UDK 004.738.5:[005.966.3:658.115 DOI: 10.7251/AKPR2602133P

Pregledni naučni članak

DIGITALNI KOMUNIKACIONI FENOMENI: NOVI OBRASCI PONAŠANJA, IZAZOVI I IMPLIKACIJE ZA ORGANIZACIJE

Popovic Marija[1]

Abstract

Digitalni komunikacioni fenomeni nastaju na preseku tehnoloških karakteristika digitalnih kanala, promenjenih komunikacionih normi i adaptivnog ponašanja korisnika. Cilj rada je da identifikuje, sistematizuje i analizira ključne digitalne komunikacione fenomene u poslovnom okruženju i sagleda njihove organizacione implikacije. Primenjen je integrativni pregled relevantne naučne literature i kvalitativna tematska analiza nalaza prethodnih istraživanja. Analizirani su digitalni ghosting, efekat online dezinhibicije, videokonferencijski zamor, preopterećenost notifikacijama, digitalna iscrpljenost, doomscrooling, phubbing, kolaps konteksta, asinhrona komunikacija i lurking. Rezultati ukazuju na četiri dominantne dimenzije transformacije digitalne poslovne komunikacije: komunikacionu dostupnost i participaciju, interpersonalnu i kontekstualnu transformaciju, digitalno komunikaciono opterećenje i promene informacionog ponašanja. Zaključuje se da održiva digitalna komunikacija zahteva razvoj novih organizacionih normi i praksi koje usklađuju tehnološku efikasnost sa kvalitetom komunikacije i dobrobiti zaposlenih.

Ključne reči: digitalni komunikacioni fenomeni; digitalna poslovna komunikacija; komunikaciono opterećenje; informaciono ponašanje; organizacione implikacije

Uvod

Razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija, društvenih mreža, platformi za neposrednu razmenu poruka i alata za videokonferencijsku komunikaciju doveo je do toga da digitalno posredovana komunikacija postane sastavni deo svakodnevnog poslovnog okruženja. Istovremeno, prelazak sa neposredne komunikacije na komunikaciju posredovanu digitalnim tehnologijama ne predstavlja samo promenu komunikacionih kanala, već i transformaciju samih obrazaca komunikacionog ponašanja. Digitalna komunikacija karakteriše se

[1] Marija Popović, dr, docent, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Fakultet organizacionih studija EDUKA, Majke Jevrosime 15, 11000 Beograd, Tel: +381638682292, E-mail: marija.popovic@vos.edu.rs

Copyright: © 2026 by the authors. This is an open access article under the CC BY license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

specifičnim svojstvima, uključujući asinhronost, smanjenu dostupnost neverbalnih znakova, mogućnost stalne povezanosti i istovremeno korišćenje većeg broja komunikacionih platformi, zbog čega se nalazi o tradicionalnoj komunikaciji ne mogu u potpunosti preneti na digitalni kontekst (Strauss i sar., 2024).

Poseban značaj ove transformacije ogleda se u činjenici da digitalni komunikacioni kanali ne određuju samo način prenosa poruka, već utiču i na očekivanja, norme i ponašanja učesnika u komunikacionom procesu. Zaposleni danas mogu biti istovremeno dostupni putem elektronske pošte, platformi za razmenu poruka, videokonferencijskih sistema, društvenih mreža i različitih aplikacija za organizaciju rada. Takva višestruka povezanost omogućava veću fleksibilnost, brzinu i prostornu nezavisnost poslovne komunikacije, ali istovremeno može doprineti povećanom obimu komunikacije, očekivanju stalne dostupnosti i većem komunikacionom opterećenju. Istraživanja digitalnog radnog okruženja ukazuju da upravo obim digitalne komunikacije, očekivanje konstantne povezanosti, kvalitet poruka, prilagođavanje novim alatima i fleksibilnost predstavljaju važne faktore povezane sa dobrobiti zaposlenih (Bordi i sar., 2018).

