

ПСИХОЛОШКА ОТПОРНОСТ НА ПРОПАГАНДУ У САВРЕМЕНОМ ИНФОРМАЦИОНОМ ПРОСТОРУ*

Урош Г. Миљковић¹

Достављен: 25.9.2025.

Језик рада: Српски

Кориговано: 22.10.2025.

Тип рада: Прегледни рад

Прихваћен: 11.11.2025.

DOI број: 10.5937/vojdelo2504059M

Апстракт: Рад се бави анализом психолошке отпорности на пропаганду у савременом информационом простору, са посебним освртом на дигиталне платформе, које представљају кључне канале у дистрибуцији пропагандних и манипулативних порука. Трансформација комуникационих канала довела је до промене природе пропагандног деловања, које је постало партиципативно, децентрализовано и алгоритамски подржано, чиме се значајно повећава његов домет и утицај. У раду се разматрају основне теоријске карактеристике пропаганде, дезинформација и савремених облика манипулације, као и психолошки механизми који омогућавају појединцима и заједницама да се одбране од пропагандних утицаја. Посебан акценат стављен је на теоријски приказ когнитивних и социоафективних индивидуалних психолошких фактора који доприносе отпорности на пропаганду, као и на колективне факторе отпорности, будући да психолошка отпорност, нарочито у савременом информационом простору, не зависи искључиво од карактеристика појединца већ и од ширег друштвеног окружења. У раду су разматране карактеристике теорија инокулације у контексту јачања психолошке отпорности, кроз развој индивидуалних и колективних капацитета за препознавање и одбацивање убеђујућих порука. У раду је наглашено да механизми инокулације, засновани на принципу „когнитивне имунизације”, представљају ефикасан начин превентивног деловања који омогућава стварање психолошких механизма заштите од пропагандног утицаја. У закључку рада разматра се значај психолошке отпорности одбране у савременим

* Овај рад је резултат рада на пројекту „Војна професија у Србији у савременом безбедносном окружењу”, који се реализује у Институту за стратегијска истраживања, а финансира Министарство одбране Републике Србије (ISI/DH/3/24-26).

¹ Универзитет одбране у Београду, Институт за стратегијска истраживања, Београд, Република Србија, Е-mail: uros.miljkovic@mod.gov.rs, <https://orcid.org/0009-0006-9374-8641>

информационим сукобима, нарочито у војном контексту, где пропаганда може угрозити морал, кохезију и поверење у командне структуре. Истиче се потреба за интегрисањем тренинга медијске и дигиталне писмености у војне програме обуке, како би се повећала спремност за деловање у условима информационог ратовања.

Кључне речи: *Психолошка отпорност, пропаганда, манипулација, дезинформације, информационо ратовање, дигиталне платформе, медијска писменост, теорија инокулације*

Увод

Пропагандно деловање у савременом информационом ратовању заузима централно место, будући да су дигитални медији омогућили брзо и масовно ширење садржаја на готово неограниченом интернет простору. Развој дигиталних медија, а затим и њихова трансформација кроз друштвене мреже, отворио је простор за интензивније пропагандно деловање које захвата различите аспекте друштвеног живота. Са развојем дигиталних технологија, глобалне повезаности и медија друштвених мрежа, пропаганда је постала интегрални део тзв. информационог ратовања², у којем се војни, политички, економски и информациони инструменти међусобно преплићу (Proroković & Parezanović, 2023).

У савременом окружењу информационо ратовање све чешће поприма облик борбе за доминацијом у информационом простору. Његови важни циљеви обухватају деловање на изворе информација противника, али и промену начина мишљења супарничке стране, како у војном, тако и у ширем друштвеном контексту (Miljković i sar., 2022). Будући да пропаганда значајно утиче на исход ових борби, неопходно је разјаснити њене основне карактеристике како би се сагледао њен значај у контексту савременог доба.

Према Роту (2010), пропаганда се може сагледати као специфична форма комуникације и преношења порука, која има за циљ изазивање промена у понашању оних на које је пропаганда усмерена. Другим речима, пропаганда представља облик комуникације који преноси одређене идеје, ставове и мишљења ради утицаја на примаоце, како би обликовала њихова уверења, настојећи да их придобије. Модернија дефиниција пропаганде каже да је то „намерни, систематски покушај обликовања перцепција, манипулисање сазнањима и усмеравање понашања ради постизања реакције која подржава жељену намеру пропагандисте“ (Jowett & O'Donnell, 2015: 7).

Кроз историју термин пропаганда није имао негативну конотацију, све до Првог светског рата када је у јавности почео да се користи у значењу манипулације и обмане јавности (McCluskey et al, 2023). Према неким ауторима, пропаганда је постала синоним за манипулацију или обману првенствено због морално упитних метода које су коришћене у циљу ширења информација, уверења или доктрина током времена, нарочито у периоду након светских ратова. Пропаганда се често

² Детаљније о информационом ратовању у војном контексту видети у монографији *Физиономија савремених оружаних сукоба* (Институт за стратегијска истраживања, 2025).

сагледава као претежно медијска манипулација, са циљем постизања друштвене контроле у политичком смислу, будући да се највише повезује са деловањем влада, политичких партија и различитих организација (Moravčiková, 2020). Оваквом виђењу додатно је допринела чињеница да је пропагандна активност често била пратилац одређене насилне акције и употребе силе у периодима политичких и ратних превирања (Šutić, 2012), представљајући један од инструмената за остваривање војних циљева и манипулацију интензитета борбеног морала (Čabarkara, 2007), што је уосталом случај и данас.

Овакав развој појма пропаганде утицао је на појаву бројних класификација, међу којима се у литератури најчешће истиче подела на белу, црну и сиву пропаганду, која се и данас широко примењује, нарочито у контексту хибридног и различитих облика психолошког ратовања (Gaćinović, 2012). Бела пропаганда заснива се на отвореном, јавном изношењу информација, чији је извор јасно препознатљив и легитиман, а садржај углавном тачан и објективан, иако може бити селективно приказан (Gaćinović, 2012). Црна пропаганда означава информације које долазе са прикривених или лажних извора, као и потпуно фабриковане или фалсификоване информације. Ове информације имају за циљ да обману публику тако што прикривају стварне изворе и мотиве (Jowett & O'Donnell, 2015); циљ оваквог ширења информација је да публика не буде свесна манипулације, тј. да не сазна ко стоји иза порука и да притом поверује да је садржај легитиман, чиме се порукама даје већа моћ утицаја и отежава њихова провера и оспоравање. На крају, сива пропаганда представља феномен између беле и црне, који подразумева ширење делимично тачних или искривљених информација. Ове информације није лако проверити јер комбинују истините и лажне елементе, док у позадини стоје нејасни извори. Циљ сиве пропаганде је стварање несигурности и конфузије код публике у погледу садржаја, чиме се повећава утицај пропагандиста и отежава оспоравање пренетих порука (Jowett & O'Donnell, 2015; Gaćinović, 2012). Може се рећи да се савремена пропаганда претежно заснива на принципима сиве пропаганде, услед специфичне природе дигиталног окружења у којем се одвија, о чему ће бити речи.

