

Raba čustvenčkov v študentskih e-sporočilih: funkcije in namen

DOI: <https://doi.org/10.55707/ds-po.v4i2.182>

Prejeto 5. 1. 2026/Sprejeto 4. 6. 2026

Znanstveni članek

UDK 316.77-057.875:004.773

KLJUČNE BESEDE: čustvenček, komunikacijska funkcija, digitalna komunikacija, e-sporočilo, analiza diskurza

POVZETEK – Čustvenčki so danes postali nepogrešljivo in učinkovito neverbalno orodje za dodajanje in označevanje komunikacijskega tona sporočilom v spletni komunikaciji mladih, vse pogostejše pa se pojavljajo tudi v e-sporočilih študentov visokošolskim profesorjem. Cilj naše raziskave je bil analizirati komunikacijske funkcije, namen uporabe in tipologijo čustvenčkov na zbranem korpusu 564 e-sporočil visokošolskih študentov na Univerzi v Mariboru, Fakulteti za organizacijske vede. Rezultati kažejo, da je najpogostejše uporabljen čustvenček nasmejan obraz »smesko«, da študenti dajejo prednost pozitivnim in veselim čustvenčkom in da se ti najpogostejše pojavljajo v prošnjah in zahvalah. Analiza diskurza je pokazala, da čustvenčki pogosto opravljajo več funkcij. Večinoma delujejo kot čustveni in pragmatični označevalci, ki okrepijo ali omilijo namen sporočila. Študenti s čustvenčki izražajo čustveno stanje, blažijo resnost izjave, dodajajo humor, ustvarjajo prijaznejšo in bolj neformalno vzdušje in krepijo medosebne odnose. Kljub temu analiza kaže, da imajo čustvenčki le majhen vpliv na interpretacijo sporočila, saj so pogosto redundantni in služijo predvsem za potrditev že izraženega pomena.

Received 5. 1. 2026/Accepted 4. 6. 2026

Scientific paper

UDC 316.77-057.875:004.773

KEYWORDS: emoji, communicative function, digital communication, e-mail, discourse analysis

ABSTRACT – Emojis have become an indispensable and effective non-verbal tool for adding and marking the communicative tone of messages in young people's online interactions. They are also appearing more and more frequently in emails from students to university professors. The aim of our study was to analyse the communicative functions, purposes and typology of emojis, based on a corpus of 564 emails from the students at the University of Maribor, Faculty of Organizational Sciences. The results indicate that the most commonly used emoji is the traditional smiley face, that students favour positive and cheerful emojis, and that these appear most often in requests and thank-you messages. The discourse analysis shows that emojis generally fulfil several functions. Primarily, they act as emotional and pragmatic markers that either emphasise or soften the intention of a message. Students use emojis to express their emotional state, soften the seriousness of a statement, add humour, create a friendlier and more informal communication, and strengthen interpersonal relationships. However, the analysis shows that emojis have little impact on the interpretation of the message, as they are often redundant and mainly serve to confirm an already expressed meaning.

1 Uvod

Raziskave sodobne komunikacije mladih kažejo, da emojiji pomembno oblikujejo spletno medosebno interakcijo, saj pogosto dopolnjujejo ali celo nadomeščajo besedno sporočilo ter pomembno vplivajo na razumevanje pomena zapisanega besedila (Ju in Zhao, 2024). Pod vplivom pisanja kratkih SMS-sporočil ter komunikacije prek aplikacij, kot so WhatsApp, Viber in Snapchat, za katere so značilni kratkost, fragmentarnost sporočil, raba slenga, neformalnega besedišča, emotikonov in okrajšav, se po ugotovitvah Biesenbach-Lucas (2007) vse bolj kaže splošna težnja k večji neformalnosti in

jezikovni poenostavljenosti v pisni komunikaciji. Raba različnih neverbalnih, grafičnih in vizualnih elementov, kot so ikone, okrajšave, emotikoni in emojiji (Toilibayevich Kenenbayev, 2024), se tako ne omejuje več zgolj na zasebno in neformalno sporazumevanje, temveč se vse pogostejše odraža tudi v pisanju e-sporočil, naslovljenih na profesorje. Takšna raba po eni strani kaže na postopen premik k manj formalnemu slogu pisanja in odmik od knjižne jezikovne norme (Crombie, 2020), po drugi strani pa razkriva, da se komunikacijske prakse iz vsakodnevnega digitalnega okolja postopno in vse bolj prenašajo tudi na druga področja pisnega sporazumevanja in akademskega udejstvovanja (Cullington, 2020; Manzolim in Dela Cruz, 2024).

V literaturi o uporabi in vlogi emotikonov/emojijev v pisni komunikaciji avtorji uporabljajo izraz emotikon (Marder idr., 2020) ali emoji (Crombie, 2020; Manganari, 2021; Shah in Tewari, 2021) ali oba termina hkrati (Cheng, 2017, Crystal, 2021; Tang in Hew, 2018). V raziskavi o uporabi emotikonov med univerzitetnimi študenti Haji in Bakir (2019) pojasnjujeta, da je razlika med emotikoni in emojiji v njihovi obliki in načinu ustvarjanja. Emotikoni so sestavljeni iz besedilnih znakov, kot so dvopičje, oklepaj in drugi znaki (npr. :-) za nasmeh), in so omejeni predvsem na izraze obrazov, medtem ko so emojiji barvne sličice (piktogrami), kot je smeško 😊, ki poleg sličic obraza pokrivajo še širok spekter drugih slikovnih podob, vključno s kretnjami, predmeti, hrano, živalmi, aktivnostmi idr. Ker smo za našo raziskavo želeli uporabiti en termin, ki združuje unificiran opis emotikona in emojija, smo se odločili za slovenski izraz čustvenček. Ta je definiran kot »simbol ali sličica, navadno v podobi obraza, ki izraža (trenutno) čustvo, razpoloženje, zanimanje v elektronski komunikaciji« (Fran, 2025). Z uporabo besede čustvenček želimo obenem prispevati k uveljavljanju strokovnih izrazov v slovenskem jeziku.

Čeprav raba čustvenčkov odraža ustvarjalno moč jezika (Crystal, 2012), ki se nenehno prilagaja novim komunikacijskim potrebam in tehnologijam, pa njihovo vključevanje v pisno komunikacijo med študentom in profesorjem velja za neprimerno in neprofesionalno. Ružić Baf (2022, str. 165) ocenjuje, da »vse pogostejša uporaba pametnih telefonov in aplikacij lahko povzroči številne stranske učinke«, med katerimi sta tudi pomanjkanje spoštovanja pravil elektronske komunikacije (netiketa) in neupoštevanje konvencij vljudnostnega sporazumevanja. Na neupoštevanje pravil v študentski pisni komunikaciji kažeta tudi naši nedavni raziskavi (Baggia idr., 2022; Tratnik idr., 2024), v katerih smo preučevali dejavnike, ki vplivajo na slog, ustreznost in profesionalnost študentskih e-sporočil. Ugotovili smo, da študenti, ki uporabljajo čustvenčke, izkazujejo nižjo stopnjo digitalne pismenosti, hkrati pa jih vključujejo v sporočila, ker svoje profesorje dojemajo kot bolj razumevajoče, prijazne in dostopne (Baggia idr., 2022).

