

Izvorni znanstveni rad
Prihvaćeno: 20. studenog 2025.
<https://doi.org/10.20901/pm.62.3.02>

Uloga i važnost medijske pismenosti – iskustva i percepcije u Oružanim snagama Republike Hrvatske

IGOR KANIŽAJ

Hrvatsko katoličko sveučilište, Zagreb

MARINA SVRZE

Hrvatsko vojno učilište “Dr. Franjo Tuđman”, Zagreb

ASJA MADUNIĆ

Hrvatsko vojno učilište “Dr. Franjo Tuđman”, Zagreb

Sažetak

Porast količine dezinformacija, manipulativnog i propagandnog sadržaja te sadržaja koje je proizvela generativna umjetna inteligencija, kao i broja kibernetičkih napada, bio je poticaj da se u obrazovanje pripadnika oružanih snaga uvede novi edukativni program medijske pismenosti s ciljem osposobljavanja za kritičko vrednovanje medijskih sadržaja. Budući da u novim okolnostima medijska pismenost sve češće postaje sastavna komponenta obrambenih strategija, ovaj rad istražuje upoznatost pripadnika Oružanih snaga Republike Hrvatske s pojmom medijske pismenosti i sposobnost ispitanika za vrednovanje medijskih sadržaja. Prikazani su rezultati istraživanja u kojem je sudjelovao 421 ispitanik i koje je obuhvaćalo dvije ciljne skupine: studente polaznike vojne izobrazbe na Hrvatskom vojnom učilištu “Dr. Franjo Tuđman” te studente prijediplomskog sveučilišnog studija Vojno vođenje i upravljanje i Vojno inženjerstvo. U istraživanju su opisani i rizici koje donosi neuvođenje programa medijske pismenosti kao i potreba za sustavnom edukacijom vojnog osoblja kako bi se osigurala sigurnost i operativna učinkovitost oružanih snaga.

Gljučne riječi: medijska pismenost, oružane snage, vojska, edukativni programi, Hrvatska

1. Uvod

Globalni sigurnosni izazovi, hibridno ratovanje i manipuliranje informacijama zahtijevaju od pripadnika vojske ne samo fizičku i tehničku spremnost već i sposobnost snalaženja u složenom komunikacijskom okruženju (Detector Media, 2025). Svjedoci smo posve novih oblika hibridnog i psihološkog ratovanja, koje je danas lako provoditi zbog razvoja digitalnih platformi. Stoga ne iznenađuje porast kibernetičkih napada i dezinformacijskih kampanja, kao i sve češća zlouporaba alata umjetne inteligencije.

Poseban je izazov sve veći broj napada na europske institucije i organizacije putem Foreign Information Manipulation Interferencea (FIMI), aktivnosti kojom pojedine države i drugi akteri mogu negativno utjecati na vrijednosti, postupke i političke procese u određenoj instituciji ili državi. U izvješću European External Action Servicea (EEAS) 2025. donosi se izjava Kaje Kallas, visoke predstavnice EU-a za vanjske poslove i sigurnosnu politiku, u kojoj ona upozorava da nijedan dio svijeta ni društva nije pošteđen kibernetičkih napada:

Od Olimpijskih i Paraolimpijskih igara u Parizu preko predsjedničkih izbora u Moldaviji do Malija, Nigera i Burkine Faso; od prosvjeda poljoprivrednika u Njemačkoj do pristranog sadržaja kojim se želi opravdati ruski ekonomski i vojni utjecaj na Bliskom istoku, u Africi, SAD-u i dijelovima Latinske Amerike – nijedan sektor društva nije bio pošteđen. (EEAS, 2025b, str. 2)

Prema istom izvješćaju, u 2024. godini ukupno je zabilježeno 505 FIMI incidenata u 90 različitih država, pri čemu dominiraju kibernetički napadi na Ukrajinu (*ibid.*, str. 5).

Osim s takvim naprednim kibernetičkim oblicima napada pripadnici oružanih snaga suočavaju se i s brojnim drugim izazovima, jer “manipulacija istinom, lažne vijesti i ciljane propagandna kampanja mogu imati razorne učinke na moral vojnika, percepciju javnosti i donošenje operativnih odluka” (Magalhães, 2025, str. 83). Stoga se “nedostatak medijske pismenosti sve više prepoznaje kao nova fronta razaranja koja cilja na moral, jedinstvo i učinkovitost vojske” (Ventsel, 2024, str. 6, 40; Rushing, 2024, str. 21), što je vidljivo na primjeru rata u Ukrajini ili u Izraelu.¹

U doba hibridnog ratovanja, u kojem se tradicionalne vojne metode kombiniraju s kibernetičkim i informacijskim operacijama, vojnici više nisu samo fizički

¹ Tijekom sukoba s Hamasom društvene mreže postale su glavno poprište širenja lažnih vijesti, montiranih videozapisa i narativa koji ciljaju na moral vojnika i civilnog stanovništva. Pritom posebnu ulogu imaju kampanje koje se koriste emocionalno nabijenim fotografijama i porukama kako bi se izazvala polarizacija i potaknula međunarodna osuda izraelskih akcija, čime se dodatno zamagljuje granica između stvarnosti i propagande.

akteri na bojištu, već i subjekti i objekti digitalne propagande (Ventsel, 2024, str. 6, 38). Spomenuti FIMI, kao i digitalno okruženje u kojem se odvijaju oružani sukobi čine oružane snage ranjivima, posebno dezinformacijama², propagandom, ali i slučajnim i nenamjernim postupcima pripadnika oružanih snaga koji katkad objavljuju neke sadržaje kao privatne osobe, zanemarujući činjenicu da su vojnici.

“Neki su vojnici, osobito mlađi, izloženi velikom broju informacija, ali nisu sustavno osposobljeni da ih kritički vrednuju i da se kritički služe društvenim mrežama. To ih čini ranjivima na propagandu, teorije zavjere i manipulacije koje mogu potkopati povjerenje u zapovjednike, saveznike ili svrhu misije” (Tatham, 2015, str. 33). Kao što fizički napad može razoriti infrastrukturu, tako i informacijski napad može razoriti jedinstvo i disciplinu vojske. Bez jasnog razumijevanja kako informacije putuju i kako mogu biti iskrivljene, čak i dobronamjerne izjave ili objave mogu ugroziti operativnu sigurnost ili izazvati diplomatske incidente (U.S. Department of Defense, 2023).

U opisanim okolnostima medijska pismenost sve češće postaje sastavna komponenta obrambene strategije. Stoga ne iznenađuje što je i NATO prepoznao njezinu važnost u svojoj obrambenoj strategiji, istaknuvši u dokumentu *Strategic Communications in NATO Operations* potrebu da se vojno osoblje obuča za prepoznavanje i reagiranje na informacije koje mogu utjecati na misije i operacije (NATO StratCom COE, 2020, str. 15).

S obzirom na sveprisutnost digitalnih medija i društvenih mreža sposobnost vojnog osoblja da prepozna i analizira informacije te da reagira na njih nužna je za očuvanje sigurnosti i operativne učinkovitosti (U.S. Department of Defense, 2023, str. 9). Vještine i kompetencije medijske pismenosti postaju strateški alat koji vojnom osoblju omogućuje da se učinkovito suoči s informacijskim prijetnjama, dezinformacijama, ali i s FIMI napadima. Edukacija o medijskoj pismenosti postaje alat prevencije i izgradnje odgovornog vojnog ponašanja u digitalnom prostoru (Ventsel, 2024, str. 42; Denisa-Liepniece, 2022a, str. 16).

Ovaj rad istražuje upoznatost pripadnika Oružanih snaga Republike Hrvatske i studenata prijediplomskog i diplomskog sveučilišnog studija Vojno vođenje i upravljanje i Vojno inženjerstvo s pojmom medijske pismenosti Također istražuje kako ispitanici procjenjuju svoju medijsku pismenost te u kojoj mjeri vrednuju i provjeravaju sadržaj kojem su izloženi preko medija i društvenih mreža u Hrvatskoj.

² Pod dezinformacijom razumijevamo namjerno stvoren lažni sadržaj koji se promovira s ciljem da se nekoga dovede u zabludu (Butcher, 2021, str. 8, prema Ciboci Perša *et al.*, 2021, str. 561). U odnosu na tako određen pojam, dezinformacijske kampanje su ciljane i planirane aktivnosti prema nekom subjektu ili instituciji koje se provode u određenom vremenskom periodu te uključuju proizvodnju i odašiljanje većeg broja dezinformacija.

2. Medijska pismenost

S obzirom na izazove opisane u uvodnom poglavlju sve se češće ističe važnost medijske pismenosti kao nove, neophodne kompetencije. Medijska pismenost, definirana kao sposobnost prepoznavanja, analize, interpretacije i evaluacije informacija iz različitih izvora, postaje sve važnija i u vojnom kontekstu (US Army, 2025, str. 12; Kozłowska-Barrios *et al.*, 2024, str. 49, 104-112).

Iskorak u istraživanju medijske pismenosti dogodio se 1993. godine kada je Patricia Aufderheide s Američkog sveučilišta, zajedno s Charlesom M. Firestoneom, među prvima istaknula da medijska pismenost podrazumijeva pristup, analizu, vrednovanje i stvaranje sadržaja (Aufderheide i Firestone, 1993). Tu temeljnu definiciju s vremenom su nadopunili brojni autori. Primjerice, Renee Hobbs (2010) ističe kako je navedenim vještinama nužno pridodati i mogućnost sudjelovanja i djelovanja, dodavši kako se ta dimenzija prepoznaje u pojedinačnom i zajedničkom radu na dijeljenju znanja i rješavanju problema u obitelji, na radnom mjestu, u zajednici, ali i sudjelovanjem člana zajednice na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. Vještine koje opisuje navedena definicija uče se i stječu u odgojno-obrazovnom sustavu, točnije odgojem za medije i programima medijskog obrazovanja koji su “proces podučavanja i učenja o medijima; medijska pismenost je ishod – znanje i vještine koje učenici usvoje” (Buckingham, 2012, str. 4). Navedene aktivnosti najčešće se provode na razini osnovne i srednje škole s različitim praksama primjene. Iako se isprva primarno radilo o kritičkom vrednovanju sadržaja, istraživači su s vremenom prepoznali kako te kompetencije mogu dovesti i do većih promjena na razini društva. “Kada ljudi imaju digitalne i medijske kompetencije, oni prepoznaju osobne, korporativne i političke agende i osposobljeni su progovoriti u ime onih koji se ne čuju, kao i iz perspektiva koje su izostavljene iz naših zajednica” (Hobbs, 2010, str. 17). Upravo Hobbs naglašava važnost aktivnog angažmana u provođenju programa medijske pismenosti.

U određenju medijskog obrazovanja polazimo od definicije da je riječ o “procesu učenja o medijaliziranoj komunikaciji (u formalnom, neformalnom, povezanom učenju ili ‘trećem prostoru’) koji uključuje analizu medija i proizvodnju medijskog sadržaja uz kritički angažman, promišljanje i društvenu odgovornost i učenika i edukatora” (Friesem *et al.*, 2022, str. 1). Obrazovanje za medijsku pismenost nužno je kako bi se osposobilo ljude da sudjeluju u građanskim društvima koja su sve više medijalizirana (Mihailidis, 2014, str. 159). No iako je krajnji cilj tog obrazovanja osposobljavanje građana za sudjelovanje u demokratskom društvu, kompetencije medijske pismenosti mnoge su šire.

