

# PSYCHOLOGICAL RESILIENCE TO PROPAGANDA IN THE CONTEMPORARY INFORMATION SPACE\*

Uroš G. Miljković<sup>1</sup>

---

*Delivered:* 25.9.2025.

*Language:* Serbian

*Corrected:* 22.10.2025.

*Type of paper:* Review scientific paper

*Accepted:* 11.11.2025.

*DOI number:* 10.5937/vojdelo2504059M

---

**A**bstract: This paper provides an analysis of psychological resilience to propaganda in the contemporary information space, with particular emphasis on digital platforms, which represent key channels in the distribution of propagandistic and manipulative messages. The transformation of communication channels has led to a change in the nature of propagandistic activity, which has become participatory, decentralized, and algorithmically supported, thereby significantly increasing its reach and impact. The paper considers the basic theoretical characteristics of propaganda, disinformation, and contemporary forms of manipulation, as well as the psychological mechanisms that enable individuals and communities to defend themselves against propagandistic influences. Special emphasis is placed on a theoretical overview of cognitive and socio-affective individual psychological factors that contribute to resilience to propaganda, as well as on collective resilience factors, given that psychological resilience, particularly in the contemporary information space, does not depend exclusively on individual characteristics but also on the broader social environment. The paper examines the characteristics of inoculation theories in the context of strengthening psychological resilience through the development of individual and collective capacities for recognizing and rejecting persuasive messages. The paper emphasizes that inoculation mechanisms, based on the principle of “cognitive immunization,” represent an effective form of preventive action that enables the creation of psychological protection mechanisms against propaganda-related influence. In the conclusion, the significance of defensive psychological resilience in contemporary information conflicts is considered, particularly in the military context, where propaganda can undermine morale, cohesion, and trust in com-

---

\* The work was created within the framework of the scientific project “Military Profession in Serbia in the Modern Security Environment” (ISI/DH/3/24-26), funded by the Ministry of Defense of the Republic of Serbia.

<sup>1</sup> University of Defence in Belgrade, Institute for Strategic Research, Belgrade, Republic of Serbia, E-mail: uros.miljkovic@mod.gov.rs, <https://orcid.org/0009-0006-9374-8641>

mand structures. The need to integrate media and digital literacy training into military education and training programs is highlighted, in order to increase readiness for action in conditions of information warfare.

*Key words: psychological resilience, propaganda, manipulation, disinformation, information warfare, digital platforms, media literacy, inoculation theory*

## Introduction

Propagandistic activity in contemporary information warfare occupies a central position, given that digital media have enabled the rapid and mass dissemination of content across an almost unlimited internet space. The development of digital media, followed by their transformation through social networks, has opened space for more intensive propaganda-related activity that encompasses various aspects of social life. With the development of digital technologies, global connectivity, and social media platforms, propaganda has become an integral part of so-called information warfare, in which military, political, economic, and informational instruments intertwine (Proroković & Parezanović, 2023).

In the contemporary environment, information warfare increasingly takes the form of a struggle for dominance in the information space. Its important objectives include actions directed at the opponent's sources of information, as well as changing the way the opposing side thinks, both in the military sphere and in the broader social context (Miljković et al., 2022). Since propaganda significantly influences the outcomes of these struggles, it is necessary to clarify its basic characteristics in order to understand its importance in the context of the contemporary era.

According to Roth (2010), propaganda can be viewed as a specific form of communication and message transmission aimed at inducing changes in the behavior of those at whom propaganda is directed. In other words, propaganda represents a form of communication that conveys certain ideas, attitudes, and opinions in order to influence recipients and shape their beliefs, seeking to win them over. A more contemporary definition of propaganda states that it is a "deliberate, systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognition, and direct behavior in order to achieve a response that furthers the desired intent of the propagandist" (Jowett & O'Donnell, 2015, p. 7).

Throughout history, the term propaganda did not carry a negative connotation until the First World War, when it began to be used in public discourse to denote manipulation and deception of the public (McCluskey et al., 2023). According to some authors, propaganda became synonymous with manipulation or deception primarily because of the morally questionable methods that were used over time to disseminate information, beliefs, or doctrines, particularly in the period following the world wars. Propaganda is often viewed primarily as media manipulation aimed at achieving social control in a political sense, since it is most commonly associated with the activities of governments, political parties, and various organizations (Moravčíková, 2020). This perception has been further reinforced by the fact that propagandistic activity has often accompanied certain violent actions and the use of force during periods of political

and wartime upheaval (Şutiu, 2012), representing one of the instruments for achieving military objectives and manipulating the intensity of combat morale (Čabarkapa, 2007), which remains the case today.