Ugotovitve omenjenih raziskav so dale vpogled v učinke na rabo čustvenčkov v e-sporočilih profesorjem in pokazale, da se uporaba čustvenčkov spreminja glede na vrsto sporočila, raven študentove digitalne pismenosti in študentov odnos do profesorja. Po drugi strani pa se je pokazalo, da bi veljalo podrobneje preučiti komunikacijski kontekst, funkcije in tipe čustvenčkov v študentskih e-sporočilih. Ko smo opravili sistematičen pregled literature, smo ugotovili, da na tem področju obstaja znatna raziskovalna vrzel. Predhodne raziskave so namreč preučevale različne druge vidike rabe čustvenčkov v digitalni komunikaciji, npr. pragmatične funkcije emojijev v komunikaciji med študenti in predavatelji v spletnem učenju (Inderasari idr. 2023), pragmatične funkci-

je emojijev med univerzitetnimi študenti v objavah v Facebook skupinah (Al-Yasin, 2024), interakcijske in kompozicijske funkcije emojijev na kitajskem socialnem omrežju Weibu (Yang in Liu, 2021), funkcije rabe emojijev v sporočilih, izmenjanih prek aplikacije WhatsApp (Al Rashdi, 2018), pragmatične funkcije emojijev med uporabniki WeChat skupin (Li in Yang, 2018), funkcije emojijev in njihov vpliv na komunikacijo na delovnem mestu med zaposlenimi mladimi (De in Bakhshi, 2024).

Navedeno je narekovalo potrebo po raziskavi, v kateri smo se želeli osredotočiti na analizo diskurza v študentskih e-sporočilih s čustvenčki v slovenskem visokošolskem kontekstu. Oblikovali smo naslednja raziskovalna vprašanja:

- V katerih vrstah e-sporočil (npr. prošnja, zahvala, opravičilo, pritožba) se čustvenčki pojavljajo?
- Katere čustvenčke študenti uporabljajo v svojih e-sporočilih?
- Kakšna je komunikacijska funkcija uporabljenega čustvenčka?

2 Teoretični okvir

Povečano uporabo čustvenčkov v sodobni komunikaciji mladih je treba obravnavati v širšem kontekstu sprememb sodobne družbe, kot so »porast uporabe mobilnih naprav, nenehno povečevanje njihovih funkcionalnih zmogljivosti in posebnosti« (Čepon, 2018, str. 131), povečana uporaba družbenih omrežij in različnih aplikacij, pa tudi v povezavi z drugimi jezikovnimi, sociolingvističnimi, pragmatičnimi in kulturnimi vidiki digitalne komunikacije. Ugledni britanski jezikoslovec D. Crystal (2012, 2021) ugotavlja, da so čustvenčki del širšega fenomena jezikovnih sprememb, ki jih je prinesla digitalna komunikacija. Razlog, da jih tvorec besedila vključi v svoje sporočilo, vidi v pomanjkanju neverbalnih znakov (kot so obrazna mimika, telesna govorica, kretnje) in prozodične dinamike govora (zlasti intonacije glasu) v tipkani elektronski komunikaciji. Z vključitvijo čustvenčka uporabnik nedvoumno signalizira čustveni namen in ton sporočila, dodani smeško 😊 na primer pokaže, naj bo sporočilo razumljeno na humoren način.

Digitalni simboli in čustvenčki pomembno vplivajo na medosebno interakcijo mladih, saj spremenijo način, kako si uporabniki tolmačijo čustvene in socialne informacije (Ju in Zhao, 2024). Poudariti velja, da je za pravilno interpretacijo in razumevanje namena uporabe čustvenčka nujno spremljajoče besedilo, saj se pomen čustvenčka spreminja glede na kontekst – isti čustvenček lahko v različnih besedilih nosi povsem drugačen pomen (Bai idr., 2019; Gawne in McCulloch, 2019; Jaeger in Ares, 2017). Yus (2014) meni, da razumevanje čustvenčkov zahteva določeno stopnjo pismenosti o tovrstnih simbolih oz. sličicah, saj bi jih lahko brez pomoči vsebinskih informacij, ki jih kontekst nudi, napačno ali pa sploh ne razumeli. Batič in Haramija (2024, str. 33) jo imenujeta »multimodalna pismenost«, saj menita, da so čustvenčki neka oblika »multimodalnega sestava«, ki od posameznika zahteva, da razume pomen komunikacijskih modov in jih združi v celosten pomen.

Komunikacijske funkcije čustvenčkov

Raziskave o čustvenčkih na področju sodobne digitalne komunikacije se osredotočajo na različne čustvene, jezikovne, diskurzne, pragmatične, semantične, parajezikovne in druge vidike (Al-Yasin, 2024; Inderasari idr., 2023; Haji in Bakir, 2019; Yus, 2014). Skladno s študijami, kot je Dresner in Herring (2010), analiza izbranih reprezentativnih primerov, ki vključujejo različne čustvenčke, kaže, da ti ne služijo le kot kazalci čustev uporabnikov, temveč imajo tudi druge komunikacijske funkcije: delujejo lahko kot kazalniki ilokucijske sile in nakazujejo pomen ali »silo« sporočila, tj. signalizirajo humor, sarkazem, poudarek ali omilitev. Gumperz (1982) jih označuje kot kontekstualizacijske namige, ki delujejo kot znak odobravanja sporočila drugega, kot odziv na izraženo zahvalo ali kompliment, kot začetki in zaključki pogovora, kot povezovalni element ali pokazatelj, da je bila zahtevana naloga opravljena. V nadaljevanju bomo razčlenili posamezne komunikacijske funkcije in vključili primere tipične rabe.

Čustvena funkcija

Čustvenčki se v svoji primarni funkciji pojavljajo kot čustveni kazalec za izražanje čustev/razpoloženj in označevanje tona sporočila. Z njimi želi avtor čustveno obarvati sporočilnost povedanega, tj. izraziti določeno čustveno komponento (stanje) (Bai idr., 2019; Inderasari idr., 2023; Sampietro, 2020). Primer čustvenčka kot izraza žalosti je: Izpita nisem naredil. 😞

Pragmatična funkcija

Čeprav je signaliziranje čustev ena primarnih vlog čustvenčkov v digitalni komunikaciji, nekateri avtorji (Dresner in Herring 2010; Holtgraves, 2024; Inderasari idr., 2023; Li in Yang, 2018; Yus, 2014) poudarjajo, da čustvenčki niso zgolj kazalci čustev, temveč lahko delujejo kot govorna dejanja (npr. opravičilo, zahvala, grožnja) in prispevajo k pragmatičnemu pomenu spletne komunikacije (za krepitev oz. omilitev zapisanega, dodajanje humorja, ironije, sarkazma, upravljanje/spodbujanje interakcije itd.). Hamdan (2022) čustvenčke opredeljuje kot označevalce ilokucijske moči oz. vpljudnostne markerje, ki aktivno prispevajo k razumevanju namena sporočila, ki ga besedilo morda ne izraža dovolj jasno oz. bi ga brez čustvenčka težje prepoznali (npr. ali je izjava ironična, sarkastična, šala, ukaz). Primer uporabe čustvenčka za ublažitev zahteve: Pošlji mi rešitve. 😊