Dodatna složenost proizlazi iz činjenice da digitalni komunikacioni prostor omogućava pojavu ponašanja koja u tradicionalnom komunikacionom okruženju nisu imala istu formu ili intenzitet. Izostanak neposredne fizičke prisutnosti, vremenska fleksibilnost komunikacije, mogućnost selektivnog odgovaranja, trajna dostupnost digitalnih sadržaja i specifične karakteristike pojedinačnih platformi stvaraju uslove za nastanak novih komunikacionih fenomena. Među njima se mogu izdvojiti *ghosting* (digitalno prekidanje ili izbegavanje komunikacije), *online disinhibition effect* (efekat onlajn dezinhibicije), *videoconference fatigue* (videokonferencijski zamor), *notification overload* (preopterećenost notifikacijama), *digital exhaustion* (digitalna iscrpljenost), *doomscrolling* (kompulzivno pregledanje negativnih digitalnih sadržaja), *phubbing* (ignorisanje sagovornika zbog korišćenja mobilnog uređaja), *context collapse* (kolaps konteksta), *asynchronous communication* (asinhrona komunikacija) i *lurking* (pasivno praćenje komunikacije bez aktivnog učestvovanja). Ovi fenomeni međusobno se razlikuju po svojim uzrocima, manifestacijama i posledicama, ali ih povezuje činjenica da nastaju ili dobijaju specifičan oblik u uslovima intenzivne digitalne posredovanosti komunikacije.

Savremena istraživanja dodatno ukazuju da digitalizacija radnog mesta nije jednoznačno pozitivna, niti negativna pojava. Longitudinalno istraživanje Zacher-a i Rudolph-a (2024) sprovedeno tokom 33 talasa prikupljanja podataka na uzorku od 1.661 zaposlenih, pokazuje da su digitalizacija radnog mesta i radno opterećenje povezani dinamičnim i recipročnim odnosima. Takvi nalazi ukazuju na potrebu da se digitalna komunikacija ne posmatra izolovano od šireg načina organizovanja rada, već kao deo kompleksnog sociotehničkog okruženja u kojem tehnološke mogućnosti, zahtevi posla i ponašanje zaposlenih međusobno deluju.

U tom kontekstu, posebno je značajno razlikovati digitalne komunikacione tehnologije od komunikacionih fenomena koji se kroz njih razvijaju. Dok

elektronska pošta, platforme za razmenu poruka, videokonferencije i društvene mreže predstavljaju tehnološke kanale ili infrastrukturu komunikacije, pojave poput ghosting, phubbing, notification overload ili online disinhibition effect predstavljaju obrasce ponašanja, iskustva i interakcije koji nastaju u okviru takvog digitalnog okruženja. Ova distinkcija omogućava da se digitalna poslovna komunikacija proučava ne samo sa aspekta tehnološke efikasnosti, već i sa aspekta interpersonalnih odnosa, komunikacionih normi, pažnje, dostupnosti, dobrobiti zaposlenih i organizacione kulture.

Polazeći od navedenog, cilj ovog rada je da identifikuje, sistematizuje i konceptualno analizira ključne digitalne komunikacione fenomene relevantne za poslovno okruženje i sagleda njihove organizacione implikacije. Posebna pažnja usmerena je na utvrđivanje zajedničkih karakteristika analiziranih fenomena i njihovo grupisanje prema dominantnoj dimenziji komunikacione transformacije. Na osnovu pregleda relevantne naučne literature, fenomeni se razmatraju kroz četiri međusobno povezane dimenzije: (1) komunikacionu dostupnost i participaciju, (2) interpersonalnu i kontekstualnu transformaciju, (3) digitalno komunikaciono opterećenje i (4) digitalnu pažnju i informaciono ponašanje.

U skladu sa postavljenim ciljem, rad nastoji da odgovori na sledeća istraživačka pitanja:

IP1: Koji se digitalni komunikacioni fenomeni najčešće identifikuju u savremenoj naučnoj literaturi i na koji način se manifestuju u poslovnom okruženju?

