

# 网络社交中的表情包传播优势、 传播失范及治理对策

王芳,张玲贇,王平

(安徽农业大学 经济管理学院,安徽 合肥 230036)

**摘要:**表情包在当今网络社交生活中因为具有醒目性、求异性、社交性、便捷性和利益性等特征而广泛活跃于各大平台,但是也存在一些传播失范现象,带来传播低俗文化、传播攻击性文化以及侵犯肖像权等问题,借鉴“河长制”治理模式对表情包传播中的失范问题进行规制。研究认为,“河长制”治理模式既强调统摄各个环节以建立首尾衔接、环环相扣的治理链条,藉此形成对表情包的闭环治理,又强调综合运用法律监管、技术监管、行政监管、自我监管等治理手段,藉此形成对表情包的协同治理。研究还认为,应当由相关政府部门担任表情包“总河长”,统筹管理表情包的有序发展;表情包制作者、使用平台及大众担任“河长”,分别从源头管理、过程管理、全民监督等方面对表情包进行有效治理,从而进一步营造风清气正的网络社交环境。

**关键词:**网络社交;表情包;传播失范;闭环治理;“河长制”治理模式

中图分类号:G206

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2023)01-0114-11

## Advantages, disorders and countermeasures of emoji dissemination in social networking

WANG Fang, ZHANG Lingyun, WANG Ping

(School of Economics and Management, Anhui Agricultural University, Hefei 230036, Anhui, China)

**Abstract:** In today's online social life, emojis are widely active on major platforms

收稿日期:2022-09-16

基金项目:安徽省高校思想政治工作中青年骨干队伍建设项目(sztsh-2022-7-7)

作者简介:王芳(1980-),女,安徽芜湖人,讲师。

because of their eye-catching, heterogeneous, sociable, convenient, and profit-seeking features, which bring problems such as the dissemination of vulgar culture, aggressive culture, and infringement of portrait rights. This article borrows from the “river chief system” governance model to regulate the chaotic situation of emojis. According to the study, the “river chief system” governance model not only emphasizes the establishment of an end-to-end, interlocking governance chain in the source, process, and after-the-fact links, so as to form a closed-loop governance of emojis, but also emphasizes the comprehensive use of legal regulation, technical regulation, administrative regulation, self-regulation and other governance means to form a collaborative governance of emojis. The study also argues that the relevant authorities should be the “general river chief” of emojis to coordinate and manage the orderly development of emojis; the creators of emojis, the platforms, and the public users should act as “river chiefs” to govern emojis effectively in three aspects of source management, process management, and supervision by all parties involved, so as to further create a clean and healthy online social environment.

**Key words:** social networking; emoji; disorderly dissemination phenomena; closed-loop governance; “river chief system” governance model

近年来,伴随着移动互联网快速发展,表情包日益流行,几乎到达无人不知、无人不用的状况。然而,表情包快速发展的背后也夹杂着一系列传播失范现象并引发不可忽视的社会危害。实践是理论研究的源泉,表情包在社交实践中的传播优势和传播失范均引起了研究者的高度关注。

第一,关于什么是表情包,研究者们从不同角度进行了界定。肖珺认为表情包是一种充满生命力的符号,表情包可以是文字语言与各类非文字符号组成的多模态话语,包括但不限于文字、图像、声音、视频、动画、图表和色彩等,涵括视觉、听觉、触觉等几大感官模态<sup>[1]</sup>。马琳等认为,表情包是在社交场合中的一套有效的情绪传播机制,表情包的互动将隐藏在屏幕背后的情绪互动延展开来,

形成一种空间化的、具有想象性的“可视化”图景,实现有限情绪的唤起,表情包在流通过程中甚至已经成为一种社会化的、圈层化的文化形态<sup>[2]</sup>。吴志远认为表情包是新生代网民交往、发言和行动的话语和“图像武器”,表情包具有如下4个特点:传播主体更加多元、传播内容由大众转向小众、话语结构由建构转向解构、意义和权力关系变得更加无序和分散<sup>[3]</sup>。

第二,关于表情包何以能够成为普罗大众的“心头好”,研究者们也给予了分析。刘汉波从个体和群体两个角度对表情包的功能进行了分析,对个体而言,表情包是对身体的重新赋意,体现为互联网交流过程中身体述情的需要;而对群体而言,作为大众文化表征之一的表情包则表现为群体身份认同的诉