Када је реч о употреби пропаганде у модерним сукобима, техничко-технолошки развој довео је до нужне трансформације њиховог карактера. Савремени сукоби све се више воде у информационој сфери, при чему неоружани, информативно-пропагандни садржаји имају готово централну улогу и постају један од кључних инструмената деловања (Vuletić, 2018). Паралелно са развојем начина вођења сукоба, напредовале су и пропагандне методе, које су се прилагодиле савременим техничко-технолошким условима. Због тога пропагандне садржаје и активности данас не треба посматрати само кроз традиционални оквир политичког или војног деловања; наиме, ове пропагандне активности обухватају не само класичне пропагандне методе већ и економске и политичке притиске, чиме пропаганда постаје кључни елемент стратегије информационог ратовања, омогућавајући манипулацију перцепцијом, уверењима и понашањем циљних група (Vučinić, 2017).

Модерна пропаганда, а у оквиру ње и специфичне психолошко-пропагандне активности, не свде се само на ширење порука већ могу обухватати читав

спектар порука у циљу обликовања перцепције и понашања циљних група – нпр. активности као што су различити притисци (економски или политички) често поседују и изражену психолошку компоненту, како би се додатно утицало на психолошка стања државних чинилаца и индивидуа (Vučinić, 2017). У овом контексту, према речима Алиспахића, пропаганда се може посматрати као ефикасан систем угрожавања и уништавања непријатеља који не постоји у физичком и материјалном облику, него у апстрактном, невидљивом и недокучивом (Alispačić, 2020: 75).

Разумевање ових процеса омогућава боље сагледавање начина на који се пропагандне стратегије интегришу у шире психолошко-пропагандне активности, чиме се отвара простор за теоријску анализу њиховог деловања у савременим дигиталним медијима и комуникационим окружењима. Из тог разлога, у оквиру овог рада, термин пропаганда и биће коришћен у општем смислу, односно као сваки намерни напор да се одређена порука или став пренесе што ширем аудиторијуму (Sela et al., 2025, pp. 2). Након теоријског приказа појма пропаганде следи анализа начина њеног ширења у савременим комуникационим условима, будући да су дигитални простори условили појаву кључних разлика у односу на традиционалне моделе њеног преношења.

Ширење пропаганде у савременом информационом простору

Пропагандно деловање је одувек захтевало одређена средства и канале који могу широко да преносе и „усаде” одговарајуће поруке у „срца и умове” циљних популација, било да су то домаћи, пријатељски, савезнички или (најчешће) непријатељски народи (Alispačić, 2020). Еволуција пропагандних техника, као и њена употреба, показује да се пропаганда не може посматрати изван друштвеног и технолошког контекста у коме настаје. Док су у прошлости средства ширења порука била ограничена и контролисана од државе или религијских институција, у савременом дигиталном окружењу она постају више децентрализована, много бржа и далеко је теже открити њихове праве изворе и намере.

Брз развој информационих технологија, у комбинацији са утицајем друштвених мрежа, значајно је олакшао спровођење пропаганде и различитих психолошко-пропагандних активности. Увођење нових информационих технологија допринело је формирању сложеног информационог окружења, које обухвата не само физичку и виртуелну компоненту (као што су инфраструктура, комуникацијска мрежа, правила и процеси) већ и когнитивну димензију, тј. сферу људске перцепције, разумевања и обраде информација. То практично значи да савремени информациони простор обухвата не само информације као такве већ и начин на који оне бивају схваћене и интерпретирани, тј. начин на који утичу на ставове, осећања и понашања (NATO, 2023, AJP-10.1). Савремени информациони простор, дакле, представља специфичну комуникациону околину, која има могућности за обликовање доношења одлука појединаца, али и изградње друштвених

наратива, што и јесте један од кључних задатака пропагандних порука (Jowett & O'Donnell, 2015).

Ширење пропаганде у савременом дигиталном простору има знатно другачији карактер у односу на традиционалне облике. Платформе друштвених мрежа довеле су до промене модела комуникације, који се огледа у губитку јасне границе између пошиљаоца и примаоца информација, односно између пропагандиста и циљне публике (Lewandowsky, 2022). Уместо статичних и пасивних прималаца порука, корисници ових платформи сада постају тзв. просумери (енг. *prosumers*), који истовремено примају поруке, али и активно учествују у њиховој производњи и даљој дистрибуцији. Овај аспект је од суштинског значаја за онлајн пропаганду, јер примаоце порука претвара у активне учеснике пропагандног процеса, због чега она (у поређењу са традиционалним обликом), постаје партиципативна и настоји да ангажује циљну публику у активном ширењу својих порука (Wanless & Berk, 2022).

Карактеристика партиципације довела је до промене у разумевању савремене пропаганде, те се у стручној литератури све чешће говори о термину партиципативна пропаганда, којим се традиционалне дефиниције пропаганде прилагођавају савременим технолошким и комуникационим могућностима дигиталног доба, будући да пропагандно деловање добија нове димензије, дomet и утицај (Wanless & Berk, 2022). Активно учествовање у процесу ширења порука у информационом простору додатно је олакшано чињеницом да су готово све постојеће платформе дигиталних мрежа лако доступне и осмишљене тако да буду једноставне за коришћење, али и „мамац“ и „мета“ за поједине, циљане групе корисника (Carr, Cuervo Sanchez, & Daros, 2020). Треба истаћи да идеја о учешћу публике у ширењу пропагандне није нова, али да је у савременом дигиталном окружењу дошло до измењеног односа моћи међу актерима; наиме, иако се стратегије ширења пропаганде шире „одозго надолу“, тј. крећу од утицајних актера и организација ка широј јавности, савремено окружење користи феномен партиципације у циљу подстицања публике и медија да активно реагују, чиме се поруке додатно шире, појачавају и легитимишу кроз учешће самих корисника (Briant, 2024; Lewandowsky, 2022).

Партиципативна пропаганда омогућава успостављање доминације информационом простором, будући да се заснива на дистрибуцији порука које се шире деловањем стварних корисника, али и аутоматизованих налога (тзв. ботова), чиме се наменски брише граница између лажних и аутентичних садржаја и отежава њихово разликовање (Wanless & Berk, 2022). На крају, још једна важна карактеристика партиципације на дигиталним мрежама огледа се у могућности друштвеног ангажовања, која корисницима пружа психолошки награђујућу и друштвено прихватљиву прилику да учествују у онлајн активностима; наиме, учествовање доводи до стварања осећаја да се непосредно утиче на важна друштвена питања. Важно је напоменути да овакав вид учествовања захтева минималан напор, што додатно повећава вероватноћу ангажовања и ширења садржаја. Иако је овај осећај најчешће површног и илузорног карактера, он представља један од главних мотива за прелазак из пасивне улоге прималаца порука у активне учеснике њиховог ширења, а што директно омогућава пропагандисти-

ма да ефикасније појачају своје поруке, замагле њихов извор и повећају њихову прихваћеност у широј јавности (Wanless & Berk, 2022).

Кључну улогу у информационом простору имају дигиталне мреже, које у највећој мери служе као канали дистрибуције порука, али не само као њихови пасивни преносиоци – уз помоћ њих поруке се обликују, прилагођавају и додатно појачавају како би оствариле утицај на циљну публику. Различите платформе дигиталних мрежа, као што су *X* (раније *Twitter*), *Telegram*, *TikTok*, *Reddit*, *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* итд., представљају погодно тле за пласирање и обраду порука, које могу долазити од различитих актера, били они познати или анонимни. Према Тадићу (2025), поменуте друштвене мреже постале су главни канал за ширење савремене пропаганде, која се у највећој мери одвија путем ширења дезинформација, лажних вести, објављивањем фабрикованог садржаја, као и лажним „сведочењима” појединаца и група.

