

# 微信官方表情包使用的年龄差异

黄海昕

(东南大学外国语学院, 江苏 南京 211189)

**【摘要】**为深入探究各年龄段人群微信官方表情包使用情况的差异,本研究通过调查问卷的形式,对119名来自不同年龄段教育程度均为高中毕业的女性进行了调查研究,并从社会语言学角度分析了差异背后的成因。研究表明,不同年龄段人群在使用微信官方表情包的频率、内容、情境、含义理解、态度等方面有着明显的差异,这与不同年龄段人群在生理与心理方面的差异和其所处的文化环境的不同有着较为密切的联系。

**【关键词】**微信官方表情包; 年龄差异; 语言变异

## 一、引言

微信是一款由中国腾讯公司推出的免费应用程序,其为智能终端提供即时通讯服务,微信在中国的用户量已然超过了12亿,成为中国用户量最高的应用软件。随着微信的普及,微信平台提供的官方表情包作为一种语言符号和辅助沟通工具也随之流行起来<sup>[1]</sup>。

《2019 微信年度数据报告》指出00后最常使用的微信官方表情包为“😂”,90后为“😄”,80后为“😁”,70后为“😃”,55岁以上的人群最钟爱的表情包为“👍”<sup>[2]</sup>。由此看出,各年龄段人群使用微信官方表情包的情况有着较为显著的差异。

## 二、文献综述

随着网络和社交媒体的发展,表情包在中国得到了普及,国内出现了较多关于表情包的研究。这些研究主要集中于如下几个方面:一是关于表情包的发展历史、特点、流行原因及其影响的研究<sup>[3][4][5]</sup>。二是关于表情包设计、表情包产业以及所涉及的版权问题的研究<sup>[6][7]</sup>。三是关于表情包功能的研究,主要包括如下功能。信息传达功能:表情包能够代替语言文字,起到传递信息的作用<sup>[8][9][10]</sup>;情感表达功能:表情

包作为一种语言辅助手段,能够弥补网络交际中因纯语言文字沟通而造成的情感表达的缺失<sup>[11][12]</sup>;娱乐宣泄功能:通过使用表情包,人们对社会现象进行娱乐化解读,从而达到宣泄自我情绪的目的<sup>[9][13]</sup>;个性彰显功能:表情包为人们表达自我、彰显个性提供了工具和手段;身份认同功能:通过表情包的使用,人们放弃现实生活中的“本我”,将自己塑造更易融入群体的形象,从而使使用者找到归属感<sup>[14]</sup>。四是关于表情包背后折射出的社会文化研究<sup>[15][16]</sup>。五是关于表情包使用的影响因素。如刘雨眠指出用户的个人特征、心理因素、聊天话题、互动对象均会对表情符号的使用产生显著影响<sup>[17]</sup>。此外,还有部分学者阐释了特定年龄阶段人群表情包的使用现象。例如,一些学者研究了“中老年表情包”的特征、流行原因、及其背后体现的群体身份区隔现象<sup>[18][19]</sup>,还有一些学者探究了大学生群体使用表情包的行为与动机<sup>[20][21]</sup>。然而,目前对不同年龄段人群表情包使用差异的研究较少,如陈雪运用布尔迪厄的区隔理论分析了年轻用户与中老年用户使用表情包时趣味倾向的不同与惯习差异<sup>[22]</sup>;钱伟等通过调查问卷的方式调查了大学生与父母使用微信表情包的差异并探究其原因<sup>[23]</sup>。因目前研究鲜有采用实证研究的

### 三、研究方法

(2) 不同年龄的人群对微信官方表情包含义的理解程度如何? 其获取来源有何不同? (3) 年龄对使用微信官方表情包的态度有何影响?