IP2: Koje zajedničke dimenzije komunikacione transformacije omogućavaju njihovu konceptualnu klasifikaciju?

IP3: Kakve potencijalne implikacije identifikovani digitalni komunikacioni fenomeni imaju za zaposlene i organizacije?

Na ovaj način, rad nastoji da doprinese boljem razumevanju digitalne poslovne komunikacije kao kompleksnog komunikacionog okruženja u kojem tehnološka dostupnost ne podrazumeva nužno i komunikacionu efikasnost.

Metodološki okvir pregleda literature

Rad je zasnovan na integrativnom pregledu naučne literature, koji omogućava povezivanje teorijskih i empirijskih saznanja iz različitih istraživačkih pristupa i njihovu konceptualnu sintezu (Whittemore i Knafl, 2005). Ovaj pristup posebno je pogodan za istraživanje digitalnih komunikacionih fenomena, budući da je postojeća literatura interdisciplinarna i obuhvata oblasti organizacione komunikacije, informacionih sistema, psihologije rada i digitalnih medija (Snyder, 2019)

Pretraga literature sprovedena je u relevantnim naučnim bazama, prvenstveno Scopus, Web of Science i Google Scholar, korišćenjem kombinacija ključnih termina: *digital communication* (digitalna komunikacija)*, workplace communication* (poslovna komunikacija), *organizational communication*

(organizaciona komunikacija), *digital communication phenomena* (fenomen digitalne komunikacije), ghosting, *online disinhibition* (onlajn dezinhibicija), videoconference fatigue, notification overload, digital exhaustion, doomscrolling, phubbing, context collapse, asynchronous communication i lurking.

Prednost je data radovima objavljenim u periodu 2020–2026, uz uključivanje starijih publikacija koje su predstavljale teorijsku osnovu za određeni fenomen. Ukupno je identifikovano 350 izvora, dok se postupak selekcije bazirao na direktnoj povezanosti sa konceptualnim okvirom rada, tj. temom i istraživačkim pitanjima. U analizu su uključeni radovi koji: (1) direktno obrađuju najmanje jedan od analiziranih fenomena; (2) omogućavaju njegovo teorijsko ili empirijsko razumevanje; i/ili (3) razmatraju njegove implikacije za radno, organizaciono ili interpersonalno komunikaciono okruženje. Isključeni su radovi bez jasne naučne metodološke osnove, izvori koji fenomen obrađuju isključivo u tehničkom smislu i publikacije čiji sadržaj nije relevantan za komunikacioni kontekst.

Analiza je sprovedena kroz tematsku sintezu, pri čemu su identifikovani zajednički obrasci, razlike i potencijalne organizacione implikacije analiziranih fenomena. Na osnovu sinteze formirana je konceptualna klasifikacija fenomena prema četiri dimenzije transformacije digitalne komunikacije: komunikaciona dostupnost i participacija, interpersonalna i kontekstualna transformacija, digitalno komunikaciono opterećenje i digitalna pažnja i informaciono ponašanje. Ovakav postupak omogućava prevazilaženje deskriptivnog prikaza pojedinačnih fenomena i njihovo sagledavanje kao međusobno povezanih elemenata savremenog digitalnog komunikacionog okruženja.

Digitalna komunikacija kao transformisano poslovno okruženje

Savremena literatura ukazuje da digitalno posredovana komunikacija ima specifične karakteristike, među kojima se posebno izdvajaju asinhronost, smanjena dostupnost neverbalnih znakova, mogućnost višestrukih komunikacionih tokova i povećana kontrola nad vremenom i načinom odgovaranja (Strauss i sar., 2024).

Digitalno poslovno okruženje treba posmatrati kao sociotehnički komunikacioni prostor u kojem tehnološke karakteristike platformi, organizacione norme i ponašanje zaposlenih međusobno deluju. Istraživanja tehnološkog stresa pokazuju da su naročito preopterećenost tehnologijom i invazija tehnologijama povezani sa nepovoljnim zdravstvenim i radnim ishodima, što ukazuje da posledice digitalizacije zavise ne samo od dostupnosti tehnologije, već i od načina na koji je ona integrisana u organizaciju rada (Borle i sar., 2021).