Pfaff-Rüdiger *et al.* (2012) opisali su tri temeljne kompetencije, odnosno područja medijske pismenosti: (a) ekspertizu, (b) osobne kompetencije i (c) društvene kompetencije. U polju ekspertize medijski pismena osoba poznavat će medije, imati

tehničke vještine, znati ekonomski i pravni kontekst i društveni diskurs o medijskoj pismenosti te imati svijest o medijalnosti. U polju osobnih kompetencija osoba će razvijati emocionalne, motivacijske, evaluacijske i kreativne kompetencije, dok će u polju društvenih kompetencija imati vještine participacije i komunikacije te određenu razinu obrazovanja i morala (Pfaff-Rüdiger *et al.*, 2012, str. 46). Govoreći o važnosti medijske pismenosti za suvremeno društvo, autori su istaknuli da medijska pismenost podrazumijeva i kritičko propitivanje i izražavanje kako bi se izgradili snažniji odnosi među građanima, institucijama i zajednicama (Mihailidis, 2014, str. 154).

Posljednjih nekoliko godina svjedočimo sve češćem uvođenju programa medijskog obrazovanja s ciljem podizanja razine medijske pismenosti u kontekstu borbe protiv dezinformacija, manipulacija i propagande kao namjerno kreiranih informacija kojima je temeljni cilj obmanjivanje javnosti (usp. Ciboci Perša *et al.*, 2025). Takvom tipu informacija najčešće su izložene mlađe generacije. Medijska pismenost pojačava građansku i političku participaciju mladih tako što ih potiče da prikupljaju i vrednuju informacije, postavljaju prava pitanja, razvijaju mišljenje i potiču dijalog s drugima (Martens i Hobbs, 2015; Mihailidis i Thevenin, 2013, prema Ciboci Perša *et al.*, 2023).

Programi medijske pismenosti provode se na globalnoj razini već godinama zahvaljujući ponajprije aktivnostima UNESCO-a koji je 1982. godine donio *Grünwaldsku deklaraciju o medijskom obrazovanju*, koja se smatra temeljnim dokumentom u tom području. Nakon te deklaracije i druge su institucije započele s inicijativama vezanim uz medijsku pismenost. Tri vodeće međunarodne institucije – UNESCO, Vijeće Europe i Europska unija – različitim, ali međusobno usklađenim pristupima promiču medijsku pismenost kao temeljnu kompetenciju suvremenog građanstva, ključnu za očuvanje demokratskih vrijednosti i za otpornost društva na dezinformacije (UNESCO, 2022; Council of Europe, 2018; European Commission, 2024). Te institucije redovito objavljuju dokumente, preporuke, direktive i deklaracije o medijskoj pismenosti, dok UNESCO usto na poseban način promovira i novi, širi koncept medijske i informacijske pismenosti (Media and Information Literacy – MIL), s posebnim naglaskom na informacijskoj komponenti te na uključivanju knjižničara, kao važnih dionika, u aktivnosti vezane za medijsku pismenost.

UNESCO djeluje putem strateških dokumenata, edukacijskih programa, mreža, organiziranja godišnjih događaja te putem kurikularnih smjernica. Osim toga uspostavio je niz alata i mreža za širenje kompetencija, npr. *UNESCO Media and Information Literacy Alliance* (UMA) koja povezuje međunarodne mreže za promicanje MIL-a u više od 100 zemalja,³ te donio program *Globalni standardi*

³ <https://www.unesco.org/en/articles/unescos-innovative-tools-media-and-information-literacy>, pristupljeno 17. 11. 2025.

za razvoj kurikula MIL-a (“Global Standards for Media and Information Literacy Curricula Development Guidelines”) koji pomaže državama u izradi jedinstvenog pristupa.⁴

Vijeće Europe također potiče i promiče medijsku pismenost normativnim aktima, preporukama, istraživanjima i alatima za države članice koji se odnose na slobodu izražavanja, medijsko pluralističko okruženje i digitalno građanstvo. Prema Vijeću Europe (Council of Europe, 2018), države članice trebaju osigurati sustavne programe medijske pismenosti radi jačanja demokratske otpornosti. Vijeće Europe (Council of Europe, 2020) ističe važnost osposobljavanja građana za prepoznavanje dezinformacija i propagande u digitalnom okruženju. Europski audio-vizualni opservatorij, koji je utemeljilo Vijeće Europe, ističe kako je korisnike potrebno educirati za aktivno i kritičko sudjelovanje u medijskom prostoru.⁵

Europska unija također promiče medijsku pismenost preko normativnog okvira (direktive i uredbe), financiranjem projekata i koordinacijom politika među državama članicama. U fokusu su borba protiv dezinformacija, zaštita pluralizma medija i poticanje digitalnih kompetencija. Prema *Direktivi o audio-vizualnim medijskim uslugama* (European Parliament & Council of the EU, 2018), države članice moraju podupirati nacionalne mjere za razvoj medijske pismenosti i izvještavati o njima. Europska komisija (European Commission, 2022) ističe da su medijska pismenost i digitalne kompetencije ključne za borbu protiv dezinformacija i za jačanje demokratskih vrijednosti.⁶

⁴ https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/files/2022/02/Global%20Standards%20for%20Media%20and%20Information%20Literacy%20Curricula%20Development%20Guidelines_EN.pdf?utm_source, pristupljeno 17. 11. 2025.

⁵ Preporuka Odbora ministara “CM/Rec(2018)1” o pluralizmu medija i transparentnosti vlasništva medija u kojoj se navodi da države trebaju uvesti sveobuhvatan okvir za MIL. (https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/media-literacy?utm_source, pristupljeno 17. 11. 2025.). Kampanja “Dealing with propaganda, misinformation and fake news” u kojoj se naglašava potreba da škole u okviru kurikula omoguće obrazovanje o medijskoj i informacijskoj pismenosti (https://www.coe.int/en/web/campaign-free-to-speak-safe-to-learn/dealing-with-propaganda-misinformation-and-fake-news?utm_source, pristupljeno 17. 11. 2025.).

⁶ Smjernice Europske komisije (npr. Media Literacy Guidelines) koje pomažu državama članicama izvještavati o mjerama razvoja medijske pismenosti (https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/media-literacy-guidelines?utm_source, pristupljeno 17. 11. 2025.). Ističemo i obvezu država članica da, prema Direktivi o audio-vizualnim medijskim uslugama (AVMSD), poduzmu mjere za razvoj medijske pismenosti. Uz potporu Europske komisije pokrenut je i European Digital Media Observatory (EDMO), kao središnje mjesto koje okuplja organizacije za provjeru činjenica, stručnjake i znanstvenike, kako bi se potaknule razmjena praksi i kampanje za medij-sku pismenost (<https://edmo.eu/>, pristupljeno 17. 11. 2025.).

3. Nužnost medijske pismenosti u edukativnim programima oružanih snaga

Oružane snage brojnih država već godinama razvijaju edukativne programe iz raznih područja djelovanja. No važnost medijske pismenosti tek je nedavno aktualizirana, s obzirom na brojne nove izazove opisane u prethodnim poglavljima. Vojnik koji je medijski pismen lakše će prepoznati manipulaciju, razumjeti kontekst vijesti i oduprijeti se emocionalnim reakcijama na lažne ili iskrivljene informacije (Kozłowska-Barrios *et al.*, 2024, str. 104-112; Ventsel, 2024, str. 41-42).

No valja ukazati na još jedan fenomen. Nažalost, u zadnje vrijeme sve češće svjedočimo neopreznom objavljivanju fotografija, lokacija ili komentara djelatnih vojnih osoba, što, prema istraživanju Rushing, može imati ozbiljne sigurnosne posljedice ne samo za pojedinog vojnika već i za čitavu postrojbu (2024, str. 23). U sukobima u Ukrajini i Siriji neovlaštene objave pripadnika oružanih snaga na društvenim mrežama uzrokovale su ozbiljne sigurnosne prijetnje – neovlaštene fotografije vojnika pomogle su neprijatelju da locira protivničke jedinice (Bachmann i Gunneriusson, 2015, str. 82), što je povećalo njihovu ranjivost. Slični incidenti zabilježeni su i u Afganistanu (*Reuters*, 2025, str. 3). U vremenu kada se informacije šire brzo i nekontrolirano važno je da pripadnici oružanih snaga razumiju posljedice svojih objava na društvenim mrežama te važnost zaštite operativne sigurnosti (US Army, 2025, str. 15).

Stoga i NATO sve češće svrstava medijsku i informacijsku pismenost u instrumente kognitivne otpornosti kojima se razvijaju vještine i sposobnosti prepoznavanja i zaštite od manipulacije informacijama, od dezinformacija te od drugih oblika informacijskog rata. U tom kontekstu, izobrazba i obuka pripadnika oružanih snaga za prepoznavanje manipulacija i borbu protiv njih postaje imperativ (Rid, 2013). Ratovi 21. stoljeća (npr. u Ukrajini, na Bliskom istoku) svjedoče da se borba ne vodi samo oružjem, nego i informacijama. Kognitivno ratovanje postavlja manipuliranje informacijama u središte suvremenih sukoba, gdje je cilj utjecati na percepciju i ponašanje neprijatelja putem ciljanih informacijskih napada (Ventsel, 2024, str. 5). U okviru NATO-ova Centra za strateške komunikacije (STRATCOM) u Rigi kognitivno ratovanje postalo je novi okvir za operacije koje su prije bile poznate kao psihološke operacije (PSYOPS). Promjena pristupa, od psiholoških operacija prema kognitivnom ratovanju, sada uključuje sveobuhvatne metode utjecaja na percepciju, ponašanje i stavove ciljanih aktera, kako preko tradicionalnih medija tako i preko digitalnih i društvenih mreža.

Napredak u tehnologiji i proizvodnji sintetičkih medija, kao i u generativnim modelima povećava rizik od stvaranja lažnih fotografija, videozapisa i zvučnih zapisa koji mogu manipulirati javnom percepcijom (Chesney i Citron, 2019). Pritom treba istaknuti kako vojnici i građani istodobno postaju potencijalne mete i posrednici takvih informacija. Manipulacija percepcijama, plasiranje lažnih narativa i sla-

bljenje morala dezinformacijama cilj je hibridnih prijetnji koji ne zahtijeva ni tenkove ni metke, već pametno osmišljene digitalne kampanje (Pamment *et al.*, 2021, str. 12). Medijska pismenost postaje jednako važna kao i poznavanje oružja ili taktike (Magalhães, 2025, str. 7). Ističe se kako je “obuka iz medijske pismenosti jednostavan i učinkovit alat za izravnu borbu protiv štetnih učinaka kognitivnog ratovanja i dezinformacija” (Singer i Johnson, 2021). Takva edukacija ne pridonosi samo individualnoj otpornosti, već jača i kolektivnu sigurnosnu kulturu u oružanim snagama. U tom kontekstu, stručnjaci za sigurnost upozoravaju da i “naizgled bezazlene objave – poput fotografija, geoloških podataka ili komentara na društvenim mrežama – mogu predstavljati ozbiljne operativne rizike” (Campbell i Martin, 2022, str. 1433).

U dokumentu Marine Corps Doctrinal Publication (2023, str. 20) ističe se kako medijska pismenost jača otpornost vojnika i smanjuje izloženost stranim dezinformacijskim kampanjama, poput propagande korištene protiv Rohindža u Mjanmaru te u kontekstu sukoba Ukrajine i Rusije (*Military Times*, 2022, str. 4). Nerijetko se tvrdi da je “trening medijske pismenosti jednostavan i učinkovit alat za izravnu borbu protiv malignih učinaka kognitivnog ratovanja” (Campbell i Martin, 2022, str. 1434). Dakle, medijska pismenost pridonosi kritičkom razmišljanju, jača unutarnju koheziju i smanjuje ranjivost na manipulaciju, čime se podiže ukupna borbena spremnost (Ventsel, 2024, str. 6, 43; Kozłowska-Barrios *et al.*, 2024, str. 50, 104-112).