本研究的调查对象为教育程度为高中毕业的女性微信软件使用者。

笔者在问卷星平台上制作问卷并生成相应二维码, 随后将二维码发送给各位调查员, 委托他们通过微信平台面向高中毕业的女性发放问卷。发放问卷共计 119 份, 回收有效问卷 119 份, 有效回收率为 100%。

随后笔者使用问卷星平台的自定义查询功能,对不同年龄段高中毕业的女性被调查者的微信官方表情包的使用情况进行分类统计,并进行对比分析。

#### 四、结果与讨论

### （一）个人信息

有效问卷数据显示,本研究 119 名高中毕业的女性被调查者中,0-20 周岁 54 人(45.38%),21-40 周岁 11 人(9.24%),41-60 周岁 13 人(10.92%),61 周岁及以上者 41 人(34.45%)。具体数据如下表所示:

| 选项     | 小计 | 比例     |
|--------|----|--------|
| 0-20   | 54 | 45.38% |
| 21-40  | 11 | 9.24%  |
| 41-60  | 13 | 10.92% |
| 61 及以上 | 41 | 34.45% |

## （二）年龄对微信官方表情包使用的影响

### 1. 年龄对微信官方表情包使用的频率、内容、情境的影响

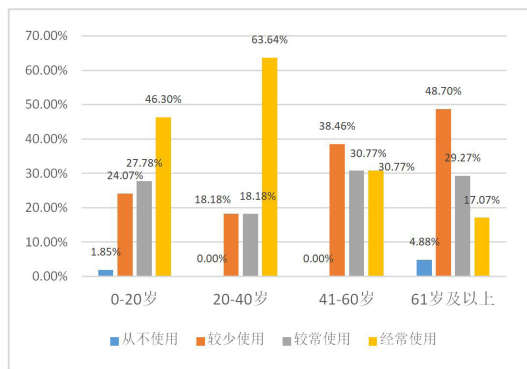


图 1 年龄与微信官方表情包的使用频率

在所有高中毕业的女性被调查者中,各年龄段人群使用微信官方表情包的频率有着明显的差异。如图1所示,0-20岁人群及21-40岁人群较常使用和经常使用微信官方表情包的比例较高,分别为74.08%和81.82%;而41-60岁人群及61岁及以上人群较常使用和经常使用微信官方表情包的比例相对较低,分别为61.54%和46.34%。中青年一直以来是我国网络使用者的主体,据第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2021年6月,我国50岁及以上网民占比仅为28.1%<sup>[24]</sup>。微信作为一款基于网络的多功能社交软件,中青年也是微信官方表情包的使用主体。

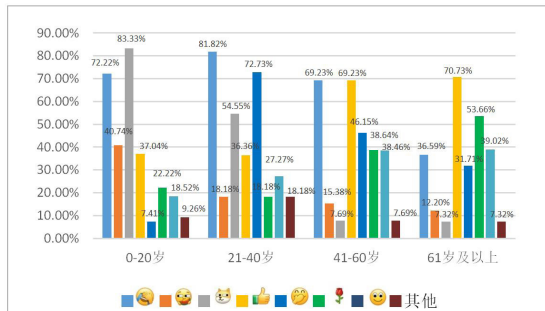


图2 年龄与微信官方表情包的常用内容

分析各年龄段被调查者经常使用的微信官方表情包内容,结果显示,不同年龄段人群选择使用的微信官方表情包的内容有着显著的差异。如图2所示,40岁以下人群经常使用“😂”“😏”“😺”的比例要高于40岁以上人群;而相较于40岁以下人群,40岁以上人群使用“👍”“🌹”“😏”的比例更高。年轻人选择使用的表情包,多有逗趣之意,表达内涵也更为丰富;相比较而言,中老年人则常用表示赞许、友善等含义的表情包。语言能够反应出语言使用者的心理动态<sup>[25]</sup>。微信官方表情包作为一种语言变体,能够反映其使用者的心理特征。年轻人求新、求趣,因而多使用表达调侃、讽刺之意的表情包;中老年人则更为保守,因而更倾向于使用营造幸福美好氛围的表情包。