Such a development of the concept of propaganda has led to the emergence of numerous classifications, among which the most frequently highlighted in the literature is the division into white, black, and gray propaganda, which is still widely applied today, particularly in the context of hybrid and various forms of psychological warfare (Gaćinović, 2012). White propaganda is based on the open, public presentation of information, the source of which is clearly identifiable and legitimate, and whose content is largely accurate and objective, although it may be selectively presented (Gaćinović, 2012). Black propaganda refers to information originating from concealed or false sources, as well as completely fabricated or falsified information. Such information aims to deceive the audience by concealing the actual sources and motives (Jowett & O'Donnell, 2015); the goal of this type of information dissemination is for the audience to remain unaware of the manipulation, that is, not to know who stands behind the messages, while believing the content to be legitimate, thereby granting the messages greater persuasive power and making their verification and contestation more difficult. Finally, gray propaganda represents a phenomenon between white and black propaganda, involving the dissemination of partially accurate or distorted information. These messages are difficult to verify because they combine true and false elements, while the sources behind them remain unclear. The objective of gray propaganda is to create uncertainty and confusion among the audience regarding the content, thereby increasing the influence of the propagandist and making it more difficult to challenge the conveyed messages (Jowett & O'Donnell, 2015; Gaćinović, 2012). It can be said that contemporary propaganda is predominantly based on the principles of gray propaganda, due to the specific nature of the digital environment in which it operates, which will be discussed further.

With regard to the use of propaganda in modern conflicts, technical and technological development has led to the necessary transformation of their character. Contemporary conflicts are increasingly conducted in the informational domain, in which unarmed, informational and propagandistic content assumes an almost central role and becomes one of the key instruments of action (Vuletić, 2018). In parallel with the evolution of modes of warfare, propagandistic methods have also advanced, adapting to contemporary technical and technological conditions. For this reason, propaganda-related content and activities today should not be viewed solely within the traditional framework of political or military action; rather, these activities encompass not only classical propaganda methods but also economic and political pressures, thereby making propaganda a key element of information warfare strategy and enabling the manipulation of perceptions, beliefs, and behavior of target groups (Vučinić, 2017).

Modern propaganda, including specific psychological-propagandistic activities, is not limited solely to the dissemination of messages but may encompass an entire spectrum of actions aimed at shaping the perceptions and behavior of target groups—for example, activities such as various forms of pressure (economic or political) often possess a pronounced psychological component in order to exert additional influence on the psychological states of state actors and individuals (Vučinić, 2017). In this

context, according to Alispahić, propaganda can be viewed as an effective system of endangering and destroying an enemy that does not exist in a physical or material form, but rather in an abstract, invisible, and elusive one (Alispahić, 2020, p. 75).

Understanding these processes enables a clearer insight into the ways in which propagandistic strategies are integrated into broader psychological–propagandistic activities, thereby opening space for a theoretical analysis of their operation in contemporary digital media and communication environments. For this reason, within this paper, the term propaganda will be used in a general sense, that is, as any deliberate effort to convey a particular message or attitude to the widest possible audience (Sela et al., 2025, p. 2). Following the theoretical overview of the concept of propaganda, an analysis of the modes of its dissemination in contemporary communication conditions is presented, given that digital spaces have conditioned the emergence of key differences in comparison to traditional models of its transmission.

## The Dissemination of Propaganda in the Contemporary Information Space

Propaganda-related activity has always required certain means and channels capable of broadly transmitting and “implanting” appropriate messages into the “hearts and minds” of target populations, whether domestic, friendly, allied, or (most often) enemy peoples (Alispahić, 2020). The evolution of propagandistic techniques, as well as their application, demonstrates that propaganda cannot be viewed outside the social and technological context in which it emerges. Whereas in the past the means of message dissemination were limited and controlled by the state or religious institutions, in the contemporary digital environment they have become more decentralized, significantly faster, and far more difficult in terms of identifying their true sources and intentions.

The rapid development of information technologies, combined with the influence of social networks, has significantly facilitated the implementation of propaganda and various psychological–propagandistic activities. The introduction of new information technologies has contributed to the formation of a complex information environment that encompasses not only physical and virtual components (such as infrastructure, communication networks, rules, and processes) but also a cognitive dimension, that is, the sphere of human perception, understanding, and information processing. This practically means that the contemporary information space includes not only information as such but also the way in which it is understood and interpreted, that is, the manner in which it influences attitudes, emotions, and behavior (NATO, 2023, AJP-10.1). The contemporary information space therefore represents a specific communication environment that possesses the capacity to shape individual decision-making as well as to construct social narratives, which is indeed one of the key tasks of propagandistic messages (Jowett & O'Donnell, 2015).