Stoga edukacija o medijskoj pismenosti postaje i alat prevencije i izgradnje odgovornog ponašanja vojnih osoba u digitalnom prostoru (Ventsel, 2024, str. 41-42; Denisa-Liepniece, 2022a, str. 16). Medijski pismeni pripadnici oružanih snaga znaju prepoznati zamke i izazove medijskog prostora te imaju višestruku prednost na četiri područja:

1. **Otpor manipulaciji i dezinformacijama** – prepoznaju lažne informacije, propagandu i psihološke operacije, čime štite moral i donošenje odluka (NATO StratCom COE, 2020, str. 22; Jolls, 2022, str. 7).
2. **Operativna sigurnost (OPSEC)** – svjesni su malih, ali značajnih opasnosti kao što su objave fotografija, lokacija ili komentara na društvenim mrežama (Campbell i Martin, 2022, str. 21; Singer i Johnson, 2021, str. 6).
3. **Kohezija i profesionalnost** – edukacijom se podiže svijest o odgovornoj komunikaciji, jača povjerenje unutar snaga i u javnosti (UNESCO, 2021, str. 14; *Random Lengths News*, 2025, str. 4).
4. **Javno komuniciranje i transparentnost** – mogu se koristiti medijima za izgradnju pozitivne percepcije, osobito u misijama, krizama ili u humanitarnom djelovanju (Higdon, 2025, str. 3; NATO StratCom COE, 2020, str. 30).

Osim toga, vojnici i zapovjednici trebaju razumjeti i kako se informacije plasiraju, kako funkcionira medijska logika te na koji se način može oblikovati narativ u

javnosti (Detector Media, 2025). Time se jača transparentnost, povjerenje građana i legitimnost obrambenih institucija (Ventsel, 2024, str. 6). Vojnici koji su medijski osviješteni mogu pridonijeti toj slici, posebno u kriznim situacijama, humanitarnim operacijama i međunarodnim misijama (U.S. Naval Institute, 2025). Nužno je naglasiti i ulogu proaktivnog strateškog komuniciranja u mirnodopskim operacijama, što je također jedna od vrlo važnih aktivnosti u promociji oružanih snaga. Sve te aktivnosti nije moguće savladati bez adekvatnih programa medijske pismenosti.

U izvješću *Building Resiliency: Media Literacy as a Strategic Defense Strategy for NATO Countries* Jolls navodi kako je važno razviti strategije koje uključuju sve sektore društva, među njima i obrazovanje, civilno društvo i vojsku, kako bi se izgradila otpornost na informacije (Jolls, 2022, str. 6). Singer i Johnson također ističu kako je vojne osobe potrebno obučiti da prepoznaju digitalne prijetnje i reagiraju na njih (Singer i Johnson, 2021, str. 5).

Naglašava se i da medijsko opismenjavanje postaje ključna komponenta obrambene strategije u suvremenim vojnim strukturama. Iako postoje izazovi u implementaciji i potencijalne kritike, važno je razviti obuke koje će omogućiti vojnim osobama da prepoznaju i reagiraju na informacije koje mogu utjecati na sigurnost i operativnu učinkovitost (Livingstone *et al.*, 2017, str. 203).

3.1. Pregled uključenosti medijske pismenosti u vojne kurikule ili nastavne planove i programe oružanih snaga

Unatoč prepoznavanju važnosti medijske pismenosti postoje i kritike u vezi s uključivanjem programa medijske pismenosti u edukativne programe oružanih snaga. Temeljna kritika odnosi se na otpor tradicionalnih struktura koje medijsku pismenost smatraju jednom od “mekih” vještina (Livingstone *et al.*, 2017, str. 203) i koje teme pismenosti vide kao “meke” vještine (*ibid.*). Također, kulturne razlike među državama otežavaju standardizaciju kurikula (Reuters, 2025). Osim toga, sve su češće rasprave u kojima se ističe zabrinutost da bi implementacija medijske pismenosti u vojsci mogla dovesti do ideološke kontrole i nadzora (usp. *Random Lengths News*, 2025, str. 3).

Nužno je naglasiti da medijska pismenost nadilazi okvir obične dodatne edukacije vojnih osoba – ona je temeljni obrambeni alat u suvremenim sukobima (NATO StratCom COE, 2020, str. 12; EU External Action, 2022, str. 5), a oni koji su medijski pismeni postaju otporniji, sigurniji i učinkovitiji na informacijskom bojištu (Marine Corps Doctrinal Publication, 2023, str. 18).

Edukacija bi nužno trebala uključivati prepoznavanje neistinitih informacija, razumijevanje medijskog narativa, odgovornu upotrebu društvenih mreža i prepoznavanje psiholoških operacija (UNESCO, 2021). Velchev (2025) navodi da bi “zemlje Zapada” na taj izazov mogle odgovoriti osiguravanjem obuke iz medijske

pismenosti pripadnicima svojih oružanih snaga kako bi ih se osposobilo za prepoznavanje svih aktivnosti informacijske manipulacije i za otpornost na njih. Europska unija također ulaže u stratešku komunikaciju i civilne inicijative te sustavno financira projekte koji podržavaju razvoj medijske pismenosti, koji se fokusiraju na obuku vojnog i civilnog osoblja za prepoznavanje informacijskih prijetnji i reagiranja na njih s ciljem jačanja digitalne otpornosti u širem društvenom i sigurnosnom kontekstu (EU External Action, 2022, str. 5).⁷

NATO implementira obuku iz medijske pismenosti preko različitih centara izvrsnosti i obrazovnih institucija. Na primjer, *NATO Advanced Media Operations Course* obučava vojne časnike i civile iz država članica pripremajući ih za službu u NATO-ovoj *Direkciji za strateške komunikacije* (NATO School, 2022). NATO-ov *Centar izvrsnosti za kibernetičku obranu* (CCDCOE) nudi treninge koji uključuju aspekte medijske pismenosti u kontekstu kibernetičkih prijetnji i informacijske sigurnosti (NATO CCDCOE, 2024). Brojne države razvile su vlastite programe medijske pismenosti u vojnim strukturama.

Američko Ministarstvo obrane (DoD) prepoznaje potrebu za standardiziranim, višedimenzionalnim programom medijske pismenosti kako bi vojnici stekli vještine potrebne za učinkovito suočavanje s dezinformacijama (Ventsel *et al.*, 2023). Pritom se digitalna pismenost kao pojam sve češće pojavljuje u ključnim dokumentima, iako se primarno temelji na kompetencijama medijske pismenosti, dok digitalno naglašava tehnološki aspekt i informacijsko-komunikacijske izazove.⁸ Na tome su tragu i nove izmjene nastavnog plana i programa Američke vojne akademije, koja je uvela poseban izborni predmet RS103 – *Information Literacy and Critical Thinking*.⁹ Američka vojska preko ključnog strateškog obrazovnog dokumenta *Army Learning Concept* sustavno promiče digitalnu pismenost kao jednu od ključnih komponenti vojnog obrazovanja. To potvrđuje i dokument za aktualni strateški period od 2020. do 2030. te za sljedeći strateški period od 2030. do 2040.¹⁰

⁷ Npr. EUvsDisinfo Project (<https://euvsdisinfo.eu/>, pristupljeno 17. 9. 2025.).

⁸ Opširnije o tome u: Ministarstvo obrane Sjedinjenih Američkih Država (https://media.defense.gov/2023/Nov/15/2003341248/-1/-1/0/DP-3-16-PODCAST-TRANSCRIPT-FITZPATRICK_GILES.PDF?utm_source, pristupljeno 17. 11. 2025.).

“Obuka iz medijske pismenosti prikladna je za oružane snage jer može djelovati preventivno i pridonositi razvoju vještina” (Protecting Servicemembers from Foreign Influence: A CounterMDM Toolkit, CNA, 2024, https://www.cna.org/reports/2024/05/Protecting-Servicemembers-from-Foreign-Influence.pdf?utm_source, pristupljeno 17. 11. 2025.).

⁹ Članak “From Data to Decisions: Building a Culture of Information Literacy” objavljen je u lipnju 2025. godine (https://www.usni.org/magazines/proceedings/2025/june/data-decisions-building-culture-information-literacy?utm_source, pristupljeno 17. 11. 2025.).

¹⁰ The Army Learning Concept for 2030-2040 (<https://adminpubs.tradoc.army.mil/pamphlets/TP525-8-2.pdf>, pristupljeno 17. 9. 2025.).

I na prostoru Europe medijska se pismenost uključuje u obrazovanje pripadnika oružanih snaga. Primjerice, u Švedskoj je osnovana Agencija za psihološku obranu (Psychological Defence Agency) čiji je zadatak “identificirati, analizirati i pružati podršku u suzbijanju zlonamjernih i drugih obmanjujućih informacija koje su usmjerene protiv Švedske ili švedskih interesa od strane antagonističkih stranih sila”.¹¹

I Velika Britanija razvija nastavni plan i program za borbu protiv dezinformacija unutar oružanih snaga (UK MOD, 2023, str. 7). Osim u navedenim državama velik napredak u integraciji medijske pismenosti u vojne planove i programe vidljiv je i u Njemačkoj, Kanadi, Australiji, Finskoj i Nizozemskoj (Campbell i Martin, 2022, str. 20; Fitzpatrick *et al.*, 2022, str. 101-114; Kozłowska-Barrios *et al.*, 2024, str. 104; Ventsel, 2024, str. 1).

U Estoniji je 2021. razvijena platforma za Estonske obrambene snage koja se koristi metodama što odgovaraju potrebama polaznika vojne izobrazbe i vrstama informacijskih operacija s kojima se suočavaju (Ventsel *et al.*, 2023; U.S. Naval Institute, 2025).

Integracija programa medijske pismenosti unutar NATO-a, EU-a i općenito oružanih snaga pokazuje smjer razvoja obrambenih politika. U budućnosti medijska pismenost trebala bi postati sastavni dio svake razine vojne obuke, od temeljne do strateške, jer je ona jedan od ključnih elemenata modernog koncepta totalne obrane (Bachmann i Gunneriusson, 2015, str. 89; Ventsel, 2024, str. 1-6).

Tablica 1. Pregled programa, tečaja i kurikula iz područja medijske pismenosti prema državama u oružanim snagama NATO-a/EU-a koje imaju programe medijske pismenosti u otvorenom pristupu

Država/ Organizacija	Program/Tečaj/ Kurikul	Glavna tema	Izvor
Hrvatska	Mediji, propaganda i odnosi s javnošću	Osnove odnosa s javnošću, propaganda i medijska pismenost	vojni.unizg.hr Informacijski paket
NATO (kolektivno)	Basic Public Affairs Course (BPAC), Crisis Communication Course (CCOM), Public Affairs in International Operations (PAIO) – PARC Skoplje	Osnove odnosa s javnošću, krizna komunikacija, odnosi s javnošću u međunarodnim operacijama	NATO ACT – act.nato.int

¹¹ <https://mpf.se/psychological-defence-agency/about-us/our-mission>, pristupljeno 10. 10. 2025.

