

Prethodno saopštenje

UDK: 331.526:004.738.5(497.6RS)

DOI: 10.7251/SOCSR2627097E

COBISS.RS-ID 144503553

Rad zaprimljen: 09.10.2025.

Rad odobren: 08.04.2026.

RAD U KONTEKSTU DIGITALNE TRANSFORMACIJE: PROMJENE U RADNIM PRAKSAMA I NOVI OBLICI ZAPOŠLJAVANJA U REPUBLICI SRPSKOJ

Stefan Elezović¹

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Banjoj Luci

Apstrakt: Digitalna tehnologija u savremenom kontekstu postala je bitan faktor u procesu pronalaženja zaposlenja, kao i u oblikovanju radnih praksi, održavanju profesionalnih kontakata i omogućavanju kontinuiranog profesionalnog usavršavanja. Pojam “rad” se više ne veže isključivo za određeni prostor i konkretno vrijeme, s obzirom da se sve veći dio posla obavlja posredstvom digitalnih tehnologija. Intenzivan razvoj digitalne tehnologije tradicionalne razlike između rada i slobodnog vremena, profesionalnog i privatnog radikalno dovodi u pitanje.

S obzirom na realan učinak koji digitalni prostor ostavlja na područje rada, od teorijskog i praktičnog značaja bi bila analiza uloge digitalnih tehnologija u svakodnevnim praksama koje se odnose na rad i zapošljavanje. Cilj ovog istraživanja jeste da približi djelovanje digitalnog prostora na zapošljavanje, ali i na sam rad. Posredstvom anketnog istraživanja ispitaće se uloga digitalnih tehnologija na svakodnevnu radnu praksu, pri zapošljavanju i na profesionalno usavršavanje u Republici Srpskoj. Istraživanje će biti usmjereno na zaposlene korisnike digitalnih tehnologija.

¹ Stefan Elezović, doktorand, Fakultet političkih nauka u Banjoj Luci, e-mail: los.ares62@gmail.com

Sekundarni cilj istraživanja jeste otvaranje pitanja o dugoročnim posljedicama uticaja digitalizacije na područje rada. Pored navedenih ciljeva, fokus istraživanja na mikro nivo omogućice povezivanje sa globalnim društvenim i ekonomskim transformacijama, uslijed čega će biti omogućeno razumijevanje regionalnih specifičnosti u odnosu na globalne promjene u sferi rada.

Ključne riječi: digitalna tehnologija, radna fleksibilnost, Republika Srpska, transformacija rada, slobodno vrijeme.

Uvod

Digitalna tehnologija posjeduje ogroman transformacijski potencijal kada je riječ o društvu. Internet, digitalna tehnologija, odnosno digitalne mreže već su uveliko uticale na društvo i transformisale modalitete ljudskih odnosa, pri čemu je ljudski rad u znatnoj mjeri redefinisana.

Već samo određenje čovjeka kao bića rada (*homo faber*) upućuje na neodvojivost čovjeka od date aktivnosti. Pogrešna identifikacija rada kao specifično kapitalističkog koncepta povod je redukcionizmu pri razmatranju rada i, u konačnici, brojnim pogrešnim, odnosno isuviše uskim određenjima ove aktivnosti. Dio problema jeste što i neplaćeni kreativni i intelektualni poslovi (npr. briga o djetetu, pisanje poezije, čišćenje kuće) mogu smatrati radom (Pfeiffer, S., 2014). „Data aktivnost može biti rad ili nerad u zavisnosti od trenutka ili osobe koja je obavlja“ (Freyssenet, M., 1999: 11). Ipak, Freysnet, na istom mjestu, eksplicitno tvrdi da je „aktivnost rad samo ako je definisan društveni odnos u okviru kojeg se obavlja“ (Freyssenet, M., *ibidem*). Bez obzira da li se rad realizovao u odnosu uposlenika-poslodavca, trgovačkom ili privatnom odnosu, nailazimo na problem određenja granice između rada i slobodnog vremena. Pojavom interneta i digitalnih mreža izazov diferencijacije ova dva stanja postaje još kompleksniji. Rad, odnosno radnici bili su vezani za određeno mjesto (Graham, M., *et al.*, 2017), što pojavom interneta prestaje nužno da važi.

Razvoj interneta bitno je uticao na rad, način zapošljavanja i ekonomiju. Razvoj i primjena novih tehnologija toliko se odrazio na tržište rada da se počelo govoriti o digitalnoj ekonomiji (Ragneda, M., *et al.* 2024; Xu, H., & Jing, J., 2023). Svaki prekid interneta rezultuje znatnim gubicima za ekonomiju (Bugri,

V., 2024). Do ekspanzije interneta do informacija o poslovima dolazilo se neposredno, preko oglasa u novinama i preporuka. Razvoj novih tehnologija prati promjena i u traženju posla. Od 2000. godine onlajn traženje posla postaje uobičajena praksa (Faberman, R. J., & Kudlyak, M., 2016), barem u Sjedinjenim Državama i zemljama zapadne Evrope. Ovaj trend kasnije se proširio na jugoistočnu Aziju i Azijsko-pacifički region (Tong, 2009), dok nije postao globalan. Prvo su se pojavile onlajn oglasne table za poslove, da bi kasnije društvene mreže počele služiti kao platforme za traženje posla (Garg, R., & Telanh, R., 2018; Broughton, A., *et al.*, 2013). Internet se pokazao kao efikasnija metoda od kontaktiranja poslodavaca ili oglasa u novinama. Omogućio je veći protok informacija, ubrzao proces i smanjio troškove zapošljavanja (Broughton, A., *et al.*, 2013; Fountain, C., 2005; García Galera, M.C., *et al.*, 2023; Garg, R., & Telanh, R., 2018; Gouda, N. K., *et al.*, 2024; Ostojić, B., *et al.*, 2023; Vatsa, P., *et al.*, 2022; Xu, H., & Jing, J., 2023). Primjera radi, „u Španiji je u 2019. godini 628 hiljada ljudi pronašlo posao preko interneta“ (Martinez-Nicolas, M., *et al.*, 2024: 3).

Prednost interneta koju vrijedi istaći u kontekstu zapošljavanja tiče se uticaja interneta na poboljšanje uslova života. S obzirom na veću zastupljenost siromaštva u ruralnim krajevima i slabiji protok informacija, značaj interneta za informisanje o poslovima i profesionalni razvoj svakako se treba istaći (Vatsa, P., *et al.*, 2022). Internet je otvorio neviđene mogućnosti društvenog umrežavanja (Grabher, G., & Koenig, J., 2017), što je imalo duboke implikacije na zapošljavanje, ekonomiju, oblike zaposlenja, odnosno rada, kao i na opšti kvalitet života. Međutim, globalna digitalna povezanost nije naprasno nastupila pojavom interneta. Brubejker (Brubaker, R., 2023), nalazi da se „digitalna hiperpovezanost pojavila tek u prvoj polovini 2010-ih“ (str. 3). Na ovaj fenomen, kako ističe Brubejker na istom mjestu, presudno je uticao razvoj društvenih mreža u kombinaciji s razvojem mobilnih telefona i infrastrukture za mobilni internet. U periodu koji je uslijedio društvene mreže su postale područje na kojem se odvija interakcija (Ellison, N., & Vitak, J., 2015), pa su tako i profesionalne interakcije, u savremenom kontekstu, usko vezane uz društvene veze (Bugri, V., 2024). Razvoj društvenih mreža u prethodnoj deceniji takođe se odrazio na proces traženja posla (Broughton, A. *et al.*, 2013; Dillahun, T., *et al.*, 2021; Karacsony, P., *et al.*, 2020; Laukkarinen, M., 2023; Martinez-Nicolas, *et al.*, 2024; Nikolaou,

I., 2014; Ollington, N., *et al.*, 2013; Rhee, K. S., *et al.*, 2018). Društvene mreže omogućavaju brži, efikasniji i ekonomičniji protok informacija koji poslodavcima pruža širi izbor kandidata, dok osobama koje su u potrazi za poslom nudi više potencijalnih opcija. „U 2020. godini, prosječno vrijeme provedeno na društvenim mrežama dnevno bilo je 2 sata i 24 minuta globalno za korisnike uzrasta od 16 do 64 godine“ (Gasparéniené, L., *et al.*, 2021: 331). Korištenje društvenih mreža se zatim dodatno intenziviralo, dijelom i zbog pandemije COVID-19 (Song, J. S., *et al.*, 2024).