Digitalna komunikacija ne proizvodi isključivo negativne efekte. Asinhronost, prostorna nezavisnost i mogućnost izbora komunikacionog kanala mogu doprineti fleksibilnosti i efikasnijoj koordinaciji rada. Problem nastaje kada se tehnološka mogućnost komunikacije pretvori u organizaciono očekivanje stalne dostupnosti i trenutnog odgovaranja. Zbog toga se savremena poslovna komunikacija ne može procenjivati samo prema brzini prenosa informacija, već i prema kvalitetu

interakcije, opterećenju zaposlenih, očuvanju granica i održivosti komunikacionih praksi. Upravo u tom prostoru, između tehnoloških mogućnosti, organizacionih očekivanja i individualnog komunikacionog ponašanja, nastaju novi digitalni komunikacioni fenomeni. Oni predstavljaju važan pokazatelj načina na koji se tradicionalne komunikacione norme prilagođavaju digitalnom okruženju, ali i načina na koji zaposleni razvijaju nove obrasce dostupnosti, participacije, izbegavanja, pažnje i interpersonalnog ponašanja. Njihovo razumevanje predstavlja osnovu za analizu specifičnih fenomena koji su predmet narednog poglavlja. Posebno se ističe fenomen stalne komunikacione povezanosti (constant connectivity*)*. Tehnološka mogućnost da se poruka pošalje i primi gotovo u svakom trenutku postepeno može prerasti u očekivanje da zaposleni budu dostupni, da prate komunikacione kanale i da odgovaraju u kratkom vremenskom periodu. Istraživanja elektronske komunikacije na radnom mestu ukazuju da su tehnološko preopterećenje, komunikacioni prekidi i interferencija između poslovnog i privatnog života važni izazovi digitalnog radnog okruženja (Stich, 2018). Autori upravo naglašavaju potrebu da organizacije pronađu ravnotežu između koristi koje digitalna tehnologija omogućava i zaštite zaposlenih od komunikacionog preopterećenja.

Ovaj problem može se dodatno objasniti kroz koncept tehnostresa, odnosno stresa povezanog sa zahtevima i posledicama korišćenja informaciono-komunikacionih tehnologija. Klasični model tehnostresa razlikuje više tehnološki posredovanih stresora, uključujući preopterećenje tehnologijom, invaziju tehnologija, kompleksnost tehnologija, nesigurnost i nedovoljnu bezbednost pri korišćenju tehnologija (Tarafdar i sar., 2007). Za temu ovog rada posebno su značajni preopterećenost i ivazija tehnologijama: prvi nastaje kada tehnologija zahteva da zaposleni rade više i brže, dok drugi označava situaciju u kojoj tehnologija omogućava prodor poslovnih zahteva u privatno vreme. Novija sistematska istraživanja potvrđuju da različiti tehnološki stresori mogu biti povezani sa mentalnim zdravljem, zadovoljstvom poslom i drugim radnim ishodima, pri čemu njihovi efekti zavise od konteksta i načina upotrebe tehnologije.

Važna posledica digitalizacije jeste i fragmentacija pažnje. Digitalni komunikacioni sistemi neprekidno generišu poruke, obaveštenja, zahteve za reakcijom i pozive za uključivanje u različite komunikacione tokove. Zaposleni stoga više ne upravlja samo svojim radnim zadacima, već i stalnim prelaskom između različitih komunikacionih izvora. U tom smislu, digitalno komunikaciono opterećenje ne treba poistovećivati samo sa preopterećenjem informacijama. Ono uključuje i prekide, potrebu za prebacivanjem pažnje, procenu prioriteta, očekivanje dostupnosti i upravljanje različitim komunikacionim normama. Ovakvo širenje komunikacionih zahteva predstavlja važnu osnovu za razumevanje fenomena kao što su preopterećenost notifikacijama, zamor pri videokonferencijama i digitalna iscrpljenost.