NATO CCDCOE	Training Catalogue 2024	Medijska simulacija, strateška komunikacija	NATO CCDCOE, 2024, str. 3-7
NATO Joint Warfare Centre (Norveška)	Media Simulation & Info Environment	Simulacija medijskog i informacijskog okruženja (botovi, trolanje, propagandne kampanje)	JWC NATO – jwc.nato.int
Bosna i Hercegovina (PSOTC – NATO partner)	Media Management in PSO Basic Course (MMPSOBC)	Pisanje priopćenja, vođenje tiskovnih konferencija, rad s medijima u misijama	PSOTC – psotc.org
Tunis (NATO DEEP eAcademy)	Basic Virtual Content Creation Training	<i>E-learning</i> , virtualni sadržaj, AI alati, model ADDIE	NATO DEEP eAcademy – deeportal. hq.nato.int
Sjedinjene Američke Države	DINFOS (Defense Information School)	Obuka u vojnom novinarstvu, komunikaciji i strateškom PR-u	NATO ACT – act.nato.int
Sjedinjene Američke Države	Data Literacy; Digital Literacy Handbook	Digitalna pismenost i operativna spremnost	US Army, 2025, str. 12-15
Velika Britanija	Media Literacy for Defence	Prepoznavanje i razumijevanje dezinformacija	NATO ACT – act.nato.int Denisa-Liepniece, 2022a, str. 14-16
Švicarska	Media and Information Competence Agency (MICA)	Obuka u medijskim operacijama i komunikacijskim strategijama	NATO ACT – act.nato.int
Australija (ADF)	Defence Media Awareness and Skills Course; Defence Media Awareness and Writing Course; VIP Media Training; Defence Public Affairs Training Course	Medijska pismenost, priprema za intervju, upoznavanje s funkcioniranjem medija i pisanje za medije, medijski trening	ANAO – anao. gov.au
Australija (ADF)	ASPI Media Masterclass	Razumijevanje rada medija, intervjui, pisanje <i>op-ed</i> editorijala	ASPI – aspi. org.au
Finska (FDF)	Communications conscript roles & Social Media Guidelines	<i>Online</i> komunikacija, grafički rad, foto/video, sigurnost na društvenim mrežama	FDF – inti.fi / puolustusvoimat.fi
Finska	Media Literacy Course	Svijest i razumijevanje informacijskog ratovanja	Kozłowska-Barrios <i>et al.</i> , 2024, str. 46, 50, 104-112
Nizozemska (vojno)	Netherlands School for Peace Operations – e-learning	Obuke za međunarodne misije, sigurnost i humanitarne uvjete	Defensie.nl SPO
Nizozemska	Military MIL Program	Kognitivna otpornost i medijska pismenost	Denisa-Liepniece, 2022b, str. 14-16

Švedska	Swedish Psychological Defence Agency (MPF)	Obuka, vježbe, informacijske inicijative za agencije, organizacije, lokalne vlasti koje provode “total defence concept” – aspekti informacijske i komunikacijske obrane zajedno s oružanim snagama. Priručnik “Countering Information Influence Activities” (2024) koji su izdali MPF + Swedish Civil Contingencies Agency – namijenjen medijima i organizacijama za otkrivanje i odupiranje informacijskim utjecajima	mpf.se
Kanada (CAF)	Defence Public Affairs Learning Centre (DPALC): Basic PA Training, Defence Public Affairs Course	Obuka za odnose s javnošću, komunikaciju, društvene mreže, vojnu dužnost odnosa s javnošću	DPALC
Kanada (CAF)	Pathway to Digitalization	Digitalna pismenost, integracija u kurikulum OS Kanade	Canada.ca
Estonija	MIL Platform	Platforma za edukaciju iz medijske pismenosti u vojsci	Ventsel <i>et al.</i> , 2023
SR Njemačka	“Zentrum Informationsarbeit Bundeswehr”: Tečaj medijske pismenosti i komunikacije Obuka za vođenje medijskih intervjua i javnih nastupa “Presseoffizier-Ausbildung” (obuka za časnika za medije/ glasnogovornika) Seminar “Mittler in der Öffentlichkeitsarbeit”/“Mittler-Seminar” (Seminar za časnika za odnose s javnošću)	Obuka vojnih i civilnih pripadnika oružanih snaga za rad u odnosima s javnošću, za rad u medijima (fotografija, video, <i>online</i>), za javne motivacijske govore pred kamerom, za uređivanje sadržaja na internetu i društvenim mrežama. Priprema za obnašanje dužnosti glasnogovornika (<i>press officer</i>): vođenje intervjua, komunikacija s medijima, javni nastupi, rad ispred kamera; Priprema pričuvnika ili predstavnika Njemačke vojske (Bundeswehra) koji su “posrednici” između vojske i javnosti. Težište na organizaciji infoštanova, odgovaranju na upite medija, javnim prezentacijama, motivacijskom govoru pred publikom	

Izvor: autorski prikaz. Podaci prikazani u tablici prikupljeni su iz službenih otvorenih izvora vojnih i međunarodnih organizacija, znanstvene literature i relevantnih publikacija o medijskoj pismenosti i informacijskim operacijama: NATO (ACT, CCDCOE, JWC, DEEP eAcademy), PSOTC, U.S. Army/DINFOS, Canadian Armed Forces/DPALC, Finnish Defence Forces (FDF), Australian Defence Force (ADF), Defensie.nl, Forsvarsmakten, Swiss MICA, European Commission, EEAS, EPALC, Media Literacy Network (Nizozemska), Kozłowska-Barrios *et al.*, 2024, Denisa-Liepniece, 2022, Jolls, 2022, Ventsel *et al.*, 2023, Army University Press, 2016, ANAO (Australija), ASPI (Australija), Reservistenverband/Bundeswehr (Njemačka).

3.2. *Uključenost medijske pismenosti u nastavni plan i program Oružanih snaga Republike Hrvatske*

U Hrvatskoj još uvijek nije objavljen pregled tema i programa iz područja medijske pismenosti, a prema dostupnim podacima ne postoji ni jedna studija koja je istraživala vještine ili kompetencije medijske pismenosti kod vojnih osoba. U posljednjih nekoliko godina provedeno je nekoliko istraživanja o medijskoj pismenosti među studentima u Hrvatskoj (Peran i Raguž, 2016; Beroš, 2020; Petrović *et al.*, 2023), no ni jedno nije istraživalo stavove, percepciju, vještine i kompetencije polaznika vojnih studija Vojno vođenje i upravljanje i Vojno inženjerstvo. Prema postojećim planovima i programu Hrvatskog vojnog učilišta “Dr. Franjo Tuđman” i Sveučilišta obrane i sigurnosti “Dr. Franjo Tuđman”, teme povezane s medijskom pismenošću primarno su zastupljene na prijediplomskoj razini, na drugoj godini studija Vojno vođenje i upravljanje, i to kolegijem Mediji, propaganda i odnosi s javnošću koji u potpunosti obuhvaća sve komponente medijske pismenosti. Riječ je o prvom sustavnom pristupu i integraciji svih područja i obilježja medijske pismenosti, jer studenti uče o sve četiri dimenzije medijske pismenosti – pristupu, analizi, vrednovanju i stvaranju (usp. Aufderheide i Firestone, 1993). Dodajmo tomu kako su teme o medijskoj pismenosti prije 2000. godine bile tek djelomično zastupljene čak i u programima koji su se odnosili na informacijsku pismenost. S druge strane, vještine stvaranja medijskog sadržaja bile su od 1991. zastupljene planom i programom izobrazbe časnika i dočasnika na tadašnjem Hrvatskom vojnom učilištu “Petar Zrinski”.

Na Hrvatskom vojnom učilištu “Dr. Franjo Tuđman”, koje taj naziv nosi od 2015. godine, teme koje se odnose na medijsku pismenost jednim se dijelom pojavljuju na trećoj razini izobrazbe časnika Integranske zapovjedno-stožerne škole “Blago Zadro” u predmetima Upravljanje komuniciranjem u vojnoj organizaciji i Vojno komuniciranje. Na Visokoj dočasničkoj izobrazbi medijska pismenost obrađuje se u sklopu predmeta Organizacijsko vođenje i komuniciranje, a teme iz područja medijske pismenosti zastupljene su i na Tečaju obrambene diplomacije, koji je međunarodnog karaktera, gdje se izvodi cijeli kolegij vezan uz medijsku pismenost, te u Ratnoj školi “Ban Josip Jelačić” u predmetu Strateško vodstvo i komuniciranje. Osim toga, od 2018. godine na Hrvatskom vojnom učilištu “Dr. Franjo Tuđman” (HVU), u suradnji s Tehničkim veleučilištem (TVZ) u Zagrebu, izvodi se izvanredni specijalistički studij Informacijska sigurnost i digitalna forenzika u trajanju od četiri semestra.

4. Metodologija

Cilj je rada istražiti u kojoj su mjeri vojne osobe (u nastavku VO) i studenti prijediplomskog sveučilišnog studija Vojno vođenje i upravljanje i Vojno inženjerstvo

upoznati s pojmom medijske pismenosti, kako procjenjuju svoju razinu medijske pismenosti te u kojoj mjeri provjeravaju sadržaj kojem su izloženi preko medija i društvenih mreža. U određivanju temeljnih obilježja medijske pismenosti oslanjamo se na: (a) ekspertizu i (b) osobne kompetencije iz rada Pfaff-Rüdiger i suradnika (2012), dok se drugi dio obilježja odnosi na kritičko propitivanje i kritičko izražavanje (usp. Mihailidis, 2014). U tom segmentu istraživat ćemo vještinu provjeravanja i vrednovanja informacija kod ispitanika.

Postavili smo četiri istraživačka pitanja:

- IP1 – Na koji način VO i studenti procjenjuju svoju razinu medijske pismenosti?
- IP2 – Jesu li u mogućnosti prepoznati glavna područja i obilježja medijske pismenosti?
- IP3 – Kakvo iskustvo ispitanici imaju u provjeri multimedijskog sadržaja kao sastavnog dijela medijske pismenosti?
- IP4 – U kojoj mjeri VO i studenti smatraju da medijska pismenost oružanih snaga pridonosi stabilnosti i sigurnosti vojnog sustava?

U skladu s navedenim ciljem i istraživačkim pitanjima postavili smo četiri istraživačke hipoteze:

- H1 – VO i studenti smatraju kako su u velikoj mjeri medijski pismeni, ali u isto vrijeme nisu u mogućnosti prepoznati glavna područja medijske pismenosti.
- H2 – Studenti pokazuju bolje poznavanje temeljnih obilježja medijske pismenosti nego VO.
- H3 – Na razini vještina studenti imaju veće iskustvo u provjeri multimedijskog sadržaja kao sastavnog dijela medijske pismenosti nego VO.
- H4 – Studenti u većoj mjeri nego VO smatraju kako medijska pismenost članova oružanih snaga pridonosi stabilnosti i sigurnosti vojnog sustava.

Istraživanje percepcije medijske pismenosti u Oružanim snagama RH provedeno je među dva naraštaja studenata na Hrvatskom vojnom učilištu, 2024. i 2025. godine, *Upitnikom o medijskoj pismenosti u Hrvatskoj vojsci*, posebno izrađenim i prilagođenim za istraživanje. Sudjelovanje u istraživanju bilo je dragovoljno i anonimno. Ispitanici su popunjavali upitnik u učionici (uživo, papir-olovka), u okviru redovne nastave na HVU-u. Od ispitanika se tražilo da na postavljena pitanja odgovore samostalno i iskreno.

Osim općih sociodemografskih podataka kao što su dob, spol, stručna sprema, županije u kojoj žive, status (VO ili studenti) upitnik je sadržavao 34 pitanja. Ispitanici su na dvanaest pitanja davali odgovore “DA”, “NE” ili “Ne znam”, a u jeda-

naest pitanja iskazivali su učestalost svog ponašanja u odnosu na informacije dobivene putem medija, procjenjujući na skali od pet stupnjeva. Na šest pitanja imali su mogućnost odabira jednog ili više ponuđenih odgovora, dok su na ostala pitanja davali odgovore otvorenog tipa.