Оно што ове платформе чини погодним за пласирање пропагандних и манипулативних порука јесте употреба специјализованих дигиталних алата, алгоритамских система и ботова, који могу аутоматски да шире задати садржај, али и да таргетирају специфичне групе корисника или територије, чиме се значајно повећава домет и утицај пропагандних порука у дигиталном простору (Sela et al, 2025). Још једна предност аутоматизације у ширењу порука огледа се у томе што, поред унапређивања њихове дистрибуције, она омогућава пропагандистима да остану анонимни током целокупног комуникационог процеса, што је кључни аспект за прикривање не само њиховог идентитета већ и стварних намера (Nerino, 2023). Недостатак јасног ауторства и контроле ствара погодна тло за ширење лажних или манипулативних садржаја, јер је проналажење изворног творца често веома тешко или чак немогуће (Usher & Carlson, 2018).

Наведени процеси умногоме подривају квалитет информисања јавности, доприносе формирању алтернативних извора информација и подстичу окупљање појединаца у затворене онлајн заједнице, у којима је могућност критичког сагледавања стварности знатно ограничена (Bubanja, 2024). Управо то представља један од главних изазова који доносе дигитални медији и друштвене мреже – све интензивније ширење дезинформација и обмана, које се често посматрају као део пропагандног деловања усмереног на обликовање ставова и понашања публике.

У савременом добу дезинформације су препознате као значајан друштвени и безбедносни изазов. Наиме, према *Извештају о глобалним ризицима за 2025. годину* Светског економског форума, дезинформације и погрешне информације, заједно са друштвеном поларизацијом, и даље представљају кључне савремене ризике, заузимајући четврто и пето место на глобалној листи (енг. *World Economic Forum*, 2025). Овакав висок ранг није изненађујући ако се има у виду убрзано ширење лажних и обманујућих садржаја, који додатно појачавају друге водеће ризике са којима се савремена друштва суочавају, укључујући оружане сукобе и екстремне временске догађаје.

Дезинформације представљају сложен концепт који се стално мења, у зависности од укључености различитих актера, али и нових техника и технологије производње и ширења лажи и манипулација, поготово у информационом прос-

тору. У циљу разумевања сложености овог феномена неопходно је најпре операционализовати појам дезинформације и разликовати га од сродних облика, који се често паралелно користе, иако означавају различите феномене. Како би се унела јасност у терминологији, под покровитељством Савета Европе дефинисан је концептуални оквир према коме је овај феномен назван информациони поремећаји, а унутар тог оквира класификована су три основна типа: дезинформације, **мисинформације**, и **малинформације**. Та класификација узима у обзир димензије штете и нетачности, на основу којих се описују главне разлике између појмова.

Дезинформације представљају свесно креиране лажне информације које имају циљ да нанесу штету особи, друштвеној групи, организацији или држави (Wardle & Derakhshan, 2017), а према неким схватањима представљају најмању јединицу у ланцу ширења пропаганде (Kazić, 2025:106). Такође, дезинформације се могу сматрати обликом пропаганде онда када се користе за остваривање политичких, економских или војних циљева, без обзира на то да ли су подржане од званичних институција или не (van der Linden, 2023; Majchrzak, 2023).

Мисинформације су такође нетачне информације, али које се деле без намере да се нанесе штета. Оне представљају блажи облик погрешних информација, које се најчешће деле са уверењем да њихово дељење може бити корисно или информативно за друге (Wardle & Derakhshan, 2017). Најчешће се ради о информацијама које могу деловати веродостојно и поуздано, али су резултат погрешног тумачења или неког неспоразума. У мисинформације такође спадају и случајне новинарске грешке, као што су нпр. нетачно пренети датуми.

На крају, трећи појам односи се на малинформације. То су информације које су засноване на истинитим и стварним чињеницама, али се користе са намером да се нанесе штета особама, организацијама и државама (Wardle & Derakhshan, 2017). За овај тип информација може се користити синтагма злонамерне информације, будући да се овде ради о директној и свесној намери да се нанесе штета.

Сматрамо важним да поменемо још један значај термин који се често среће у стручној литератури, а то је термин лажне вести (енг. *fake news*). Може се рећи да је употреба овог термина доживела нагли пораст у јавном простору, чак толико да је 2017. године означена као „реч године“ од речника *Колинс*.³ Будући да хетерогеност значења термина и ширина употребе превазилази оквире овог рада, у наставку ћемо прихватити једну новију дефиницију, према којој лажне вести представљају новинске чланке или поруке које су објављене и проширене путем медија, а који садрже нетачне информације, без обзира на средства и мотиве које стоје иза њиховог објављивања (Sharma et al, 2019). Као што се може видети, у контексту класификације информационих поремећаја термин лажне вести није издвојен као засебна категорија, иако је посебно популаран и распрострањен у јавном простору; лажне вести треба посматрати као део ширег феномена дезинформација, односно њен подскуп, будући да укључује нетачне информације и потенцијал да се обмане публика (Broda & Strömbäck, 2024; Wardle & Derakhshan, 2017).

3 Collins Dictionary. (2017, November 2). *Collins 2017 Word of the Year shortlist*. Preuzeto 20. septembra 2025, sa <https://tinyurl.com/m3kenk33>

Дезинформације су, према наведеној класификацији, најозбиљнији облик информационог поремећаја, будући да се у њима комбинује фабриковање садржаја и свесна намера да се нанесе штета. Комбинација лажног садржаја и штетне намере чини их нарочито опасним, будући да могу да подрију поверење у институције и медије. Овај исход остварује се кроз стварање погрешних представа и перцепција, при чему су напори усмерени на обликовање искривљеног погледа на свет или тумачења код прималаца, заснованог на нетачним уверењима (Nameleers, 2023).

Међутим, треба напоменути да дезинформације нису увек свесно осмишљене од актера који их даље шире, нарочито у информационом простору. Наиме, у пракси се често дешава да пропагандисти (креатори) циљано стварају лажне садржаје, па их затим пласирају у информационе токове на местима где их могу преузети поузданији или масовно праћени актери (амплифиери), чиме се повећава њихов домет, кредибилитет и брзина ширења (Wardle & Derakhshan, 2017). На тај начин медијске организације и појединци често несвесно делују као посредници у ширењу дезинформација, преузимајући непроверене садржаје или их дистрибуирајући путем алгоритама који су, опет, креирани да фаворизују популаран и емоционално привлачан материјал. Тиме они, иако ненамерно, постају канали кроз које манипулативне информације допиру до шире јавности (Falis, 2009). Пословни модели модерних дигиталних платформи темеље се на максимизацији ангажовања корисника и задржавању њихове пажње, у циљу остваривања монетизације. Такав пословни модел даје предност садржајима који остварују већи ангажман и потенцијал за виралност, не нужно онима који су тачни (Lazer et al., 2018). Истраживања су показала да се лажни садржаји допиру „даље, брже, дубље и шире“ од истинитих (Vosoughi, Roy & Aral, 2018:1147). Услед тога дезинформације стичу већи домет и привидну легитимност, чиме се додатно појачава њихов утицај. Емпиријска истраживања потврђују да пажњу публике нарочито привлаче садржаји који су контроверзни, сензационалистички, изненађујући, потврђују постојећа уверења или предрасуде, те садрже снажан емоционални набој и визуелну упечатљивост, управо особине које често карактеришу дезинформације (Lewandowsky et al., 2017; Vosoughi Roy & Aral., 2018).