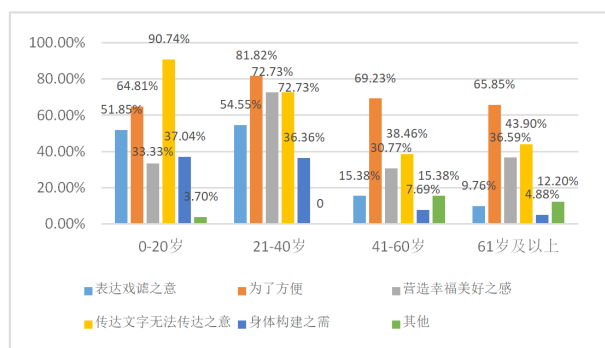


图3 年龄与微信官方表情包的使用情境

据图3所示,方便和传达文字无法传达之意是各年龄段人群使用微信官方表情包的主要情境。随着互联网的发展,网络交流越来越普遍。然而键盘输入影响了人们交流的速度,为了提高速度,表情包符号应运而生,成为了一种替代文字的方式。然而,表情包不仅方便、能够提高人们的交流速度,还能够促进交际双方的沟通交流。美国语言学家艾伯特·梅瑞宾提出了一个沟通公式,即沟通总效果=7%语言+38%声音+55%表情<sup>[8]</sup>。在现实生活中,我们与他人沟通时,有相当一部分的信息是通过语调、面部表情等手段传递给对方的。然而在网络空间里,由于声音和表情的缺失,很容易导致交际的失败。微信官方表情包

在某种意义上可以起到非语言辅助手段的作用,使得使用者可以更好地表达情感、传递信息,因而受到人们的广泛喜爱。相比于40岁以上人群,40岁以下人群为了构建身份而使用微信官方表情包的比例显著更高。Wardhaugh指出语言变化的社会动机之一是想要获得交往者的认同感,同时表明自己的身份有别于其他集团<sup>[26]</sup>。年轻人除了利用表情包传递信息,还开始利用其标榜自身与其他使用者同属于紧跟潮流的群体,与此同时,将自己与其他落伍、陈旧的群体区分开来。