求<sup>[4]</sup>。宋小康等基于言语行为理论,利用问卷调查和偏最小二乘方法进行实证分析,认为表情包的文字注释能够正向影响用户对交流信息的感知易懂性以及用户的感知愉悦性;表情包的视觉呈效能够正向影响用户的社会临场感以及感知愉悦性<sup>[5]</sup>。

第三,关于表情包在传播过程中滋生出哪些乱象以及有哪些危害,研究者们进行了望闻问切式的诊断和剖析。王娟等认为,泛娱乐主义以短视频、表情包、流行语等网络视觉符号为主要传播载体,具有强烈的感染力和传播力,使公共话题讨论领域沦为网民心理、情感和个性的宣泄场,容易引发大量网民在话语和行为上的失范<sup>[6]</sup>。李欣等对表情包中的丧文化符号化作品进行了研究,发现青年群体通过拼贴、同构和戏仿,在网络空间形成了丧文化独特的风格和群体认同的话语表征,以精心设计后的“颓废无力、悲伤沮丧”的网络前台表演实现自我修复<sup>[7]</sup>。黄钟军等对中老年表情包进行了研究,认为掌握网络话语权的年轻人一边将中老年表情包纳入表情包的后现代解码体系中,一边又通过文化霸权的形式将这与自身文化审美特征格格不入的文化样式筛选剔除,形成泾渭分明的身份区隔的同时,亦以彰显群体性文化优越感的姿态完成对中老年表情包乃至该表情包使用群体的嘲讽、排斥与放逐<sup>[8]</sup>。靖鸣提出要重视和警惕颜文字表情包传播过程中出现的3个负面效应问题,即视觉化表达构筑文化壁垒、读图惯性带来文字表达弱化、过度娱乐化导致虚拟语境社交失范<sup>[9]</sup>。

第四,关于如何对表情包传播失范现象进行规制,研究者们见仁见智,给出了有针对

性的建议。龙柏林等提出青年群体部落化话语的二次转化处理、政治娱乐化和娱乐政治化的双重把握、宏大叙事与生活叙事的张力结构等,都使得我们在运用表情包作为价值传播路径时应注意其合理使用的问题<sup>[10]</sup>。付丽霞认识到表情包在版权保护方面的缺陷,认为推进表情包版权运营、促进表情包版权产业发展,应该从两方面入手,一是应在表情包创作过程中引入使用许可机制,避免表情包版权纠纷发生;二是应在表情包传播过程中引入利益分享机制,激发表情包版权市场活力<sup>[11]</sup>。林峰认为表情包亚文化展现出一幅表达自我诉求的视觉狂欢、寻找自我认同的别样娱乐和寻求自我慰藉的犬儒心态,必须坚持以马克思主义理论为指导,以社会主义核心价值观为引领,并实现主流意识形态传播的视觉化转换,才能更好地规制并引领表情包亚文化的发展<sup>[12]</sup>。杨谦等提出,为牢牢占领网络主阵地,掌握网络话语权,必须深刻揭露新自由主义思潮网络政治隐喻的理论依附性、话语倾向性和价值欺骗性,正面宣传马克思主义,在与网民日常生活密切相关的关键领域,巩固和坚守马克思主义在网络中的指导地位<sup>[13]</sup>。蒋建国等提出,要高度关注涂鸦表情包在其互动过程中体现的碎微化、情色消费、犬儒主义现象等,必须重申网络意义生产与消费的文化价值<sup>[14]</sup>。

从总体看,上述相关研究既有理论高度又有实践深度,但也存在一些不足:第一,对表情包在网络社交中传播优势和传播乱象的研究不能囿于表情包自身,而应将其置于心理学和文化传播学的学科背景下,以“人”以及“人的需要”为参照系来加以进行。

第二,相关研究不能停滞于零星的个案层面,而应从个别上升到一般,从特殊上升到普遍,即对表情包在网络社交中的传播规律进行质的把握和整体性把握。

第三,对表情包传播乱象进行规制和治理的研究不能囿于碎片化层面,而应以解决问题为中心,把治理理念、制度安排和实际成效等贯通起来加以进行。

因此,以更加广阔的视野对本文中心论题进行深入综合的研究,是有重要意义的。总的来说,面对表情包这一新生事物,我们既要保持鼓励包容的开放心态,推动其发展,又要加强规范和引导,确保其不偏离健康发展的轨道。有鉴于此,本文在借鉴前人研究成果的基础上,对表情包传播优势和传播失范进行深度分析,并提出运用“河长制”治理模式对表情包传播失范问题进行闭环治理和协同治理。

