



“笑”傲江湖

从黄色笑脸到布朗熊,表情符号已进化了50年,在科技互联网公司和表情设计师的勃勃雄心之下,那些层出不穷的搞笑、卖萌、小清新、文艺范儿的表情,能否支撑起一座文化的高塔?

□崔滨

在创造出互联网表情符号Emoji后,日本设计师栗田穰崇被问到最多的问题就是,“当一个女孩在短信中给你一个心形符号时,那意味着什么?”而他的答案只能是,“我也不知道那是否意味着她喜欢我,我只知道那是件好事。”

这也许就是所有表情符号的处境——在商业和科技的催动下,它试图穷尽人间所有的情绪,成为独立的言语世界;但在这个文字、声音、影像交织叙事的时代里,连我们自己都无力掌控言说的方向。

50年前,当那张在人类文明史中辨识度最高的黄色笑脸Happy Face被创造出来时,只是为了传递单纯的快乐。而第一个创作出网络表情的斯科特·法

尔曼,也仅仅出于对开玩笑的戏谑。

但随着商业消费,尤其是网络沟通方式的加入,表情符号已经不单单是简单情绪的凝缩。我们如今视为网络沟通中言语自然延伸的表情符号系统Emoji,就是上世纪90年代末日本电信运营商NTT出于商业目的而开发的;10年后,Line、Path、Facebook、微信、陌陌等互联网通讯工具,将其延展为一套丰富庞杂的商业系统和盈利模式。越来越多的商人正希望通过自己庞大的用户,只用付费的表情符号,就能完全替代文本语言。

而在表情符号的文化方向上,创作了黄色笑脸的哈佛·鲍尔,用了40年的时间,把这张笑脸提升到“世界微笑日”的高度;斯科特·法尔曼也认为,自己创作出的网络表情,“是献给世界的礼

物”。在“世界”、“文化”这些宏大词汇的背后,试图把表情符号变为人类新语言的努力日渐清晰。

这仿佛人类文明的落叶归根,如今我们使用的文字,不正是从象形开始的吗?古人“折梅逢驿使,寄与陇头人。江南无所有,聊赠一枝春”。不也是一个表情胜过万语千言吗?当年哲学家维特根斯坦对于“图片会俘虏我们,令我们无法逃脱”的担忧,正在当下的互联网时代里变成现实。

回顾互联网的发展,其核心正是信息传输速度的提升和信息总量的增加,如果说纯文本时代的信息传输带宽是比特级的,如今的沟通则是兆级别。文字、语音、图片、表情、视频,所有这些言说方式让我们的沟通更加立体化。于是,单纯文本时代沟通失真的情况得到极大改善,表情符

号就是这种改善中的典型。

在文化研究者丹尼尔·贝尔看来,当下这种“文字苍白,表情丰富”的交流方式,恰是人类沟通方式进化的方向。因为视觉本就是人类最重要的感觉器官和交流方式之一,只是由于地域和时间的限制,才不得不用文字加以补充;当科学技术的进步使得交通和交流方式发生革命性变化后,重新回归视觉交流方式,似乎到了一个可以实现的临界点。

这仿佛上古传说中“巴别塔”的商业互联网时代重建:“来吧!我们要建造一座城和一座塔,塔顶通天,为要传扬我们的名,免得我们分散在全地上。”只是,在科技互联网公司和表情设计师的勃勃雄心之下,那些层出不穷的搞笑、卖萌、小清新、文艺范儿的表情,能否支撑起一座文化的高塔?

表情符号“拟人”进化史 B02

表情符号的“全球好生意” B03