Semantična funkcija

Jibril in Abdullah (2013) sta mnenja, da imajo čustvenčki semantično in vizualno retorično funkcijo, saj dodajo in prenašajo pomen vsebine sporočila kot neodvisna izrazna modalnost. Tudi Ai idr. (2017) ocenjujejo, da so čustvenčki v primerjavi z navadnim besedilom bogatejši v semantičnem pomenu, saj dodajo ali spreminjajo pomen besedila, namesto da bi bili zgolj dekorativni dodatek ali kazalec čustev. Z drugimi besedami, delujejo kot del vsebine sporočila, ga bistveno dopolnjujejo ter tako pomembno

prispevajo k pomenu in odtenkom digitalne komunikacije (Bai idr., 2019; Gawne in McCulloch, 2019; Jibril in Abdullah, 2013; Na'aman idr., 2017; Zappavigna in Logi, 2024).

Primer čustvenčka za dodajanje pomena o zahtevnosti nalog: Te naloge so res. 😞

Parajezikovna funkcija

Za razliko od semantične funkcije, ki doda pomen vsebini sporočila, pri parajezikovni funkciji čustvenček deluje kot samostojen »jezik«, ki v sporočilo vnese pozitivno, negativno ali nevtralno noto. Pri tej funkciji sporočilo razumemo tudi brez čustvenčka, ta pa doda kontekst, čustvo ali intonacijo. Holtgraves in Robinson (2020) govorita o čustvenčkih kot vizualnih nadomestkih neverbalnega vedenja in izražanja, katerih primarna funkcija je dopolnjevanje besedila, prenos pomenov in zapolnjevanje vrzeli neverbalne komunikacije. V e-komunikaciji so tako podobni gestam, mimiki obraza ali intonaciji, ki jih uporabljamo v pogovoru iz oči v oči, da bi poudarili, spremenili ali dopolnili pomen izgovorjenih besed (Dresner in Herring, 2010; Zappavigna in Logi, 2024). Tudi Gawne in McCulloch (2019) menita, da se čustvenčki uporabljajo kot digitalne geste, ki obogatijo in dopolnijo pisno komunikacijo, in sicer na podoben način kot verbalno komunikacijo dopolnjujejo neverbalne geste. Alshenqeeti (2016) dodaja, da so čustvenčki oblika vizualnega parajezika. Podobno meni Yus (2011), ki pravi, da čustvenček kot neverbalni znak v e-komunikaciji nosi paraverbalno funkcijo, ki doda plast pomena, ki presega zgolj besedno vsebino. Primer čustvenčka za kretnjo tišine, ki signalizira skrivnost, diskretnost: To ostane med nama. 🤫

Socialna funkcija

V ospredju socialne funkcije – Danesi (2016) jo imenuje tudi »fatična« funkcija – je gradnja in vzdrževanje socialnih odnosov. Vključitev čustvenčka pomaga vzpostaviti in ohranjati stik med udeleženci komunikacije, deluje kot signal vljudnosti, čustev in socialne bližine (Sampietro, 2020). Li in Yang (2018) menita, da se čustvenčki uporabljajo za vzpostavljanje ujemanja med udeleženci in strukturiranje interaktivne izmenjave, obogatitev spletne interakcije in krepitev socialnih vezi. Z njimi lahko izrazimo empatijo, ustvarimo bolj sproščeno vzdušje ali pokažemo, da smo pozorni na sogovornika, kar prispeva k prijaznejši komunikaciji. Primer uporabe čustvenčka za ohranjanje in krepitev medosebnih odnosov (čustvenček izraža občutek topline, prijaznosti in iskrene skrbi): Upam, da si dobro! 😊

Substitutivna funkcija

Danesi (2016) poudarja hitro širjenje uporabe čustvenčkov kot nove vizualne podedbe jezika, ki v spletni komunikaciji vse bolj nadomešča verbalni jezik in postaja samostojen element. Substitutivna ali kompenzacijska funkcija se običajno kaže v rabi čustvenčka namesto stavka, odgovora, ločila. Čustvenčki lahko zaznamujejo konec povedi, so postavljeni za končnim ločilom ali nadomeščajo končno ločilo. Čeprav nekateri

(npr. Crombie, 2020; Dresner in Herring, 2010; Holtgraves, 2024) poudarjajo možnost popolnega nadomeščanja verbalnega jezika, spet drugi (Daniel in Camp, 2020) naglašujejo, da morajo biti čustvenčki za oblikovanje popolnega pomena neločljivo povezani z besedilom in se redko uporabljajo samostojno. Primer čustvenčka kot samostojnega komunikacijskega elementa, ki nadomešča odgovor in izraža presenečenje, nejevero, osuplost: A: Si videl rok oddaje za nalogo? B: 😞

S pregledom komunikacijskih funkcij smo postavili referenčni okvir za analizo vloge, tipov in funkcij rabe čustvenčkov kot komunikacijskih označevalcev. V naslednjih poglavjih bomo opredelili raziskovalno metodo in pokazali na raznolikost uporabe med študenti.

3 Metoda

Zbiranje e-sporočil, ki so jih študenti 1. letnika dodiplomskega študija Fakultete za organizacijske vede Univerze v Mariboru poslali profesorici poslovnega angleškega jezika, je potekalo v študijskem letu 2024/2025 od 1. 10. 2024 do 13. 6. 2025; prekinjeno pa je bilo med 23. 10. in 25. 11. 2024, saj je zaradi obsežnega kibernetkega napada na centralno računalniško infrastrukturo Univerze v Mariboru v tem času prišlo do večjega izpada vseh e-storitev (Univerza v Mariboru, 2024). Študenti, zajeti v raziskavo, so bili stari od 18 do 24 let, med njimi je bilo 58 % moških in 42 % žensk.

Za študijo komunikacijskega namena, tipologije in funkcije čustvenčkov v e-sporočilih študentov smo uporabili kvalitativno in diskurzivno analizo e-sporočil (Fairclough, 2003). Vsa prejeta e-sporočila smo najprej anonimizirali in nato kodirali ter za vsak primer uporabe čustvenčka v e-sporočilu študenta zabeležili a) uporabljeni čustvenček, b) tip sporočila oz. kontekst, v katerem se pojavi, c) komunikacijsko funkcijo, d) interpretacijo (kaj v danem primeru/kontekstu pomeni).