## 一、表情包内涵及其传播优势

表情包是网络时代的新生事物和社交平台的“团宠”。最近几十年来,它从萌芽到繁荣,得到了快速发展,甚至有一些人说“没有表情包都不会聊天了”,“能用表情包表达就坚决不打字”,“无表情不社交”等。2016年,自媒体“新世相”发起了一项“24小时不用表情”的实验,在5300多名参与者中,绝大部分挑战都失败了<sup>[15]</sup>。可见表情包具有非同寻常的影响力和传播力。

### (一) 表情包的内涵与类型

表情包作为一种“表情达意”的工具,它的出现是网络社交发展到一定阶段的必然产物。表情包在网络上的发展大致经历了以下过程。

第一阶段:创立阶段。1982年,美国卡耐基·梅隆大学的斯科特·法尔曼教授在网络社交中首创字符“:-)”,用字符组合表达微笑。受此启发,字符版表情包日益流行。类似的表情包还有:( \* ? ∇ ) / / (代表“你好”)、O ( ∩ \_ ∩ ) O ~ (代表“哈哈”)、( ? \_ \_ ? ) (代表“难过”)等。

第二阶段:社交平台创作阶段。各类社交软件如QQ、微信、微博以及各种手机输入法纷纷推出自带表情包。此时的表情包不再局限于简单字符,已有各类表情图加入,比如腾讯小黄脸系列表情一直火到今天。根据腾讯官方2018年统计,在近9亿QQ用户的全年聊天中,表情发送量近3187亿次,其中,“呲牙”表情连续5年蝉联冠军,发送量高达303亿次。

第三阶段:大众创作阶段。手机P图技术的出现让表情包的数量呈现井喷式上升。人们不仅用自己的照片或者自己拍摄制作表情包,还从影视作品、网络平台等渠道截取照片和视频自制个性化表情包。要说明的是,表情包的发展阶段是历时性和共时性的统一。就历时性而言,不同发展阶段由低到高、层层递进;就共时性而言,更高阶段表情包的出现,并不意味着之前的表情包被淘汰。在现实使用过程中,人们往往根据自己的偏好和语境,选择使用或杂糅使用多个阶段、多种类型的表情包。

今天的表情包主要指用于表达情感、情绪与态度的图片。表情包可以是简单的图形符号,由真实人像、动漫人物、动物、自然景色等构成,有时还会辅以文字,包括网络流行语,越来越多的表情包以多种元素组合的方

式呈现<sup>[16]</sup>。

## (二) 表情包的传播优势

表情包的流行并非偶然,是媒介化社会推动的结果,媒介化社会是媒介与社会之间互动关系模式的一种表述,受众对于信息的依赖与需求是表情包社会形成的前提,媒介技术的演化则为其提供了可能性<sup>[17]</sup>。质言之,表情包的流行是媒介化社会多种因素合力作用的结果。

第一,表情包具有醒目性,强化了情绪表达的需要。人们用键盘打字的方式进行交流,缺乏面对面的情绪感知和情感沟通,屏幕上单纯的文字难以形象表达人的情绪。相比之下,表情包不仅可以通过表情图将情绪全方位传导出来,所谓“图有尽而意无穷”,还能用醒目的夸张图片和搞笑图片增加沟通吸引力,让对话变得妙趣横生<sup>[18]</sup>。正是在这个意义上,很多年轻人形容表情包具有“包”打天下、“包”治百病的作用。更何况表情包本身就有“负向情感的‘解压阀’和心理自我治疗”的功能<sup>[19]</sup>,通过表情包的发送和“对垒”,能够实现负向情感的宣泄和自我心理的调试,在一定程度上释放了个人情感,实现了自我疗愈。此外,美国学者戈夫曼认为,人们的日常社交互动有前台和后台之分,前台属于表演性社交平台,目的在于建构个人良好形象,后台则属于自我释放的非正式平台,目的在于展现真实自我<sup>[20]</sup>。显然,人们精挑细选出来的表情包更多属于在前台使用的表演性语言工具。因此,表情包作为社交性表演中的一种面具,也可形象称之为“表演包”。比如两个人因某种隔阂陷入“冷战”状态,其中甲方可以发表情包给乙方,一方面将