С обзиром на то да дезинформације представљају озбиљну претњу за адекватно разумевање и перцепцију стварности, како за појединце, тако и за читаве групе, народе и државе, развијање отпорности постаје један од кључних фактора у очувању психолошке стабилности и друштвене кохезије (Rød, Pursiainen & Eklund, 2025). Због тога је разумевање психолошких механизма отпорности од суштинског значаја за заштиту од пропагандног деловања.

Концепт психолошке отпорности

Иако је концепт отпорности присутан у различитим научним областима, може се рећи да централно место у проучавању и даље заузима психологија, будући да отпорност представља важан концепт у оквиру њених специфичних дисциплина (клиничке, развојне, социјалне, здравствене психологије). Широка употреба термина довела је до више схватања концепта отпорности, која, услед

његове интердисциплинарне природе, обухватају како индивидуалне, тако и шире друштвене аспекте и умногоме зависе од контекста примене. Сам појам обухвата широк спектар феномена – од ћелија и биолошких система, преко појединаца и организација, па до окружења, нација и држава (Southwick et al., 2014). Термин **отпорност** (eng. *resilience*) потиче од латинске речи *resilire* (*re* – назад, *salire* – скочити) и значи одскочити, или „вратити се у првобитни положај”. Ово етимолошко порекло чини основу савремених дефиниција и концептуализација (Den Hartigh & Hill, 2022).

Теоријски приступи у различитој мери наглашавају мултидимензионалност и комплексност концепта отпорности, али деле заједничке суштинске елементе. Укратко, психолошка отпорност може се у стручној литератури дефинисати на различите начине: као способност опоравка и повратка у стање равнотеже након тешкоћа, као скуп индивидуалних особина и ставова који омогућавају успешно суочавање са тешкоћама, као капацитет за истрајавање и раст упркос неповољним околностима и тешкоћама, као динамички процес који се развија кроз интеракцију личних, социјалних и друштвених фактора и као облик позитивне адаптације који подразумева коришћење сопствених емоционалних, когнитивних и бихевиоралних ресурса у суочавању са изазовима (Rutter, 1993; Southwick, Vythilingam & Charney, 2005; Fletcher & Sarkar, 2013; Sisto et al., 2019).

Упркос хетерогености приступа и дефиниција, основна карактеристика отпорности јесте њена повезаност са суочавањем са изазовом или претњом, који представљају нужне елементе њене појаве (Bracke, 2016). У ситуацијама у којима се појединац суочава са претњама, биле оне стварне или очекиване, отпорност означава способност да се претње издрже, да им се прилагоди, али и да се од њих опорави, чиме се ублажавају потенцијални негативни исходи по особу (Luthar & Cicchetti, 2000). Може се видети да се у свим схватањима отпорности посебно истиче способност адаптације, јер већина њених аспеката, у мањој или већој мери, почива на њој (Sisto et al., 2019). Отпорност, дакле, представља кључну компоненту у управљању емоционалним и социјалним тешкоћама, будући да омогућава појединцу да користи психолошке и бихевиоралне ресурсе у суочавању са тешкоћама (Shrivastava & Desousa, 2016). То су првенствено когнитивне и емоционалне способности појединца, социјална мрежа и подршка, као и различити мотиви који стоје у позадини отпорности, који су међусобно повезани, допуњују се и заједно доприносе укупном нивоу отпорности (Fletcher & Sarkar, 2013).

Различита схватања и дефиниције отпорности наведени су како би се сагледала ширина и комплексност овог конструкта и боље разумеле његове кључне компоненте које омогућавају прилагођавање, опоравак и стабилност у условима угрожености и тешкоћа. Управо те димензије отпорности пружају основу за разумевање њеног значаја у контексту одбране од савременог пропагандног деловања у оквиру информационог простора.

Улога психолошке отпорност у одбрани од пропагандног деловања

Концепт отпорности је тек одскора почео да се примењује у контексту пропагандног деловања и ширења дезинформација. Овај концепт може се прилагодити савременим облицима информационих и комуникационих дигиталних канала, будући да пропагандне активности, као део ширег информационог рата, представљају специфичан вид изазова који захтева развој особине отпорности како на когнитивном, тако и на ширем друштвеном нивоу.

Према Хансену (2017), могуће је разликовати две димензије отпорности које се супротстављају информационим нападима: физичку и когнитивну. Физичка има за циљ спречавање пропагандних садржаја да уопште дођу до корисника. Ту спадају различите праксе које спроводе дигиталне платформе, као што су ограничавање видљивости различитих садржаја (нпр. *shadow banning*) или потпуно уклањање садржаја. С друге стране, когнитивна димензија посматра се као нека врста психолошког заштитног зида (енг. *firewall*), *односно као филтер који онемогућава продор дезинформација тиме што врши задржавање оних информација које се процене као потенцијално штетне* (Hansen, 2017). Иако постоји теоријска разлика између ове две димензије отпорности, може се рећи да оне делују паралелно и да недостатак једне захтева компензацију кроз другу, и обрнуто (Vjola & Papadakis, 2020).

Основу психолошке отпорности чине различити фактори, чије заједничко деловање омогућава појединцима да се суоче са пропагандним информацијама на начин којим се умањује њихов психолошки утицај. Фактори отпорности на пропаганду представљају међусобно повезане когнитивне и социоафективне карактеристике појединаца које учествују у обради и процени информација. Иако међу њима постоји разлика, ниједан од тих фактора не учествује као издвојена целина; наиме, они се интегришу и формирају адаптивне стратегије обраде информација, чиме доприносе одбрани од пропагандних активности (Ecker et al, 2022).

Када су у питању когнитивни фактори, истраживања су показала да је способност аналитичког мишљења један од најважнијих заштитних фактора психолошке отпорности, док, с друге стране, склоност ка интуитивном закључивању, као и различити облици меморијских грешака, доприносе већој рањивости на нетачне информације и смањеној отпорности на пропагандни утицај (Pennycook & Rand, 2020; Ecker et al., 2022). У овом контексту утврђено је да појединци са израженим аналитичким мишљењем рационалније процењују садржаје и изворе информација који долазе до њих, као и да показују већу способност препознавања нелогичности, преувеличавања и невероватних тврдњи, нарочито на дигиталним платформама (Pennycook & Rand, 2018). С друге стране, меморијске грешке односе се на ситуације у којима појединци заборављају изворе информација, занемарују и не обраћају пажњу на контрадикторне информације, или погрешно приписују тачност информацијама само зато што су им од раније познате (Mitchell & Johnson 2009; Ecker et al., 2022). Поменути процеси доводе до појаве

познате као ефекат илузије истинитости (eng. *illusory truth effect*), до које долази када се поновљене нетачне тврдње перципирају као тачније и веродостојније због осећаја познатости и когнитивно једноставније обраде садржаја (Fazio, 2020; Brashier, Eliseev & Marsh, 2020). Последично долази до слабљења нивоа отпорности, будући да се на тај начин нарушава способност разликовања поузданих од манипулативних информација, јер не долази до детаљне и темељне анализе садржаја и његове тачности (Esker et al., 2022; Pennycook & Rand, 2020).