4 Rezultati in razprava

Za raziskavo o vrstah e-sporočil, tipu čustvenčkov in njihovih komunikacijskih funkcijah v študentskih e-sporočilih smo zbrali 564 e-sporočil, od katerih jih je 79 ali 14 % vključevalo čustvenčke, kar je opazen porast v primerjavi z raziskavo Baggia idr. (2022), po kateri je bilo študentskih e-sporočil, ki so vsebovali čustvenčke, le 6,5 %. Glede na zvrstnost bi e-sporočila lahko umestili v naslednje skupine: prošnja (34 %), zahvala (33 %), posredovanje informacij (27 %), opravičilo (5 %) in voščilo oz. izraz dobrih želja (1 %). Tudi ugotovitve drugih raziskav (Al-Yasin, 2024; Baggia idr., 2022; Marder idr., 2020) kažejo, da so čustvenčki najpogostejše vključeni v prošnje in zahvale. Da uporabniki pogostejše uporabljajo čustvenčke v pozitivnih sporočilih in manj v jeznih ali žalostnih, potrjuje tudi Cheng (2017). Pričakovana raba čustvenčkov v najbolj tipičnih zvrsteh kaže na to, da »študenti dobro obvladajo osnovne digitalne funkcije in večšine digitalnega predstavljanja« (Karahasanović idr., 2025, str. 129).

Čeprav nekatere študije (Thompson in Filik, 2016; Walther in D'Addario, 2001) niso ugotovile razlik v rabi čustvenčkov po spolu, je naša raziskava skladno z več drugimi (Al-Yasin, 2024; Butterworth idr., 2019; Haji in Bakir, 2019; Shah in Tewari, 2021) pokazala, da ženske (66 %) pogosteje uporabljajo čustvenčke kot moški (34 %). Prav tako se je pokazala večja raznolikost v tipologiji čustvenčkov med spoloma. Medtem ko moški uporabljajo le obrazne čustvenčke, so študentke poleg teh v svoja sporočila vključila še cvet 🌸 in rdeče srce ❤️. Analiza obsega in pogostosti rabe kaže, da so študenti v 79 e-sporočilih uporabili 110 čustvenčkov. Večina e-sporočil (80 %) vsebuje en čustvenček, 10 % e-sporočil dva, 6 % tri, preostala e-sporočila (4 %) pa so imela 4, 5 oz. 8 čustvenčkov. Spodnji primer in tudi vsi nadaljnji so nelektorirani in podani v originalnem zapisu, kažejo pa, da je večje število čustvenčkov bolj kot z dolžino besedila povezano z namero poudarjanja odtenkov sporočanja, izražanja čustev in krepitve odnosov. Ravno sem videla vaš mejl 😊, sem res vesela 😊 hvala.

Bom programček malo doma raziskala, ker sem zdaj v službi in nimam toliko časa, kako vse skupaj deluje in se slišimo 😊.

Hvala in lp 😊😊

Po Yusu (2011) sporočilo, posejano s čustvenčki, deluje kot neke vrste stilsko in identitetna funkcija uporabnika, avtorjev osebni slog in digitalna identiteta. Čeprav komuniciranje s čustvenčki danes postaja stalnica in pomemben del komunikacijske »kulture mladih« (Cvek in Pšunder, 2019, str. 23), Crystal (2021) svari, da zaradi pretirane rabe čustvenček lahko postane grafična in klišejska fraza, kar lahko opazimo tudi v zgornjem primeru.

Rezultati naše raziskave so pokazali, da je najpogosteje uporabljeni čustvenček smeško 😊 (35 %), sledijo smejoči obraz s smejočimi očmi 😊 (20 %), režeči obraz s smejočimi očmi 😊 (14 %), smejoči obraz z mrzlim potom 😊 (8 %), žalosten obraz 😞 (6 %), rdeče srce ❤️ (5 %), smejoči obraz s srčki 🥰 (3 %), obraz s pomežikom 😊 (2 %), brezvoljen obraz 😠 (2 %), cvet 🌸 (2 %), smejoči obraz z odprtimi usti 😊, na glavo obrnjen obraz 😊 in smejoči obraz z odprtimi usti in smejočimi očmi 😊 (vsi po 1 %). Podobno kot Crombie (2020) lahko potrdimo, da so uporabljeni čustvenčki večinoma pozitivni, le 8 % jih je negativnih, in sicer takih, ki prikazujejo žalosten in brezvoljen obraz. Ugotovili smo tudi, da študenti uporabljajo široko paleto čustvenčkov, od veselih do igrivih, smejočih obrazov z nasmejanimi očmi, z odprtimi usti, srčki, mrzlim potom, pomežiki itd. To je v nasprotju z Garrison idr. (2011), ki trdijo, da uporabniki uporabljajo ozek nabor podobnih tipov čustvenčkov.

Glede funkcije čustvenčkov se je pokazalo, da jih večina (75 %) nosi kombinacije več različnih pomenov: čustveno in pragmatično (83 primerov), čustveno in parajezikovno (19 primerov) ter čustveno, parajezikovno in socialno funkcijo (13 primerov). Tudi Yus (2011) ugotavlja, da čustvenček v diskurzu pogosto opravlja več funkcij in pojasnjuje, da ta niso zgolj »okrasek«, dodatek ali nadomestek za čustva, temveč integrirani del komunikacijskega procesa, ki ima pomembne diskurzne funkcije, ki vplivajo na interpretacijo sporočila. Lahko so čustveni, medosebni in stilni označevalci in pogosto opravljajo več vlog hkrati, kot kaže tudi naslednji primer: Se opravičujem za pozno oddano nalogo. 😊, kjer je smejoči obraz z mrzlim potom označevalec zadrege

(čustvena funkcija), blažilec resnosti situacije (pragmatična funkcija) in nadomestilo za neverbalni nervozni nasmešek (parajezikovna funkcija).

V raziskavi smo nadalje ugotovili, da študenti čustvenčke najpogosteje uporabljajo za prikazovanje in dodajanje čustvenih pomenov sporočila. Čustvena obarvanost sporočilnosti napisanega se je pokazala v 84 od 110 primerov uporabe čustvenčkov. Tudi Kaye idr. (2017) prepoznavajo, da je najpogostejša funkcija čustvena, Danesi (2016) pa ugotavlja, da uporabljeni čustvenčki največkrat povečajo pozitivnost sporočila, kar je skladno z našo raziskavo (npr. Lahko jutri ob 9h 😊). Študenti čustvenčke uporabljajo še za prenašanje zadovoljstva (Kok sem vesela 😊) ter dodajanje pozitivnega čustvenega tona in prijaznosti izjavam (npr. Za to se zdaj spet obračam na vas 😊).

Poleg čustvene funkcije je, skladno z Jaeger in Ares (2017), analiza pokazala, da študenti čustvenčke vključujejo za poudarjanje enega oz. prenašanje več pragmatičnih pomenov (83 primerov). V tej funkciji čustvenčki izpostavijo določen del izjave oz. signalizirajo predlagano držo, identificirane čustvenčke pa smo razvrstili v štiri pragmatične funkcije:

1. okrepitev izjave (56 primerov),
2. omilitev namena izjave (11 primerov),
3. dodajanje humorja, ironije ali sarkazma (12 primerov),
4. upravljanje in spodbujanje interakcije (4 primeri).