表情包作为面具,掩饰和伪装甲方此时此刻的不良情绪;另一方面乙方作为接受者却从表情包中解读出积极含义,有利于实现双方情感“破冰”。

第二,表情包具有求异性,契合了人们的个体表达需要。21世纪是个体意识迅速发展的时代。表情包丰富的表达机制和海量内容,可以随时满足人们的个性化表达需求。拿“再见”来说,如果用文字,只是“再”和“见”两个汉字,但关于“再见”的表情包却有成千上万。人们在不同场合下,可以选择不同的“再见”表情包来表达自己的即时的思维和情感。相比单调文字,丰富多彩的表情包能够给使用人带来超越日常劳碌的轻松和愉悦。

第三,表情包具有社交性,延伸了人们的日常交往方式。作为社交互动的手段,表情包本身的特点,使得它成为社交性表演中的一种面具,用于柔化、夸大、伪装、敷衍等不同表演情形。根据马斯诺的需求层次理论,人们需要和他人交流以此来获得安全感和认同感。事实上,人们可以通过使用特定表情包,所谓“只有我们懂得其中的梗”来找到存在感,并获得身份认同。比如某大学的师生,可以使用带有该大学校名元素、校训元素、校歌元素的表情包,不仅让表达更加亲切,也能够增进他们对大学共同体的认同。

第四,表情包在使用过程中具有便捷性,可以快速发送,快速添加。拿快速发送来说,现代社会节奏快、压力大,几乎人人每天都要和很多人进行网络社交,如果交往方式全部都是慢慢打字而不是发表情包,且不谈社交效果如何,仅仅在时间上就无法承

受。拿快速添加来说,人们在聊天过程中发现比较好的表情包,可以通过启用“添加”“转发”“相关表情”等提示,将其快速添加到自己的表情包库存中,便于下次使用。此外,当前各种版本的“斗图神器”软件,更是极大提升了使用表情包的便捷性,它能让使用人所说的每句话同步生成表情包并发送出去。

第五,表情包的制作具有利益性,其流行也是相关利益链条推动的结果。目前,表情包市场还处于发展阶段,但已出现了使用者付费、使用者打赏、表情包周边产品等盈利模式。

## 二、表情包传播失范现象及其社会影响

互联网是把双刃剑,表情包作为互联网时代下诞生的新生事物自然也不例外。它在给人们带来便捷交流的同时,也存在一些无序传播问题。

### (一)可能传播低俗文化

优秀文化作为时代精神的精华,是社会健康发展的营养剂。有正就有反,低俗文化作为优秀文化的对立面,不仅内容“害人”、封面“吓人”、标题“雷人”,还可能对优秀文化进行嘲弄和解构。在监管相对薄弱的互联网世界,以表情包为载体,低俗文化更是快速滋生。通过考察现有社交软件,随时能够发现大量充斥低俗文化和审丑心理的表情包,这些表情包泛滥成灾,带来如下危害。

第一,无厘头的、扭曲的价值观被夸大或传播,销蚀社会成员的基本价值认同。例如

某明星带领团队成员帮助环卫工人清扫大街的影像资料,本应有助于社会树立正确的价值观,但被制作成低俗的表情包在社交软件传播开来。不少网友以此取乐甚至恶意调侃,却丝毫没有意识到自己的价值观正在一步步走向扭曲<sup>[21]</sup>。古人说“一张一弛,君子之道”,社会需要有严肃的基本价值认同,同时也需要采用幽默的方式使人们轻松愉悦。然而,浸淫在低俗文化的表情包中,人们似乎获得了“轻松愉悦”,但内心深处对社会基本价值的既有认同往往被低俗文化消解,“轻松愉悦”之后是无尽的空虚。