Među globalnim društvenim mrežama poznati primjeri su Facebook, LinkedIn, Instagram, X, Xing (Gasparéniené, L., *et al.*, 2021). LinkedIn je za razliku od ostalih mreža više orijentisan profesionalno; na traženje zaposlenja i profesionalnu korespondenciju (Rhee, K. S., *et al.*, 2018; Zide, J., *et al.*, 2014). Platforme kao što su Facebook, Instagram, X smatraju se nekarijernim (Dillahunt, T., *et al.*, 2021). Xing je evropska društvena mreža fokusirana na karijeru, koja je primarno orijentisana na njemačko tržište (Gasparéniené, L., *et al.*, 2021).

Internet je suštinski preobrazio prakse zapošljavanja, kao i samu prirodu rada. S tim u vezi, radnici su sve manje u stanju odrediti jasnu granicu između rada i slobodnog vremena. To je naročito uzrokovala promjena prirode samog posla, koja je, u savremenom kontekstu, sve više vezana uz digitalne tehnologije.

Kada imamo u vidu navedene promjene prirode rada, praksi zapošljavanja i korištenja slobodnog vremena, postaje evidentna potreba za empirijskim istraživanjem koje će ispitati kako se digitalna transformacija odražava na radne prakse pojedinca. U skladu s tim važno je razumjeti kako i u kojoj mjeri ljudi koriste digitalne tehnologije, koliko one utiču na njihov profesionalni život, koliko su važne za zapošljavanje i kako utiču na odnos radnog i slobodnog vremena. Potreba za istraživanjem radnih praksi i novih oblika zapošljavanja u kontekstu digitalne transformacije još je naglašenija u kontekstu Republike Srpske, odnosno Bosne i Hercegovine. Iz toga razloga realizovano je anketno istraživanje u Republici Srpskoj, primarno orijentisano na zaposlene. Veliki je broj istraživanja o digitalnoj transformaciji rada, međutim nedostaju empirijski podaci iz Republike Srpske, kao i iz Bosne i Hercegovine. U istraživanju su uključene tri dimenzije: digitalne navike i radne platforme, uticaj digitalne transformacije na rad i slobodno vrijeme i perspektiva na digitalne promjene i

zapošljavanje. Istraživanje je usmjereno na pitanje kako digitalne tehnologije utiču na rad, zapošljavanje i profesionalno usavršavanje u kontekstu Republike Srpske.

Cilj istraživanja

Istraživanje rada u kontekstu digitalne transformacije u Republici Srpskoj ima za cilj da obezbijedi povratne informacije o korištenju digitalnih tehnologija i mreža u svrhu zapošljavanja, profesionalnog usavršavanja i rada. Uz navedeno, cilj je takođe da se stekne perspektiva o uticaju digitalnih tehnologija, posebno društvenih mreža, na odnos slobodnog vremena i posla. Kako savremene tehnologije postaju sve neizostavniji dio svakodnevnog života, jedno od brojnih pitanja koje se odnosi na socijalne implikacije tog fenomena tiče se promjena u prirode rada. Onlajn portali za zapošljavanje i društvene mreže igraju sve značajniju ulogu pri zapošljavanju (Karacsony *et al.*, 2020). Istraživanja poput onog koje su sproveli Moubrej i Hol (Mowbray, J., & Hall, H., 2020) u Škotskoj pokazuju da su društvene mreže kao što su Facebook, X i LinkedIn sve popularniji izvori informacija o poslovima. U tom kontekstu važno je ispitati korištenje različitih kanala za dolaženje do informacija o poslovima, s obzirom da to područje u Republici Srpskoj nije istraženo.

Primarni cilj istraživanja jeste da se, primjenom kvantitativnog pristupa, utvrdi koliko se u Republici Srpskoj digitalne tehnologije koriste za pribavljanje informacija o poslovima, kao i koliko su efikasne u svrhu zapošljavanja. Stavovi ispitanika o korištenju digitalnih platformi od strane poslodavaca u Republici Srpskoj omogućiće vrijedan uvid u trenutnu zastupljenost i primjenu digitalnih tehnologija u svrhu zapošljavanja. Sekundarni cilj istraživanja odnosi se na socijalne implikacije digitalne transformacije, odnosno primjene tehnologije u radnom procesu i u procesu zapošljavanja. Identifikovaće se izazovi pri korištenju digitalnih platformi za posao, te procijeniti digitalne vještine ispitanika.

Istraživanje će omogućiti da se procijeni kako se globalne promjene u sferi rada manifestuju u Republici Srpskoj. Rezultati će obezbijediti neophodne informacije o digitalnoj transformaciji u oblasti rada, koje će biti dobra osnova za nove i dodatne analize.

Metode

U istraživanju je učestvovao 161 ispitanik. Do ispitanika se došlo korištenjem prigodnog i lančanog uzorkovanja. Svi ispitanici su punoljetni i imaju prebivalište u Republici Srpskoj. Većina ispitanika je iz sjeveroistočnog dijela Republike Srpske. Ubjedljiva većina ispitanika je zaposlena (89,4%). Uzorak je stratifikovan prema polu, starosnoj dobi i obrazovanju. Žene čine većinu uzorka (60,9%). Najzastupljenija starosna kategorija su ispitanici od 36-45 godina (32,7%), zatim slijede grupe od 26-35 godina (28,4%) i 46-60 godina (21,6%). Ispitanika u kategoriji od 18-25 godina (13,6%) i preko 60 godina (3,7%) je znatno manje. Kada je u pitanju nivo obrazovanja, najviše ispitanika ima završen fakultet (58,4%), zvanje magistra ili doktora (13,6%), srednju školu (23%), višu školu (3,1%), osnovnu školu (1,9%).

Uočene su povezanosti između obrazovanja i starosne dobi, kao i između starosne dobi i zaposlenja. Mlađi ispitanici (18-25 godina) u manjem procentu su zaposleni u odnosu na ostale kategorije. Ispitanici od 36-45 i 46-60 godina u najvećem procentu imaju završen fakultet. Kada je u pitanju polna struktura žene imaju viši nivo obrazovanja u odnosu na muškarce, kao i neznatno višu zaposlenost. Uočena je takođe i povezanost između obrazovanja i statusa zaposlenja. Najveći procenat zaposlenosti imaju ispitanici s višom školom (100%), a zatim s fakultetskom diplomom. Uzorak je, dakle, reprezentativan za zaposlene i visokoobrazovane u Republici Srpskoj.

Anketa je distribuirana digitalnim kanalima putem gubl obrasca, a rezultovala je 141. ispitanikom. Ovaj uzorak dopunjen je terenskim anketiranjem. Proces prikupljanja podataka je trajao od 24. 5. – 6. 8. 2025. godine. Distribucija ankete putem gubl obrasca iskorištena je ne samo kao ekonomičniji način u pogledu vremena i resursa, već i kao metod prikupljanja podataka o spremnosti ispitanika da odgovore na digitalni oblik ankete. Anketa je, uz propratnu poruku (molbu za objavljivanjem) proslijeđena svim portalima u Republici Srpskoj, kao i 61. opštinskoj upravi. Od svih portala u Republici Srpskoj anketu su objavila tri portala; *Dobojski.info*, *Info Birač* i *Zvornički.ba*, dok je od svih opština samo opštinska uprava Vukosavlje se odazvala pozivu. Ovakav način distribucije ankete, omogućio je dodatni uvid o (ne)spremnosti za korespondenciju digitalnim kanalima, odnosno elektronskom poštom.