## 2. 年龄对微信官方表情包的含义理解及其获取渠道的影响

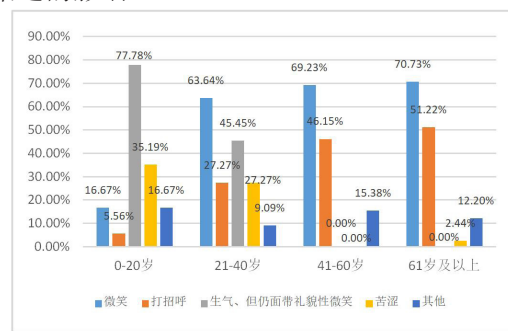


图4 年龄与“😏”含义的理解

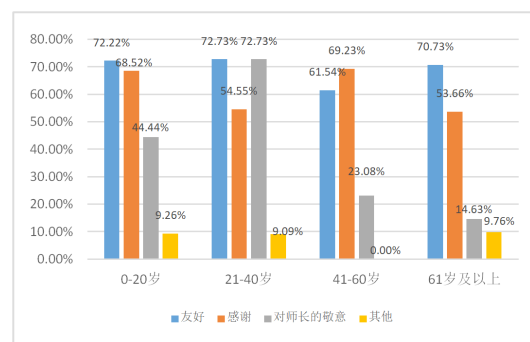


图5 年龄与“🌹”含义的理解

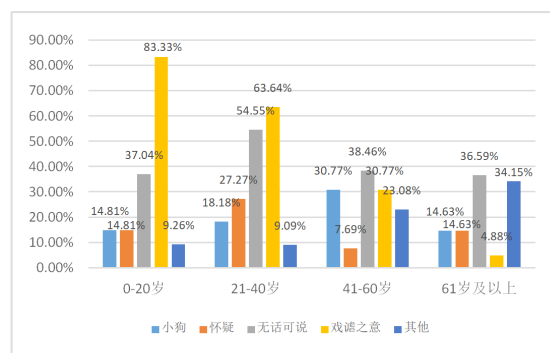


图6 年龄与“😺”含义的理解

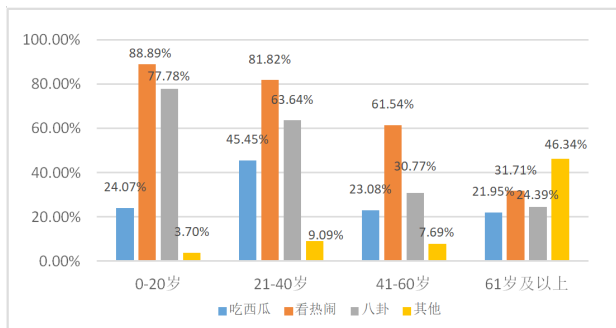


图7 年龄与“😏”含义的理解

笔者在事先小范围调查的基础上，选择了4个用户较常使用的微信官方表情包及其常见含义，以此来调查各年龄段人群对微信官方表情包含义的理解程度，研究结果如图4、图5、图6、图7所示。结果表明，40岁以上人群对微信官方表情包的理解较多停留在微信平台官方赋予的含义或是图像所传达的表面含义，而40岁以下人群则赋予并较好地接受了微信官方表情包的一些引申含义。例如，对于“😏”的理解，40岁以上人群多认为其有“微笑”之意，该含义也是该表情包在诞生之初微信平台所赋予的含义；而不少40岁以下人群认为该表情包有“生气，但仍面带礼貌性微笑”之意。Wardhaugh 曾指出年轻人通常是大多数语言变化的先锋<sup>[26]</sup>，因为年轻人富于联想与创新，善于赋予语言符号新的含义，与此同时该群体又能够很快接受这些新的含义。此外，笔者发现不少61岁及以上的被调查者选择了“其他”这一选项。对这些被调查者在“其他”这一选项中所填写的内容进行归纳与分析，发现其原因在于这些被调查者之前较少或从未接触过某个或某些表情包，因而无从知晓其含义。

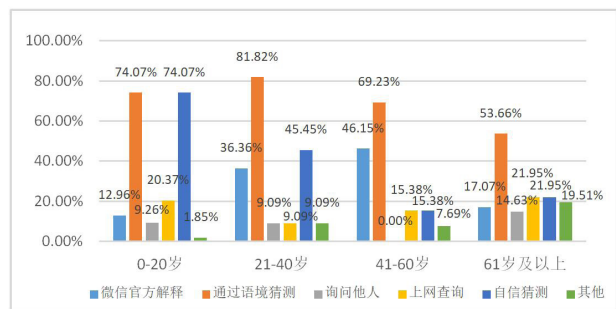


图8 年龄与微信官方表情包含义的获取来源

据图8所示，各年龄段人群获取微信官方表情包含义的来源也有所不同。40岁以下人群主要通过语境（0-20岁74.07%，21-40岁81.82%）和自行猜测（0-20岁74.07%，21-40岁45.45%）的方式知晓表情包含义。41-60岁人群主要通过语境（69.23%）和微信官方平台（46.15%）获得含义。61岁及以上者则主要通过语境（53.66%）、网络查询（21.95%）、自行猜测（21.95%）等方式获取表情包含义。由此可见，语境是各个年龄段获取微信官方表情包含义的主要渠道。语境为陌生语言符号的理解提供理论依据，因而在遇到陌生的微信官方表情包时，各个年龄段的人群都会诉诸于语境去揣测其含义。调查结果还显示，相较于40岁以上的人群，40岁以下的人群自行猜测表情包含义的比例明显更高。这是因为中老年群体生活的年代，娱乐方式以电视、广播为主，该群体受到自上而下的说教灌输，因而个性受到一定程度上的压抑<sup>[18]</sup>，对官方规定的含义或是大多数人认可的含义产生笃定。相反，年轻一代作为数字居民，诞生于包容性更强的互联网时代，个性更为张扬，自我意识更强，因而遇到陌生的表情包符号，更注重自身对于其含义的理解。其中部分理解为广大其他网民所接受，最终发展成为了表情包的新含义，推动了表情包语言的变异。