Čustvenčki v prvih dveh funkcijah delujejo kot označevalci ilokucijske moči, in sicer poudarijo namen izjave ob zahvalah (Najlepša hvala za nasvet 😊), ob pozdravih (Lp Blaž 😊), obljubah (Se bom potrudila, da naredim 😊), željah (Pa lepo popoldne 😊), pohvalah (Najboljša ste 😊), potrditvah (Vam odpisem na moodle 😊) ali pa delujejo kot strategija omilitve izjav (sploh ker vem da ste o tem že govorili, pa sem zgrešil 😊), poizvedb (Je drugace use uredi? 🙏), ublažijo prošnje (kdaj bi se lahko slišala, da se dogovoriva za termin. 😊/ a se lahko dobiva čez 15 min na teamsu 😊), opravičila (Oprostite za motenje 😊), zavrnitve (Takrat ne morem 😊). Poleg krepitev in omilitve izjav študenti uporabljajo čustvenčke tudi za dodajanje humorne ali ironične note sporočilu, npr. Na treningu sem si zlomil nos 😊, kjer glede na kontekst na glavo obrnjen obraz nakazuje šalo na lasten račun in odziv na presenetljiv dogodek. Študenti najmanj uporabljajo čustvenčke za upravljanje in spodbujanje interakcije, npr. Sva zmenjeni in se slišiva 😊.

Dresner in Herring (2010) poudarjata, da se signaliziranje komunikacijskega namena (pragmatična funkcija) pogosto prepleta s parajezikovno funkcijo, kar potrjuje tudi naša raziskava. V 19 primerih so študenti čustvenčke uporabili kot neodvisen (samostojen) dodatek k sporočilu, kar kaže, da so parajezik, ki pomaga povečati jasnost in verodostojnost besedila, npr. Tudi vse kar je narobe bi ponovno rešila saj želim da so naloge dobro narejene in se potrudim 😊. V parajezikovni funkciji študenti uporabljajo čustvenčke tudi ob pozdravih (Lep pozdrav 😊) ali podpisih (Nika 🙏). V teh primerih je čustvenček uporabljen tudi kot signal vljudnosti in gradnje ter krepitev odnosov, gre za socialno funkcijo rabe, ki se je pokazala v 13 primerih. Li in Yang (2018) ugotavljata, da v socialno-čustvenih kontekstih uporabniki pogosto posegajo po pozitivnih čustvenčkih, da bi ustvarili prijetno vzdušje in okrepili občutek skupinske povezanosti. Potrdimo lahko, da študenti z dodajanjem smejočega obraza želijo doseči bolj sprošče-

no komunikacijo in okrepiti občutek povezanosti med njimi in profesorico, npr. Hvala za vse in se kmalu vidiva 😊. / Lep in sproščujoč vikend želim 😊.

Ena od pomembnih ugotovitev analize je tudi, da so čustvenčki pogosto redundantni in da ne spremenijo valence sporočila, torej njenega osnovnega namena. Študent jih uporabi za podkrepitev besedilnega sporočila (npr. Zelo sem vesela 😊, da sem naredila izpit.) ali pa z dodajanjem enakih čustvenčkov intenzivira veselje (Sem ravno videla, sem res vesela 😊😊), navdušenje (kokr sm gledala se ga ne da nabavt 😊😊😊) oz. z uporabo dveh različnih pozitivnih čustvenčkov potencira zadovoljstvo in poudari pozitivna čustva (Končno so mi ga aktivirali 😊🤗). Yus (2011) meni, da čustvenčki sicer ponavljajo pomen, ki je že jasno izražen v besedilu, a opozarja, da tudi v teh primerih pogosto dodajo določeno »relevantnost«, tj. potrdijo govornikovo namero in okrepijo čustvo.

Na podlagi analize lahko izpostavimo naslednje ključne ugotovitve: študenti e-sporočila pogosto opremijo s pozitivnimi čustvenčki, da bi zapisano ekspresivno obarvali, dodali humorno in ironično noto, okrepili pomen ali omilili namen svojih izjav, izrazili vljudnost, navezali stik ter vzpostavili prijaznost, neformalnost in sproščenost, vendar pa imajo čustvenčki majhen vpliv na samo interpretacijo njihovih sporočil. Ugotovili smo, da so koristni pri krepitvi intenzivnosti sporočila, ki so sicer že verbalno kodirana. Z njimi želijo študenti ustvariti nedvoumnost, poudariti svoje čustveno stanje ali čustveni odnos do prejemnika ali predmeta obravnave. Naši primeri jasno kažejo, da imajo čustvenčki pogosto estetsko funkcijo, študentom predstavljajo nadomestek za neverbalne znake v pisni komunikaciji in prenašajo dodatne informacije o namenu in tonu sporočila.

5 Zaključek

Uporaba čustvenčkov v e-sporočilih študentov kaže, da so ti pomemben del razvijajoče se vizualne kulture in sodobna oblika komunikacije mladih. Funkcije čustvenčkov so pogosto večplastne in najpogostejše odražajo njihovo čustveno, pragmatično, socialno in parajezikovno funkcijo. Njihova raba se spreminja glede na kontekst, namen sporočila. Čustvenčki imajo v študentskih e-sporočilih pogosto estetsko funkcijo in so dopolnili kazalnik sloga in tona pisnega sporočila. Izsledki naše raziskave poglobljajo razumevanje komunikacijskih lastnosti čustvenčkov in dajejo globlji vpogled v njihove funkcije ter semantične pomene, ki jih vnos tovrstnih neverbalnih elementov prinaša v sporočilnost besedila. Pokazalo se je, da čustvenčki ključno prispevajo k bogatosti in učinkovitosti digitalne interakcije. Po drugi strani pa moramo omeniti tudi nekaj omejitev raziskave: zbiranje študentskih e-sporočil je bilo omejeno na enega visokošolskega profesorja na eni fakulteti oz. univerzi. V tem pogledu bi veljalo raziskati, ali študenti čustvenčke uporabljajo v enaki meri pri drugih profesorjih iste fakultete in širše, univerz(e) ter kako jih uporabljajo. Nadalje bi lahko preučili, ali obstaja razlika v rabi čustvenčkov med posameznimi profesorji – prejemniki e-sporočil glede na predmet poučevanja. V naši raziskavi je bila naslovnica prejetih e-sporočil visokošolska profesorica tujega jezika in postavlja se vprašanje, ali bi se enaki rezultati glede rabe čustvenčkov

pokazali tudi v prejetih e-sporočilih profesorjem drugih, tudi nejezikoslovnih predmetov in smeri. Taka raziskava bi dala odgovor tudi na vprašanje, ali obstajajo razlike v vlogi in raznovrstnosti čustvenčkov med profesorji različnih strok (tehničnih, naravoslovnih, družboslovnih). Nadaljnje raziskave bi tako dale dodaten in bolj poglobljen vpogled v načine elektronske komunikacije študentov v slovenskem visokošolskem prostoru.