Digitalizacija menja i interpersonalnu dimenziju poslovne komunikacije. Odsustvo fizičke prisutnosti, smanjen broj neverbalnih znakova i mogućnost selektivnog

odgovaranja menjaju način na koji učesnici formiraju utiske, tumače poruke i upravljaju profesionalnim odnosima. Istovremeno, digitalne platforme omogućavaju pojavu novih oblika ponašanja, uključujući efekat online dezinhibicije, lurking, ghosting i phubbing. Ovi fenomeni pokazuju da digitalna komunikacija nije neutralan kanal kroz koji se postojeći obrasci ponašanja jednostavno prenose u novi medij; karakteristike samog medija mogu doprineti pojavi novih oblika interpersonalne interakcije. Poseban značaj ima i promena granica između komunikacionih konteksta i publika. Digitalne platforme često povezuju različite profesionalne i socijalne publike, dok ista osoba može istovremeno biti zaposleni, kolega, rukovodilac, klijent ili član šire profesionalne mreže. Koncept kolapsa konteksta ukazuje upravo na situaciju u kojoj se različite publike, koje bi u fizičkom prostoru bile odvojene, susreću u istom digitalnom komunikacionom prostoru (Marwick i Boyd, 2011). U poslovnom kontekstu to dodatno komplikuje upravljanje profesionalnim identitetom i izbor odgovarajućeg komunikacionog ponašanja. Zbog toga, digitalno poslovno komunikaciono okruženje treba posmatrati kao sociotehnički sistem u kojem tehnološke karakteristike, organizacione norme i individualno ponašanje međusobno deluju. Tehnologija istovremeno omogućava fleksibilnost, dostupnost i efikasnost, ali može povećati komunikacione zahteve, fragmentaciju pažnje i pritisak stalne povezanosti. Efekti digitalne komunikacije stoga nisu inherentno pozitivni ili negativni, već zavise od načina na koji se tehnologija koristi, organizacionih očekivanja i sposobnosti zaposlenih da upravljaju komunikacionim granicama (Evans i sar., 2017).

Upravo na preseku tehnoloških afordanci, organizacionih komunikacionih normi i individualnog ponašanja nastaju digitalni komunikacioni fenomeni koji su predmet ovog rada. Koncept afordanci omogućava da se odnos između tehnologije i komunikacionog ponašanja razume kao relacijski proces u kojem tehnološke karakteristike stvaraju određene mogućnosti i ograničenja za delovanje, ali same po sebi ne određuju ponašanje korisnika (Evans i sar., 2017). U organizacionom kontekstu, digitalne tehnologije tako mogu preoblikovati komunikaciju, saradnju i timske procese upravo kroz međusobno delovanje tehnoloških mogućnosti i ljudskog ponašanja (Lane, 2024). Njihovo proučavanje omogućava da se digitalna poslovna komunikacija sagleda šire od pitanja izbora komunikacionog kanala i tehnološke efikasnosti. Fokus se pomera ka pitanjima kako zaposleni komuniciraju, kako određuju dostupnost i granice, kako upravljaju pažnjom i kako digitalno okruženje menja interpersonalne odnose. U narednom delu rada ovi fenomeni biće analizirani i klasifikovani prema dominantnoj dimenziji komunikacione transformacije.

Digitalni komunikacioni fenomeni u poslovnom okruženju

Pregled literature pokazuje da se digitalni komunikacioni fenomeni mogu grupisati prema dominantnoj dimenziji komunikacione transformacije. Prvu grupu čine fenomeni komunikacione dostupnosti i participacije, među kojima su digitalni ghosting, lurking i asinhrona komunikacija. Ghosting označava nagli prekid

komunikacije bez objašnjenja i u savremenim distribuiranim organizacijama predstavlja novi oblik profesionalnog izbegavanja komunikacije (Kantola i Zoonen, 2025). Lurking označava pasivno praćenje digitalnih komunikacionih tokova, dok asinhrona komunikacija omogućava fleksibilnost u vremenu odgovaranja, ali zahteva jasnije organizacione norme.