U anketi formiranoj za potrebe istraživanja pitanja su bila usmjerena na prikupljanje demografskih podataka o ispitanicima, podataka o njihovim digitalnim navikama, stavovima o promjenama u zapošljavanju, kao i o percepciji o ulozi digitalnih tehnologija i platformi u procesu rada i zapošljavanja. Anketa je originalno autorsko djelo, usklađeno s ciljevima istraživanja. Učešće u anketi bilo je dobrovoljno i anonimno. Pri kreiranju ankete uzeto je u obzir da se upitnikom stekne uvid u digitalne prakse u zapošljavanju, što će biti od koristi poslodavcima, kao i institucijama za oglašavanje o poslovima. Za popunjavanje ankete bilo je potrebno oko pet minuta. Anketu je činilo devetnaest pitanja podijeljenih u četiri tematske cjeline. U anketi su kombinovana zatvorena, poluotvorena i otvorena pitanja. Većina pitanja je bila zatvorenog tipa, s opcijom odabira jednog već ponuđenog odgovora. Ovakva kombinacija vrsta pitanja omogućila je deskriptivnu i interpretativnu analizu rezultata, kao i uvid o kvalitativnoj dimenziji odgovora ispitanika.

Rezultati ankete analizirani su kvantitativnim metodama. Korištene su deskriptivna i komparativna statistika. Deskriptivnom statistikom analizirane su frekvencije i procentualne distribucije odgovora. Ova analiza omogućila je uvid u zastupljenost odgovora u cjelokupnom uzorku, te u dominantne oblike ponašanja ispitanika. Komparativnom analizom identifikovane su razlike u obrascima korištenja platformi. Podaci su upoređeni po polu, starosnim kategorijama i obrazovnom nivou. Razlike između grupa izražene su kao procentualna odstupanja od ukupnog uzorka. Tematskom analizom obrađeni su odgovori na otvorena pitanja. Kvalitativan pristup pri analizi otvorenih odgovora u funkciji je identifikaciju ključnih tema i razumijevanje stavova vezanih za korištenje digitalnih alata za traženje posla. Za analizu nije korišten statistički softver, niti standardizovana skala. Korišteni su programi Microsoft Excel i Word.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

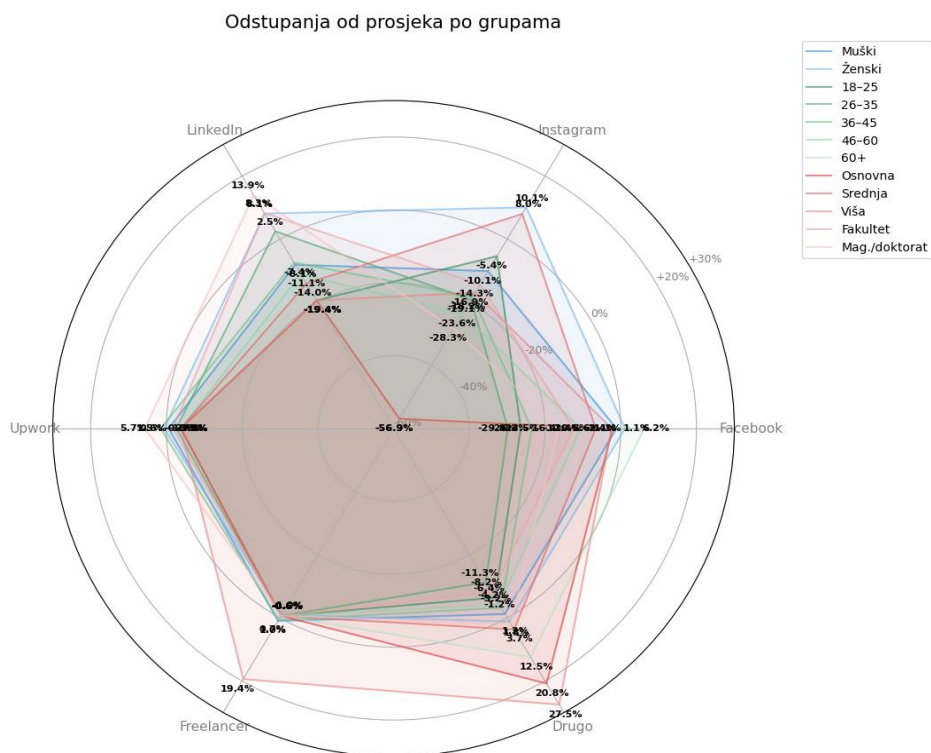
Od ukupnog broja učesnika (161) većina su bile žene (60,9%), najzastupljenija starosna grupa bila je između 36 i 45 godina (32,7%). Najveći broj anketiranih je završio fakultet (58,4%) i zaposlen (89,4%). Kada je u pitanju obrazovni nivo ispitanici su imali zvanje magistra ili doktora (13,6%), završenu srednju školu (23%), višu školu (3,1%) i osnovnu školu (1,9%). Pored zaposlenih

anketirani su bili i nezaposleni (6,8%), studenti (3,1%), penzioneri (0,6%). Uključene starosne kategorije su bili još ispitanici od 26-35 godina (28,4%), 46-60 (21,6%), 18-25 (13,6%) i 60+ (3,7%). Istraživanje se primarno oslanja na radno aktivno stanovništvo. Zaposleni s fakultetskom diplomom dominiraju među ispitanicima.

Digitalne navike i radne platforme

U dijelu ankete koji se odnosi na digitalne navike i radne platforme postavljeno je pet pitanja. Prvo pitanje glasi: - Koje digitalne platforme koristite u svrhu zapošljavanja ili profesionalnog umrežavanja? Pitanje je poluotvorenog tipa. Ponuđeno je pet unaprijed ponuđenih opcija (LinkedIn, Facebook, Instagram, Freelancer, Upwork) i kategorija „drugo“, gdje su ispitanici mogli da unesu odgovor. Ispitanicima je bio omogućen višestruk izbor. Facebook je digitalna platforma koja se najčešće koristi (42,1%), zatim slijede Instagram (34,9%), LinkedIn (13%), Upwork (1,9%), Freelancer (0,4%), i drugo (7,7%), gdje su najčešće navođeni google, tiktok i mojposao.ba. Dominacija društvenih mreža pokazuje kako se profesionalno umrežavanje i potraga za poslom uglavnom odvija kroz neformalne društvene kanale. LinkedIn, kao vodeću mrežu za profesionalce, koristi tek 13% ispitanika, što potencijalno ukazuje da ova mreža nije dovoljno integrisana u svakodnevne prakse zapošljavanja u lokalnom kontekstu.

Muškarci nešto više koriste Facebook i Instagram za zapošljavanje i umrežavanje (41,94%) od žena (33,67%). Korištenje LinkedIn-a je kod žena nešto izraženije (11,22%) nego kod muškaraca (4,84%). Facebook u najvećoj mjeri koriste stariji korisnici (46+), ali prisutan je među svim starosnim grupama. Instagram je najpopularniji kod mlađih korisnika (18-35), dok LinkedIn najviše koriste ispitanici od 26-45 godina. Korištenje LinkedIn-a i specijalizovanih platformi je izraženije što je obrazovni nivo ispitanika veći. Društvene mreže su dominantan izvor informacija o poslovima kod svih obrazovnih nivoa, iako dominantnije kod ispitanika s nižim obrazovnim nivoom. Procentualno izražene rezultate prikazuje grafikon 1, koji sadrži odstupanja kategorija u odnosu na ukupne rezultate.