Daljnja kvantitavna obrada i deskriptivna statistička analiza rezultata istraživanja obuhvatile su prvo sve ispitanike, a zatim posebno VO i studente. Te su dvije skupine promatrane odvojeno kako bi se utvrdile možebitne razlike u percepciji i stavovima prema medijskoj pismenosti između njih. U analizi su uspoređeni postotci u odgovorima prema ukupnom broju ispitanika svake od skupina: SVI (postotak svih ispitanika ukupno), VO (postotak u odnosu na ukupni broj VO) te studenti (postotak u odnosu na ukupni broj studenata).

U istraživanju je sudjelovao 421 ispitanik, od čega 322 ili 76% VO i 94 ili 22% studenata, kao i 5 ispitanika, odnosno 1% koji se nisu izjasnili o svom statusu. Od ukupnog broja ispitanih VO najviše je viših časnika (od bojnika naviše), 39%, a zatim nižih časnika, 33%. U istraživanju je sudjelovalo 75% muškaraca i 24% žena. Najveći je udio ispitanika u dobi između 18 i 26 godina (31%), zatim između 37 i 46 godina (29%) te između 47 i 56 godina (25%). To je i razumljivo, jer je na taj raspon utjecao broj studenata, od kojih je 97% iz najmlađe dobne skupine. Što se tiče razine obrazovanja ispitanika, dominiraju oni s visokom stručnom spremom, uključujući i ispitanike koji su magistri struka (46%). Najveći je udio ispitanika iz Grada Zagreba te iz Splitsko-dalmatinske županije.

Što se tiče reprezentativnosti uzorka ispitanika prema njihovim sociodemografskim obilježjima, ispitanici predstavljaju reprezentativnu skupinu u svojoj populaciji, jer je u istraživanje uključeno nešto manje od polovice ukupnog broja studenata (N=199) koji trenutačno pohađaju vojnostudijske programe. S druge strane, uzorak ispitanih VO reprezentira ukupnu populaciju časnika u MORH-u i OSRH-u (u istraživanom periodu u programima je ukupno sudjelovalo 240 osoba), s obzirom na činjenicu da su svi časnici obvezni proći iste programe jedne ili više razina časničke izobrazbe na HVU-u.

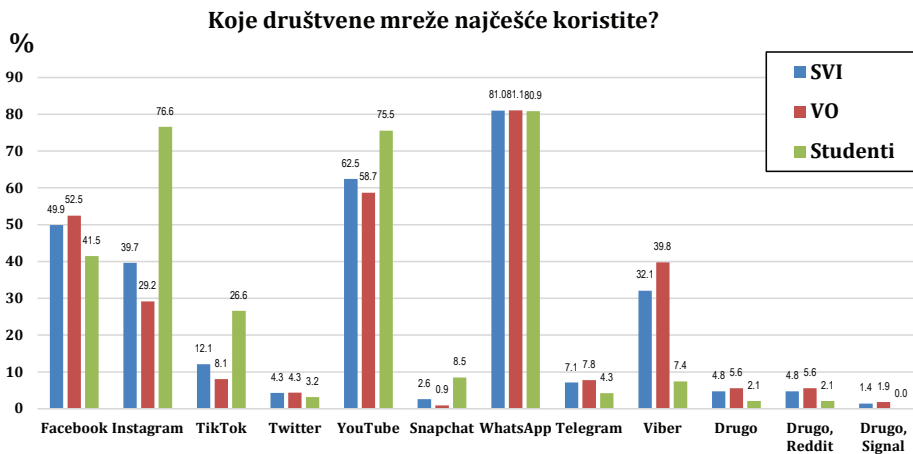
5. Rezultati istraživanja

Prikaz rezultata počinje temeljnim podacima o navikama upotrebe društvenih mreža i aplikacija za dopisivanje. Najveći udio ispitanika upotrebljava WhatsApp (81%), zatim YouTube (76% studenata i 59% VO), potom Facebook (50% od ukupnog broja, 52% VO i 41% studenata) te Instagram (40% od ukupnog broja; njime se koristi čak 77% studenata, a puno manje, tj. 29%, VO). Uz Instagram i YouTube veći broj studenata nego VO upotrebljava TikTok i Snapchat, dok značajno veći broj VO nego studenata upotrebljava Viber. Ti podaci otkrivaju generacijske razli-

ke među ispitanicima te potvrđuju spoznaje iz postojeće literature kako su mlađe generacije izrazito izložene sadržaju tzv. vizualnih aplikacija poput Instagrama i YouTubea.¹²

Istraživanjem je ustanovljena upravo ta generacijska razlika kao specifičnost pripadnika oružanih snaga (VO u odnosu na studente).

Grafikon 1. Pregled učestalosti upotrebe društvenih mreža prema ispitanicima (N=421)



Ispitanici su odgovarali i na pitanje što je za njih medijska pismenost. Mogli su se odlučiti za više ponuđenih odgovora na to pitanje (navedeni u Grafikonu 2), pa je tako 241 ispitanik dao ukupno 502 odgovora. Ponuđeni su odgovori koji u pravom smislu riječi opisuju vještine medijske pismenosti, npr. “kritičko vrednovanje informacija i sadržaja” ili “upravljanje informacijama”. Potonji je odgovor primarno svojstven informacijskim znanostima, te sam po sebi nije jedno od temeljnih obilježja medijske pismenosti.

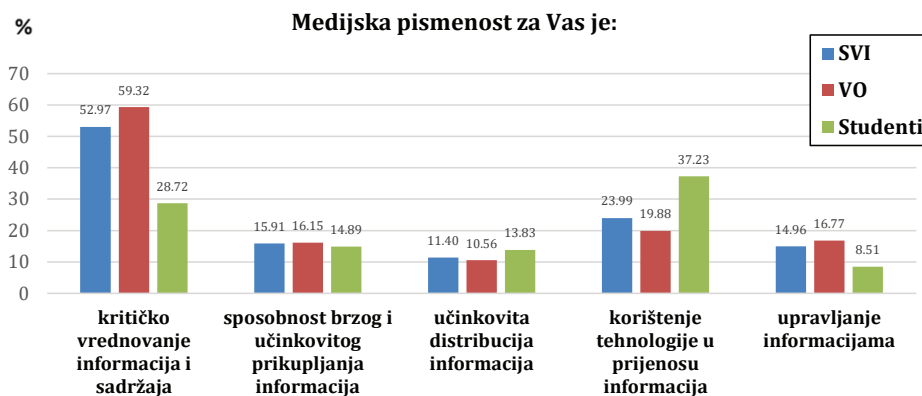
Sudeći po odgovorima ispitanika, medijska je pismenost ponajprije kritičko vrednovanje informacija i sadržaja. Za taj se odgovor opredijelilo nešto više od po-

¹² Aktualni podaci o upotrebi Instagrama na globalnoj razini pokazuju kako ga najviše upotrebljavaju osobe stare između 18 i 24 godine (We are Social..., 2025).

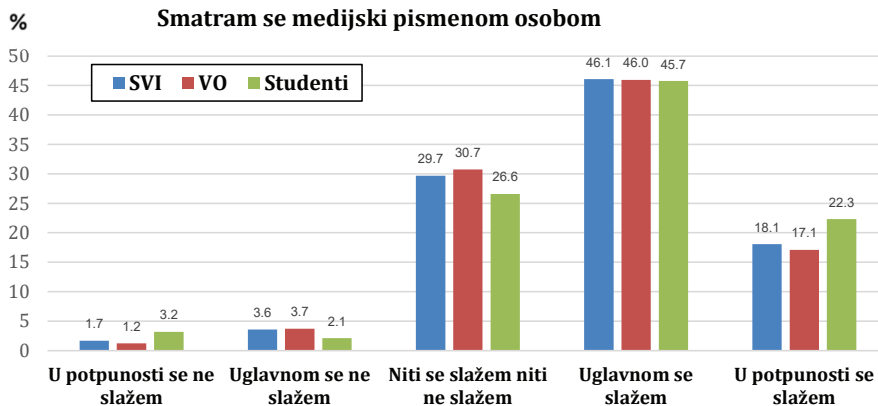
Podaci iz istraživanja EU Kids Online iz 2020. godine pokazuju kako na razini EU-a izloženost sadržaju takvih aplikacija u velikoj mjeri ovisi o uzrastu, kao i o državi u kojoj je istraživanje provedeno (<https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/reports/EU-Kids-Online-2020-10Feb2020.pdf>, pristupljeno 17. 11. 2025.).

lovice ispitanika, tj. oko 52%, od čega oko 59% VO i svega 27% studenata. Oko 24% ispitanika tvrdi da je medijska pismenost upotreba tehnologije u prijenosu informacija. Podjednako, tj. 16% ispitanika (vojnih osoba) te 15% studenata smatra da je to sposobnost brzog i učinkovitog prikupljanja informacija. Za medijsku pismenost kao učinkovitu distribuciju informacija opredijelilo se 11% ispitanika VO, ali ovdje je nešto veći udio studenata, tj. njih 14%. Ti podaci pokazuju kako, s jedne strane, većina ispitanika pravilno određuje temeljnu vještinu medijske pismenosti, dok u isto vrijeme značajan broj ispitanika nije u potpunosti informiran, što ukazuje na nužnost dodatne edukacije o medijskoj pismenosti. Time smo potvrdili H1. Budući da je taj odgovor bio očekivan, u nastavku smo predvidjeli i posebna dodatna pitanja koja se odnose na same vještine i kompetencije koje su sastavni dio medijske pismenosti.

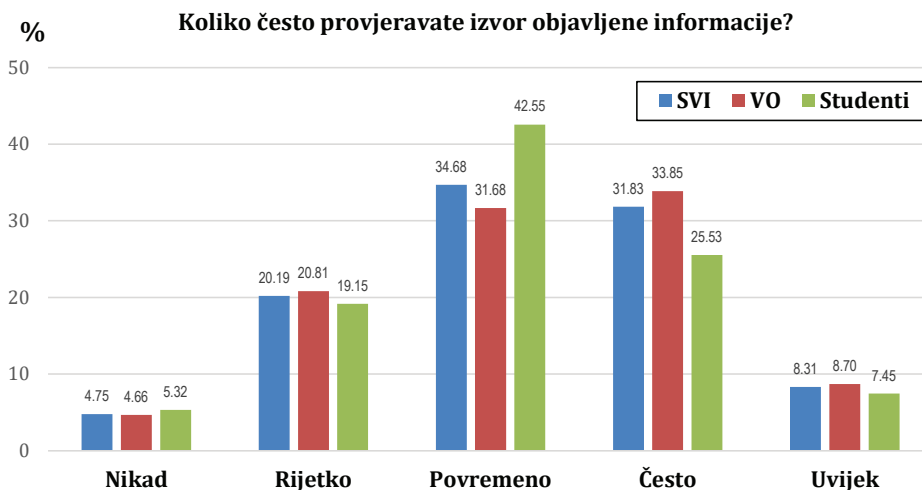
Grafikon 2. Razumijevanje pojma medijske pismenosti (N=421)



Kada je riječ o samoprocjeni vlastitih vještina medijske pismenosti, možemo vidjeti veliku podudarnost u odgovorima obiju generacija na Likertovoj skali od pet stupnjeva. Većina ispitanika, tj. njih 64% smatra se većinom ili u potpunosti medijski pismenim osobama. Nešto više od 5% ispitanika uopće se ili uglavnom ne smatra medijski pismenima, dok je oko 30% ispitanika djelomično pismeno. Nešto veći postotak studenata, tj. njih 68% u odnosu na 63% VO, izjasnio se medijski pismenim. Kao istraživači posve smo svjesni činjenice kako je ovo subjektivna kategorija te kako treba uzeti u obzir i očekivani trend poželjnih i očekivanih odgovora pri samoprocjeni vještina i kompetencija. Stoga ćemo u nastavku, nakon ovog općeg pitanja, posebnim dodatnim pitanjima ispitati u kojoj mjeri ispitanici mogu pravilno procijeniti svoje vještine medijske pismenosti.