Drugu grupu čine fenomeni interpersonalne i kontekstualne transformacije: efekat online dezinhibicije, pubbing i kolaps konteksta. Online dezinhibicija može povećati otvorenost komunikacije, ali i verovatnoću impulsivnog ili neprimerenog ponašanja (Suler, 2004). Pubbing predstavlja usmeravanje pažnje na mobilni uređaj tokom neposredne interakcije i u radnom okruženju može narušiti kvalitet interpersonalne komunikacije; novija sistematska analiza potvrđuje njegovu povezanost sa organizacionim i psihološkim ishodima (Bonfanti i sar., 2026). Kolaps konteksta, odnosno spajanje različitih publika u istom digitalnom prostoru, dodatno komplikuje upravljanje profesionalnim identitetom i komunikacionim očekivanjima (Marwick i Boyd, 2011).

Treću grupu predstavljaju fenomeni digitalnog komunikacionog opterećenja – zamor prilikom videokonferencija, preopterećenost notifikacijama i digitalna iscrpljenost. Zamor prilikom videokonferencija odnosi se na fizičku, kognitivnu i emocionalnu iscrpljenost povezanu sa intenzivnom videokomunikacijom. Savremeni pregledi potvrđuju da na njegov nastanak utiču psihološki, organizacioni, tehnološki i kontekstualni faktori, pri čemu su psihološki faktori među najznačajnijim prediktorima (Bailenson, 2021). Preopterećenost notifikacijama i digitalna iscrpljenost mogu se posmatrati kao širi izrazi kontinuirane digitalne dostupnosti, prekidanja pažnje i povećanih komunikacionih zahteva.

Konačno**,** doomscrolling predstavlja specifičan obrazac digitalnog informacionog ponašanja koji se ogleda u produženom i repetitivnom konzumiranju, naročito negativnog sadržaja. Iako njegova direktna povezanost sa poslovnom komunikacijom još nije dovoljno istražena, fenomen je relevantan za razumevanje šire transformacije digitalne pažnje i načina na koji kontinuirana izloženost digitalnom sadržaju utiče na upravljanje pažnjom.

Posmatrani zajedno, ovi fenomeni pokazuju da digitalizacija ne menja samo kanale poslovne komunikacije, već i obrasce dostupnosti, participacije, interpersonalnog ponašanja, upravljanja pažnjom i komunikacionih granica. Njihove posledice stoga zavise od interakcije tehnoloških mogućnosti, organizacionih normi i individualnog ponašanja.

Diskusija i organizacione implikacije

Posmatrani fenomeni ne predstavljaju izolovane pojave, već međusobno povezane manifestacije promena u dostupnosti, participaciji, pažnji i interpersonalnim odnosima. Njihova zajednička karakteristika jeste činjenica da tehnološke mogućnosti postaju deo organizacionih normi i svakodnevnih obrazaca ponašanja.

U tom smislu, efekti digitalnih tehnologija zavise od načina na koji ih zaposleni koriste i od organizacionog konteksta u kojem se koriste (Lane, 2024).

Analizirani fenomeni ukazuju i na potrebu za prelaskom sa pristupa koji digitalnu komunikaciju posmatra prvenstveno kroz efikasnost i brzinu, ka pristupu koji uključuje kvalitet interakcije, održivost komunikacionih praksi i dobrobit zaposlenih. Organizacije koje uspešno upravljaju digitalnim komunikacionim okruženjem ne treba nužno da koriste više tehnologija, već da postojeće tehnologije usklade sa prirodom zadatka, potrebama zaposlenih i organizacionim ciljevima. Na teorijskom nivou, ovaj pregled doprinosi sagledavanju digitalnih komunikacionih fenomena kao povezanog skupa komunikacionih obrazaca, a ne kao pojedinačnih i nepovezanih trendova. Na praktičnom nivou, rezultati ukazuju da buduća istraživanja treba empirijski da ispituju njihove međusobne odnose, posebno vezu između digitalne dostupnosti, komunikacionog opterećenja, upravljanja pažnjom i kvaliteta interpersonalnih odnosa u hibridnim i distribuiranim organizacijama.