Међу социоафективним факторима кључну улогу у отпорности на пропаганду и манипулативне садржаје има способност емоционалне регулације, која представља капацитет за контролисање и прилагођавање сопствених афективних реакција (Southwick et al., 2014). Истраживања показују да особе које имају смањену емоционалну регулацију приликом интерпретације садржаја показују већу вероватноћу веровања у неистините информације (Martel, Pennycook, & Rand, 2020; Lühring et al, 2024). Међутим, треба напоменути да емоције које се јављају приликом интерпретације садржаја нису једностране, нити увек утичу на смањење нивоа отпорности; њихов утицај умногоме зависи од ширег контекста – од врсте емоције, тренутка њеног настанка и начина на који је појединац интерпретира у складу са својим претходним уверењима. Другим речима, ефекат емотивног реаговања обликују и ситуациони фактори и когнитивни процеси који прате обраду информација (Lühring et al, 2024). Може се рећи да емоционално узбуђење и афективно обојене реакције, нарочито њихово аутоматско испољавање, утичу на смањење критичког просуђивања, док развијене вештине емоционалне саморегулације доприносе већем нивоу отпорности (Martel et al., 2020; Esker et al., 2022). Истраживања такође показују да одређена емоционална стања, попут срећног расположења (Koch & Forgas, 2012), социјалне искључености (Poop et al., 2020), као и потребе за социјалном потврдом (Melchior & Oliveira, 2023), могу повећати подложност обманам и допринети појави поменутог ефекта илузије истинитости, нарочито у ситуацијама када се процена веродостојности ослања на субјективни осећај познатости или лакоће обраде информација.

У оквиру социоафективних фактора значајну улогу у психолошкој отпорности остварују и формирана лична веровања и вредности појединца, политичка припадност, идентификација и привлачност извора информација (Esker et al., 2022; Nameleers, 2023). То је у складу са схватањем да појединци теже да обрађују информације на начин који потврђује њихове постојеће ставове и штити њихов социјални идентитет (Kahan, 2013). Међутим, када ови обрасци постану превише повезани са личним идентитетом и ригидни, повећава се потенцијална рањивост на пропаганду. Ово се објашњава резултатима који су показали да су појединци склонији да прихвате оне информације које потврђују њихов идентитет и ставове, док мање вероватно прихватају оне информације које угрожавају идентитет (Kahan, 2017; Zmigrod, 2022).

Ипак, психолошка отпорност, нарочито у савременом информационом простору, не зависи искључиво од карактеристика појединца. Она је такође условљена и ширим друштвеним окружењем. Наиме, према Хумпхрексу и сарадницима (2020) отпорност представља сложени феномен који обухвата и колективни капацитет за превазилажење неповољних околности, где се посебно наглашава

улога друштвених, политичких и информационих структура, у првом реду нивоа друштвене поларизације и функционалност медијског система. Истраживања су показала да у друштвима у којима је присутан висок ниво политичке поларизације и подршка популизму долази до стварања окружења које је мање отпорно на дезинформације, што се објашњава већим „информационим загађењем“ у информационом простору и тешкоћама постизања консензуса о чињеницама (Humprecht et al., 2021; Prior, 2018). Даље, пад поверења у званичне медије додатно подрива колективни ниво отпорности, будући да медији губе способност да уједине публику око поузданих информација, чиме се отварају врата за ширење дезинформација и манипулативних наратива (Humprecht et al., 2020). Оваква ситуација додатно води ка повећању тенденције да се информације траже на сумњивим, алтернативним изворима, а који могу бити у потпуности састављени од неистинитих информација (Altay et al., 2024). Према домаћим ауторима (Pešić i Mijšković, 2025; Petrović, 2021), едукованост о актуелним друштвеним појавама, као и истинито и редовно обавештавање о њима такође представља важан фактор одбране од информационог деловања будући да може да утиче на процену кредибилитета порука које циљају да обликују перцепцију и понашање појединаца.

Као што се из може закључити, отпорност на пропагандно деловање је сложен и вишедимензионалан процес који се не може адекватно изградити онда када су се информације прошириле. У прилог овој тврдњи говоре и резултати истраживања која су показала да је накнадно исправљање дезинформација често спорије и мање ефикасно од проактивне изградње „когнитивног имунитета“ (Lu et al., 2023). Због тога је неопходно деловати проактивно и превентивно како би се повећала способност појединаца да препознају и одбаце манипулативне поруке пре него што оне остваре свој утицај.

Теорија инокулације као модел јачања психолошке отпорности у циљу одбране од пропагандног деловања

Савремена истраживања све више указују на значај превентивног деловања као кључног начина јачања индивидуалне и колективне отпорности на пропаганду и манипулативне садржаје, посебно у информационом простору који је, као што смо раније навели, изразито подложен таквим претњама. Једна од најефикаснијих теорија која се заснива на превентивном приступу јесте класична *теорија инокулације*, која и данас налази широку примену у савременим истраживањима и праксама усмереним на јачање отпорности на пропаганду, нарочито када је у питању модерни информациони простор.

Теорију инокулације је педесетих година 20. века развијао Мекгвајер (McGuire, 1964), непосредно након Корејског рата. Главни повод за развој теорије био је случај девет америчких ратних заробљеника који су одлучили да након завршетка Корејског рата остану код својих заробљивача, што је тада тумачено као

последица „испирања мозга“. Као одговор на то, Мекгвајер је почео да истражује начине за развијање отпорности на убеђивање и пропагандне поруке, што је представљало значајан помак и скретање фокуса са истраживања која су се готово искључиво бавила истраживањем начина за повећањем убедљивости порука (van der Linden, 2023).

У средишту ове теорије налази се концепт који је заснован на аналогiji са медицинском имунизацијом: наиме, током процеса медицинске имунизације у организам се уносе ослабљени облици вируса, како би имуни систем тада могао да реагује на њихово присуство (на пример, кроз стварање антитела) и створио заштиту, захваљујући којој организам касније може успешно да се одбрани од јачих варијанти тог вируса (McGuire, 1964). По овој аналогiji Мекгвајер сматра да се ставови могу „заштитити“ од убеђивачких напада уколико се појединци претходно изложе блажим, слабијим верзијама убеђивачких аргумената супротних њиховим уверењима, након чега следи снажан и убедљив контрааргумент на изложене тврдње. На тај начин развија се отпорност према будућим, снажнијим покушајима персуазије (McGuire, 1964). Због ове паралеле између процеса настанка „имунитета“ Мекгвајерова теорија инокулације популарно се назива и „вакцина против пропаганде“ (Panjeta, 2012).

Укратко, према теорији инокулације предуслов за јачање отпорности ставова и мишљења (тј. за спречавање промене ставова и мишљења) представљају два кључна механизма: претња (или како је неки аутори називају предупозорење о претњи) и превентивно осмишљавање контрааргумената (Compton, 2013). Претња подразумева свесност примаоца порука да постоји могућност излагања убеђивачким нападима и манипулативним порукама (Traberger et al, 2023), као и препознавање да су ставови који ће се напасти „рањиви“ и као такви подложни променама (McGuire, 1964). Претња у овом контексту делује као сигнал и мотивациона сила за активирање „менталног имуног система“, која иницира когнитивну одбрану од убеђивачких напада (Compton et al, 2021; Panjeta, 2012). Други кључни механизам, превентивно осмишљавање контрааргумената, подразумева пружање конкретних садржаја које примаоци поруке могу употребити у циљу оснаживања сопствених ставова у одбрани од убеђујућих порука. Овде се првенствено мисли на осмишљавање и предочавање контрааргумената који унапред побијају убеђујуће поруке, али и на могуће обмањујуће тактике које ће се користити. Наиме, циљ је примаоцима поруке унапред обезбедити „арсенал“ аргумената и знања који се могу користити у будућим ситуацијама суочавања са снажнијим покушајима обмањивања и персуазије. На овај начин јачају се когнитивни ресурси који су значајни за заштиту од убеђујућих и потенцијално обмањујућих порука (Traberger et al, 2023; Compton, 2013). Инокулација се може вршити тако да буде заснована на теми (eng. *issue-based*), где је суштина у пружању контрааргумената који су фокусирани на теме (нпр. у вези са здравственим информацијама), или тако да фокус буде на ширим манипулативним техникама (eng. *technique-based*) које се користе у продукцији пропагандних порука (Lewandowsky & van der Linden, 2021). Према класичном моделу, сматра се да интервенција инокулације функционише тако што доводи до повећавања перципираног осећаја „претње“ од манипулације, чиме расте мотивација за са-

моодбрану (Compton, 2013). Новија тумачења теорије наглашавају улогу процеса памћења, у смислу да је јачина успостављеног памћења важнији фактор од мотивисаности или осећаја претње за ефикасност инокулационих интервенција (Maertens et al, 2021).