The dissemination of propaganda in the contemporary digital space has a markedly different character compared to traditional forms. Social media platforms have led to a transformation of communication models, reflected in the loss of a clear boundary

between senders and receivers of information, that is, between propagandists and the target audience (Lewandowsky, 2022). Instead of static and passive recipients of messages, users of these platforms have become so-called prosumers, who simultaneously receive messages while actively participating in their production and further distribution. This aspect is of fundamental importance for online propaganda, as it transforms message recipients into active participants in the propagandistic process, as a result of which propaganda, in comparison with its traditional form, becomes participatory and seeks to engage the target audience in the active dissemination of its messages (Wanless & Berk, 2022).

The characteristic of participation has led to a shift in the understanding of contemporary propaganda, and the scholarly literature increasingly refers to the concept of participatory propaganda, through which traditional definitions of propaganda are adapted to the contemporary technological and communicative capacities of the digital age, given that propagandistic activity has acquired new dimensions, reach, and influence (Wanless & Berk, 2022). Active participation in the process of message dissemination within the information space is further facilitated by the fact that almost all existing digital network platforms are easily accessible and designed to be user-friendly, while at the same time functioning as both a “lure” and a “target” for certain, specifically defined user groups (Carr, Cuervo Sanchez, & Daros, 2020). It should be emphasized that the idea of audience participation in the dissemination of propaganda is not new; however, in the contemporary digital environment there has been a change in power relations among actors. Namely, although strategies of propaganda dissemination continue to spread “top-down,” that is, from influential actors and organizations toward the broader public, the contemporary environment exploits the phenomenon of participation in order to encourage audiences and media to react actively, thereby further disseminating, amplifying, and legitimizing messages through the participation of users themselves (Briant, 2024; Lewandowsky, 2022).

Participatory propaganda enables the establishment of dominance in the information space, as it is based on the distribution of messages that spread through the actions of real users as well as automated accounts (so-called bots), thereby deliberately blurring the boundary between false and authentic content and making their differentiation more difficult (Wanless & Berk, 2022). Finally, another important characteristic of participation on digital networks is reflected in the possibility of social engagement, which provides users with a psychologically rewarding and socially acceptable opportunity to participate in online activities; namely, participation creates a sense of directly influencing important social issues. It is important to note that this form of participation requires minimal effort, which further increases the likelihood of engagement and content dissemination. Although this sense is most often superficial and illusory in nature, it represents one of the main motivations for the transition from the passive role of message recipients to active participants in their dissemination, which directly enables propagandists to more effectively amplify their messages, obscure their sources, and increase their acceptance among the wider public (Wanless & Berk, 2022).

Digital networks play a key role in the information space, serving primarily as channels for message distribution, but not merely as passive transmitters—through them,

messages are shaped, adapted, and further amplified in order to exert influence on target audiences. Various digital network platforms, such as X (formerly Twitter), Telegram, TikTok, Reddit, Instagram, Facebook, YouTube, and others, represent fertile ground for the placement and processing of messages, which may originate from different actors, whether known or anonymous. According to Tadić (2025), the aforementioned social networks have become the main channels for the dissemination of contemporary propaganda, which largely takes place through the spread of disinformation and fake news, the publication of fabricated content, as well as false “testimonies” of individuals and groups.

What makes these platforms suitable for the placement of propagandistic and manipulative messages is the use of specialized digital tools, algorithmic systems, and bots, which can automatically disseminate predefined content as well as target specific user groups or territories, thereby significantly increasing the reach and impact of propagandistic messages in the digital space (Sela et al., 2025). Another advantage of automation in message dissemination lies in the fact that, in addition to improving distribution efficiency, it allows propagandists to remain anonymous throughout the entire communication process, which is a key aspect of concealing not only their identities but also their true intentions (Nerino, 2023). The lack of clear authorship and control creates fertile ground for the spread of false or manipulative content, as identifying the original creator is often very difficult or even impossible (Usher & Carlson, 2018).

These processes significantly undermine the quality of public information, contribute to the formation of alternative sources of information, and encourage the gathering of individuals into closed online communities, within which the capacity for critical assessment of reality is considerably limited (Bubanja, 2024). This represents one of the main challenges posed by digital media and social networks—namely, the increasingly intensive spread of disinformation and deception, which are often viewed as part of propaganda-related activity aimed at shaping audience attitudes and behavior.