第二,用污秽、低俗的表情包来宣泄负面情绪,不仅不利于社会主流文化观念的营造,还容易撕裂和谐的社会关系。为了增加流量、博人眼球,少数素质低下、唯利是图的网民和网络公司刻意制作出各种夹杂低俗文化的表情包。互联网世界中有很多未成年人甚至低龄少年儿童,不宜接触到这些问题表情包。例如有人为了逞一时之快乱发低俗表情包,却没想到表情包接收人已经感受到了人格侮辱。尽管事后或可解释成“开玩笑”,然而从逻辑上分析,用表情包去侮辱人格和用语言文字去侮辱人格并没有实质区别。

古人说“发乎情,止乎礼”,人的行为只有受到社会伦理的有效制约,社会才能走向和谐有序。否则,一旦数量众多的社会成员都无视和践踏伦理道德,社会就容易走向“礼崩乐坏”。诚如亚里士多德所说:“人,在最完美的时候是动物中的佼佼者,但是,当他与法律和正义隔绝以后,他便是动物中最坏的东西。他在动物中就是最不神圣的,最野蛮的。”<sup>[22]</sup>回到现实生活,一些社会成员尤其

是未成年人的生活观念、个人品德还不够稳固,容易受低俗表情包影响,渐渐把正确价值观抛到九霄云外。更为严重地是,个别社交软件中还出现了不少明显的污秽、低俗表情包<sup>[23]</sup>,这些都对青少年的健康成长构成严重危害。

## (二)可能传播攻击性文化

孟子一直思考人和动物世界的区分,他在《孟子·离娄下》中提出一个非常深刻的问题,即“人之所以异于禽兽者几希”<sup>[24]</sup>。从表面上看,“人猿相揖别,只几个石头磨过”<sup>[25]</sup>,然而究其根本,人和动物的“相异”在于人有人之为人的类本质。其中,二者的一个重要区分是动物世界主要运用互不相容的动物法则来解决矛盾,而人类社会则主要运用协商沟通法则来化解冲突。协商沟通法则有如下要求:一是冲突双方要彼此尊重,包括尊重对方人格以及对方的合法权益不受侵犯。二是冲突双方要保持克制,一旦行为不受克制只会引发更大冲突甚至暴力冲突,造成两败俱伤。三是冲突双方要学会协商,在协商时把问题摆在桌面上,通过平等交流和互赋权利寻求解决之道。然而,浸润攻击性文化的表情包则反其道而行之,它们习惯使用所谓“快意恩仇”的画风宣泄负面情绪,这对社会成员尤其是青少年会造成巨大的负面影响。

第一,攻击性文化使得社会成员攻击性行为增加,让社会成员相信暴力既是自我保护的有效装备,也是震慑其他社会成员、解决冲突的最有效方法。

第二,攻击性文化对青少年正确价值观和健康人格的养成有负面影响。对青少年而

言,配有渲染攻击性色彩的表情包极具吸引力,这些表情包不仅传播攻击性文化,还在社会成员犹豫要不要实施攻击性行为时起到了临门一脚的“挑唆”作用。

## (三)可能侵犯肖像权

随着互联网技术发展,制作表情包日益便捷,任何人都可以用图片制作表情包,众多热点人物、热点话题、热播影视剧也都可以成为取材来源。例如“葛优躺”“姚明式笑脸”“达康书记表情包”“傅园慧表情包”的流行,无不取材于当红人物和热点话题。然而,这些真人表情包有时并没有获得当事人的许可,实际上构成了对他人肖像权的侵犯。需要注意的是,在保护公民肖像权方面,《中华人民共和国民法典》相比《中华人民共和国民法通则》更为进步。《中华人民共和国民法通则》第一百条规定:“公民享有肖像权,未经本人同意,不得以营利为目的使用公民的肖像。”《中华人民共和国民法典》第一千零一十九条作出规定:“任何组织或者个人不得以丑化、污损,或者利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。未经肖像权人同意,不得制作、使用、公开肖像权人的肖像,但是法律另有规定的除外。未经肖像权人同意,肖像作品权利人不得以发表、复制、发行、出租、展览等方式使用或者公开肖像权人的肖像。”显然,按照后法优于先法原则,在《中华人民共和国民法典》正式实施后,如果没有得到授权而贸然使用他人肖像,即便不以营利为目的,也可能构成侵权。据媒体报道,艺龙旅行网擅用演员葛优在《我爱我家》影视剧中的剧照,遭到葛优起诉,并索赔40万元人民币<sup>[26]</sup>。经过二审,“葛优躺”表情包

