式，晉升為人們傳達訊息時無法取代的重要媒介之一。這樣的現象更隨著Facebook貼文「大心（Love）」、「哈（Haha）」、「哇（Wow）」、「嗚（Sad）」、「怒（Angry）」的情緒表達，攀上了表情符號的新高峰。對貼文與訊息傳達心情已不只是一種風潮，而逐漸成為一種離不開的依賴症。



Facebook中的六種情緒表達。（圖片來源／[newsroom](#)）

### 超越文字語言 不可或缺的表情符號

1982年，美國的電腦科學家史考特·法爾曼（Scott Fahlman）率先於卡內基梅隆大學的計算機科學BBS上使用了「:-)」與「:-(」的符號。這是顏文字在網路世界的第一次出現，同時也被認為是表情符號的開端。而網際網路及智慧通訊設備普及的今日，「:-)」與「:-(」已發展出了更多元的呈現方式，最早期的MSN表情符號、LINE上的貼圖，或是Facebook及messenger會使用的小型表情符號emoji，抑或iPhoneX所推出的animoji，只要是在對話或留言中用來輔佐訊息傳遞的圖示，就可以將它們歸類為我們所熟知的表情符號。

表情符號在生活中究竟扮演了什麼樣的角色？在高雄師範大學視覺設計學系教授洪明宏《情報視覺化設計的理論與實踐》一書中提到：「簡化與象徵是圖像符號的特點，它不僅可以超越語言、文字等屏障，促使不同種族、不同語言的人們進行溝通與傳達，也可以簡化字列冗長、字義繁雜的特定表現。」

圖像、影像符號簡單易懂，且具有文字無法達到的引導作用，不但能化繁為簡，也讓接收到訊息的人能更完整地理解訊息所傳遞的語意，使表情符號深刻地扮演了輔助訊息傳遞的角色。發展到今日，透過對一則貼文或messenger訊息按「讚」、「哇」、按「大心」，也超越原先單純的鍵盤符號或圖片，取代文字訊息傳達出使用者心情，成為線上溝通中難以或缺的重要元素之一。

## 真的離不開？你我都有的表符依賴

在訊息中加上表情符號已變成習慣，有時候甚至不用表情符號、不放貼圖就讓人感到尷尬，看到喜歡的新PO文，按一下「大心」似乎也成了社交網路上的基本回饋。表情符號是不是已經成了一種癮？在不是面對面溝通的網路環境中，表情符號其實扮演了比想像中更重要的角色。

在認知心理學裡的記憶與思維過程中，信息的編碼方式主要分為兩種，分別是言語編碼和表象編碼，表象編碼會利用各種來幫助記憶，包括視覺、聲音、味覺和觸覺形象等等。這種表象編碼方式不但聯想強度較高，也能更快速激活我們的記憶與思維。因此，結合表情符號、emoji與文字來傳遞訊息，比純文字更符合我們的記憶及思維習慣。

人類是離不開表情的動物，在傳情達意的過程中，表情是最無法與人類社交活動切割的元素。然而隨著文字與紙張等發明，在面對面交流外，我們發展出了書信、簡訊，雖然大大拓展了訊息交流的空間限制，但也使得表情在這個過程中被省略，可能造成文字語意的揣測與誤解。不過這樣的情形在網路發達的現在似乎得到了一個替代的解決方式，那便是表情符號。

德國哲學家恩斯特·卡西勒（Ernst Cassirer）曾說：「人是符號的動物。即用符號去創造文化的動物，動物只對符號做出條件反應，而人把信號變成有意義的符號。」表情符號能補足無法面對面交流的表情缺陷，美化文字的殺傷力，在完整的意思表達中也間接達到了為人們減緩尷尬的效果。這或許也是表情符號為何這麼被現代人所需要，甚至無法從網路生活中切割的主因。即使在雙方沒有基礎的認識或熟識關係下，仍能運用相通的非語言傳播工具達到輕鬆、友好的互動過程，讓網路上的交談過程更加理想化。

## 觸發效益 情緒表達也是一種行銷

事實也證明了表情符號與表達情緒在社交軟體中的影響力，除了正確傳達我們想表達的語意之外，在網路世界中不可或缺的表情符號也在行銷領域中開始佔有一席之地。以Facebook為例，Facebook有大量的用戶遍布全球，更是台灣社交平台的十字，以致大多數的商家、公司、公家機關都以Facebook平台來進行各種行銷活動。國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU

目的不同，以致大多數的商家、公司、企業機關都以 Facebook 平台進行各種行銷與宣傳。而這和表情符號或是「哇」、「哈」等貼文的情緒表達有什麼關聯呢？Facebook 的產品經理 Sammi Krug 曾在 [newsroom](#) 中提到，表情符號的使用能吸引到更多粉絲，不論是點選「讚」還是點選其他表情符號，都有助於增加貼文的曝光度，也就是說，越多人點選表情符號，就能讓更多人看到那則貼文。

除了 Facebook 官方的演算法之外，這也或多或少體現出一種「物以類聚」的從眾氛圍。強烈的情感表達通常就是行銷的關鍵，在社群上分享貼文，並不只是在自己的交友圈中散佈「資訊」，而是在渲染一種「情緒」。透過對貼文使用的表情符號與傳達，可以很明顯地看出觀看者對這則貼文的想法，並藉此引起更多觀看者的共鳴，間接達到行銷的目的。另外也有許多人將這些對貼文的表情傳達以投票的形式展現，要觀看者喜歡 A 產品就按「讚」、喜歡 B 產品就按「大心」、喜歡 C 產品就按「哇」等等，應用在了解顧客喜好上。表情符號至此已脫離純粹表達情緒的功能，發展出更多不同的用途與意義。



對貼文發表「心情」有助於增加貼文的曝光度，成為社群行銷的一種。  
(圖片來源／[Mac Rumors](#))

時至今日，表情符號的變化與發展已越來越不容小覷，甚至在今年誕生出「表情符號翻譯人員 (Emoji Translator)」這樣專門的職業，來解讀各種表情符號的應用並給予諮詢。今夏也推出了《表情符號電影》這部的動畫電影，雖然從電影的角度來說評價並不佳，卻體現了現代人對表情符號應用的重視以及對這個題材的興趣。科技發展或多或少會帶動更多新興符號的產生，隨著時空與地區文化衍生出不同的意義，表情符號仍在我們的生活中逐漸發酵，端看我們如何去應用這個新興科技溝通下所衍生的新文化產物。





記者 蕭巧昱



編輯 陳映瑜