Nalazi pregleda literature omogućavaju direktno povezivanje sa postavljenim istraživačkim pitanjima. U odnosu na IP1, identifikovano je deset digitalnih komunikacionih fenomena koji se razlikuju prema načinu na koji menjaju obrasce dostupnosti, participacije, interpersonalne komunikacije, komunikacionog opterećenja i upravljanja pažnjom. U odnosu na IP2, njihova konceptualna sinteza omogućila je izdvajanje četiri povezane dimenzije komunikacione transformacije: komunikacione dostupnosti i participacije, interpersonalne i kontekstualne transformacije, digitalnog komunikacionog opterećenja i digitalne pažnje i informacionog ponašanja. U odnosu na IP3, pregled ukazuje na potencijalne implikacije ovih fenomena za kvalitet komunikacije, komunikacione granice, dobrobit zaposlenih i organizacione komunikacione prakse.

Zaključak

Cilj ovog rada bio je da identifikuje i konceptualno sistematizuje ključne digitalne komunikacione fenomene relevantne za savremeno poslovno okruženje. Integrativni pregled literature pokazao je da se analizirani fenomeni mogu sagledati kroz četiri povezane dimenzije: komunikacionu dostupnost i participaciju, interpersonalnu i kontekstualnu transformaciju, digitalno komunikaciono opterećenje i digitalno informaciono ponašanje. Fenomeni poput ghosting, lurking i asinhrone komunikacije ukazuju na promene u obrascima dostupnosti i učešća, dok online disinhibition, phubbing i context collapse menjaju interpersonalnu i kontekstualnu strukturu komunikacije. Istovremeno, videoconference fatigue, notification overload, digital exhaustion i doomscrolling ukazuju na značaj upravljanja digitalnom pažnjom i komunikacionim resursima.

Ključni zaključak jeste da digitalne komunikacione fenomene ne treba posmatrati kao izolovane posledice pojedinačnih tehnologija, već kao rezultat interakcije tehnoloških afordanci, organizacionih komunikacionih normi i individualnog ponašanja. Njihovo razumevanje zahteva pristup koji, pored tehnološke

efikasnosti, uključuje kvalitet komunikacije, interpersonalne odnose, komunikacione granice i dobrobit zaposlenih. Praktična vrednost rada ogleda se u potrebi za jasnim normama digitalne komunikacije, odgovarajućim modelima dostupnosti i razvojem digitalne komunikacione kompetentnosti zaposlenih.

Autorski doprinos rada ogleda se u integrativnom povezivanju identifikovanih fenomena u četiri dimenzije komunikacione transformacije. Ova klasifikacija formirana je na osnovu tematske sinteze pregledane literature i zajedničkih obrazaca uočenih među analiziranim fenomenima. Predloženi okvir omogućava njihovo zajedničko sagledavanje u poslovnom komunikacionom okruženju i predstavlja osnovu za buduća empirijska istraživanja njihovih međusobnih odnosa i posledica po zaposlene i organizacije.