In the contemporary era, disinformation has been recognized as a significant social and security challenge. According to the Global Risks Report 2025 of the World Economic Forum, disinformation and misinformation, together with social polarization, continue to represent key contemporary risks, ranking fourth and fifth on the global list, respectively (World Economic Forum, 2025). Such a high ranking is not surprising given the accelerated spread of false and misleading content, which further amplifies other leading risks faced by contemporary societies, including armed conflicts and extreme weather events.

Disinformation represents a complex and evolving concept that changes depending on the involvement of various actors, as well as on new techniques and technologies for the production and dissemination of falsehoods and manipulations, particularly within the information space. In order to understand the complexity of this phenomenon, it is first necessary to operationalize the concept of disinformation and distinguish it from related forms that are often used in parallel, despite referring to different phenomena. To introduce clarity into the terminology, under the auspices of the Council of Europe a conceptual framework was defined in which this phenomenon is referred to as information disorders, within which three basic types are classified: disinformation, misinformation, and malinformation. This classification takes into account

the dimensions of harm and inaccuracy, on the basis of which the main differences between these concepts are described.

Disinformation refers to deliberately created false information intended to cause harm to an individual, a social group, an organization, or a state (Wardle & Derakhshan, 2017), and according to some interpretations represents the smallest unit in the chain of propaganda dissemination (Kazić, 2025, p. 106). Disinformation can also be considered a form of propaganda when it is used to achieve political, economic, or military objectives, regardless of whether it is supported by official institutions or not (van der Linden, 2023; Majchrzak, 2023).

Misinformation also consists of inaccurate information, but information that is shared without the intention to cause harm. It represents a milder form of incorrect information, most often shared under the belief that its dissemination may be useful or informative to others (Wardle & Derakhshan, 2017). Such information often appears credible and reliable, yet is the result of misinterpretation or misunderstanding. Misinformation also includes accidental journalistic errors, such as incorrectly reported dates.

Finally, the third concept refers to malinformation. These are information based on true and factual data but used with the intention to cause harm to individuals, organizations, or states (Wardle & Derakhshan, 2017). For this type of information, the term malicious information may be used, as it involves a direct and deliberate intent to cause harm.

We consider it important to mention another significant term that frequently appears in the scholarly literature, namely fake news. The use of this term has experienced a sharp increase in public discourse, to such an extent that it was designated the “word of the year” by the Collins Dictionary in 2017. Given that the heterogeneity of meanings and the breadth of usage of the term exceed the scope of this paper, a more recent definition will be adopted, according to which fake news refers to news articles or messages that are published and disseminated through the media and contain inaccurate information, regardless of the means and motives behind their publication (Sharma et al., 2019). As can be seen, within the classification of information disorders, the term fake news is not distinguished as a separate category, despite its particular popularity and widespread use in public discourse; fake news should be viewed as part of the broader phenomenon of disinformation, that is, as its subset, since it involves inaccurate information and the potential to deceive audiences (Broda & Strömbäck, 2024; Wardle & Derakhshan, 2017).

According to the aforementioned classification, disinformation represents the most serious form of information disorder, as it combines the fabrication of content with the deliberate intent to cause harm. The combination of false content and harmful intent renders disinformation particularly dangerous, as it can undermine trust in institutions and the media. This outcome is achieved through the creation of false representations and perceptions, whereby efforts are directed toward shaping a distorted worldview or interpretations among recipients, based on inaccurate beliefs (Hameleers, 2023).

However, it should be noted that disinformation is not always consciously devised by the actors who further disseminate it, particularly within the information space. In practice, it often occurs that propagandists (creators) deliberately produce false

content and then inject it into information flows at points where it can be picked up by more credible or widely followed actors (amplifiers), thereby increasing its reach, credibility, and speed of dissemination (Wardle & Derakhshan, 2017). In this way, media organizations and individuals frequently act as intermediaries in the spread of disinformation, often unknowingly, by adopting unverified content or distributing it through algorithms that are designed to favor popular and emotionally engaging material. Thus, even unintentionally, they become channels through which manipulative information reaches the wider public (Falis, 2009). The business models of modern digital platforms are based on maximizing user engagement and retaining attention for the purpose of monetization. Such a model prioritizes content that generates higher engagement and viral potential, not necessarily content that is accurate (Lazer et al., 2018). Research has shown that false content spreads “farther, faster, deeper, and more broadly” than truthful information (Vosoughi, Roy, & Aral, 2018, p. 1147). As a result, disinformation attains greater reach and an appearance of legitimacy, thereby further amplifying its impact. Empirical studies confirm that audience attention is particularly attracted by content that is controversial, sensationalist, surprising, confirms existing beliefs or prejudices, and contains strong emotional charge and visual salience—precisely the characteristics that often define disinformation (Lewandowsky et al., 2017; Vosoughi, Roy, & Aral, 2018).