Grafikon 1: Korištenje digitalnih platformi u svrhu zapošljavanja ili profesionalnog umrežavanja

Najveći broj ispitanika (41%) vjeruje da će digitalne promjene donijeti više prilika za posao u Republici Srpskoj. Nešto manji broj ispitanika (26,1%) je stava da će digitalizacija uticati na smanjenje tradicionalnih radnih mjesta, dok 20,5% anketiranih ne vjeruje da će značajno uticati na zapošljavanje. Odgovori potencijalno ukazuju na svijest o transformaciji tržišta rada i impliciraju na mogućnost da su ispitanici svjesni da će se u budućnosti preći na fleksibilnije, digitalno posredovane oblike rada. S druge strane, značajan broj ispitanika koji je izrazio skepticizam i onih koji su izrazili neodlučnost može ukazivati na neinformisanost ili skepticizam o integraciji rada u digitalnu sferu.

Nešto veći procenat žena (37,76%) očekuje više prilika za posao putem digitalnih platformi, dok je veći procenat muškaraca (22,22%) koji očekuju

smanjenje tradicionalnih radnih mjesta, ali rast novih oblika zapošljavanja. Viši obrazovni nivoi izražavaju viši nivo optimizma kada su u pitanju nastupajuće promjene u obliku zapošljavanja i rada. Kada su u pitanju stavovi različitih starosnih kategorija, sve starosne kategorije izražavaju značajan optimizam u vezi s digitalnim platformama. Grupe od 18-25 (45,45%) godina i oni stariji od šezdeset (60%) u najvećoj mjeri smatraju da će biti više prilika za zapošljavanje.

U svrhu profesionalnog razvoja najveći broj anketiranih je naveo da digitalne platforme koristi svakodnevno (35,4%), 23,6% rijetko, 20,5% nekoliko puta mjesečno, dok ih 19,3 % koristi nekoliko puta nedeljno. Rezultati ukazuju na intenzivno korištenje digitalnih platformi za unapređenje karijere, odnosno profesionalno usavršavanje. Međutim, značajan broj učesnika ih koristi rijetko ili nekoliko puta mjesečno, što potencijalno ukazuje na to da postoji dio populacije koji nije u dovoljnoj mjeri uključen u ovaj proces. U odnosu na ukupan uzorak odstupanja između muških i ženskih ispitanika su minimalna. Među svim starosnim kategorijama izražena je stalna i povremena upotreba digitalnih platformi, osim kod kategorije 60+. Međutim, s obzirom na mali broj ispitanika ove kategorije možemo reći da ovi rezultati tek nagovještavaju ovakav trend među ovom starosnom kategorijom. Rezultati ukazuju na mogući trend redovnijeg i raznovrsnijeg korištenja digitalnih platformi kod osoba s višim nivoima obrazovanja, odnosno na rijetko i povremeno korištenje digitalnih platformi u profesionalne svrhe kod nižih obrazovnih nivoa.

Od ukupnog broja ispitanika njih 47 (29,2%) je ranije radilo na daljinu. Ovi rezultati mogu ukazivati da rad na daljinu nije široko rasprostranjen oblik zaposlenja. Veći broj onih koji su radili nego onih koji trenutno rade na daljinu može sugerisati da se radi o privremenim angažmanima ili o niskim, neodrživim prihodima. Veliki procenat anketiranih koji nikada nije radio na daljinu moguće da govori i o odsustvu prilika. Nešto veći procenat žena (31,6%) je ranije radilo na daljinu u odnosu na muškarce (25,4%). Procenat muškaraca koji trenutno rade na daljinu (11,1%) veći je u odnosu na žene (1%). Procentualna zastupljenost iskustva rada na daljinu raste s obrazovnim nivoom. Rezultati pokazuju da bi ovo mogao biti trend u Republici Srpskoj.

Pitanje, zatvorenog tipa, o učestalosti rada putem digitalnih platformi, vezano je za prethodno pitanje. Ovo pitanje se odnosilo samo na one učesnike koji su izjavili da su radili ili da trenutno rade na daljinu. Najveći broj anketiranih

koji rade ili su radili na daljinu povremeno radi sa digitalnih platformi. Grupa koja je bila dostupna svakodnevno je vjerovatno bila profesionalno vezana za onlajn posao, ili je posao bio usmjereniji na digitalne kanale. Činjenica da niko nije izjavio da nikada nije radio na daljinu potvrđuje validnost odgovora ispitanika i samog uzorka. Rezultati mogu ukazivati da digitalni rad nema karakter pouzdanog i trajnog oblika zaposlenja.

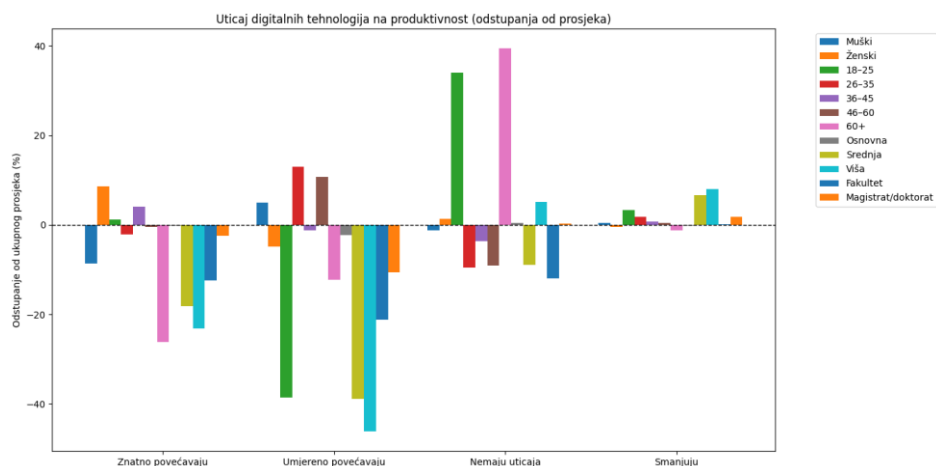
Uticaj digitalne transformacije na rad i slobodno vrijeme

U dijelu ankete koji se odnosi na uticaj digitalne transformacije na rad i slobodno vrijeme postavljena su četiri pitanja. Prvo pitanje je - Kako digitalne tehnologije utiču na ravnotežu između radnog vremena i slobodnog vremena? Rezultati pokazuju da je najveći broj ispitanika (54,7%) ponekad dostupan za posao van radnog vremena. Stalno dostupni za posao su manje zastupljeni (29,2%), dok 16,1% ispitanika nikada ne radi izvan radnog vremena. Pokazalo se da više od polovine ispitanika koristi digitalne kanale za posao, ali nisu pod stalnim pritiskom da rade mimo radnog vremena. Ispostavlja se da digitalne tehnologije značajno utiču na ravnotežu između radnog i slobodnog vremena. Tek nešto manje od petine anketiranih ima jasno definisane granice između profesionalnog i privatnog života. Kod učesnika starosti od 18-26 godina ubjedljivo je najviše (40,91%) onih koji nikada ne rade izvan radnog vremena. S porastom godina tendencija dostupnosti se povećava. Ovo je vjerovatno u vezi s tim što određeni broj mlađih ispitanika još studira i što dio njih još uvijek nema stalne prihode.

Kada su u pitanju digitalne vještine, većina anketiranih ocijenila je svoje vještine kao dobre ili osrednje (74,5%). Žene u nešto većem procentu (38,8%) ocjenjuju svoje digitalne vještine kao dobre u odnosu na muškarce (30,2%). Žene takođe u većoj mjeri ocjenjuju svoje vještine kao slabe i vrlo slabe u odnosu na muškarce, dok muškarci u većoj mjeri smatraju svoje digitalne vještine osrednjim. Razlike prema obrazovanju su minimalne. Mlađe starosne grupe (18-35) smatraju svoje digitalne vještine za dobre i vrlo dobre u većoj mjeri od starijih grupa.