侵权案落槌,维持原判,判决艺龙网公司赔偿葛优经济损失及维权合理支出7.5万元并赔礼道歉<sup>[27]</sup>。从“葛优躺”走红,到葛优肖像权“躺枪”,再到今天葛优胜诉,尽管维权过程并非轻而易举,但这起案件给企业和公众都上了一堂普法教育课:表情包的传播应当坚持公序良俗原则,这一原则“非只适用于民事法律行为领域,也应成为民事活动的准则”<sup>[28]</sup>。换句话说,即使是为了博人一笑,人们在制作和使用表情包时也应谨守法律边界,必须以不侵犯他人合法权益为前提<sup>[29]</sup>。值得注意的是,这种侵权行为不仅发生在明星身上,还有可能发生在我们身边。比如有学生在上课时拍摄老师照片,然后制作表情包发到网络上,如果老师对于这种行为并不知情,根据《中华人民共和国民法典》最新规定,也构成了肖像权侵权。此外,部分人出于报复心理,故意用表情包恶搞和丑化他人形象,这就不仅侵犯了他人肖像权,还侵犯了他人名誉权。

### 三、“河长制”治理模式视角下的表情包规制措施

表情包虽然会存在传播失范问题,但是无疑在网络社交中发挥着重要作用。习近平总书记指出:“我们要本着对社会负责、对人民负责的态度,依法加强网络空间治理,加强网络内容建设,做强网上正面宣传,培育积极健康、向上向善的网络文化,用社会主义核心价值观和人类优秀文明成果滋养人心、滋养社会,做到正能量充沛、主旋律高昂,为广大网民特别是青少年营造一个风清气正的网络

空间。”<sup>[30]</sup>对社交平台表情包传播失范问题进行有效规制,可以借鉴“河长制”治理模式的思路。

2016年12月11日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于全面推行河长制的意见》指出:“全面建立省、市、县、乡四级河长体系。各省(自治区、直辖市)设立总河长,由党委或政府主要负责同志担任;各省(自治区、直辖市)行政区域内主要河湖设立河长,由省级负责同志担任;各河湖所在市、县、乡均分级分段设立河长,由同级负责同志担任。”“河长制”作为治理河湖的一项制度创新,注重闭环治理和协同治理的有机结合,能够有效加强河湖管理保护。以“河长制”治理模式规制表情包传播失范问题,就是要把闭环治理和协同治理抓好抓实。闭环治理指的是在源头、过程、事后等环节建立首尾衔接、环环相扣的治理链条,形成对表情包予以规制的闭合循环体系。协同治理指的是综合运用法律监管、技术监管、行政监管、自我监管等治理手段,形成对表情包予以规制的多元共治体系。

#### (一) 由相关政府部门担任表情包“总河长”,推进统筹管理

“虚拟性、开放性是网络空间的重要特征,但虚拟不是虚幻、虚假,也不是对现实的简单数字化模拟;开放不是无法、无序,也不是可以随意乱来。”<sup>[31]</sup>因此,相关政府部门要守土有责、守土负责、守土尽责,尽快完善表情包治理目标、治理框架以及责任分解工作。

第一,相关部门需要出台表情包“绿色环保”的监管标准。各类问题表情包之所以不断出现,根本原因就是缺乏统一严肃的监



管标准。在这套标准体系中,哪些表情包不健康、哪些表情包违反公序良俗,都要列入负面清单并有具体标准。

第二,相关部门需要完善问题表情包责任划定和追究机制。政府执法部门要从责任分类机制出发,分别按照行为主体和行为性质划分责任类型。从行为主体来说,既要追究表情包制作者、传播者以及使用者的责任,也要追究相关政府部门执法不严的行政责任。

第三,相关部门需要完善问题表情包技术监管手段。表情包作为与互联网相伴生的新型语言符号,基本上以图画嵌夹文字的形式出现,相比传统不健康网站或不健康文档,更难监管。如果没有完善的监管手段,问题表情包容易成为漏网之鱼。

第四,相关部门需完善问题表情包举报制度。人民群众是使用表情包的最重要主体,他们有发现问题表情包的“火眼金睛”,只有鼓励人民群众积极举报,才能让问题表情包无处逃遁。鼓励人民群众积极举报,需要提供方便快捷的举报平台,同时切实保护举报者的信息安全和人身安全,一旦举报查实,还要给予举报者一定奖励。