### 3. 年龄对使用微信官方表情包态度的影响

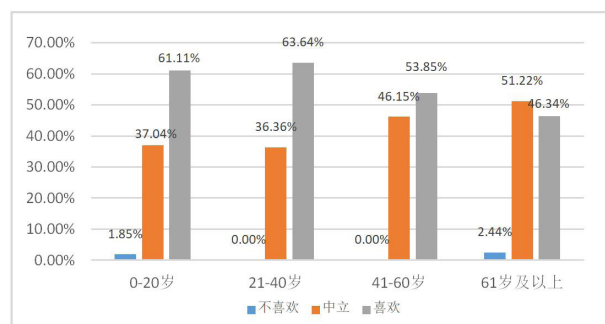


图9 年龄与对微信官方表情包的喜爱程度

如图9所示，微信作为中国用户量最高的应用软件，各年龄段对微信官方表情包的接受程度普

遍较高,但对比 40 岁以上人群,作为数字居民的 40 岁以下人群“喜欢”使用微信官方表情包的比例相对更高。

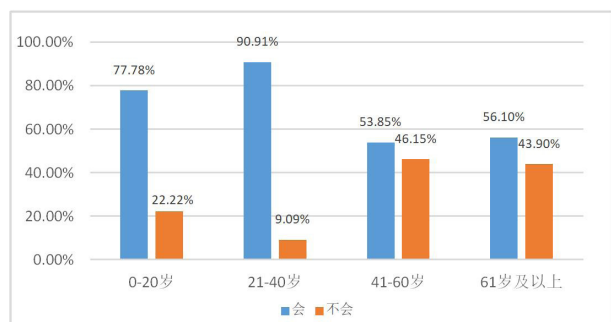


图 10 年龄与对新增微信官方表情包的态度

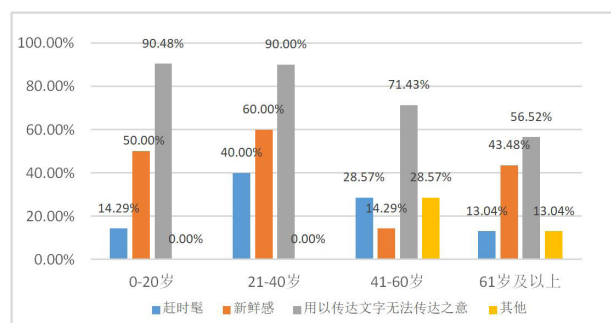


图 11 年龄与“会”使用新增微信官方表情包的原因

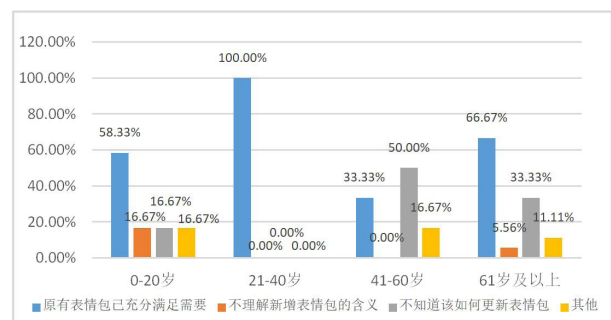


图 12 年龄与“不会”使用新增微信官方表情包的原因

如图 10 所示,40 岁以下人群“会”使用新增微信官方表情包的比例要高于 40 岁以上人群。在网络文化快速发展的社会,新事物与新概念层出不穷。相比于中老年群体,年轻人接受新事物与新概念的能力更强,速度更快,原有的微信官方表情包已经不能够满足年轻人的需要。因而当微信平台增添了新的表情包时,多数年轻人会选择

及时更新,以填补原有的空白。

分析各年龄段“会”使用和“不会”使用新增微信官方表情包的原因,结果如图 11、图 12 所示。在各年龄段“会”使用新增微信官方表情包的被调查者中,40 岁以下人群因为“新鲜感”而使用新增表情包的比例相较于 40 岁以上人群更高。相比于中老年人,年轻人对新鲜事物有着更为强烈的好奇感,因而喜欢亲自尝试使用新增的表情包,揣摩其含义,这往往又再次推动了表情包语言变异的产生和发展<sup>[27]</sup>。

分析各年龄段“不会”使用新增微信官方表情包的具体原因,发现“原有表情包已充分满足需要”是 40 岁以下人群不使用新增表情包的主要原因。40 岁以上者除了“原有表情包已满足需要”外,还有相当一部分人群因为“不知道该如何更新”微信官方表情包而选择不使用。由此可以看出,技术上的困难仍是中老年群体融入网络社会的一大阻碍。

## 五、结语

随着互联网的发展和微信应用程序的普及,微信官方表情包成为了微信使用者频繁使用的表情包系列之一。各年龄段人群使用该系列表情包的频率、内容、情境以及对其的含义理解和态度存在差异,这折射出年轻群体和中老年群体在生理、心理、文化等方面的差异。微信社群使小圈层交流更加频繁<sup>[22]</sup>。因而如何减少年轻群体和中老年群体之间的交流障碍,如何帮助中老年群体更好地融入网络社区,将成为未来重要的研究议题。

## 参考文献:

- [1] 郭萌萌. 简析表情包的社交功能 [J]. 创作评谭, 2020(05): 35-38.
- [2] 澎湃网. 2019 微信年度数据报告出来了! 竟然 …… [EB/OL]. <https://www.thepaper.cn/>

newsDetail\_forward\_5480482, 2020-01-10/2021-12-01.