Na pitanje o uticaju digitalnih tehnologija na produktivnost učesnika u radu, bila su ponuđena četiri odgovora. Većina anketiranih smatra da digitalne

tehnologije povećavaju njihovu produktivnost (78,3%), 26,1% znatno, a 52,2% umjereno. Rezultati ukazuju na preovladavajuću percepciju digitalnih tehnologija kao korisnog alata koji omogućava porast produktivnosti. Može se pretpostaviti da upotreba digitalnih tehnologija olakšava obavljanje brojnih radnih zadataka zaposlenima. Ispitanici s višim nivoima obrazovanja imaju i pozitivniju percepciju uticaja digitalnih tehnologija na produktivnost. Većina anketiranih sa osnovnim obrazovanjem navodi da digitalne tehnologije nemaju uticaja na produktivnost, dok kod učesnika sa srednjoškolskim imamo podijeljene stavove. Anketirani sa fakultetom dominantno su pozitivnog stava o učinku na produktivnost (56% umjereno, 29% znatno). Kod ispitanika sa magistarskim ili doktorskim zvanjem udio pozitivne percepcije je 91% (64% umjereno, 27% znatno).



Grafikon 2: Stavovi o uticaju digitalne tehnologije na produktivnost u radu

Na pitanje o najvećim izazovima sa kojima se ispitanici suočavaju pri korištenju digitalnih platformi za posao, bilo je ponuđeno pet odgovora. Pitanje je poluotvorenog tipa, s mogućnošću višestrukog izbora. Najveći broj anketiranih je istakao preopterećenost informacijama (39,7%) kao izazov. Značajan broj ispitanika je istakao i nepostojanje jasnih granica između posla i privatnog života (31,2%), ograničenu povezanost sa kolegama (14,8%), nedostatak tehničkih vještina (12,7%) kao izazove s kojima se suočavaju. Rezultati ukazuju, pored već

pomenute eliminacije granice između profesionalnog i privatnog života, na prezasićenje informacijama na digitalnim platformama kao jedan od glavnih izazova.

Perspektiva o digitalnim promjenama i zapošljavanju

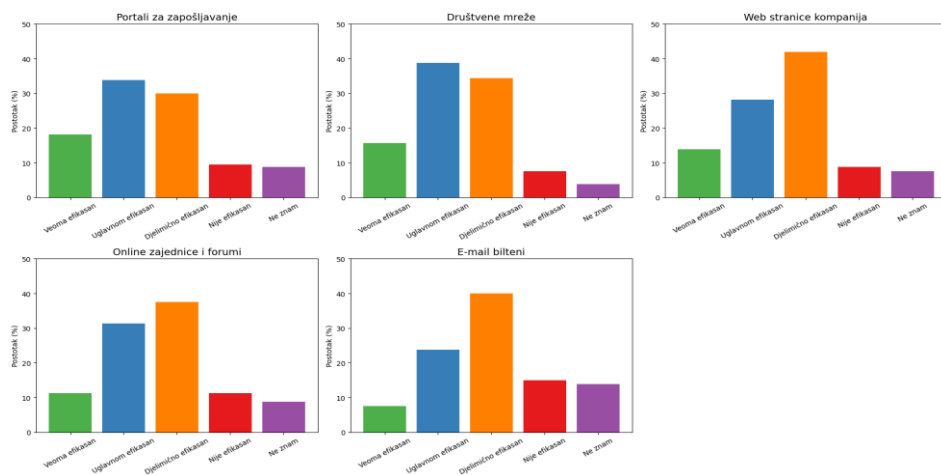
Da li smatrate da poslodavci u Republici Srpskoj dovoljno prepoznaju i koriste digitalne tehnologije u procesu zapošljavanja i privlačenja radne snage? – bilo je prvo pitanje u ovom dijelu. Uvjedljiva većina ispitanika (47,2%) smatra da poslodavci u Republici Srpskoj djelimično koriste digitalne tehnologije u procesu zapošljavanja i informisanju o dostupnim poslovima. Nešto manje ispitanika (32,9%) je stava da poslodavci većinom ne koriste digitalne tehnologije. Da u velikoj mjeri koriste savremene tehnologije, izjavilo je 7,5% uzorka, dok je 12,4% izjavilo da nije sigurno. Može se primijetiti da ispitanici uočavaju korištenje digitalnih tehnologija od strane poslodavaca, ali i da ih ne koriste u dovoljnoj mjeri. U narednom pitanju, koje se odnosilo na uticaj digitalnih kanala na informisanje o poslovima, najviše je onih koji smatraju da digitalni kanali imaju djelimičan doprinos (42,2%) u Republici Srpskoj. Rezultati potencijalno ukazuju na malu vidljivost, pristupačnost i slabu relevantnost informacija na digitalnim platformama.

Anketirani su pri ocjenjivanju efikasnosti digitalnih kanala u oglašavanju poslova i privlačenju kandidata favorizovali platforme koje nisu primarno orijentisane na potragu za poslom. Portali su u većini slučajeva prepoznati kao efikasan kanal. Značajan procenat koji ocjenjuje portale za zapošljavanje kao djelimično efikasne, ipak upućuju na određenu dozu rezerve u ocjeni njihove efikasnosti. Društvene mreže su većinom prepoznate kao efikasan kanal. Veb stranice kompanija su slično ocijenjene kao i društvene mreže. Onlajn zajednice i forume ispitanici dominantno vide kao djelimično (37,5%) i uglavnom efikasne (31,3%). Elektronska pošta je ocijenjena kao djelimično efikasna (40%) i uglavnom efikasna (23,8%).

Stavovi ispitanika o efikasnosti digitalnih kanala za zapošljavanje razlikuju se po starosnim kategorijama. Uočene generacijske razlike vezane za različite digitalne kanale ovdje su redukovane na najupečatljivije. Starosna grupa 18-25 godina ima pozitivno ocjenjuje efikasnost društvenih mreža (62%). Među ovom

kategorijom je najveći procenat onih koji društvene mreže smatraju za veoma efikasne (28,57%). Grupa starosti 26-35 godina nakritičnija je prema elektronskoj pošti i onlajn zajednicama, odnosno forumima, dok najpozitivniji stav imaju o portalima za zapošljavanje. Prema veb stranicama kompanija najviše povjerenja su iskazali ispitanici starosti 46-60 godina. Ova kategorija, međutim, u većoj mjeri u odnosu na ostale izražava sumnju u efikasnost društvenih mreža i portala.

Vezano za stavove ispitanika po obrazovnom nivou uočena je korelacija obrazovnog nivoa i pozitivne percepcije efikasnosti portala za zapošljavanje. Učesnici s višom školom i fakultetom u većoj mjeri su ocjenjivali portale kao uglavnom ili veoma efikasne u odnosu na ostale obrazovne grupe, dok su ispitanici sa srednjom školom u najvećoj mjeri iste ocjenjivali kao neefikasne, te izražavali neodlučnost. Društvene mreže najpozitivnije ocjenjuju anketirani sa višom i srednjom školom. Žene u većem procentu ocjenjuju portale i ostale kanale kao efikasne, a kod portala za zapošljavanje i veb portala kompanija je ta razlika prilično izražena. Portale 63,3% žena vidi kao uglavnom i veoma efikasne u odnosu na 33,9% muškaraca.



Grafikon 3: Ocjena digitalnih kanala u oglašavanju poslova.