Grafikon 3. Samoprocjena medijske pismenosti

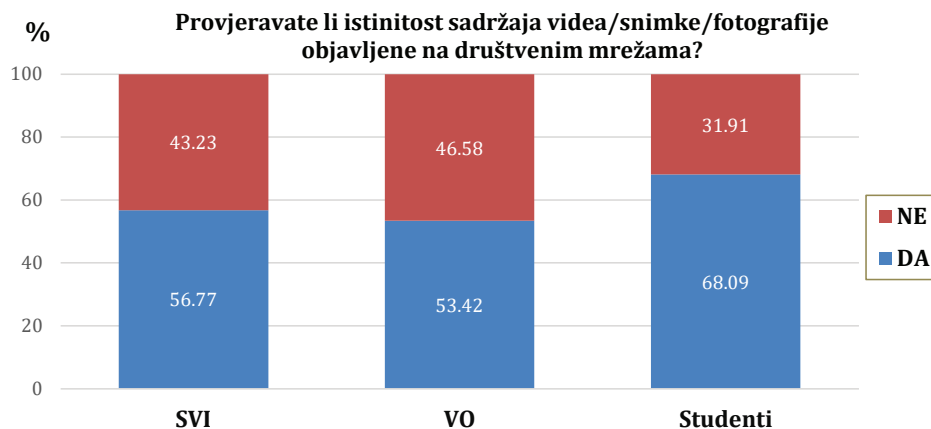
Prvo dodatno pitanje, odnosno prvi korak provjere vještine medijske pismenosti, odnosi se na provjeravanje izvora objavljenih informacija i sadržaja, što je uistinu jedno od temeljnih obilježja medijske pismenosti u kategoriji osobnih kompetencija (usp. Pfaff-Rüdiger *et al.*, 2012). Stoga smo postavili pitanje koliko često provjeravaju izvor neke objavljene informacije, također na Likertovoj skali od 5 stupnjeva. Od ukupnog broja ispitanika tek 40% često ili uvijek provjerava izvore, 35%

Grafikon 4. Učestalost provjeravanja izvora objavljenih informacija (N=421)

to čini povremeno, a oko 25% to čini rijetko ili nikada. Kad je riječ o studentima, njih 33%, naprama 43% VO, provjerava izvore objavljenih informacija. Iako su analiza i kritičko vrednovanje temelj medijskih kompetencija, vidimo kako zapravo manjina ispitanika zadovoljava taj kriterij medijske pismenosti.

Drugo dodatno pitanje (Grafikon 5) odnosilo se na vještinu provjeravanja istinitosti sadržaja videa ili snimke/fotografije koje su prethodno pogledali na društvenim mrežama. Od ukupnog broja ispitanika 57% provjerava izvor sadržaja, a 43% to ne čini. Ovdje je nešto veća razlika među skupinama, pa tako 68% studenata, za razliku od 53% VO, provjerava istinitost sadržaja spomenutih objava. U ovoj kategoriji ponovno možemo vidjeti generacijsku razliku između VO i studenata. Rezultat je očekivan s obzirom na medijske navike generacije Z.¹³ Time smo potvrdili H2, s obzirom na to da rezultati pokazuju kako studenti bolje poznaju temeljna područja medijske pismenosti nego VO.

Grafikon 5. Učestalost provjeravanja istinitosti sadržaja videa/snimke ili fotografije objavljene na društvenim mrežama (N=421)

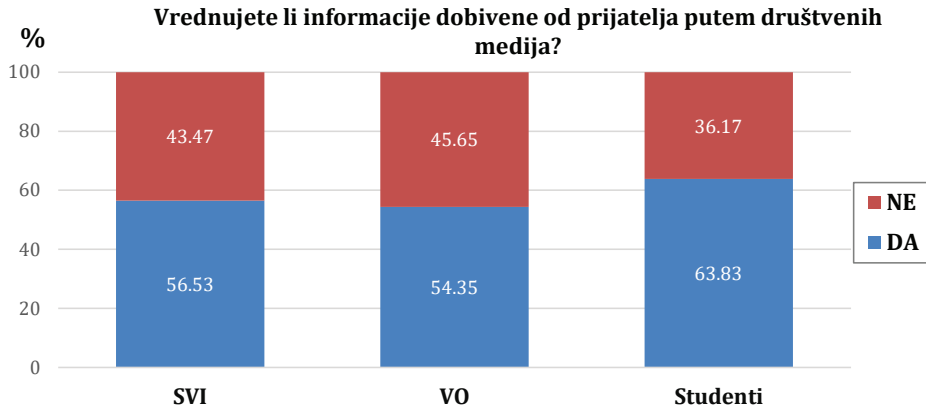


Uz osnovna pitanja o medijskoj pismenosti i temeljnim vještinama istražili smo i vrednuju li (provjeravaju li) ispitanici informacije dobivene od prijatelja preko društvenih mreža. Naime, dosadašnja istraživanja pokazala su kako smo skloni informirati se o društvenim i političkim događajima upravo preko poruka naših

¹³ Generacija Z ili “zoomeri” generacija je onih koji su rođeni između 1997. i 2012. godine. Oni su prva prava digitalna generacija. Odrasli su uz pametne telefone, društvene mreže i trenutačan pristup informacijama.

prijatelja.¹⁴ Većina ispitanika (57%) potvrdila je da provjerava takve informacije, a među njima prednjače studenti. Naime, informacije provjerava njih 64%, u odnosu na 54% VO. Pritom je važno istaknuti kako u obje kategorije nije zanemariv postotak onih koji nisu skloni vrednovati, odnosno provjeravati informacije.

Grafikon 6. Iskustvo vrednovanja informacija koje su preko društvenih mreža primljene od prijatelja (N=421)



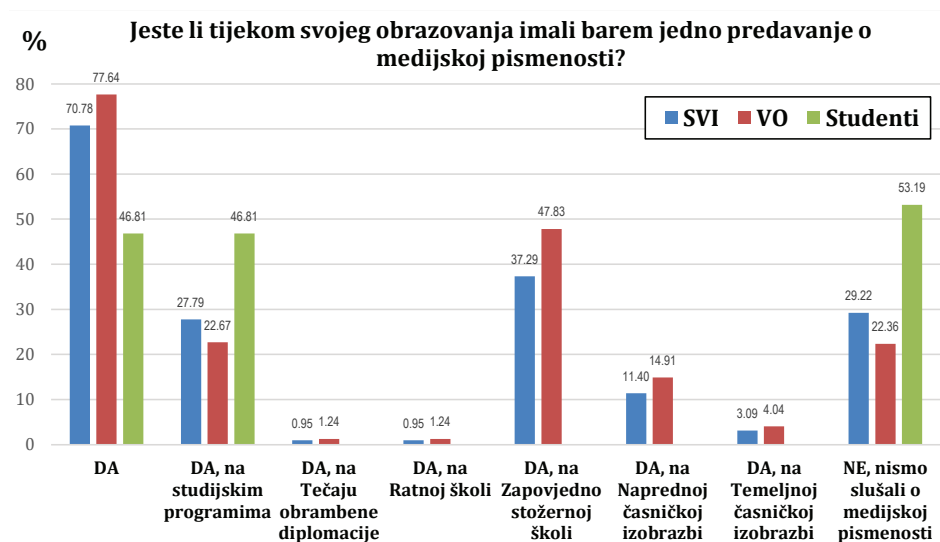
Od ispitanika smo tražili da sami navedu koliko je, prema njihovu mišljenju, važno razvijati programe medijske pismenosti i gdje bi ih trebalo uvesti. Njihovi su odgovori kategorizirani i grupirani u odgovarajuće cjeline. Najveći postotak (46% ukupno, 50% VO i 32% studenata) naveo je da programe medijske pismenosti treba provoditi u obrazovnom sustavu (škole, fakulteti i svi drugi oblici obrazovanja: izobrazbe, tečajevi, seminari i sl.). Oko 19% smatra da ih treba uvesti u slijedno rastuću izobrazbu i u civilnom društvu i u vojnom okruženju, 6% navodi da je takve programe potrebno uvesti u medijima, a 5-6% da ih treba uvesti na radnom mjestu. Čak 41% studenata, u odnosu na 23% VO, uvođenje programa medijske pismenosti smatra važnim ili vrlo važnim.

S tim u vezi važno je istaknuti kako je gotovo 71% ispitanika tijekom svojeg obrazovanja slušalo barem jedno predavanje o medijskoj pismenosti.

¹⁴ Rezultati znanstvenog projekta “Istraživački novinarski laboratorij: Vjerodostojnost medija kroz kulturu eksperimenta i inovacije u redakcijama”, koji je financirala Hrvatska zaklada za znanost, a provodio se na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu od 2020. do 2024. godine, pokazali su kako se o društveno-političkim događajima 21,4% ispitanika informira u razgovoru s članovima obitelji, a 17,6% u razgovoru s prijateljima, susjedima i kolegama na poslu (<https://zagrebnewslab.eu/jourlab/sto-publika-zeli/>, pristupljeno 17. 11. 2025.).

Većina ispitanika (naravno, sve VO) s njom se upoznala tijekom vojne izobrazbe, najčešće u Zapovjedno stožernoj školi (47% VO), a zatim i na studijskim programima (47% studenata i 23% VO). Gotovo 30% ispitanika, od čega 22% VO i 53% studenata, nije bilo u prilici slušati o medijskoj pismenosti. Istraživanje je provedeno u vrijeme kada se nije provodila nastava na Tečaju obrambene diplomacije, a Ratna škola je strateška razina koja je također međunarodnog i međuresorskog karaktera. Pohađa ju od 10 do 16 polaznika godišnje, a od toga je mali broj polaznika iz OSRH-a, pa smo mišljenja da uzorak Ratne škole s 2 do 3 polaznika nije relevantan.

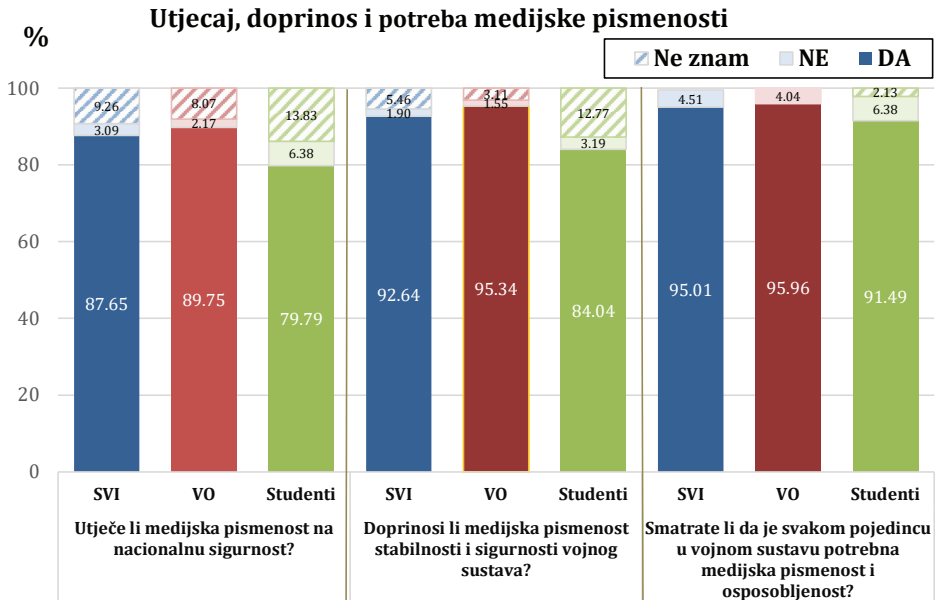
Grafikon 7. Učestalost dosadašnjih edukacija o medijskoj pismenosti (N=421)



Zadnje pitanje u ovom dijelu odnosilo se na doprinos medijske pismenosti stabilnosti i sigurnosti vojnog sustava te na potrebu svakog pojedinca u vojnom sustavu za medijskom pismenošću i osposobljenošću za nju. Rezultati skupno prikazuju set od tri pitanja kojima su se ispitivali određeni aspekti medijske pismenosti. U svim ispitivanim elementima, doprinosu medijske pismenosti stabilnosti i sigurnosti vojnog sustava te o potrebi svakog pojedinca u vojnom sustavu za medijskom pismenošću i osposobljenošću za nju, ispitanici su iskazali svoje slaganje u visokom postotku. Rasponi njihovih potvrdnih odgovora kreću se od 76% do 96%. Iako smo u H4 pretpostavili kako će studenti u većoj mjeri od djelatnih vojnih osoba prepoznati da medijska pismenost pridonosi stabilnosti i sigurnosti vojnog sustava, značajno je više VO koje to prepoznaju, pa ova hipoteza nije potvrđena.