## **(二) 让表情包制作者担任“河长”,注重源头管理**

问题表情包之所以能够出现,主要有如下原因:一是一些制作者出于猎奇心理、聚拢人气和增加流量,主动迎合部分社会成员恶俗品味,通过制作各种问题表情包刷存在感或获得“打赏”。二是一些制作者对相关法律制度不了解,自以为各种不良、低俗等内容只要“换个马甲”,以表情包的形式展现出

来,就不属于违反公序良俗和违法犯罪的行为,就能逃避相关制裁。殊不知,内容和形式是辩证统一关系,形式不能遮蔽内容,一旦刺破形式面纱,其丑陋内容必将暴露无遗。三是还有一些制作者明知故犯,之所以制作问题表情包是为了牟利。围绕制作、销售、传播问题表情包,已经形成一条规模不小的灰色产业链。由表情包制作者担任“河长”,就是通过监管规则的有效宣传和政府部门的严格执法,让制作者明确自身权利义务,规范自身行为。

第一,对于曾经迎合部分社会成员需求的表情包制作者,要提升其主动承担社会责任的意识,通过思想观念转型努力创作弘扬正能量的好作品。

第二,对相关法律制度不甚了解的表情包制作者,要通过政策宣传和案例警示,让他们知悉创作表情包的自由是有边界的。

第三,对于那些明知故犯、已经形成灰色产业链的表情包制作者,要通过严厉制裁让他们知道法律制度是带电的高压线,所谓“莫伸手,伸手必被捉”。通过无差别、无漏洞、无死角的严格执法,只要灰色产业链胆敢形成一条,就立即斩断一条,使明知故犯者不敢越雷池半步。

## **(三) 让表情包使用平台当“河长”,实施中间环节的过程管理**

没有平台,表情包就很难跨越从制作者到使用者的沟壑。由此观之,平台作用关键,责任重大。让平台当“河长”,就是敦促相关平台和企业担负起社会责任,努力追求经济效益与社会效益的统一。

第一,平台要发挥自身技术优势和管理

优势,在第一时间对问题表情包进行下架管理和责任追究。依据国家网信办颁布的《网络信息内容生态治理规定》,网络平台一旦发现违法、不良信息,应依法立即采取处置措施,并向有关主管部门报告。也就是说,在问题表情包的传播过程中,平台并非看客或过客,而是要承担相应的管理责任。

第二,平台可以通过定期举办表情包主题大赛等方式,鼓励人们创作高品质表情包,让问题表情包没有市场,这就是以“良币”驱逐“劣币”。一旦充满正能量的表情包流行网络,看到问题表情包,人们就会自然而然地产生“过街老鼠,人人喊打”的批判意识。

#### (四) 让使用表情包的大众当“河长”,强化全民监督

表情包与大众生活息息相关,面对问题表情包,要建立全民防御机制。

第一,人人都要对问题表情包进行监督和积极举报,这样不仅是对自己负责,也是对他人的负责。这一点,加拿大关于打击不良信息的相关立法可以为我们借鉴。自2002年起,加拿大就立法规定,任何人在网络浏览中发现不良内容,都必须履行“通知并删除”义务,否则便有违法之嫌。2006年起,加拿大还开辟专用的公共举报热线。

第二,提升自身素养,拒绝使用问题表情包。个人素养是一个人价值观念的外化,具有良好素养的人必然会遵守各种社会公德和行为规范。聚焦到提升表情包用户基本素养的问题,最重要的是,要提升自身的“审美心理”而非“审丑心理”。网络社交良莠不齐,对问题表情包要进行甄别和剔除,做到“见淤泥而不染”。广大网民不仅自身不使用、

不传播不良表情包,对身边传播的人也要加以劝解,让其认识到传播不良表情包的严重危害。与此同时,还要不断提升网络用户自身审美能力,让他们真正欣赏和接纳承载优秀文化的表情包。

## 四、结语

本文以网络社交中的表情包为主要话题,对其传播优势、传播过程出现的失范问题以及治理对策进行了较系统的研究和论证。尽管表情包在网络社交中具有一定的传播优势,但也容易出现传播失范问题。本文建议采用“河长制”治理模式推动表情包的合规化管理。在表情包治理体系中借鉴“河长制”这一成熟且有效的治理模式,能够依靠法律监管、技术监管、行政监管、自我监管等手段,在源头、过程、事后等环节建立首尾衔接、环环相扣的治理链条,从而推动表情包迈入健康有序的良性发展轨道。