Učesnici su u nastavku iznijeli stavove o tome da li su digitalne platforme dobar način za povezivanje sa poslodavcima i nalaženje posla. Četiri petine učesnika je odgovorilo potvrdno (80,1%), neodlučnih je bilo 16,8%, dok se

negativno izjasnilo tek 3,1%. Dakle, ispitanici su većinski stava da digitalne platforme posjeduju veliki potencijal za efikasnije i brže nalaženje poslova. Ovakav rezultat svakako upućuje i na to da je prepoznat značaj digitalnih platformi u procesu zapošljavanja. Da su digitalne platforme dobar način za povezivanje smatraju najviše visokoobrazovani, naročito oni sa magistratom ili doktoratom (86,4%) i fakultetom (83%). Optimizam je manji što je obrazovni nivo niži.

Poslednje pitanje bilo je otvorenog tipa. Učesnici su odgovarali koje bi promjene željeli da vide na digitalnim platformama za rad i zapošljavanje. Na osnovu odgovora ispitanika identifikovane su oblasti za unapređenje digitalnih platformi. Predložena su poboljšanja informacija i preglednosti; jasnije, preciznije i preglednije informacije o poslovima, bolja organizacija pretrage, razvoj specifičnih mobilnih aplikacija. Istaknuta je potreba transparentnosti i pristupa informacijama; povećanje transparentnosti oglasa, te jednostavniji i brži pristup relevantnim informacijama. Digitalno opismenjavanje je takođe istaknuto. Osim navednog, ispitanici su se dotakli još sigurnosti i odgovornosti platformi, unapređenja komunikacijskih kanala između kandidata i poslodavaca, zakonske zaštite prava radnika i transparentnosti uslova rada na digitalnim platformama, povećanje broja i raznovrsnosti oglasa.

Diskusija

U istraživanju motiva za korištenje društvenih mreža iz 2009. godine 10% korisnika je kao motiv navelo pristup informacijama, dok je oko 70% navelo socijalizaciju, održavanje i uspostavljanje kontakata i slične razloge (Brantzeg, P., & Hein, J., 2009: 148-150). No, iako se primarni motiv korisnika društvenih mreža ne veže direktno uz zapošljavanje, odnosno potragu za poslom, u protekloj deceniji se pokazalo kako one u takvoj potrazi imaju značajan pozitivan uticaj. Tradicionalne metode traženja posla sve više se prebacuju na internet (Karaoglu, G., *et al.*, 2022). Društvene mreže, kao što su Facebook i X, mogu se koristiti za postavljanje preporuka i oglasa za posao (Koch, T., *et al.*, 2018), baš kao i Instagram. Društvene mreže i onlajn portali su postali skoro pa nezamjenjiv metod oglašavanja, da su odsustvo digitalne pismenosti i nepristupanje internetu postali ozbiljna prepreka u pronalasku zaposlenja (Martinez-Nicolas, M., *et al.*,

2024). Istraživanja upućuju na to da je teško odrediti da li se u potrazi zaposlenja više koriste portali za zapošljavanje, profesionalne (karijerne) ili društvene (nekarijerne) platforme, s obzirom na rezultate različitih istraživanja. U određenim istraživanjima najčešće korištene platforme bile su sajtovi kompanija i portali za zapošljavanje (npr. Dillahun, T., *et al.*, 2021), druga nalaze da su društvene mreže zastupljenija opcija (npr. Al-Amin, M., *et al.*, 2019; Nikolaou, 2014). Ova odstupanja upućuju na relevantnost lokalnog konteksta u percepciji efikasnosti i nivou korištenja digitalnih kanala u procesu zapošljavanja.

Rezultati sprovedenog istraživanja otkrivaju da su društvene mreže najčešće korišten kanal za zapošljavanje, odnosno za informisanje o poslovima. Karijerne platforme, kao što je LinkedIn, korištene su u znatno manjoj mjeri, dok je broj korisnika frilens platformi zanemariv. Transformacija rada dovela je do pojave fleksibilnih, privremenih i projektno orijentisanih poslova. Ovi nalazi upravo mogu upućivati na skromnu zastupljenost digitalne ekonomije u Republici Srpskoj. Ustanovljeno je da ispitanici imaju razvijenu svijest o aktuelnosti i važnosti digitalnih promjena i njihovim potencijalnim implikacijama. Među glavnim izazovima koje ističu korisnici digitalnih platformi su preopterećenost informacijama i odsustvo jasne granice između profesionalnog i slobodnog vremena (Berkellar, & Buzzanell, 2015; Martinez-Nicolas *et al.*, 2024). U ovom istraživanju ovi izazovi su potvrđeni kao najzastupljeniji. Oslanjanje na društvene mreže kao izvor informacija i profesionalnog razvoja vodi, između ostalog, distrakciji, narušavanju privatnosti i preopterećenosti informacijama (Agbasiere, 2025). S obzirom na to da većina ispitanika (naročito visokoobrazovani i mlađi) upravo koristi društvene mreže u pomenutu svrhu ostaje otvoreno pitanje odnosa negativnih i pozitivnih posljedica takve prakse. Ovo istraživanje pokazalo je da, uprkos tome što je raspostranjeno, korištenje digitalnih kanala za zapošljavanje nije toliko intenzivno. Veliki broj ispitanika nikada nije radio na daljinu, dok je jako mali broj onih koji na daljinu rade trenutno. Istovremeno, među ispitanicima preovladava uvjerenje da posjeduju određene digitalne vještine, što izvjesno upućuje da određeni nivo digitalnih vještina u široj populaciji.

Sociodemografske razlike koje su identifikovane u istraživanju donekle potvrđuju globalne trendove u upotrebi digitalnih tehnologija. Pokazalo se da mlađe kategorije češće koriste digitalne platforme za profesionalni razvoj, dok je

kod starijih takva upotreba rjeđa. Rezultati korespondiraju s rezultatima drugih istraživanja (Chang, *et al.*, 2015; Ma, & Wang, 2020; Penard *et al.*, 2015) u kojima je utvrđena negativna korelacija između starosti i upotrebe interneta. Takođe, pokazalo se da je obrazovanje povezano s digitalnim vještinama, što korespondira s nalazima istraživanja koje su sprovedi Ji, te Grin i saradnici (Green, *et al.*, 2012; Yi, 2015). Obrazovaniji ispitanici su izrazili veću spremnost za profesionalni razvoj posredstvom digitalnih kanala, te koriste raznovrsnije digitalne kanale pri potrazi za zaposlenjem.

Kada je u pitanju primjena digitalnih tehnologija u procesu zapošljavanja od strane poslodavaca u Republici Srpskoj, većina anketiranih smatra da takve tehnologije poslodavci djelimično koriste. Digitalni alati su prisutni, odnosno koriste se za informisanje o poslovima od strane poslodavaca, ali, može se zaključiti da, nisu sistemski integrisani. Učesnici većinom ocjenjuju uticaj digitalnih kanala u procesu zapošljavanja kao pozitivan. Preovladava stav da su informacije o poslovima na digitalnim kanalima nedovoljno dostupne i vidljive. Kada je riječ o procjeni efikasnosti različitih kanala ispitanici ocjenjuju društvene mreže i portale za zapošljavanje kao najefikasnije. Rezultati upućuju na zaključak da su platforme koje kombinuju informativnu i interaktivnu funkciju najčešći odabir ispitanika pri potrazi za zaposlenjem. Anketirani u dominantnoj mjeri ocjenjuju digitalne platforme kao dobar način povezivanja sa poslodavcima i za nalaženje posla, što upućuje na to da su digitalni kanali prepoznati kao važan instrument u procesu zapošljavanja. Mada, značajno je istaći da digitalne platforme u procesu zapošljavanja nisu podjednako prihvaćene među različitim sociodemografskim grupama.