Alenka Tratnik, PhD

The Use of Emojis in Students' Email Messages: Functions and Purposes

One of the characteristics of electronic communication by students today is a gradual shift towards a less formal style of writing and a departure from the standard linguistic norms (Crombie, 2020). Influenced by the brevity and fragmentation of the messages in communication apps such as Snapchat, WhatsApp, Messenger, and Viber, which are characterized by the use of slang, informal vocabulary, emoticons, and abbreviations, there is a growing trend towards greater informality and linguistic simplification in other areas of students' academic engagement (Cullington, 2020; Manzolim & Dela Cruz, 2024), including the emails addressed to university professors (Biesenbach-Lucas, 2007). Indeed, students are increasingly using various non-verbal and visual elements, such as emoticons and emojis (Toilibayevich Kenenbayev, 2024), reflecting a gradual adoption of informal communication practices in academic setting.

The increasing use of emojis in modern young people's communication should be considered in the broader context of modern societal changes, such as the growing use of social media, communication apps, and the constant use of smartphones among young people (Ružić Baf, 2022), as well as in the context of other linguistic, sociolinguistic, pragmatic, and cultural aspects of digital communication. The renowned British linguist D. Crystal (2012, 2021) states that emojis are part of a broader phenomenon of linguistic changes brought about by digital communication. He sees as the reason the text creators insert them into their messages the absence of non-verbal signs (such as facial expressions, body language, gestures) and the prosodic dynamics of speech (especially intonation) in typed electronic communication. By inserting an emoji, the user clearly signals the emotional intention and tone of the message, for example, by adding a smiley 😊, they show that the message is intended to be understood in a humorous way.

Although the use of emojis reflects the creative power of language (Crystal, 2012), which is constantly adapting to new communication needs and technologies, their inclusion in email communication between students and professors is often seen as inappropriate as well as unprofessional, and is frequently interpreted as an indicator of weak digital literacy. Nevertheless, students tend to use emojis without considering that their use reflects a lack of respect and a disregard for netiquette and the conven-

tions of polite communication (Tratnik et al., 2024). Furthermore, studies suggest that students perceive emojis as a strategy for humanizing interactions, signalling friendliness, and reducing power asymmetries in academic communication (Baggia et al., 2022).

While the role and pragmatic functions of emojis in social networks or instant messaging have already been extensively researched (Al Rashdi, 2018; Al-Yasin, 2024; Li & Yang, 2018; Yang & Liu, 2021), there is still a large gap regarding their appearance in email correspondence between students and professors. Our paper bridges this gap by examining the typology, communicative functions and intended use of emojis in email communication between students and professors in the Slovenian higher education landscape. It draws on a growing body of literature that explores various emotional, pragmatic, semantic, paralinguistic and social aspects of emojis in digital discourse (Al-Yasin, 2024; Crombie, 2020; Dresner & Herring, 2010; Haji & Bakir, 2019; Holtgraves, 2024; Inderasari et al. 2023; Sampietro, 2020; Yus, 2014).

The six communicative functions of emojis are broken down below:

- *Emotional function:* Emojis serve as an emotional indicator to express feelings/moods and mark the tone of a message (Inderasari et al., 2023; Sampietro, 2020; Bai et al., 2019);
- *Pragmatic function:* In line with studies such as Dresner and Herring (2010), the analysis shows that emojis can act as markers of illocutionary force or contextualization cues (Gumperz 1982; Hamdan, 2022), indicating the meaning or "force" of the message, i.e. signalling humour, irony, sarcasm, emphasis, or softening;
- *Semantic function:* Emojis function as part of the message content and complement it in a significant way, making an important contribution to the meaning and nuances of digital communication, and adding subtle meaning to the message content as an independent modality of expression (Jibril & Abdullah, 2013; Zappavigna & Logi, 2024);
- *Paralinguistic function:* In this function, emojis act as an independent language that adds a positive, negative, or neutral note to the message. The message is understood even without the emojis, which merely enrich and complement the message, adding more context (Gawne & McCulloch, 2019; Holtgraves & Robinson, 2020). (Dresner & Herring, 2010; Zappavigna & Logi, 2024);
- *Social function:* The focus of the social function is on building and maintaining social relationships. The inclusion of an emoji helps to establish and maintain the contact between the communication participants, by acting as a signal of politeness, emotion, and social closeness (Sampietro, 2020);
- *Substitutive function:* The substitutive or compensatory function usually manifests itself in the use of an emoji instead of a sentence, a reply, or a final punctuation (Crombie, 2020). Danesi (2016) emphasizes the rapid spread of emojis as a new visual form of language that is increasingly replacing verbal language in online communication and becoming an element in its own right.

Against this background, the paper sets out to answer the following research questions: (1) In which types of emails (requests, thank-you messages, apologies, complaints) do students use emojis? (2) Which emojis are used most frequently? (3) What

communicative functions do emojis perform in a specific email context? To answer these research questions, a corpus of 564 student emails sent to the teacher of English for Specific Purposes at the University of Maribor, Faculty of Organizational Sciences, in the academic year 2024/2025 was collected. Of these, 79 emails, or 14%, contained one or more emojis, resulting in 110 instances for detailed coding and discourse analysis. The students included in the study were between 18 and 24 years old, 58% of them were male and 42% female.

To investigate the typology, communicative function and purpose of emojis in student emails, we conducted a qualitative and discursive analysis (Fairclough, 2003). All emails were first anonymized and then coded, and for each emoji in a student's email, the following was recorded: a) the emoji used, b) the type of message or context in which it appears, c) the communicative function, and d) the interpretation (what it means in a particular instance/ context).

According to the type of email, these were categorized as requests (34%), thanks (33%), information (27%), apologies (5%), and greetings or good wishes (1%). This is in line with other studies (Al-Yasin, 2024; Baggia et al., 2022; Marder et al., 2019), which also show that emojis are most frequently included in requests and thank you messages.

As the results show, the most frequently used emoji is the traditional smiley face 😊 (35%), followed by the smiling face with laughing eyes 😂 (20%), the grinning face with smiling eyes 😄 (14%), the laughing face with cold sweat 😅 (8%), the sad face 😞 (6%), the red heart ❤️ (5%), the smiling face with hearts 🥰 (3%), the winking face 😜 (2%), the listless face 😐 (2%), the flower 🌸 (2%), the smiling face with an open mouth 😁, the upside-down face 😇 and the smiling face with an open mouth and smiling eyes 😊 (all 1%). Similar to Crombie (2020), we can confirm that the emojis used are predominantly positive, with only 8% of them being negative, namely those depicting a sad and joyless face. Another finding of our research is that students use a wide range of emojis, from happy to playful, smiling faces with smiling eyes, with open mouths, with hearts, with cold sweat, with winks, etc. This result is in contrast to Garrison et al. (2011), who claim that users use a small number of similar types of emojis.

Regarding the functions of emojis, it was found that most of them (75%) perform a combination of different functions: emotional and pragmatic (83 examples), emotional and paralinguistic (19 examples), and emotional, paralinguistic, and social function (13 examples). Similarly, Yus (2011) highlights that emojis can be emotional, interpersonal, and stylistic markers and often fulfil several functions at once, as the following example shows: "I apologize for the late submission of the assignment 😅", where the laughing face with cold sweat is a sign of embarrassment (emotional function), a softener for the seriousness of the situation (pragmatic function), and a substitute for a nervous smile (paralinguistic function).

