

**ADOLESCENTI I VREDNOVANJE
KREDIBILITETA U DIGITALNOM OKRUŽENJU
IZ ASPEKTA INFORMIRANE ODLUKE**

**ADOLESCENTS' CREDIBILITY JUDGMENTS
IN THE DIGITAL ENVIRONMENT FROM THE PERSPECTIVE
OF MAKING INFORMED DECISIONS**

Alica Kolarić

Odjel za informacijske znanosti
Sveučilište u Zadru
akolaric@unizd.hr

UDK / UDC: 004.738.5-053.6:001.102-047.44

Pregledni rad / Overview paper

<https://doi.org/10.30754/vbh.65.2.966>

Primljeno / Received: 22. 4. 2022.

Prihvaćeno / Accepted: 11. 9. 2022.

Sažetak

Cilj. Rad donosi pregled dosadašnjih spoznaja o načinu na koji adolescenti procjenjuju kredibilitet informacija i izvora informacija te ih sagledava iz aspekta donošenja informiranih odluka. Radom se želi ukazati na važnost razvijanja vještina adolescenata za učinkovito vrednovanje informacija s obzirom na ulogu informacija u procesu donošenju informiranih odluka.

Metodologija. Istraživanje je provedeno metodom analize sadržaja jedanaest odabranih objavljenih znanstvenih članaka koji se bave načinom na koji adolescenti procjenjuju kredibilitet informacija i izvora informacija. Radovi su analizirani s obzirom na sljedeće kategorije: načini na koje adolescenti procjenjuju kredibilitet informacija i izvora informacija, pojave koje mogu umanjiti uspješnost vrednovanja kredibiliteta i uzrokovati korištenje informacija koje nisu kredibilne, utjecaj dobi na procjenu kredibiliteta i implikacije za obrazovne programe medijskog i informacijskog opismenjavanja

Rezultati. Adolescenti često nemaju dovoljno razvijene vještine za učinkovitu procjenu kredibiliteta informacija i izvora informacija. Iako u nekim slučajevima vode ra-

čuna o glavnim aspektima kredibiliteta i primjenjuju odgovarajuće postupke potvrde kredibiliteta informacija, u pregledanim istraživanjima utvrđene su pojave koje mogu voditi lošim procjenama kredibiliteta i loše utjecati na proces donošenja informirane odluke. Programi za medijsko i informacijsko opismenjavanje trebaju se usmjeriti na razumijevanje svrhe vrednovanja informacija i razumijevanje procesa mišljenja te na razvoj sposobnosti kritičkog mišljenja adolescenata. Potrebno je provoditi daljnja istraživanja vrednovanja kredibiliteta među adolescentima usmjerena na posebne skupine korisnika te specifične kontekste stjecanja, vrednovanja i korištenja informacija.

Ograničenja. Rezultati istraživanja ograničeni su na jedanaest radova pronađenih pretraživanjem baza WoS i Scopus i objavljenih 2001. – 2021.

Praktična primjena. Dobivena saznanja usmjeravaju programe informacijskog opismenjavanja prema razumijevanju svrhe i procesa vrednovanja informacija te razvoju kritičnog mišljenja. Predložena daljnja istraživanja mogu dati rezultate koji će pomoći u osmišljavanju programa za medijsko i informacijsko opismenjavanje adolescenata.

Vrijednost. Rad ukazuje na važnost učinkovitog vrednovanja informacija u procesu donošenja informiranih odluka. Donosi uvid u dosadašnje spoznaje, iznosi implikacije za poučavanje adolescenata informacijskoj pismenosti te nudi smjer za daljnja istraživanja.

Ključne riječi. adolescenti; informacijska pismenost; informirana odluka kredibilitet; medijska pismenost

Abstract

Purpose: The study offers an overview of the results from the existing research on adolescents' credibility judgments from the perspective of making informed decisions. The purpose is to point out how the adolescents' ability to effectively evaluate information is crucial, taking into account the role of information in the process of making informed decisions.

Methodology. The selected publications reporting the research on adolescent credibility judgments were investigated using the content analysis methodology. Eleven articles were selected and analysed in the following aspects: the procedures which adolescents employ while making judgments on the credibility of information and information sources, phenomena that can reduce the success of the credibility evaluation and cause the use of information that is not credible, the influence of age on the credibility judgments, and the implications for media and information literacy educational programs.

Results. Adolescents often show insufficient abilities for making effective credibility judgments. In some cases, they give due attention to the main credibility aspects and engage in credibility confirmation practices. However, the literature review reveals some phenomena that may lead to poor credibility judgments and have negative effects

on making informed decisions. Media and information literacy educational programs should focus on understanding the information evaluation purpose and the thinking processes, and on the development of critical thinking. It is necessary to carry out further research on the evaluation of credibility among adolescents, focused on special groups of users and specific contexts of acquiring, evaluating and using information.

Limitations. The results are limited to the review of eleven studies identified in the search of WoS and Scopus databases and published in the period 2001–2021.

Practical use. The gained insights direct information literacy programs towards understanding the purpose and processes of information evaluation and the development of critical thinking. The proposed further research may provide results that will help in the design of media and information literacy education programs for adolescents.