Rezultati sumarno upućuju na to da se digitalne tehnologije uočavaju kao važan instrument pri zapošljavanju. Ova praksa u Republici Srpskoj je u razvojnoj fazi. Značaj digitalnih kanala za informisanje je značajan, ali neujednačen. Digitalnu potragu za poslom karakteriše nefokusiranost, s obzirom na orijentaciju na nekarijerne platforme. Indikativan je i nedostatak visoke digitalne pismenosti među uzorkom, što potencijalno može važiti i za širu populaciju Republike Srpske. Pored navedenog može se zaključiti i da se digitalne platforme koriste uglavnom za informisanje, a rjeđe za direktnu prijavu. Dakle, većina ispitanika ne vidi digitalne kanale kao primarni instrument za zapošljavanje, već kao sredstvo informisanja. Pokazalo se da primjena digitalnih tehnologija utiče

na sam rad, kao i na slobodno vrijeme. Granica između profesionalnog i privatnog postaje sve fluidnija. Značajan broj ispitanika navodi da ostaje dostupan za posao i van radnog vremena. Ipak, mali broj učesnika ima iskustvo rada na daljinu, što vodi zaključku da su digitalni i hibridni rad još uvijek marginalni u odnosu na tradicionalne oblike rada. Digitalna transformacija rada u Republici Srpskoj je dio šireg, globalnog procesa. Rezultati sugerišu da je transformacija rada u Republici Srpskoj proces koji je već otpočeo, ali koji se sporo razvija i koji nije dovoljno institucionalno integrisan, niti dovoljno društveno prepoznat.

Zaključak

U početku se internet koristio kao dodatni alat za zapošljavanje (Bartram, 2000), da bi kasnije postao nezaobilazan u procesu traženja posla. Sprovedeno istraživanje pokazalo je da su u Republici Srpskoj digitalni kanali postali neizostavan faktor u procesu zapošljavanja. Rezultati upućuju da se od digitalnih platformi pri potrazi za poslom najviše koriste društvene mreže, prije svega Facebook i Instagram. Pokazalo se da neformalne, društvene mreže imaju dominaciju nad formalnim u procesu zapošljavanja. Postoji mogućnost da je ovo djelimično povezano i sa „relacionim ponovnim povezivanjem“ (Ramirez, *et al.*, 2017). Naime, društvene mreže se mogu koristiti za održavanje, obnavljanje i uspostavljanje kontakata koji posredno donose informacije o poslovima. Ova praksa je globalno prepoznata - korisnici društvenih mreža nastoje proširiti svoje socijalne kontakte zarad ostvarenja zaposlenja i napretka u karijeri (Sharone, O, 2014). Zapravo, to je postao i jedan od motiva za korištenje društvenih mreža (Stopfer, & Gosling, 2013). Istraživanjem je takođe ustanovljeno da visoko-obrazovani ispitanici u većoj mjeri koriste digitalne kanale od onih sa nižim obrazovnim nivoom, te da, osim po obrazovnom nivou, postoje odstupanja i prema starosti i polu ispitanika.

Rezultati istraživanja ukazuju da rad na daljinu i hibridni oblici zaposlenja nisu zaživjeli u dovoljnoj mjeri u Republici Srpskoj. Većina ispitanika koja je radila na daljinu ne radi trenutno, što upućuje na mogućnost da je riječ o privremenim i honorarnim angažmanima. Ovo osvjetljava i bitnu distinkciju koja bi trebala biti uzeta u razmatranje pri istraživanju transformacije rada, odnosno

procesa traženja posla. Kako PETERS (Peters, K., 2001) postoje dvije kategorije tražilaca posla: aktivni i pasivni. Čini se da je većini zaposlenih rad na daljinu predstavljao honorarni angažman, što bi bilo dobro istražiti u nekom budućem istraživanju. Prilikom distribucije ankete takođe je uočen značajan nalaz. Od 61 opštinske uprave, tek jedna je odgovorila na mejl, dok je od svih portala u Republici Srpskoj mejlom odgovorio svega jedan. Dva portala su objavila sadržaj i odazvala se molbi za pomoć u istraživanju, iako nisu odgovorili na mejl. Ovo potencijalno ukazuje na nizak nivo otvorenosti institucija i medija za saradnju i uopšte korespondenciju u digitalnom okruženju.

Digitalne tehnologije donijele su nove izazove u vezi rada i zapošljavanja, poput preopterećenosti informacijama i odsustva jasne granice između radnog i slobodnog vremena (Fountain, 2005; Frey & Osborne, 2013), što je istraživanjem potvrđeno. Ipak, ispitanici prepoznaju važnost i aktuelnost promjena i većinom smatraju da su digitalne platforme važne u savremenom procesu zapošljavanja. Preovladava i stav ispitanika da ih je u većoj mjeri potrebno primjenjivati u tom cilju u lokalnom kontekstu. Poslodavci u Republici Srpskoj su prepoznali i koriste digitalne kanale za privlačenje kandidata. Ipak, rezultati sugerišu da se digitalne platforme uglavnom djelimično ili parcijalno koriste, odnosno da one još uvijek nisu potpuno integrisane od strane poslodavaca. Generalno, rezultati ukazuju da se transformacija rada u Republici Srpskoj odvija, te da je digitalizacija zapošljavanja u razvojnoj fazi. Nalazi iz ovog istraživanja otvaraju pitanja i predstavljaju osnov za buduća istraživanja o radu na daljinu, upotrebi digitalnih platformi u procesu zapošljavanja, prisutnosti poslodavaca na digitalnim platformama, digitalnoj pismenosti, i sličnim temama u lokalnom kontekstu.

Literatura

- Agbasiere, C. (2025). The Influence of Social Media on Workforce Upskilling: A Critical Analysis of Learning, Networking, and Career Advancement Opportunities. *Path of Science*, 11(3), 6001-6021.
<http://dx.doi.org/10.22178/pos.115-16>
- Al-Amin, M., Nafi, S. & Amin, M. A. (2019). Use of social media for job search and application: a perspective from the job seekers in Bangladesh. *Discovery*, 55(281).

- Bartram, D. (2000). Internet recruitment and selection: Kissing frogs to find princes. *International Journal of Selection and Assessment*, 8, 261–274. <https://doi.org/10.1111/1468-2389.00155>
- Berkelaar, B. L. & Buzzanell, P. M. (2015). 'Online employment screening and digital career capital: exploring employers' use of online information for personnel selection', *Management Communication Quarterly*, 29(1), 84–113. <https://doi.org/10.1177/0893318914554657>
- Brandtzaeg, P. & Heim, J. (2009). Why People Use Social Networking Sites. LNCS. 5621, 143-152. https://doi.org/10.1007/978-3-642-02774-1_16 (Conference: Online Communities and Social Computing, Third International Conference, OCSC 2009, Held as Part of HCI International 2009, San Diego, CA, USA, July 19-24, 2009. Proceedings)
- Broughton, A., Foley, B., Ledermaier, S. & Cox, A. (2013). *The use of social media in the recruitment process* (Research Paper No. 41334). Acas. <https://www.employment-studies.co.uk/resource/research-paper-use-social-media-recruitment-process>
- Brubaker, R. (2023). *Hyperconnectivity and Its Discontents*. Cambridge/New York. Polity Press.
- Bugri V. (2024). Bridging the Digital Divide: Empowering Ghanaian Youth Through Prudent Internet Usage and Social Media Training ISSN: 2189-1036 – The IAFOR International Conference on Education – Hawaii 2024 Official Conference Proceedings (pp. 399-411) <https://doi.org/10.22492/issn.2189-1036.2024.35>
- Chang, J., McAllister, C. & McCaslin, R. (2015). Correlates of, and barriers to, internet use among older adults. *Journal of Gerontological Social Work*, 58(1), 66–85. <https://doi.org/10.1080/01634372.2014.913754>
- Dillahunt, T., Israni, A., Lu, A. J., Cai, M. & Hsiao, C. (2021). Examining the Use of Online Platforms for Employment: A Survey of U.S. Job Seekers. 1-23. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445350> Conference: CHI '21: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems
- Ellison, N. & Vitak, J. (2015). Social media affordances and their relationship to social capital processes. In S. Sundar (Ed.), *The handbook of psychology of communication technology*. (pp. 205-227). Boston: Wiley-Blackwell.