The study also shows that students most frequently use emojis to give the message an emotional meaning: emotional colouring of the message was shown in 84 of the 110 examples. Kaye et al. (2017) also find that the emotional function is the most com-

mon function of emojis, while Danesi (2016) claims that emojis are most often used to increase the positivity of the message, which was also confirmed by our research (e.g. "Can we meet tomorrow at 9 am 😊"). In addition to the emotional function, the analysis shows that students use emojis to convey one or more pragmatic functions (83 examples). In this function, the emojis emphasize a certain part of the text or signal a suggested stance. The identified emojis were categorized into four pragmatic functions: strengthening (56 examples), softening (11 examples), adding humour, irony, or sarcasm (12 examples), steering and encouraging interaction (4 examples).

In 19 examples, students used emojis as a stand-alone addition to the message, demonstrating that they are a paralanguage that helps to increase the clarity and authenticity of the message, especially in greetings or final signatures. In these examples, the emoji is also used as a signal of politeness and relationship building and strengthening, which is the social function, shown in 13 examples. Li and Yang (2018) find that users often resort to positive emojis in socio-emotional contexts to create a pleasant atmosphere and reinforce a sense of group togetherness. We can confirm that by adding a smiling face, students want to achieve a more relaxed communication and strengthen the sense of connection between them and the professor.

To summarize, the study shows that the use of emojis in student emails is a conscious or unconscious strategy used to balance the formal genre of the email with a friendlier, more casual tone. They allow for the transmission of emotional nuances that writing alone cannot convey and play an important role in the pragmatics of digital communication. The author of the text inserts a specific emoji to emphasize, alter or add to the meaning of the spoken words that would otherwise be expressed non-verbally. The functions of emojis are often multi-layered and usually reflect their emotional, pragmatic, social, and paralinguistic functions. Their use changes depending on the context and purpose of the message. Emojis in students' emails often have an aesthetic function and are a complementary indicator of the style and tone of the written message. The findings of our research deepen the understanding of the communicative properties of emojis and provide a deeper insight into their semantic meanings that the introduction of such non-verbal elements brings to the message of the text. It has been shown that the main contribution of emojis lies in their richness and effectiveness in digital interaction.

Izjava o dostopnosti raziskovalnih podatkov

Članek temelji na raziskovalnih podatkih, ki se hranijo v osebni arhivu avtorice in niso javno dostopni; dostopni so pri avtorici na podlagi utemeljene prošnje.

LITERATURA

1. Ai, W., Lu, X., Liu, X., Wang, N., Huang, G. in Mei, Q. (2017). Untangling emoji popularity through semantic embeddings. V D. Ruths (ur.), Proceedings of the international AAAI conference on web and social media, 11(1), 2–11. <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/issue/view/271>
2. Alshenqeeti, H. (2016). Are emojis creating a new or old visual language for new generations? A socio-semiotic study. *Advances in Language and Literary Studies*, 7(6), 56–69. <https://doi.org/10.7575/aiac.all.v.7n.6p.56>
3. Al Rashdi, F. (2018). Functions of emojis in WhatsApp interaction among Omanis. *Discourse, Context & Media*, 26, 117–126. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2018.07.001>
4. Al-Yasin, N. F. (2024). The pragmatic functions of emojis in university-related Facebook group-posts: A gender-based study. *Journal of Language Teaching and Research*, 15(6), 2044–2050. <https://doi.org/10.17507/jltr.1506.29>
5. Baggia, A., Žnidaršič, A. in Tratnik, A. (2022). Emoticons in student-professor email communication. *Comunicar*, 30(73), 119–133. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-10>
6. Bai, Q., Dan, Q., Mu, Z. in Yang, M. (2019). A systematic review of emoji: Current research and future perspectives. *Frontiers in Psychology*, 10, članek 2221. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02221>
7. Batič, J. in Haramija, D. (2024). Slikopis kot pripomoček za razvijanje multimodalne pismenosti. *Didactica Slovenica – Pedagoška obzorja*, 39(1), 32–49. <https://doi.org/10.55707/ds-po.v39i1.119>
8. Biesenbach-Lucas, S. (2007). Students writing emails to faculty: An examination of e-politeness among native and non-native speakers of English. *Language Learning and Technology*, 11(2), 59–81. <https://doi.org/10.125/44104>
9. Butterworth, S. E., Giuliano, T. A., White, J., Cantu, L. in Fraser, K. C. (2019). Sender gender influences emoji interpretation in text messages. *Frontiers in Psychology*, 10, članek 784. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00784>
10. Cheng, L. (2017). ¿Digo lo que siento y siento lo que digo? Una aproximación transcultural al uso de los emoticones y emojis en los mensajes en CMC. *Fonseca, Journal of Communication*, 15(15), 199–217. <https://revistas.usal.es/cuatro/index.php/2172-9077/article/view/fjc201715199217>
11. Crombie, P. (2020). Faces, hearts and thumbs: Exploring the use of emoji in online teacher-student communications in higher education. *Journal of Academic Language and Learning*, 14(1), 30–41. <https://journal.aall.org.au/index.php/jall/article/view/620>
12. Crystal, D. (2012). *Language and the Internet*. Cambridge University Press.
13. Crystal, D. (2021). The past, present, and future of emojis. <https://www.cambridge.org/elt/blog/2021/07/02/the-past-present-and-future-of-emojis/>
14. Cullington, M. (2020). Does texting affect writing? <https://files.commonscs.cuny.edu/wp-content/blogs.dir/11103/files/2020/02/Does-Texting-Affect-Writing.pdf>
15. Cvek, M. in Pšunder, M. (2019). Možnosti in pasti uporabe mobilnega telefona: vidik učiteljev in učencev. *Didactica Slovenica – Pedagoška obzorja*, 34(1), 19–32. <https://www.ds-po.si/index.php/ds-po/article/view/135>
16. Čepon, S. (2018). Uporaba aplikacije Snapchat: nov način učenja angleške leksike? *Didactica Slovenica – Pedagoška obzorja*, 33(3-4), 123–135. <https://www.ds-po.si/index.php/ds-po/issue/view/91>
17. Danesi, M. (2016). *The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the Internet*. Bloomsbury Academic.
18. Daniel, T. A. in Camp, A. L. (2020). Emojis affect processing fluency on social media. *Psychology of Popular Media*, 9(2), 208–213. <https://doi.org/10.1037/ppm0000219>
19. De, P. in Bakhshi, M. (2024). Managing uncertainties in technology-mediated communication: A qualitative study of business students' perception of emoji/emoticon usage in a business context. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 67(2), 211–228. <https://doi.org/10.1109/TPC.2024.3382788>