Originality. The study points to the importance of effective information evaluation as a part of the process of making informed decisions. It provides an insight into current knowledge, presents implications for teaching information literacy to adolescents, and offers guidelines for further research.

Keywords: adolescents; credibility; information literacy; informed decision; media literacy

1. Uvod

Informacije imaju važnu ulogu u životu mladih ljudi jer pridonose boljem suočavanju sa svakodnevnim izazovima, rješavanju problema i donošenju odluka. Stoga je razumljivo da su vještine medijske i informacijske pismenosti preduvjet za ostvarenje potencijala pojedinca te da su snažno povezane s kvalitetom života (Zimerman and Ni, 2021). Sposobnosti snalaženja u današnjem složenom informacijskom okruženju utječu na ostvarenje prilika u različitim područjima života uključujući obrazovanje, zdravlje, građanski aktivizam te uključivanje u političke procese. Vještine mladih ljudi da uspješno stječu, vrednuju i koriste informacije utječu na njih kao pojedince, na život zajednice i društva u cjelini.

Informirani građani trebaju moći učinkovito tražiti, pronaći, vrednovati i koristiti informacije iz različitih područja kako bi mogli imati razumno utemeljeno mišljenje i donositi informirane odluke. Da bi napredovali u svom razvoju u informirane građane, adolescenti trebaju steći vještine informiranja i postati učinkoviti korisnici informacija.

Jedan od velikih izazova današnjice jest sveprisutnost informacija posredovanih digitalnim medijima. Ako su se u prošlosti susretali s poteškoćama u pristupanju informacijama, problem s kojim se današnji mladi suočavaju jest kako u preobilju informacija prepoznati odgovarajuće, koje će im pomoći u rješavanju

problemskih situacija i donošenju odluka. Demokratizacija interneta omogućila je korisnicima stvaranje i dijeljenje sadržaja, što je izazvalo poplavu informacija različite kvalitete. Istraživači koji su prepoznali problem dostupnosti informacija upitne kvalitete pratili su uzdizanje interneta istraživanjima o vrednovanju informacija. Neka od tih istraživanja usmjerena su na mlade ljude, iako većinom na studente, a manje na djecu i adolescente (Metzger et al., 2015: 329). Jasno je da mladima prepoznavanje kvalitetnih informacija predstavlja izazov ako uzmemo u obzir da oni neizbježno raspolažu ograničenim znanjem i iskustvom. Studije su pokazale da su mladi skloni precjenjivanju vlastitih vještina. Vještine kojima raspolažu često su nedostatne za kritičko stjecanje, vrednovanje i korištenje informacija, što ih dovodi u opasnost da svoje odluke temelje na informacijama koje nisu kvalitetne. Korištenje informacija koje nisu kvalitetne može voditi ka lošim odlukama i štetnim posljedicama te loše utjecati na živote mladih ljudi.

Ovaj rad donosi pregled odabranih istraživanja provedenih u posljednjih dvadeset godina koja nastoje doći do odgovora na pitanje kako mladi vrednuju informacije u digitalnom okruženju. Također, rad ukazuje na važnost vještina vrednovanja kredibiliteta informacija s obzirom na ulogu kredibilnih informacija u procesu donošenja informiranih odluka i nudi smjer za daljnja istraživanja koja mogu doprinijeti oblikovanju programa poučavanja informacijskoj pismenosti.

2. Teorijska uporišta

2.1. Informirana odluka

Schützov (1976) pojam dobro informiranog građanina ističe ulogu aktivnog traženja i stjecanja informacija u svakodnevnom životu. Dobro informirani građanin traži informacije kako bi postao dovoljno informiran za razumno utemeljeno mišljenje o stvarima od trenutnog interesa, pri čemu treba biti sposoban odabrati odgovarajuće izvore informacija. Jezikom informacijskih znanosti, možemo reći da je dobro informirani građanin u stanju procijeniti kredibilitet stečenih informacija, odnosno da je medijski i informacijski pismen. Pojam *informirana odluka* (engl. *informed decision*) odnosi se na odluku koja je zasnovana na relevantnom znanju, u skladu je s osobnim vrijednostima osobe koja donosi odluku te je provedena u djelo (Marteau, Dormandy and Michie, 2001). Unutar područja informacijskih znanosti Case objašnjava da osoba koja donosi odluku treba tražiti informacije kako bi saznala više o mogućim izvorima, mogla ih usporediti i vrednovati te na kraju odabrati onu koja je najprihvatljivija (Case, 2008: 86). Uzimajući u obzir složenost suvremenog informacijskog okruženja, Savolainen dodaje da čovjek ne može biti informacijski *superman*, čime implicira da je praktično nemoguće raspolagati svim informacijama koje bi bile relevantne u kontekstu jedne odluke (Savolainen, 2008: 286).