Navedeni podaci u skladu su i s prethodno navedenim pregledom programa medijske pismenosti u oružanim snagama na razini EU-a, a ujedno su i jasan pokazatelj kako je nužno razvijati medijsku pismenost na svim razinama obrazovanja, uvažavajući specifičnosti svake pojedine generacije i prepoznatih generacijskih razlika.

Grafikon 8. Utjecaj, doprinos i potreba medijske pismenosti (N=421)



6. Rasprava i zaključak

S obzirom na sveprisutnost digitalnih medija, medijska pismenost nužna je za očuvanje stabilnosti i sigurnosti u informacijskom okruženju (NATO StratCom COE, 2020, str. 12; US Army, 2025, str. 3). To su prepoznali i ispitanici u našem istraživanju, odnosno obje se kategorije ispitanika u velikoj mjeri slažu s tvrdnjama da medijska pismenost utječe na nacionalnu sigurnost te da pridonosi stabilnosti i sigurnosti vojnog sustava. Iznose i jednoznačan stav kako je svakom pojedincu u vojnom sustavu potrebna medijska pismenost, iako studenti u manjoj mjeri nego VO smatraju da medijska pismenost članova oružanih snaga pridonosi stabilnosti i sigurnosti vojnog sustava. Time je opovrgnuta naša četvrta hipoteza, dok su prve tri u potpunosti potvrđene. (1) VO i studenti smatraju kako su u velikoj mjeri medijski pismeni, ali u isto vrijeme ne mogu prepoznati glavna područja medijske pismenosti. (2) Studenti iskazuju bolje poznavanje temeljnih obilježja medijske pismenosti

nego VO. (3) Na razini vještina studenti imaju veće iskustvo u provjeri multimedijalnog sadržaja kao sastavnog dijela medijske pismenosti nego VO.

Istraživanje je pokazalo da postoje značajne generacijske razlike među ispitanicima kad je riječ o razumijevanju medijske pismenosti te o provjeri i vrednovanju sadržaja koji primaju. Smatramo važnim istaknuti kako, s jedne strane, većina ispitanika točno određuje temeljnu vještinu medijske pismenosti, dok u isto vrijeme značajan broj ispitanika nije u potpunosti informiran, što ukazuje na nužnost dodatne edukacije.

Pripadnici Oružanih snaga RH koji su sudjelovali u istraživanju u velikoj su mjeri upoznati s pojmom medijske pismenosti. U radu smo ispitivali vještinu vrednovanja medijskog sadržaja u tri temeljne kategorije: provjeravanje izvora informacija, provjeravanje sadržaja zapisa koje su primili putem mreža, te u kojoj mjeri ispitanici provjeravaju sadržaj koji prime od prijatelja preko društvenih mreža, pri čemu postoje znatne razlike između studenata i vojnih osoba. Između ostaloga utvrdili smo kako su obje generacije u velikoj mjeri izložene četirima dominantnim aplikacijama: WhatsAppu, YouTubeu, Facebooku i Instagramu. Budući da su ispitanici potvrdili da se često i mnogo služe tim aplikacijama, bilo bi nužno osmisliti i posebne programe medijske pismenosti samo o navikama upotrebe i vrednovanja sadržaja i informacija koje primamo i šaljemo preko njih. Istraživanje je pokazalo kako je većina ispitanika sudjelovala u postojećim programima medijske pismenosti. S obzirom na njihova iskustva i odgovore bilo bi nužno strateški promišljati o proširenju programa i aktivnosti iz područja medijske pismenosti koje se odnose na cjelokupne oružane snage. Budući da je ovim istraživanjem potvrđeno da postoje generacijske razlike u navikama upotrebe medija i društvenih mreža, nove edukativne programe trebalo bi prilagoditi pojedinačnim uzrastima.

Republika Hrvatska, po uzoru na druge navedene oružane snage i NATO, ima priliku istaknuti važnost medijske pismenosti u okviru novih komunikacijskih izazova koji u potpunosti mijenjaju postojeće pristupe i razumijevanje uloge medija i društvenih mreža u modernim ratnim, ali i mirnodopskim operacijama. Postojećim programima i dalje nedostaje sustavan strateški pristup, iako su prethodna istraživanja pokazala kako “sustavno uvođenje programa medijske pismenosti u vojne obuke predstavlja ulaganje u otpornost, sigurnost i učinkovitost oružanih snaga” (NATO StratCom COE, 2020, str. 1). Integracija tih programa unutar NATO-a, EU-a i nacionalnih vojski pokazuje smjer razvoja obrambenih politika koji ne bismo smjeli zanemariti. U tom bi smislu bilo nužno vrednovati i postojeće programe te uvažiti preporuke i iskustva drugih država koje već imaju znatno iskustvo u provođenju programa medijske pismenosti na razini oružanih snaga.

Zaključno, smatramo važnim istaknuti kako medijska pismenost u vojsci nije dodatna vještina, već stratejska nužnost. Ona omogućuje otpornost na dezinformacije.

macije, jača operativnu sigurnost, koheziju snaga i profesionalnost te omogućuje proaktivno oblikovanje strateškog narativa (Kozłowska-Barrios *et al.*, 2024, str. 104-105; Ventsel, 2024, str. 1-6; NATO StratCom COE, 2020, str. 1-12; US Army, 2025, str. 1-3). U budućnosti medijska pismenost trebala bi postati sastavni dio svake razine vojne izobrazbe, od temeljne do strateške, jer je ona jedan od ključnih elemenata modernog koncepta “potpune/totalne obrane” (Bachmann i Gunneriusson, 2015, str. 89) te ulaganje u otpornost, sigurnost i učinkovitost oružanih snaga. S obzirom na utvrđene razlike, kao i na uočene niže razine učestalosti provjere sadržaja kod vojnih osoba, upravo to obilježje medijske pismenosti treba uključiti u razvoj budućih programa Hrvatskog vojnog učilišta. Istraživanje ukazuje na potrebu za razvojem novih programa medijske pismenosti koji će veći naglasak staviti na same kompetencije unutar medijske pismenosti te na generacijske specifičnosti zbog kojih je potrebno osmisliti prilagođene programe medijske pismenosti za obje istraživane ciljne skupine.

LITERATURA

- Army University Press (2016) The use of digital platforms in military education for digital natives. Dostupno na: <https://www.armyupress.army.mil> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Aufderheide, P. i Firestone, C. M. (1993) *Media Literacy. A report of the National leadership conference on media literacy*. Queenstown, MD: Aspen Institute.
- Bachmann, S. D. i Gunneriusson, H. (2015) “Hybrid wars: The 21st-century’s new threats to global peace and security”, *Scientia Militaria*, 43 (1), str. 77-98. Dostupno na: <https://doi.org/10.5787/43-1-1110> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Behavioural Insights Team (2023) Media literacy uptake among ‘hard to reach’ citizens. Dostupno na: <https://www.bi.team> (pristupljeno: 10. 9. 2025.).
- Beroš, I. (2020) “Razlike u razini medijske pismenosti studenata jednopredmetnog preddiplomskog i diplomskog studija pedagogije na Sveučilištu u Zagrebu i Rijeci s obzirom na osobne i odgojno-obrazovne faktore”, *Časopis za odgojne i obrazovne znanosti Foo2rama*, 4 (4), str. 9-28.
- Buckingham, D. (2012) *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge, MA: Polity.
- Campbell, J. i Martin, J. (2022) “The military needs media literacy training”, *Proceedings*, 148 (7), str. 1433-1434. Dostupno na: <https://www.usni.org/magazines/proceedings/2022/july/military-needs-media-literacy-training> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Chesney, R. i Citron, D. K. (2019) “Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security”, *California Law Review*, 107 (5), str. 1753-1835. Dostupno na: <https://doi.org/10.15779/Z38D22XW0X> (pristupljeno: 17. 11. 2025.).

- Ciboci Perša, L., Burić, I. i Bagić, D. (2023) “Medijske kompetencije učitelja i njihova povezanost s procjenom medijskih kompetencija učenika”, *Medijska istraživanja*, 29 (2), str. 5-34. Dostupno na: <https://doi.org/10.22572/mi.29.2.1> (pristupljeno: 10. 9. 2025.).
- Ciboci Perša, L., Labaš, D. i Uldrijan, I. (2025) *Mediji i dezinformacije*. Zagreb: Hrvatsko katoličko sveučilište.
- Ciboci Perša, L., Levak, T. i Beljo, A. (2021) “Kritičko vrednovanje dezinformacija u medijima unutar formalnog obrazovnog sustava u vrijeme pandemije koronavirusa”, *Sociologija i prostor*, 59 (3 (222)), str. 557-575. Dostupno na: <https://doi.org/10.5673/sip.59.3.11> (pristupljeno: 10. 9. 2025.).
- Council of Europe (2018) Recommendation CM/Rec(2018)1 of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership. Strasbourg: CoE.
- Council of Europe (2019) Digital Citizenship Education Handbook. Strasbourg: CoE.
- Council of Europe (2020) Dealing with propaganda, misinformation and fake news. Strasbourg: CoE. Dostupno na: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/media-literacy> (pristupljeno: 17. 11. 2025.).
- Denisa-Liepniece, S. (2022a) *Military media literacy and operational effectiveness*. Riga, Latvia: National Defence Academy Press.
- Denisa-Liepniece, S. (2022b) *With media literacy towards cognitive resilience: Updates from the Baltic States, and lessons learned from Ukraine, Moldova, and Georgia*. Baltic Centre for Media Excellence. Dostupno na: https://bcme.eu/wp-content/uploads/2025/04/ML_Policy_Brief_2022.pdf (pristupljeno: 2. 9. 2025.).
- Detector Media (2025) The impact of disinformation on modern armed forces. Dostupno na: <https://detectormedia.com/disinformation-impact> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Dezuanni, M., Notley, T. i Di Martino, V. (2021) Australian Media Literacy Alliance report on formal education. Dostupno na: <https://medialiteracy.org.au> (pristupljeno: 3. 9. 2025.).
- EU External Action (2022) 2021 StratCom activity report – Strategic Communication Task Forces and Information Analysis Division. Dostupno na: https://www.eeas.europa.eu/eeas/2021-stratcom-activity-report-strategic-communication-task-forces-and-information-analysis-division_en (pristupljeno: 17. 11. 2025.).
- European Commission (2022) Media Literacy Guidelines. Brussels: EC. Dostupno na: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/media-literacy-guidelines> (pristupljeno: 17. 11. 2025.).
- European Commission (2023) National reports on media literacy measures under the Audiovisual Media Services Directive 2020–2022. Dostupno na: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/> (pristupljeno: 3. 9. 2025.).