Given that disinformation poses a serious threat to the adequate understanding and perception of reality for individuals as well as for entire groups, nations, and states, the development of resilience becomes one of the key factors in preserving psychological stability and social cohesion (Rød, Pursiainen, & Eklund, 2025). For this reason, understanding the psychological mechanisms of resilience is of essential importance for protection against propagandistic influence.

## The Concept of Psychological Resilience

Although the concept of resilience is present across various scientific disciplines, psychology can be said to occupy a central place in its study, given that resilience represents an important concept within its specific fields (clinical, developmental, social, and health psychology). The broad use of the term has led to multiple interpretations of the concept of resilience which, due to its interdisciplinary nature, encompass both individual and broader social aspects and largely depend on the context of application. The concept itself covers a wide range of phenomena—from cells and biological systems, through individuals and organizations, to environments, nations, and states (Southwick et al., 2014). The term resilience derives from the Latin word *resilire* (re – back, salire – to jump), meaning to bounce back or “return to the original position.” This etymological origin forms the basis of contemporary definitions and conceptualizations (Den Hartigh & Hill, 2022).

Theoretical approaches emphasize the multidimensionality and complexity of the concept of resilience to varying degrees, yet they share common essential elements. In brief, psychological resilience may be defined in the scholarly literature in various ways: as the ability to recover and return to a state of balance after adversity; as a set of individual traits and attitudes that enable successful coping with difficulties; as the

capacity for persistence and growth despite unfavorable circumstances and challenges; as a dynamic process that develops through the interaction of personal, social, and societal factors; and as a form of positive adaptation that involves the use of one's emotional, cognitive, and behavioral resources when facing challenges (Rutter, 1993; Southwick, Vythilingam, & Charney, 2005; Fletcher & Sarkar, 2013; Sisto et al., 2019).

Despite the heterogeneity of approaches and definitions, the fundamental characteristic of resilience lies in its connection to confronting challenges or threats, which constitute necessary elements for its emergence (Bracke, 2016). In situations in which an individual faces threats, whether real or anticipated, resilience denotes the ability to withstand such threats, adapt to them, and recover from them, thereby

mitigating potential negative outcomes for the individual (Luthar & Cicchetti, 2000). It can be observed that across all conceptualizations of resilience, the capacity for adaptation is particularly emphasized, as most of its aspects are grounded in it to a greater or lesser extent (Sisto et al., 2019). Resilience therefore represents a key component in managing emotional and social difficulties, as it enables individuals to employ psychological and behavioral resources when confronting adversity (Shrivastava & Desousa, 2016). These resources primarily include individuals' cognitive and emotional capacities, social networks and support, as well as various motivational factors underlying resilience, which are interrelated, complementary, and together contribute to the overall level of resilience (Fletcher & Sarkar, 2013).

The presentation of different understandings and definitions of resilience serves to illustrate the breadth and complexity of this construct and to facilitate a better understanding of its key components that enable adaptation, recovery, and stability under conditions of threat and adversity. It is precisely these dimensions of resilience that provide the foundation for understanding its significance in the context of defense against contemporary propagandistic influence within the information space.

## The Role of Psychological Resilience in Defense Against Propaganda

The concept of resilience has only recently begun to be applied in the context of propaganda practices and the spread of disinformation. This concept can be adapted to contemporary forms of informational and communicative digital channels, given that propagandistic activities, as part of broader information warfare, represent a specific type of challenge that requires the development of resilience at both the cognitive and the broader societal levels.

According to Hansen (2017), it is possible to distinguish two dimensions of resilience that counter information attacks: physical and cognitive. The physical dimension aims to prevent propagandistic content from reaching users at all. This includes various practices implemented by digital platforms, such as limiting the visibility of certain content (e.g., shadow banning) or the complete removal of content. On the other hand, the cognitive dimension is viewed as a kind of psychological firewall, that is, as a filter that prevents the penetration of disinformation by retaining or blocking information that is assessed as potentially harmful (Hansen, 2017). Although there is

a theoretical distinction between these two dimensions of resilience, it can be said that they operate in parallel and that a deficiency in one requires compensation through the other, and vice versa (Bjola & Papadakis, 2020).