Reference

1. Bailenson, J. N. (2021). Nonverbal overload: A theoretical argument for the causes of Zoom fatigue. Technology, Mind, and Behavior, 2(1), 1–6. https://doi.org/10.1037/tmb0000030
2. Bonfanti, R. C., Salerno, L., Giovanelli, C., Giorgi, G., & Ruggieri, S. (2026). The association between phubbing in the workplace context, organizational behaviours and psychological outcomes: A systematic review and meta-analysis. European Journal of Work and Organizational Psychology. Advance online publication. https://doi.org/10.1080/1359432X.2026.2643806
3. Bordi, L., Okkonen, J., Mäkiniemi, J.-P., & Heikkilä-Tammi, K. (2018). Communication in the digital work environment: Implications for wellbeing at work. Nordic Journal of Working Life Studies, 8(S3), 29–48. https://doi.org/10.18291/njwls.v8iS3.105275
4. Borle, P., Reichel, K., Niebuhr, F., & Voelter-Mahlknecht, S. (2021). How Are Techno-Stressors Associated with Mental Health and Work Outcomes? A Systematic Review of Occupational Exposure to Information and Communication Technologies within the Technostress Model. International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(16), 8673. https://doi.org/10.3390/ijerph18168673
5. Evans, S. K., Pearce, K. E., Vitak, J., & Treem, J. W. (2017). Explicating affordances: A conceptual framework for understanding affordances in communication research. Journal of Computer-Mediated Communication, 22(1), 35–52. https://doi.org/10.1111/jcc4.12180
6. Kantola, J., & van Zoonen, W. (2026). Vanishing acts: Unraveling the mystery of ghosting in remote work. International Journal of Business Communication, 63(4), 1638–1656. https://doi.org/10.1177/23294884251342524
7. Lane, J. N., Leonardi, P. M., Contractor, N. S., & DeChurch, L. A. (2024). Teams in the digital workplace: Technology's role for communication, collaboration, and performance. Small Group Research, 55(1), 139–183. https://doi.org/10.1177/10464964231200015

8. Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I Tweet honestly, I Tweet passionately: Twitter users, Context collapse, and the Imagined Audience. New Media & Society, 13(1), 114–133. https://doi.org/10.1177/1461444810365313
9. Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 104, 333–339. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039
10. Stich, J.-F. (2018). Electronic communication in the workplace: Boon or bane? Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance, 5(1), 98–106. https://doi.org/10.1108/JOEPP-05-2017-0046
11. Strauss, C., Harr, M. D., & Pieper, T. M. (2025). Analyzing digital communication: A comprehensive literature review. Management Review Quarterly, 75, 3119–3157. https://doi.org/10.1007/s11301-024-00455-8
12. Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. CyberPsychology & Behavior, 7(3), 321–326. https://doi.org/10.1089/1094931041291295
13. Tarafdar, M., Tu, Q., Ragu-Nathan, B. S., & Ragu-Nathan, T. S. (2007). The impact of technostress on role stress and productivity. Journal of Management Information Systems, 24(1), 301–328. https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222240109
14. Whittemore, R., & Knafl, K. (2005). The integrative review: Updated methodology. Journal of Advanced Nursing, 52(5), 546–553. https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2005.03621.x
15. Zacher, H., & Rudolph, C. W. (2024). Workplace digitalization and workload: Changes and reciprocal relations across 3 years. Scientific Reports, 14, Article 5924. https://doi.org/10.1038/s41598-024-56537-w

DIGITAL COMMUNICATION PHENOMENA: NEW BEHAVIORAL PATTERNS, CHALLENGES AND IMPLICATIONS FOR ORGANIZATIONS

Popovic Marija[1]

Abstract

Digital communication phenomena emerge at the intersection of the technological characteristics of digital channels, changing communication norms, and users' adaptive behavior. The aim of this paper is to identify, systematize and analyze key digital communication phenomena in the business environment and examine their organizational implications. An integrative review of the relevant scientific literature and a qualitative thematic analysis of the findings of previous research were applied. The phenomena analyzed include digital ghosting, the online disinhibition effect, videoconference fatigue, notification overload, digital exhaustion, doomscrolling, phubbing, context collapse, asynchronous communication, and lurking. The findings point to four dominant dimensions of transformation in digital workplace communication: communication accessibility and participation, interpersonal and contextual transformation, digital communication overload, and changes in information behavior. It is concluded that sustainable digital communication requires the development of new organizational norms and practices that harmonize technological efficiency with the quality of communication and the well-being of employees.

Keywords:digital communication phenomena; digital workplace communication; communication load; information behavior; organizational implicaions

[1] Marija Popović, dr, Asst. Prof., University Business Academy in Novi Sad, Faculty of Organizational Studies "Eduka" in Belgrade, Majke Jevrosime 15, 11000 Belgrade, Tel: +381638682292, E-mail: marija.popovic@vos.edu.rs