- Faberman, R. J. & Kudlyak, M. (2016). What Does Online Job Search Tell Us about the Labor Market?, *Economic Perspectives*, 40(1), 1-15.
- Fountain, C. (2005). Finding a Job in the Internet Age. *Social Forces*, 83(3), 1235-1262. <https://doi.org/10.1353/sof.2005.0030>
- Frey, C. B. & Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254–280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.019>
- Freyssenet, M. (1999) 'The emergence, centrality and end of work', *Current Sociology*, 47(2), 5-20. <http://dx.doi.org/10.1177/0011392199047002003>
- Gasparėnienė, L., Matulienė, S. & Žemaitis, E. (2021). Opportunities of job search through social media platforms and its development in Lithuania. *Business: Theory and Practice*, 22(2), 330-339. <https://doi.org/10.3846/btp.2021.11055>
- García Galera, M.C., Catalina-García, B. & Martínez Nicolás, M. (2023). Digitalisation, labour market and training. Opportunities and vulnerabilities for Communication graduates. *Quaderns del CAC*, 49, 35-44. <https://doi.org/10.34810/qcac49id420934>
- Garg R. & Telan, R. (2018). To be or not to be linked: Online social networks and job search by unemployed workforce. *Management Science*, 64(8), 3926-3941. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2017.2784>
- Gouda, N. K., Patro, Y. S. S. & Mishra, S. (2024). A study of e-recruitment technology adoption in India. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(5), 11804–11812. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i5.5029>
- Grabher, G. & Koenig, J. (2017). 'Performing network theory? Reflexive relationship management on social network sites'. In: Hollstein, B., Matiakse, W. & Schnapp, K.-U. (eds.) *Networked Governance*. Berlin: Springer, 121-40. https://doi.org/10.1007/978-3-319-50386-8_8
- Graham, M., Hjorth, I. & Lehdonvirta, V. (2017). Digital labour and development: impacts of global digital labour platforms and the gig economy on worker livelihoods. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), 135-162. <https://doi.org/10.1177/1024258916687250>
- Green, A. E., Li, Y., Owen, D. & de Hoyos, M. (2012). Inequalities in use of the internet for job search: Similarities and contrasts by economic status in

- Great Britain. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 44(10), 2344–2358. <https://doi.org/10.1068/a452>
- Karacsony, P., Izsák, T. & Vasa, L. (2020). Attitudes of Z generations to job searching through social media. *Economics and Sociology*, 13(4), 227–240. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2020/13-4/14>
- Karaoglu, G., Hargittai, E. & Nguyen, M. H. (2022). Inequality in online job searching in the age of social media. *Information, Communication & Society*, 25 (12), 1826–1844. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1897150>
- Koch, T., Gerber, C. & De Klerk, J. J. (2018). The impact of social media on recruitment: Are you LinkedIn? *SA Journal of Human Resource Management*, 16(0), a861. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v16i0.861>
- Laukkarinen, M. (2023). Social media as a place to see and be seen: Exploring factors affecting job attainment via social media. *The Information Society*, 39(4), 199–212. <https://doi.org/10.1080/01972243.2023.2199418>
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. London: Cambridge University Press.
- Ma, W. & Wang, X. (2020). Internet use, sustainable agricultural practices and rural incomes: Evidence from China. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 64, 1087–1112. <https://doi.org/10.1111/1467-8489.12390>
- Martínez-Nicolás, M., Catalina-García, B. & García-Galera, M. (2024). Access to the labour market in the digital society. The use and assessment of employment websites. *Revista Latina de Comunicación Social*, 83, 1–19. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2025-2316>
- Mowbray, J. & Hall, H. (2020). Networking as an information behaviour during job search: A study of active jobseekers in the Scottish youth labour market. *Journal of Documentation*, 76(2), 424–439. <https://doi.org/10.1108/JD-05-2019-0086>
- Nikolaou, I. (2014). Social Networking Web Sites in Job Search and Employee Recruitment. *International Journal of Selection and Assessment*, 22(2), 179–189. <https://doi.org/10.1111/ijsa.12067>

- Ollington, N., Gibb, J. & Harcourt, M. (2013). Online social networks: An emergent recruiter tool for attracting and screening. *Personnel Review*, 42(3), 248-265. <https://doi.org/10.1108/00483481311320390>
- Ostojić, B., Ilić, B., Petrušić, I., & Ružić, J. (2023). UTICAJ DIGITALNOG MARKETINGA NA RADNO ANGAŽOVANJE LJUDSKIH RESURSA. Conference: II NAUČNI SKUP „BALKAN NA JAHORINI 2023“ „RAZVOJNE PERSPEKTIVE ZAPADNOG BALKANA U XXI VIJEKU“ At: Jahorina
- Pfeiffer S. (2014). 'Digital labour and the use-value of human work: on the importance of labouring capacity for understanding digital capitalism', *tripleC*, 12(2), 599-619. <https://doi.org/10.31269/triplec.v12i2.545>
- Penard, T., Poussing, N., Mukoko, B. & Tamokwe Piaptie, G. B. (2015). Internet adoption and usage patterns in Africa: Evidence from Cameroon. *Technology in Society*, 42, 71–80. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2015.03.004>
- Peters, K. (2001). Five keys to effective e-cruiting, *Ivey Business Journal*, 65 (3), 8-10.
- Ragnedda, M., Addeo, F. & Ruiu, L. M. (2024). How offline backgrounds interact with digital capital. *New Media & Society*, 26(4): 2023-2045. <https://doi.org/10.1177/14614448221082649>
- Ramirez Jr., A., Sumner, E. M. & Spinda, J. (2017). The relational reconnection function of social network sites. *New Media & Society*, 19(6), 807-825. <https://doi.org/10.1177/1461444815614199>
- Rhee, K. S., Hwang, E. H. & Tan, Y. (2018). Employee Referral Dynamics in Social Hiring. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3261180>
- Sharone, O. (2014) 'Social capital activation and job searching: embedding the use of weak ties in the American institutional context', *Work and Occupations*, 41(4), 409-39. <https://doi.org/10.1177/0730888414538432>
- Song, J.S., Ngnouwal Eloundou, G., Bitoto Ewolo, F. & Blaise, O. B. (2024). Does Social Media Contribute to Economic Growth?. *Journal of Knowledge Economy*, 15 (2), 8349–8389. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01419-1>

- Stopfer, J. M. & Gosling, S. D. (2013). Online social networks in the work context. In D. Derks & A. Bakker (Eds.), *The psychology of digital media at work* (pp. 39–59). London: Psychology Press.
<https://doi.org/10.4324/9780429468339>
- Tong, D. Y. T. (2009). A study of e-recruitment technology adoption in Malaysia. *Industrial Management & Data Systems*, 109(2), 281–300.
<https://doi.org/10.1108/02635570910930145>
- Vatsa, P., Li, J., Luu, P. & Botero, J. (2022). Internet use and consumption diversity: Evidence from rural China. *Review of Development Economics*, 27, 1287–1308. <https://doi.org/10.1111/rode.12935>
- Xu, H. & Jing, J. (2023). The Labor Market Outcome of Digital Platform. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 8(1), 363–367.
<https://doi.org/10.54254/2754-1169/8/20230341>
- Yi, Z. (2015). Internet use patterns in the United States. *Chinese Librarianship: An International Electronic Journal*, 29, 1–12.
- Zide, J., Elman, B. & Shahani-Denning, C. (2014). LinkedIn and recruitment: how profiles differ across occupations. *Employee Relations*, 36(5), 583–604.
<https://doi.org/10.1108/ER-07-2013-0086>