The foundation of psychological resilience consists of various factors whose combined action enables individuals to confront propagandistic information in a way that reduces its psychological impact. Factors of resilience to propaganda represent interconnected cognitive and socio-affective characteristics of individuals that participate in the processing and evaluation of information. Although differences exist among them, none of these factors operates in isolation; rather, they are integrated and form adaptive strategies of information processing, thereby contributing to defense against propagandistic activities (Ecker et al., 2022).

With regard to cognitive factors, research has shown that the ability for analytical thinking is one of the most important protective factors of psychological resilience, whereas, on the other hand, a tendency toward intuitive reasoning, as well as various forms of memory errors, contribute to greater vulnerability to inaccurate information and reduced resilience to propagandistic influence (Pennycook & Rand, 2020; Ecker et al., 2022). In this context, it has been established that individuals with pronounced analytical thinking evaluate information content and sources more rationally and demonstrate a greater ability to recognize inconsistencies, exaggerations, and implausible claims, particularly on digital platforms (Pennycook & Rand, 2018). Conversely, memory errors refer to situations in which individuals forget the sources of information, disregard or fail to attend to contradictory information, or misattribute accuracy to information simply because it is familiar to them (Mitchell & Johnson, 2009; Ecker et al., 2022). These processes lead to the phenomenon known as the illusory truth effect, which occurs when repeated false claims are perceived as more accurate and credible due to a sense of familiarity and cognitively easier processing of content (Fazio, 2020; Brashier, Eliseev, & Marsh, 2020). Consequently, the level of resilience is weakened, as the ability to distinguish reliable from manipulative information is compromised, given that detailed and thorough analysis of content and its accuracy does not take place (Ecker et al., Pennycook & Rand, 2020).

Among socio-affective factors, a key role in resilience to propaganda and manipulative content is played by the capacity for emotional regulation, which represents the ability to control and adjust one's own affective reactions (Southwick et al., 2014). Research indicates that individuals with reduced emotional regulation during content interpretation show a higher likelihood of believing false information (Martel, Pennycook, & Rand, 2020; Lühring et al., 2024). However, it should be noted that emotions arising during content interpretation are neither unidirectional nor do they invariably reduce levels of resilience; their influence largely depends on the broader context—on the type of emotion, the moment of its emergence, and the way in which the individual interprets it in accordance with prior beliefs. In other words, the effect of emotional responding is shaped by situational factors as well as by cognitive processes accompanying information processing (Lühring et al., 2024). It can be said that emotional arousal and affectively charged reactions, particularly when expressed automatically, contribute to diminished critical judgment, whereas well-developed skills of emotional self-regulation contribute to higher levels of resilience (Martel et al., 2020; Ecker et al.,

2022). Research has also shown that certain emotional states, such as positive mood (Koch & Forgas, 2012), social exclusion (Poon et al., 2020), and the need for social validation (Melchior & Oliveira, 2023), may increase susceptibility to deception and contribute to the emergence of the aforementioned illusory truth effect, particularly in situations where credibility judgments rely on subjective feelings of familiarity or ease of information processing.

Within socio-affective factors, personal beliefs and values, political affiliation, identification, and the attractiveness of information sources also play a significant role in psychological resilience (Ecker et al., 2022; Hameleers, 2023). This is consistent with the view that individuals tend to process information in ways that confirm their existing attitudes and protect their social identity (Kahan, 2013). However, when these patterns become overly rigid and closely tied to personal identity, vulnerability to propaganda increases. This is explained by findings showing that individuals are more likely to accept information that affirms their identity and beliefs, while being less inclined to accept information that threatens their identity (Kahan, 2017; Zmigrod, 2022)..

Nevertheless, psychological resilience, particularly in the contemporary information space, does not depend exclusively on individual characteristics. It is also conditioned by the broader social environment. According to Humprecht et al. (2020), resilience represents a complex phenomenon that includes collective capacity to overcome adverse circumstances, with particular emphasis placed on the role of social, political, and informational structures, especially the level of societal polarization and the functionality of the media system. Research has shown that in societies characterized by high levels of political polarization and support for populism, environments are created that are less resilient to disinformation, which is explained by greater “information pollution” within the information space and difficulties in achieving consensus on facts (Humprecht et al., 2020). Furthermore, declining trust in mainstream media further undermines collective levels of resilience, as media lose their capacity to unify audiences around reliable information, thereby opening space for the spread of disinformation and manipulative narratives (Humprecht et al., 2020). Such circumstances further lead to an increased tendency for individuals to seek information from dubious alternative sources, which may be composed entirely of false information (Altay et al., 2024). According to domestic authors (Pešić & Miljković, 2025; Petrović, 2021), education about current social phenomena, as well as truthful and regular reporting on them, also represent important factors in defense against information influence, as they can affect the assessment of the credibility of messages aimed at shaping individual perceptions and behavior.