Истраживања су вишеструко потврдила ефикасност теорије инокулације. Утврђено је да инокулације значајно утичу на повећање отпорности на пропаганду у различитим доменима, укључујући политику, здравство, климатске промене (Lewandowsky & van der Linden, 2021; Traberg et al, 2022; Cook et al, 2023); побољшавају способност разликовања тачних од лажних информација (Lu et al., 2023), као и да смањују вероватноћу прихватања онлајн радикализације (Braddock, 2019). Као што се може закључити, теорија инокулације представља делотворан приступ јачању психолошке отпорности појединаца будући да истраживања указују да процес инокулације омогућава одређени степен заштите од различитих облика убеђивања и пропагандног деловања и може се сматрати значајним механизмом одбране у савременом информационом окружењу.

Закључак

Савремени технолошки развој јасно указује да ће дигитална пропаганда остати трајно присутна појава. Иако је није могуће у потпуности елиминисати, могуће је значајно ублажити њене негативне последице кроз боље разумевање начина њеног функционисања и процену врста утицаја које производи, као и кроз разумевање психолошких процеса који јачају отпорност, како појединаца, тако и целокупног друштва.

У војном контексту разумевање ових феномена има кључан значај, будући да информациони простор све више представља централно бојно поље савремених сукоба. Пропагандно деловање у дигиталном окружењу не циља само на перцепцију непријатеља, већ и на поверење, кохезију и морал сопствених снага. Изградња психолошке отпорности међу припадницима морала би постати стратешки приоритет, јер омогућава очување индивидуалне стабилности, колективног морала и поверења у институције и командне структуре.

Константна изложеност пропагандним активностима и немогућност пружања отпора припадника може носити ризик од озбиљнијих последица, које потенцијално могу довести до угрожавања функционисања војног система, како на нивоу јединице, тако и на институционалном нивоу. Примена принципа психолошке отпорности и теорије инокулације у војсци треба да обухвати оспособљавање припадника за препознавање манипулативних садржаја, пропагандних механизма и критичку процену информација кроз различите тренинге и едукације. Осим наведених оспособљености, сматрамо да би било важно спроводити и тренинге који ће бити фокусирани на развијање медијске и дигиталне писмености, будући да се дигитални медији и облици пропагандног деловања рапидно развијају, те је неопходно да војне обуке прате ове промене како би припадници остали у кораку са савременим изазовима информационог простора.

Литература

- [1] Alispahić, B. (2020). Propaganda kao oblik specijalnog rata. *Društvena i tehnička istraživanja*, 2, 71–90.
- [2] Altay, S., Lyons, B. A., & Modirrousta-Galian, A. (2024). Exposure to Higher Rates of False News Erodes Media Trust and Fuels Overconfidence. *Mass Communication and Society*, 28(2), 301-325. <https://doi.org/10.1080/15205436.2024.2382776>
- [3] Bjola, C., & Papadakis, K. (2020). Digital propaganda, counterpublics and the disruption of the public sphere: The Finnish approach to building digital resilience. *Cambridge Review of International Affairs*, 33(5), 638-666. <https://doi.org/10.1080/09557571.2019.1704221>
- [4] Bracke, S. (2016). Bouncing back: Vulnerability and resistance in times of resilience. In J. Butler, Z. Gambetti, & L. Sabsay (Eds.), *Vulnerability in resistance* (pp. 73-92). Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822373490-004>
- [5] Braddock, K. (2019). Vaccinating against hate: Using attitudinal inoculation to confer resistance to persuasion by extremist propaganda. *Terrorism and Political Violence*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/09546553.2019.1693370>
- [6] Brashier, N. M., Eliseev, E. D., & Marsh, E. J. (2020). An initial accuracy focus prevents illusory truth. *Cognition*, 194, 104054. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2019.104054>
- [7] Briant, E. L. (2024). Researching influence operations: 'Dark arts' mercenaries and the digital influence industry. In C. Bjola & I. Manor (Eds.), *The Oxford handbook of digital diplomacy*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780192859198.013.5>
- [8] Broda, E., & Strömbäck, J. (2024). Misinformation, disinformation, and fake news: lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(2), 139-166. <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736>
- [9] Bubanja, I. B. (2024). Delovanje lažnih vesti na poverenje u medije i smernice za smanjenje njihovih negativnih uticaja. *Tehnika*, 79(1), 105-112. <https://doi.org/10.5937/tehnika2401105B>
- [10] Caled, D., & Silva, M. J. (2022). Digital media and misinformation: An outlook on multidisciplinary strategies against manipulation. *Journal of computational social science*, 5(1), 123-159. <https://doi.org/10.1007/s42001-021-00118-8>
- [11] Carr, P. R., Cuervo Sanchez, S. L. & Daros, M. A. (2020). Citizen Engagement in the Contemporary Era of Fake News: Hegemonic Distraction or Control of the Social Media Context?. *Postdigital Science and Education*, 2(1), 39-60. <https://doi.org/10.1007/s42438-019-00052-z>
- [12] Compton, J. (2013). Inoculation theory. In J. P. Dillard, & L. Shen (Eds.), *The Sage handbook of persuasion: Developments in theory and practice* (2nd ed., pp. 220-236). Sage.

[13] Compton, J., van der Linden, S., Cook, J., & Basol, M. (2021). Inoculation theory in the posttruth era: Extant findings and new frontiers for contested science, misinformation, and conspiracy theories. *Social and Personality Psychology Compass*, 15(6), Article e12602. <https://doi.org/10.1111/spc3.12602>

[14] Cook, J., Ecker, U. K. H., Trecek-King, M., Schade, G., Jeffers-Tracy, K., Fessmann, J., Kim, S. C., Kinkead, D., Orr, M., Vraga, E., Roberts, K., & McDowell, J. (2023). The cranky uncle game—Combining humor and gamification to build student resilience against climate misinformation. *Environmental Education Research*, 29(4), 607-623. <https://doi.org/10.1080/13504622.2022.2085671>

[15] Čabarkapa, M. (2007). Uloga medijske i psihološke propagande u savremenom ratu sa posebnim osvrtom na oružane sukobe u bivšoj Jugoslaviji. *Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Prištini*, 37, 441–452.