[3] 曾妍. 社交媒体中表情包的特点及流行原因[J]. 青年记者, 2017(26): 101-102.

[4] 官建文. 表情包流行对媒体表达方式的影响[J]. 新闻与写作, 2017(08): 72-73.

[5] 解子钰, 刘冰. 表情包: 特殊的新型网络社交符号[J]. 青年记者, 2018(21): 86-87.

[6] 谢涛, 刘颖. “萌系”网络表情类形象IP的视觉形态特征分析与启示[J]. 美术大观, 2019(07): 118-119.

[7] 梁园. 网络表情包的版权问题及法律规制[J]. 青年记者, 2021(16): 92-93.

[8] 王珩, 纪文亮. 微信表情符号及语用功能探析[J]. 青年记者, 2018(32): 93-94.

[9] 刘江浩. “斗图时代”: 表情包在网络传播中的意义与作用[J]. 新闻爱好者, 2019(05): 81-83.

[10] 宋小康, 朱庆华, 赵宇翔. 社会化媒体中表情包使用对信息交流效果的实证研究: 基于言语行为理论[J]. 情报科学, 2019, 37(05): 121-128+165.

[11] 王晓晖. 图像语言共识的重建——互联网中介化传播中的情感补偿[J]. 青年记者, 2020(02): 17-18.

[12] 王小英. 论人类传媒史上的表情包“拟在场”表演[J]. 西北师大学报(社会科学版), 2020, 57(04): 29-35.

[13] 谷学强, 胡靖. 非言语传播视角下网络表情的传播功能研究[J]. 新闻界, 2017(03): 42-46+96.

[14] 赵莉莉. 从网络表情包看社交媒体时代新型群体表达[J]. 新闻战线, 2017(16): 125-126.

[15] 裴璐. 后真相时代网络表情包的文化表征及反思[J]. 青年记者, 2019(30): 37-38.

[16] 吴小坤. 网络表情包: 后现代社会的文化表征与符号[J]. 人民论坛, 2020(04): 136-137.

[17] 刘雨眠. 网络社交平台中表情符号探究[J]. 新闻爱好者, 2018(07): 35-38.

[18] 黄钟军, 潘路路. 从中老年表情包看网络空间的群体身份区隔[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018, 40(04): 97-102.

[19] 袁媛, 严宇桥. 表情包传播现象研究——以互动仪式链视域下的中老年表情包为样本[J]. 新闻与写作, 2020(01): 46-53.

[20] 董盈盈. “95后”大学生表情包“热”现象浅析[J]. 思想理论教育, 2017(05): 75-78.

[21] 匡文波, 邱水梅. 大学生的微信表情使用行为研究[J]. 国际新闻界, 2017, 39(12): 123-137.

[22] 陈雪. 基于年龄阶层的微信表情包视觉表现研究[J]. 艺术与设计(理论), 2021, 2(08): 54-56.

[23] 钱伟, 牟凯悦, 隋家傲, 殷悦, 李岚. 大学生与父母微信表情包使用差异研究[J]. 潍坊工程职业学院学报, 2021, 34(01): 67-70+92.

[24] 中国互联网络信息中心. 第48次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. [http://www.cnnic.cn/hlwfzj/hlwzxbg/hlwtjbg/202109/t20210915\\_71543.htm](http://www.cnnic.cn/hlwfzj/hlwzxbg/hlwtjbg/202109/t20210915_71543.htm), 2021-09-15/2021-11-24.

[25] 张岩. 自媒体环境对大学生思想政治教育的影响及应对[J]. 现代传播, 2015(12): 167-168.

[26] Wardhaugh, R. An Introduction to Sociolinguistics [M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 2000.

[27] 蔡悦. 网络语言“刚”的语言变异论析[J]. 长春师范大学学报, 2019, 38(07): 119-121.

作者简介: 黄海昕, 女, 2001年5月出生, 汉族, 江苏高邮人, 东南大学外国语学院英语专业大三本科在读, 研究方向: 应用语言学