As can be concluded, resilience to propagandistic influence is a complex and multidimensional process that cannot be adequately built once information has already spread. In support of this claim are research findings indicating that post hoc correction of disinformation is often slower and less effective than the proactive development of “cognitive immunity” (Lu et al., 2023). Therefore, it is necessary to act proactively and preventively in order to increase individuals’ ability to recognize and reject manipulative messages before they exert their influence.

## Inoculation Theory as a Model for Strengthening Defensive Psychological Resilience Against Propagandistic Influence

Contemporary research increasingly points to the importance of preventive action as a key means of strengthening individual and collective resilience to propaganda and manipulative content, particularly within the information space which, as previously noted, is highly susceptible to such threats. One of the most effective theories based on a preventive approach is the classical inoculation theory, which continues to find wide application in contemporary research and practices aimed at strengthening resilience to propaganda, especially in the modern information environment.

Inoculation theory was developed in the 1950s by McGuire (1964), immediately following the Korean War. The primary impetus for the development of the theory was the case of nine American prisoners of war who decided to remain with their captors after the end of the Korean War, which was then interpreted as a consequence of "brainwashing." In response, McGuire began to explore ways of developing resistance to persuasion and propagandistic messages, representing a significant shift away from research that had almost exclusively focused on increasing message persuasiveness (van der Linden, 2023).

At the core of this theory lies a concept based on an analogy with medical immunization. Namely, during the process of medical immunization, weakened forms of a virus are introduced into the body so that the immune system can respond to their presence (for example, through the production of antibodies) and create protection, enabling the organism to successfully defend itself against stronger variants of the virus at a later stage (McGuire, 1964). By analogy, McGuire argued that attitudes can be "protected" against persuasive attacks if individuals are first exposed to milder, weaker versions of persuasive arguments opposing their beliefs, followed by strong and convincing counterarguments to the presented claims. In this way, resistance to future, stronger attempts at persuasion is developed (McGuire, 1964). Because of this parallel with the process of developing "immunity," McGuire's inoculation theory is popularly referred to as a "vaccine against propaganda" (Panjeta, 2012).

In brief, according to inoculation theory, the preconditions for strengthening the resistance of attitudes and opinions (that is, for preventing changes in attitudes and opinions) consist of two key mechanisms: threat (or what some authors refer to as a forewarning of threat) and the preventive generation of counterarguments (Compton, 2013). Threat refers to the recipient's awareness that there is a possibility of exposure to persuasive attacks and manipulative messages (Traberg et al., 2023), as well as recognition that the attitudes under attack are "vulnerable" and thus susceptible to change (McGuire, 1964). In this context, threat functions as a signal and motivational force for activating a "mental immune system," which initiates cognitive defense against persuasive attacks (Compton et al., 2021; Panjeta, 2012). The second key mechanism, the preventive generation of counterarguments, involves providing recipients with concrete content that they can use to strengthen their own attitudes in defense against persuasive messages. This primarily refers to designing and presenting

counterarguments that preemptively refute persuasive claims, as well as highlighting possible deceptive tactics that may be employed. The goal is to equip message recipients in advance with an “arsenal” of arguments and knowledge that can be used in future situations involving stronger attempts at deception and persuasion. In this way, cognitive resources that are important for protection against persuasive and potentially deceptive messages are strengthened (Traberg et al., 2023; Compton, 2013). Inoculation can be implemented in an issue-based manner, where the focus is on providing counterarguments related to specific topics (e.g., health-related information), or in a technique-based manner, where the emphasis is placed on broader manipulative techniques used in the production of propagandistic messages (Lewandowsky & van der Linden, 2021). According to the classical model, inoculation interventions are considered to function by increasing the perceived sense of “threat” from manipulation, thereby enhancing motivation for self-defense (Compton, 2013). More recent interpretations of the theory emphasize the role of memory processes, suggesting that the strength of established memory traces is a more important factor for the effectiveness of inoculation interventions than motivation or perceived threat (Maertens et al., 2021).