[16] Den Hartigh, R. J., & Hill, Y. (2022). Conceptualizing and measuring psychological resilience: What can we learn from physics? *New Ideas in Psychology*, 66, 100934. <https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2022.100934>

[17] Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N. M., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13-29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>

[18] Fallis, D. (2009, February 28). *A conceptual analysis of disinformation* [Conference paper]. iConference 2009. Retrieved from <https://hdl.handle.net/2142/15205>

[19] Fazio, L. K. (2020). Repetition increases perceived truth even for known falsehoods. *Collabra: Psychology*, 6(1), Article 38. <https://doi.org/10.1525/collabra.347>

[20] Fletcher, D., & Sarkar, M. (2013). Psychological resilience: A review and critique of definitions, concepts, and theory. *European Psychologist*, 18(1), 12-23. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000124>

[21] Gaćinović, R. (2012). Propaganda u ljudskom društvu. *Vojno delo*, 64(1), 205–215.

[22] Hameleers, M. (2023). Disinformation as a context-bound phenomenon: Toward a conceptual clarification integrating actors, intentions and techniques of creation and dissemination. *Communication Theory*, 33(1), 1-10. <https://doi.org/10.1093/ct/qtac021>

[23] Hansen, F. S. (2017). *Russian Hybrid Warfare: A study of disinformation*. Danish Institute for International Studies. DIIS Report Vol. 2017 No. 06

[24] Humprecht, E., Esser, F., & Aelst, P. V. (2020). Resilience to online disinformation: A framework for cross-national comparative research. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 493-516. <https://doi.org/10.1177/1940161219900126> - NE IDE ZA SAD

[25] Jowett, G. S., & O'donnell, V. (2015). *Propaganda & persuasion*. Sage publications.

[26] Kahan, D. M. (2013). Ideology, motivated reasoning, and cognitive reflection. *Judgment and Decision Making*, 8(4), 407-424. <https://doi.org/10.1017/S1930297500005271>

[27] Kahan, D. M. (2017). Misconceptions, Misinformation, and the Logic of Identity-Protective Cognition. *Cultural Cognition Project Working Paper Series No. 164*. Yale Law School. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2973067>

[28] Kazić, T. (2025). Digitalna propaganda i dezinformacije generisane veštačkom inteligencijom – studije slučaja izraelsko-palestinskog sukoba i pada Bašara al-Asada u Siriji. *Politika nacionalne bezbednosti*, 28(1), 101–122. <https://doi.org/10.5937/pnb28-56408>

[29] Koch, A. S., & Forgas, J. P. (2012). *Feeling good and feeling truth: The interactive effects of mood and processing fluency on truth judgments*. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(2), 481-485. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2011.10.003>

[30] Lewandowsky, S., & van der Linden, S. (2021). Countering Misinformation and Fake News Through Inoculation and Prebunking. *European Review of Social Psychology*, 32(2), 348-384. <https://doi.org/10.1080/10463283.2021.1876983>

[31] Lewandowsky, S. (2022). Fake news and participatory propaganda. In R. Pohl (Ed.), *Cognitive illusions: Intriguing phenomena in thinking, judgment, and memory* (3rd ed., pp. 324-340). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003154730-23>

[32] Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). *Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era*. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>

[33] van der Linden, S. (2023). *Foolproof: Why misinformation infects our minds and how to build immunity*. W. W. Norton & Company.

[34] Lu, C., Hu, B., Li, Q., Bi, C., & Ju, X. D. (2023). Psychological Inoculation for Credibility Assessment, Sharing Intention, and Discernment of Misinformation: Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal of medical Internet research*, 25, e49255. <https://doi.org/10.2196/49255>

[35] Luthar, S. S., & Cicchetti, D. (2000). The construct of resilience: implications for interventions and social policies. *Development and psychopathology*, 12(4), 857-885. <https://doi.org/10.1017/s0954579400004156>

[36] Lühring, J., Shetty, A., Koschmieder, C., & Krause, U. (2024). Emotions in misinformation studies: Distinguishing affective state from emotional response and misinformation recognition from acceptance. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 9(1), 82. <https://doi.org/10.1186/s41235-024-00607-0>

[37] Maertens, R., Roozenbeek, J., Basol, M., & van der Linden, S. (2021). Long-term effectiveness of inoculation against misinformation: Three longitudinal experiments. *Journal of experimental psychology. Applied*, 27(1), 1-16. <https://doi.org/10.1037/xap0000315>

[38] Majchrzak, A. (2023). Russian disinformation and the use of images generated by artificial intelligence (deepfake) in the first year of the invasion of Ukraine. *Media Business Culture*, 14(1), 43-55.

[39] Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). *Reliance on emotion promotes belief in fake news. Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1), 47. <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>

[40] McCluskey, L. M., Hamilton, J. M., & Reynolds, A. (2023). When Propaganda Became a Dirty Word. *Journalism History*, 49(2), 140-157. <https://doi.org/10.1080/00947679.2023.2203026>

[41] McGuire, W. J. (1964). Inducing resistance to persuasion: Some contemporary approaches. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 1, pp. 191-229). Academic Press.

[42] Melchior, C., & Oliveira, M. (2023). A systematic literature review of the motivations to share fake news on social media platforms and how to fight them. *New Media & Society*, 26(2), 1127-1150. <https://doi.org/10.1177/14614448231174224>

[43] Milenković, M., Vuletić, D., Pešić, A., Bojanić, D., & Đukić, A. (2025). *Fizionomija savremenih oružanih sukoba*. Institut za strategijska istraživanja.

[44] Miljković, M., Jevtić, D., & Stojičević, S. (2022). Informaciona dimenzija bezbednosnog okruženja – osnovna obeležja. *Vojno delo*, 74(2), 18–40. <https://doi.org/10.5937/vojdelo2202018M>

[45] Mitchell, K. J., & Johnson, M. K. (2009). Source monitoring 15 years later: What have we learned from fMRI about the neural mechanisms of source memory? *Psychological Bulletin*, 135(4), 638-677.

[46] Moravčíková, E. (2020). Media manipulation and propaganda in the post-truth era. *Media Literacy and Academic Research*, 3(2), 23-37.

[47] NATO. (2023). *Allied joint doctrine for information operations (AJP-10.1)*. NATO Standardization Office / UK Ministry of Defence. Dostupno na: <https://www.gov.uk/government/publications/allied-joint-doctrine-for-information-operations-ajp-101>

[48] Nerino, V. (2023). Overcome the fragmentation in online propaganda literature: The role of cultural and cognitive sociology. *Frontiers in Sociology*, 8, 1170447. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1170447>

[49] Panjeta, L. (2012). Virtualna vakcinacija realnosti: novo shvatanje teorije inokulacije. *Pregled: časopis za društvena pitanja*, 2(2), 99–117. Retrieved from <https://pregled.unsa.ba/index.php/pregled/article/view/659>

[50] Parezanović, M., & Proroković, D. (2024). Psychological and propaganda operations as a form of hybrid warfare. *NBP. Nauka, bezbednost, policija*, 29(1), 43–55. <https://doi.org/10.5937/nabepo29-45316>

[51] Pennycook, G., & Rand, D. G. (2018). *Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. Cognition*, 188, 39-50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>

[52] Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). *Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. Journal of Personality*, 88(2), 185-200. <https://doi.org/10.1111/jopy.12476>

[53] Petrović, J. R. (2021). Psihološki rat i vojne nauke. *Baština*, 55, 267–278. <https://doi.org/10.5937/bastina31-33489>