#### 参考文献:

- [1] 肖珺. 多模态话语分析:理论模型及其对新媒体跨文化传播研究的方法论意义[J]. 武汉大学学报(人文科学版), 2017, 70(6): 126-134.
- [2] 马琳, 颜彬. 互联网社交活动中表情包的情绪传播机制[J]. 青年记者, 2022(12): 56-58.
- [3] 吴志远. 图像“武器”:“表情包”的话语与意蕴[J]. 新闻界, 2018(3): 47-54.
- [4] 刘汉波. 表情包文化:权力转换下的身体述情和身份建构[J]. 云南社会科学, 2017(1): 180-185.

- [5] 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(5):121-128,165.
- [6] 王娟,刘文雅. 泛娱乐主义的审视与超越[J]. 思想教育研究,2020(11):62-66.
- [7] 李欣,彭毅. 符号化表演:网络空间丧文化的批判话语建构[J]. 国际新闻界,2020(12):50-67.
- [8] 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(4):97-102.
- [9] 靖鸣. 颜文字:读图时代的表情符号与文化表征[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版),2020(11):149-155.
- [10] 龙柏林,刘伟兵. 青年群体社会主义核心价值观传播的表情包路径探析[J]. 青海社会科学,2017(4):128-132,164.
- [11] 付丽霞. 即时通讯中表情包版权保护的争议、冲突与应对[J]. 科技与法律,2019(1):34-39.
- [12] 林峰. 表情包亚文化意识形态功能的审视与建构[J]. 云南社会科学,2019(2):182-187.
- [13] 杨谦,张婷婷. 新自由主义思潮的网络政治隐喻及应对[J]. 马克思主义理论学科研究,2020(1):144-153.
- [14] 蒋建国,李颖. 网络涂鸦表情包:审丑狂欢抑或娱乐的大麻[J]. 探索与争鸣,2017(1):131-136.
- [15] 张艳斌. 青年网络表情包的文化逻辑及其规制[J]. 思想理论教育,2018(1):82-86.
- [16] 彭兰. 表情包:密码、标签与面具[J]. 西安交通大学学报(社会科学版),2019,39(1):104-110,153.
- [17] 张小雪,于晓峰,李雨桐. 近十年来国内媒介化传播研究:特点、问题与趋势[J]. 长安大学学报(社会科学版),2021,23(6):71-81.
- [18] 刘友婷. 表情包创作者:替你“表”情[N]. 工人日报,2018-09-25(6).
- [19] 谷学强,张子铎. 社交媒体中表情包情感表达的意义、问题与反思[J]. 中国青年研究,2018(12):26-31,108.
- [20] 戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢,译. 北京:北京大学出版社,2008.
- [21] 魏晓敏. 表情包的情感表达研究[D]. 南京:南京师范大学,2018.
- [22] 亚里士多德. 政治学[M]. 吴寿鹏,译. 北京:商务印书馆,2017.
- [23] 陈垠杉. 儿童软色情表情包套路深[N]. 中国青年报,2021-01-08(8).
- [24] 孟子. 孟子[M]. 北京:中国文联出版社,2016.
- [25] 毛泽东. 毛泽东全书[M]. 石家庄:河北人民出版社,2000.
- [26] 谭雄. 乱用表情包,“葛优躺”侵权,葛优获赔7.5万元[J]. 公民与法(综合版),2018(3):27-29.
- [27] 廖春梅. 用他人头像制作微信表情包,同样侵犯肖像权[J]. 新农村,2017(6):37.
- [28] 李岩. 公序良俗原则的司法乱象与本相——兼论公序良俗原则适用的类型化[J]. 法学,2015(11):54-68.
- [29] 谢婷婷. 真人表情包中的肖像权法律保护[D]. 济南:山东大学,2020.
- [30] 习近平. 论党的宣传思想工作[M]. 北京:中央文献出版社,2020.
- [31] 郑莹. 网络不是法外之地[N]. 人民日报,2015-04-14(7).

(责任编辑:王佳)