- European Commission (2024) Media Literacy and Disinformation Policies. Brussels: EC. Dostupno na: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy> (pristupljeno: 17. 11. 2025.).
- European External Action Service – EEAS (2023) 1st EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats – Towards a framework for networked defence. Strategic Communications, Task Forces and Information Analysis (STRAT.2).
- European External Action Service – EEAS (2025a) *Strategic Communication Task Force South*. Dostupno na: <https://www.eeas.europa.eu/> (pristupljeno: 3. 9. 2025.).
- European External Action Service – EEAS (2025b) 3rd EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats – Exposing the architecture of FIMI operations. Strategic Communication and Foresight (SG.STRAT).
- European Parliament & Council of the EU (2018) Directive (EU) 2018/1808 amending Directive 2010/13/EU on Audiovisual Media Services (AVMSD), *Official Journal of the European Union*.
- European Parliament Research Service (2025) Media Literacy in the Digital Age. Brussels: EPRS.
- Fitzpatrick, M., Gill, R. i Giles, J. F. (2022) “Information warfare: Lessons in inoculation to disinformation”, *The US Army War College Quarterly Parameters, Spring, Parameters*, 52 (1), str. 105-118. Dostupno na: <https://press.armywarcollege.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3132&context=parameters> (pristupljeno: 17. 9. 2025.).
- Friesem, Y., Raman, U., Kanižaj, I. i Choi, Grace Y. (ur.) (2022) *The Routledge handbook of media education futures post-pandemic*. London: Routledge.
- Garinet, T. K. (2025) “The influence of media narratives on military strategy”, *TDHJ*, 16. siječnja. Dostupno na: <https://tdhj.org/blog/post/media-narratives-military-strategy> (pristupljeno: 10. 9. 2025.).
- Higdon, N. (2025) “Media literacy in the crosshairs: NATO’s strategic goals and the revival of protectionist pedagogy”, *Journal of Media Literacy Education*, 47 (1), str. 1-15. Dostupno na: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol47/iss1/1> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Hobbs, R. (2010) *Digital and media literacy: A plan of action*. Washington D.C.: Aspen Institute and the John S and James L. Knight Foundation.
- Hobbs, R. (2021) *Media literacy in action: questioning the media*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Jolls, T. (2022) *Building Resiliency: Media Literacy as a Strategic Defense Strategy for NATO Countries*. Dostupno na: <https://www.eryica.org/sites/default/files/Building%20Resiliency-Media%20Literacy.pdf> (pristupljeno: 27. 8. 2025.).
- Kozłowska-Barrios, A., Grigoryan, L., Hoechsmann, M. i Andzongo Menyeng, M. (2024) “Beyond the headlines: Media and information literacy (MIL) in times of conflict”,

- Journal of Media Literacy Education*, 16 (1), str. 45-62, 104-112. Dostupno na: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol16/iss1/4> (pristupljeno: 28. 8. 2025.).
- Livingstone, S., van der Graaf, S. i Helspeth, R. (2017) "Media literacy and the challenge of new information environments", *Journal of Media Literacy Education*, 9 (2), str. 15-28. Dostupno na: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol9/iss2/2> (pristupljeno: 8. 9. 2025.).
- Magalhães, P. (2025) "Information resilience in contemporary military operations", *Military Strategy Review*, 12 (1), str. 77-93. Dostupno na: <https://doi.org/10.5678/msr.2025.12.1.77> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Marine Corps Doctrinal Publication (2023) *Information and influence operations*. U.S. Marine Corps.
- Martens, H. i Hobbs, R. (2015) "How Media Literacy Supports Civic Engagement in a Digital Age", *Atlantic Journal of Communication*, 23 (2), str. 120-137.
- Mihailidis, P. (2014) *Media Literacy and the Emerging Citizen: Youth, Engagement and Participation in Digital Culture*. New York: Peter Lang.
- Mihailidis, P. i Thevenin, B. (2013) "Media Literacy as a Core Competency for Engaged Citizenship in Participatory Democracy", *American Behavioral Scientist*, 20 (10), str. 1-12. Dostupno na: doi.org/10.1177/0002764213489.1080/15456870.2014.961636 (pristupljeno: 17. 11. 2025.).
- Military Times* (2022) "Media literacy in the military", *Military Times*. Dostupno na: <https://www.militarytimes.com> (pristupljeno: 2. 9. 2025.).
- NATO (2022) *NATO's approach to countering disinformation*. NATO Publications.
- NATO CCDCOE (2024) *Training catalogue 2024*. Dostupno na: <https://ccdcoe.org> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- NATO School (2022) *Advanced media operations course*. NATO School Oberammergau.
- NATO StratCom COE (2020) *Strategic communications in NATO operations*. Riga: NATO StratCom COE. Dostupno na: <https://www.stratcomcoe.org> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Ofcom (2024) *Media literacy strategy*. Dostupno na: <https://www.ofcom.org.uk> (pristupljeno: 13. 9. 2025.).
- Open Government Partnership (2025) *Estonia's national media literacy strategy*. Dostupno na: <https://www.opengovpartnership.org> (pristupljeno: 13. 9. 2025.).
- Pamment, J., Agardh-Twetman, H. i Fjällhed, A. (2021) *Countering foreign interference in democracies: Lessons for Europe*. Swedish Institute of International Affairs. Dostupno na: <https://www.ui.se> (pristupljeno: 2. 9. 2025.).
- Peran, S. i Raguž, A. (2016) "Medijska pismenost – obrazovanje studenata i svijest o vlastitoj odgovornosti", *Nova prisutnost*, XIV (3), str. 379-392. Dostupno na: <https://doi.org/10.31192/np.14.3.6> (pristupljeno: 17. 11. 2025.).

- Petrović, J., Pale, P. i Medved, I. (2023) *Medijska pismenost studenata u Republici Hrvatskoj*. Dostupno na: <https://mov.com.hr/wp-content/uploads/2023/07/MOV-istrazivacki-izvjestaj-br.-3-Medijska-pismenost-hrvatskih-studenata.pdf> (pristupljeno: 17. 11. 2025.).
- Pew Research Center (2021) *Navigating Digital Information: How Americans Judge Online Content*. Washington, D.C.: Pew Research Center.
- Pfaff-Rüdiger, S., Riesmeyer, C. i Kümpel, A. (2012) "Media literacy and developmental tasks: A case study in Germany", *Medijske studije*, 3 (6), str. 42-56.
- Random Lengths News* (2025) "The militarization and weaponization of media literacy", *Random Lengths News*. Dostupno na: <https://www.randomlengthsnews.com> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Reuters* (2025) "Media and military in Afghanistan", *Reuters*. Dostupno na: <https://www.reuters.com> (pristupljeno: 11. 9. 2025.).
- Rid, T. (2013) "Cyber war will not take place", *Journal of Strategic Studies*, 36 (1), str. 5-32. Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/01402390.2012.748883> (pristupljeno: 10. 9. 2025.).
- Rushing, B. (2024) "Analysis of media influence on military decision-making" u *Proceedings of the 19th International Conference on Cyber Warfare and Security*. Academic Conferences International. Dostupno na: <https://papers.academic-conferences.org> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Singer, P. W. i Johnson, E. B. (2021) "The need to inoculate military service members against information threats: The case for digital literacy training for the force", *War on the Rocks*, 1. veljače. Dostupno na: <https://warontherocks.com/2021/02/> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- Tatham, S. (2015) *Behavioural conflict: Why understanding people and their motives will prove decisive in future conflict*. London: Strategic Communication Ltd.
- The Guardian* (2024) "The Guardian Foundation calls on the government to embed news and media literacy into the curriculum", *The Guardian*, 2. prosinca. Dostupno na: <https://www.theguardian.com> (pristupljeno: 1. 9. 2025.).
- UK MOD (2023) *Counter-disinformation curriculum*. UK Ministry of Defence.
- UNESCO (2021) *Media and information literacy: Curriculum for teachers* (2. izd.). UNESCO Publishing. Dostupno na: <https://unesdoc.unesco.org> (pristupljeno: 7. 9. 2025.).
- UNESCO (2013) *Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Country Readiness and Competencies*. Pariz: UNESCO.
- UNESCO (2022) *Global Standards for Media and Information Literacy Curricula Development Guidelines*. Pariz: UNESCO.
- UNESCO (2024) *Media and Information Literacy: A Prerequisite for Democratic Participation*. Dostupno na: <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy> (pristupljeno: 17. 11. 2025.).

- US Army (2025) *Digital literacy handbook*. U.S. Army.
- US Army TRADOC (2025) *Digital literacy and OPSEC training*. U.S. Army Training and Doctrine Command.
- U.S. Department of Defense (2023) *Operational security guidebook*. U.S. Government Printing Office.
- U.S. Naval Institute (2025) "From data to decisions: Building a culture of information literacy", *Proceedings*, lipanj. Dostupno na: <https://www.usni.org/magazines/proceedings/2025/june/data-decisions-building-culture-information-literacy> (pristupljeno: 4. 9. 2025.).
- Velchev, A. (2025) "The role of media and technology in contemporary warfare", *Journal of Information Policy*, 15, lipanj. Dostupno na: <https://scholarlypublishingcollective.org/psup/information-policy/article/doi/10.5325/jinfopoli.15.2024.0007/401263/The-Role-of-Media-and-Technology-in-Contemporary> (pristupljeno: 12.9.2025.)
- Ventsel, A. (2024) "Building resilience against hostile information influence: Media literacy training for the military in Western countries", *Armed Forces & Society*, 50 (1), str. 1-6, 33-54. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/0095327X231163265> (pristupljeno: 2. 9. 2025.).
- Ventsel, A., Hansson, S., Rickberg, M. i Madisson, M.-L. (2023) "Building resilience against hostile information influence activities: How a new media literacy learning platform was developed for the Estonian Defence Forces", *Armed Forces & Society*, 50 (4), str. 1021-1041. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/0095327X231163265> (pristupljeno: 17. 11. 2025.).
- We are Social & DataReportal, & Meltwater (2025) Distribution of Instagram users worldwide as of July 2025, by age and gender. Statista, 23. srpnja. Dostupno na: www.statista.com (pristupljeno: 17. 11. 2025.).

Igor Kanižaj, Marina Svrze, Asja Madunić

THE ROLE AND IMPORTANCE OF MEDIA LITERACY
– EXPERIENCES AND PERCEPTIONS IN THE ARMED FORCES
OF THE REPUBLIC OF CROATIA

Summary

The rise of disinformation, manipulative and propaganda content, as well as content produced by generative artificial intelligence has prompted armed forces systems to introduce media literacy education programs. In the new circumstances, media literacy is increasingly becoming an integral component of defense strategy. This article examines the familiarity of members of the armed forces with the concept of media literacy and, at the same time, de-

scribes respondents' media literacy skills, with a focus on the evaluation and analysis of specific examples. We present the results of research conducted with two target groups: military personnel at the "Dr. Franjo Tuđman" Croatian Military Academy and undergraduate university students in the Military Leadership and Management Program. The research, which involved 421 respondents, also describes the risks posed by the lack of media literacy programs and the need for systematic education of the military personnel to ensure the security and the operational efficiency of the armed forces.

Keywords: Media Literacy, Armed Forces, Military, Educational Programs, Croatia

Igor Kanizaj, Hrvatsko katoličko sveučilište, Zagreb.

E-mail: igor.kanizaj@unicath.hr

Marina Svrze, Hrvatsko vojno učilište "Dr. Franjo Tuđman", Zagreb.

E-mail: svrzemarina@gmail.com

Asja Madunić, Hrvatsko vojno učilište "Dr. Franjo Tuđman", Zagreb.

E-mail: asja.madunic@gmail.com