20. Dresner, E. in Herring, S. (2010). Functions of the nonverbal in CMC: Emoticons and illocutionary force. *Communication Theory*, 20(3), 249–268. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01362.x>
21. Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
22. Fran, slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. (2025). Različica 12.2. www.fran.si
23. Garrison, A., Remley, D., Thomas, P. in Wierszewski, E. (2011). Conventional faces: Emoticons in instant messaging discourse. *Computers and Composition*, 28(2), 112–125. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2011.04.001>
24. Gawne, L. in McCulloch, G. (2019). Emoji as digital gestures. *Language@Internet*, 17. <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/li/article/view/37786>
25. Gumperz, J. J. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge University Press.
26. Haji H. in Bakir S. (2019). The use of emoticons among university students: A pragmatic study. *Zanco Journal of Humanity Sciences*, 23(1), 278–290. <https://doi.org/10.21271/zjhs.23.1.19>
27. Hamdan, H. J. (2022). The communicative functions of emojis: Evidence from Jordanian Arabic-speaking Facebookers. *Psycholinguistics*, 31(1), 141–172. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2022-31-1-141-172>
28. Holtgraves, T. (2024). Emoji, speech acts, and perceived communicative success. *Journal of Language and Social Psychology*, 43(1), 83–103. <https://doi.org/10.1177/0261927X231200450>
29. Holtgraves T. in Robinson C. (2020). Emoji can facilitate recognition of conveyed indirect meaning. *PLOS ONE*, 15(4), članek e0232361. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232361>
30. Inderasari, E., Rohmatika, A. in Kusmanto, H. (2023). Pragmatic functions of emojis in online learning communication: Cyberpragmatics study. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(1), 106–115. <https://ijmmu.com/index.php/ijmmu/article/view/4215>
31. Jaeger, S. R. in Ares, G. (2017). Dominant meanings of facial emoji: Insights from Chinese consumers and comparison with meaning from internet resources. *Food Quality and Preferences*, 62, 275–283. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.04.009>
32. Jibril, T. A. in Abdullah, M. H. (2013). Relevance of emoticons in computer-mediated communication contexts: An overview. *Asian Social Science*, 9(4), 201–207. <https://doi.org/10.5539/ass.v9n4p201>
33. Ju, G. in Zhao, R. (2024). How do emoticons affect youth social interaction? The impact of emoticon use on youths online interpersonal interactions. *Frontiers in Communication*, 9, članek 1452633. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1452633>
34. Karahasanović, D., Šterk, A., Nuhić, M., Nuhić, A., Prosen, M. in Ličen, S. (2025). Digitalna pismenost študentov v visokošolskem izobraževanju: pilotna raziskava. *Didactica Slovenica – Pedagoška obzorja*, 40(1), 124–138. <https://doi.org/10.55707/ds-po.v40i1.165>
35. Kaye, L., Malone, S. in Wall, H. (2017). Emojis: Insights, affordances and possibilities for psychological science. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(2), 66–68. [https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/abstract/S1364-6613\(16\)30178-4](https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/abstract/S1364-6613(16)30178-4)
36. Li, L. in Yang, Y. (2018). Pragmatic functions of emoji in internet-based communication---a corpus-based study. *Asian Pacific Journal of Second and Foreign Language Education*, 3, članek 16. <https://doi.org/10.1186/s40862-018-0057-z>
37. Manganari, E. E. (2021). Emoji use in computer-mediated communication. *The International Technology Management Review*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.2991/itmtr.k.210105.001>
38. Manzolim, H. in Dela Cruz, M. (2024). HU U?: The impact of texting language on the academic writing proficiency of second language learners. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 7(8), 19–28. <https://doi.org/10.32996/ijllt.2024.7.8.3>
39. Marder, B., Houghton, D., Erz, A., Harris L. in Javornik, A. (2020). Smile(y) – and your students will smile with you? the effects of emoticons on impressions, evaluations, and behaviour in staff-to-student communication. *Studies in Higher Education*, 45(11), 2274–2286. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1602760>

40. Na'aman, N. Provenza, H. in Montoya, O. (2017). Varying linguistic purposes of emoji in (Twitter) context. V Proceedings of the 55th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics- Student Research Workshop, (str. 136–141). Association for Computational Linguistics <https://aclanthology.org/P17-3022.pdf>
41. Ružić Baf, M. (2022). (Co)existence with a smartphone in the student population. *Didactica Slovenica – Pedagoška obzorja*, 37(3-4), 156–169. <https://www.dspo.si/index.php/dspo/article/view/98>
42. Sampietro, A. (2020). Use and interpretation of emoji in electronic-mediated communication: A survey. *Visual Communication Quarterly*, 27(1), 27–39. <https://doi.org/10.1080/15551393.2019.1707086>
43. Shah, R. in Tewari, R. (2021). Mapping emoji usage among youth. *Journal of Creative Communications*, 16(1), 113–125. <https://doi.org/10.1177/0973258620982541>
44. Tang, Y. in Hew, K. (2018). Emoticon, emoji, and sticker use in computer-mediated communications: Understanding its communicative function, impact, user behavior, and motive. V L. Dneg, W. W. K. Ma in C. W. R. Fong (ur.), *New media for educational change: Educational communications and technology yearbook* (str. 191–201). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-8896-4_16
45. Thompson, D. in Filik, R. (2016). Sarcasm in written communication: Emoticons are efficient markers of intention. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21(2), 105–120. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12156>
46. Toilibayevich Kenenbayev, E. (2024). New means of written communication and their impact on the modern virtual communication process. *Mental Enlightenment Scientific-Methodological Journal*, 5(3), 219–226. <https://mentaljournal-jspu.uz/index.php/mesmj/article/view/503>
47. Tratnik, A., Gak, D., Baggia, A., Jerebic, J., Rajković, U., Grbić, T., Duraković, N., Medić, S. in Žnidaršič, A. (2024). Factors influencing student-professor email communication in higher education. *Education and Information Technologies*, 29(3), 3497–3523.
48. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11944-w>
49. Univerza v Mariboru. Medijsko središče (25. 11. 2024). Okrevanje UM po kibernetnem napadu. <https://www.um.si/objava/obvestilo-o-kibernetnem-napadu>
50. Walther, J. B. in D'Addario, K. P. (2001). The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication. *Social Science Computer Review*, 19(3), 324–347. <https://doi.org/10.1177/089443930101900307>
51. Yang, X. in Liu, M. (2021). Vrh obrazcaThe pragmatics of text-emoji co-occurrences on Chinese social media. *Pragmatics*, 31(1), 144–172. <https://doi.org/10.1075/prag.18018.yan>
52. Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics. Internet-mediated communication in context*. John Benjamins Publishing.
53. Yus, F. (2014). Not all emoticons are created equal. *Linguagem (Dis)curso*, 14(3), 511–529. <https://doi.org/10.1590/1982-4017-140304-0414>
54. Zappavigna, M. in Logi, L. (2024). *Emoji and social media paralanguage visual paralanguage in the digital age: Unraveling the role of emojis in social media communication*. Cambridge University Press.



Besedilo/Text © 2026 **Avtor(ji)/The Author(s)**

To delo je objavljeno pod licenco CC BY Priznanje avtorstva 4.0 Mednarodna.

This work is published under a licence CC BY Attribution 4.0 International.

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Dr. Alenka Tratnik, docentka za angleški jezik, prof. slovenščine in angleščine na Fakulteti za organizacijske vede Univerze v Mariboru.

E-mail: alenka.tratnik@um.si

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6661-2147>