- [54] Pešić, A. S., Miljković, M. Đ. (2025). Mediji u kriznim situacijama – socio-psihološke posledice i preporuke. *Baština*, 65, 455–470. <https://doi.org/10.5937/bastina35-53540>
- [55] Poon, K.-T., Chen, Z., & Wong, W.-Y. (2020). *Beliefs in conspiracy theories following ostracism. Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(8), 1234-1246. <https://doi.org/10.1177/0146167219898944>
- [56] Rot, N. (2010). *Osnovi socijalne psihologije (izabrana dela, tom 3)*. Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- [57] Rutter M. (1993). Resilience: some conceptual considerations. *The Journal of adolescent health : official publication of the Society for Adolescent Medicine*, 14(8), 626-696. [https://doi.org/10.1016/1054-139x\(93\)90196-v](https://doi.org/10.1016/1054-139x(93)90196-v)
- [58] Rød, B., Pursiainen, C., & Eklund, N. (2025). Combatting disinformation: How do we create resilient societies? Literature review and analytical framework. *European Journal for Security Research*. <https://doi.org/10.1007/s41125-025-00105-4>
- [59] Sela A, Neter O, Lohr V, Cihelka P, Wang F, Zwilling M, et al. (2025) Signals of propaganda—Detecting and estimating political influences in information spread in social networks. *PLoS ONE* 20(1): e0309688. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0309688>
- [60] Sharma, K., Qian, F., Jiang, H., Ruchansky, N., Zhang, M., & Liu, Y. (2019). Combating fake news: A survey on identification and mitigation techniques. *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology*, 10(3), Article 21. <https://doi.org/10.1145/3305260>
- [61] Shrivastava, A., & Desousa, A. (2016). Resilience: A psychobiological construct for psychiatric disorders. *Indian Journal of Psychiatry*, 58(1), 38-43. <https://doi.org/10.4103/0019-5545.174365>
- [62] Sisto, A., Vicinanza, F., Campanozzi, L. L., Ricci, G., Tartaglini, D., & Tambone, V. (2019). Towards a Transversal Definition of Psychological Resilience: A Literature Review. *Medicina (Kaunas, Lithuania)*, 55(11), 745. <https://doi.org/10.3390/medicina55110745>
- [63] Southwick, S. M., Sippel, L., Krystal, J., Charney, D., Mayes, L., & Pietrzak, R. (2016). Why are some individuals more resilient than others: the role of social support. *World psychiatry: official journal of the World Psychiatric Association (WPA)*, 15(1), 77-79. <https://doi.org/10.1002/wps.20282>
- [64] Southwick, S. M., Bonanno, G. A., Masten, A. S., Panter-Brick, C., & Yehuda, R. (2014). Resilience definitions, theory, and challenges: Interdisciplinary perspectives. *European Journal of Psychotraumatology*, 5(1), 25338. <https://doi.org/10.3402/ejpt.v5.25338>
- [65] Southwick, S. M., Vythilingam, M., & Charney, D. S. (2005). The psychobiology of depression and resilience to stress: implications for prevention and treatment. *Annual review of clinical psychology*, 1, 255-291. <https://doi.org/10.1146/annurev.clinpsy.1.102803.143948>
- [66] Şutiu, C. L. (2012). Propaganda: How a good word went wrong. *Agathos: An International Review of the Humanities and Social Sciences*, 3(2), 122-130.

[67] Tadić, D. (2025). Internet and digital propaganda: Social media. *JITA - Journal of Information Technology and Applications*, 15(1), 73-78. DOI: <https://doi.org/10.7251/JIT2501073T>

[68] Tormala, Z. L., & Petty, R. E. (2002). What doesn't kill me makes me stronger: the effects of resisting persuasion on attitude certainty. *Journal of personality and social psychology*, 83(6), 1298-1313. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.83.6.1298>

[69] Traberg, C. S., Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2022). Psychological inoculation against misinformation: Current evidence and future directions. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 700(1), 136-151. <https://doi.org/10.1177/00027162221087936>

[70] Traberg, C. S., Harjani, T., Basol, M., Biddlestone, M., Maertens, R., Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2023). Prebunking against misinformation in the modern digital age. In T. D. Purnat, T. Nguyen, & S. Briand (Eds.), *Managing Infodemics in the 21st Century* (pp. 99-111). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-27789-4_8

[71] Usher, N., & Carlson, M. (2018). The Midlife Crisis of the Network Society. *Media and Communication*, 6(4), 107-110. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1751>

[72] Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science (New York, N.Y.)*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

[73] Vuletić, D. V. (2018). Psihološka dimenzija hibridnog ratovanja. *Vojno delo*, 70(6), 274-281. <https://doi.org/10.5937/vojdela1806274V>

[74] Vučinić, D. M. (2017). Psihološko ratovanje u prostoru društvenih informacionih medija – aspekt hibridnog ratovanja. *Vojno delo*, 69(7), 326-337. <https://doi.org/10.5937/vojdela1707326V>

[75] Wanless, A., & Berk, M. (2022). Participatory propaganda: The engagement of audiences in the spread of persuasive communications. In D. Herbert & S. Fisher-Høyrem (Eds.), *Social media and social order* (pp. 111-139). De Gruyter Open Poland. <https://doi.org/10.2478/9788366675612>

[76] Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Council of Europe report DGI(2017)09). Strasbourg, France: Council of Europe.

[77] World Economic Forum. (2025). *The Global Risks Report 2025*. Geneva: World Economic Forum. Retrieved from <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2025>

[78] Zmigrod, L. (2022). A psychology of ideology: Unpacking the psychological structure of ideological thinking. *Perspectives on Psychological Science*, 17(4), 1072-1092. <https://doi.org/10.1177/17456916211044140>

Резиме

Рад се бави анализом психолошке отпорности на пропаганду у савременом информационом простору, са посебним освртом на дигиталне платформе, који представљају кључне канале у дистрибуцији пропагандне и дезинформација. Трансформација комуникационих канала довела је до промене природе пропагандног деловања, које је постало партиципативно, децентрализовано и алгоритамски подржано, чиме се значајно повећава његов домет и утицај. У раду се разматрају основне теоријске карактеристике пропаганде, дезинформација и савремених облика манипулације, као и психолошки механизми који омогућавају појединцима и заједницама да се одбране од пропагандних утицаја. Посебан акценат је стављен на теоријски приказ когнитивних и социо-афективних индивидуалних психолошких фактора који доприносе отпорности на пропаганду, као и на колективне факторе отпорности, будући да психолошка отпорност, нарочито у савременом информационом простору, не зависи искључиво од карактеристика појединца, већ и од ширег друштвеног окружења. У раду су разматране карактеристике теорија инокулације у контексту јачања психолошке отпорности, кроз развој индивидуалних и колективних капацитета за препознавање и одбацивање убеђујућих порука. У раду се наглашава да механизми инокулације, засновани на принципу “когнитивне имунизације”, представљају ефикасан начин превентивног деловања који омогућава стварање психолошких механизма заштите од пропагандног утицаја. У закључку рада разматра се значај психолошке отпорности одбране у савременим информационим сукобима, нарочито у војном контексту, где пропаганда може угрозити морал, кохезију и поверење у командне структуре. Истиче се потреба за интегрисањем тренинга медијске и дигиталне писмености у војне програме обуке, како би се повећала спремност за деловање у условима информационог ратовања.

Кључне речи: *Психолошка отпорност, пропаганда, манипулација, дезинформације, информационо ратовање, дигиталне платформе, медијска писменост, теорија инокулације*

© 2025 Аутори. Објавило *Војно дело* (<http://www.vojnodeo.mod.gov.rs>). Ово је чланак отвореног приступа и дистрибуира се у складу са лиценцом Creative Commons (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