Research has repeatedly confirmed the effectiveness of inoculation theory. It has been found that inoculation significantly increases resistance to propaganda across various domains, including politics, health, and climate change (Lewandowsky & van der Linden, 2021; Traberg et al., 2022; Cook et al., 2023), improves the ability to distinguish accurate from false information (Lu et al., 2023), and reduces the likelihood of acceptance of online radicalization (Braddock, 2019). As can be concluded, inoculation theory represents an effective approach to strengthening individuals’ psychological resilience, as research indicates that the inoculation process provides a certain degree of protection against various forms of persuasion and propagandistic influence and can be considered a significant defense mechanism in the contemporary information environment.

## *Conclusion*

Contemporary technological development clearly indicates that digital propaganda will remain a persistent phenomenon. Although it cannot be completely eliminated, its negative effects can be significantly mitigated through a better understanding of the ways in which it operates and an assessment of the types of influence it produces, as well as through an understanding of the psychological processes that strengthen resilience at both the individual and societal levels.

In the military context, understanding these phenomena is of crucial importance, as the information space increasingly represents the central battlefield of contemporary conflicts. Propagandistic activity in the digital environment does not target only the perception of the enemy, but also the trust, cohesion, and morale of one’s own forces. Building psychological resilience among personnel should therefore become a strategic priority, as it enables the preservation of individual stability, collective morale, and trust in institutions and command structures.

Continuous exposure to propagandistic activities and the inability of personnel to resist them may carry the risk of more serious consequences, which can potentially lead to the disruption of the functioning of the military system, both at the unit level and at the institutional level. The application of principles of psychological resilience and inoculation theory within the military should include training personnel to recognize manipulative content and propagandistic mechanisms, as well as to critically evaluate information through various training programs and educational initiatives. In addition to these competencies, it is considered important to implement training focused on the development of media and digital literacy, given that digital media and forms of propaganda-related activities are rapidly evolving; accordingly, military training programs must keep pace with these changes in order for personnel to remain aligned with the contemporary challenges of the information space.

## References

- [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/vojdela2202018M>
- [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](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>

## Summary

This paper analyzes psychological resilience to propaganda in the contemporary information space, with particular emphasis on digital platforms, which represent key channels in the distribution of propaganda and disinformation. The transformation of communication channels has led to a change in the nature of propagandistic activity, which has become participatory, decentralized, and algorithmically supported, thereby significantly increasing its reach and impact. The paper examines the basic theoretical characteristics of propaganda, disinformation, and contemporary forms of manipulation, as well as the psychological mechanisms that enable individuals and communities to defend themselves against propagandistic influences. Special emphasis is placed on a theoretical overview of cognitive and socio-affective individual psychological factors that contribute to resilience to propaganda, as well as on collective resilience factors, given that psychological resilience, particularly in the contemporary information space, does not depend exclusively on individual characteristics but also on the broader social environment. The paper discusses the characteristics of inoculation theory in the context of strengthening psychological resilience through the development of individual and collective capacities for recognizing and rejecting persuasive messages. It is emphasized that inoculation mechanisms, based on the principle of “cognitive immunization,” represent an effective form of preventive action that enables the creation of psychological protection mechanisms against propagandistic influence. In the conclusion, the importance of defensive psychological resilience in contemporary information conflicts is considered, particularly in the military context, where propaganda can undermine morale, cohesion, and trust in command structures. The need to integrate media and digital literacy training into military education and training programs is highlighted in order to increase readiness for action under conditions of information warfare.

Key words: *psychological resilience, propaganda, manipulation, disinformation, information warfare, digital platforms, media literacy, inoculation theory*

© 2025 The Author. Published by Vojno delo (<http://www.vojnodelo.mod.gov.rs>). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).





# ПСИХОЛОШКА ОТПОРНОСТ НА ПРОПАГАНДУ У САВРЕМЕНОМ ИНФОРМАЦИОНОМ ПРОСТОРУ\*

Урош Г. Миљковић<sup>1</sup>

*Достављен:* 25.9.2025.

*Језик рада:* Српски

*Кориговано:* 22.10.2025.

*Тип рада:* Прегледни рад

*Прихваћен:* 11.11.2025.

*DOI број:* 10.5937/vojdelo2504059M

**А**пстракт: 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).

<sup>1</sup> 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 ратовања<sup>2</sup>, 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

<sup>2</sup> 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, алгоритамаких 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 погодно 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*.<sup>3</sup> 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 појединца 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] Traber, 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] Traber, 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](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/>).