Unatoč tomu, ljudi mogu donositi dovoljno dobre odluke s razumnom količinom promišljanja i uz nepotpune, ali dovoljno dobre informacije, što utvrđuje teoretičar iz područja donošenja odluka Simon (1955; 1972; 1987). On se 50-ih godina prošlog stoljeća suprotstavlja dotadašnjoj klasičnoj teoriji donošenja odluka i ističe da u stvarnosti ljudi ne donose odluke u potpunosti racionalno. Postavlja teoriju ograničene racionalnosti navodeći kako ljudi u procesu donošenja odluka koriste heuristike – postupke pojednostavljivanja ili *mentalne prečace*, a zbog vlastitih ograničenja i složenosti okruženja u kojem žive (Simon, 1955: 100; Simon et al., 1987: 13; Campitelli and Gobet, 2010: 355). Glavna heuristika je mehanizam koji se naziva *satisficing* – zadovoljavajuće. U donošenju odluka, ljudi ne traže najbolje alternative već dovoljno dobre, prihvaćajući prvu alternativu koja ih zadovoljava (Simon, 1972: 168). U kontekstu traženja i odabira informacija koje ljude koriste u donošenju odluka to znači da ne traže *najbolje* informacije, već prihvaćaju i koriste one *dovoljno dobre*. Slijedeći Simona, Savolainen zaključuje da se ljudi pri traženju informacija vode principom *dovoljno dobro* ili *zadovoljavajuće*. Takvo ponašanje u skladu je s još jednim principom koji vodi informacijsko ponašanje ljudi i poznat je u području informacijskih znanosti već desetljećima – *princip najmanjeg napora* (Savolainen, 2008: 266). Vođeni tim dvama principima, korisnici prihvaćaju i koriste one informacije koje su dovoljno dobre, a ne najbolje kvalitete, ako su im lako dostupne i pristupačne.

2.2. Kvaliteta informacija i kredibilitet informacijskih izvora

Informirana odluka treba se temeljiti na kvalitetnim informacijama – onima koje su točne, svježije, korisne i važne u kontekstu odluke (Savolainen, 2008: 152). Govoreći o kvaliteti informacije, Case (2008: 333) ističe da se pojam odnosi na percipirano svojstvo zbog kojeg je informacija vrijedna potencijalnom korisniku u nekom specifičnom kontekstu. Neke od temeljnih sastavnica kvalitete informacije jesu relevantnost, pravovremenost, točnost, specifičnost, sveobuhvatnost, mjerodavnost (engl. *authoritativeness*). Rieh (2010: 1337) navodi da se upravo kredibilitet informacije smatra odgovarajućim kriterijem za procjenu njezine relevantnosti. Kredibilitet informacija i izvora informacija obično se povezuje s odlikama kao što su točnost, istinitost, preciznost, objektivnost (Rieh, 2002; Savolainen, 2008). Smatra se da upravo izvori informacija koji imaju kredibilitet pružaju kredibilne, odnosno kvalitetne informacije. Dvije odlike izvora informacija koje se smatraju glavnim sastavnicama kredibiliteta jesu pouzdanost (engl. *trustworthiness*) i ekspertiza, a kredibilne informacije pružaju izvori koji su istodobno visoko kompetentni i pouzdani (Wilson, 1983: 15; Rieh, 2010: 1338). Budući da je moguće da određeni izvor informacija ne posjeduje obje odlike koje se smatraju sastavnicama kredibiliteta, odnosno pouzdanost i ekspertizu, moguće je da je neki izvor pouzdan, ali nije kompetentan i obrnuto. Naprimjer, moguće je da je izvor informacija

stručnjak koji je kompetentan, ali istodobno vođen osobnim interesima i pristran, pa stoga nije pouzdan i kredibilan izvor informacija. Isto tako, moguće je da je izvor informacija mrežna stranica dobronamjerne udruge građana koja želi pružiti pomoć, pa sama stranica može biti percipirana kao pouzdana. Međutim, moguće je da istodobno udruga među svojim članovima nema osobe dovoljno kompetentne da bi pružile kredibilne informacije. Korisnici informacija procjenjuju kredibilitet stečenih informacija na temelju vlastite ekspertize i prethodnog znanja (Rieh, 2010: 1337–1338), a percipirani kredibilitet izvora informacija određuje može li se vjerovati da određeni izvor pruža kredibilne i kvalitetne informacije. U skladu s idejama navedenih autora, u ovom radu smatra se da su kredibilne informacije one koje su vjerodostojne, točne, istinite, precizne, potpune i objektivne (Rieh, 2002; Savolainen, 2008). Kako bi bili u stanju pružiti kredibilne informacije, izvori informacija trebaju biti kompetentni i pouzdani. Izvori informacija koji imaju kredibilitet pružaju kredibilne odnosno kvalitetne informacije.

Široka rasprostranjenost interneta i mobilnih uređaja za pristupanje internetu potaknula je velik broj istraživača iz područja informacijskih znanosti na istraživanje kredibiliteta informacija i informacijskih izvora. Na internetu je dostupna velika količina informacija koje objavljuju sami korisnici informacija (engl. *user-generated*). Takvim je informacijama često teško odrediti autorstvo, što dovodi to toga da procjena kredibiliteta postaje izazovom. Tijekom svakodnevnih aktivnosti ljudi kontinuirano traže, vrednuju i koriste informacije, pa je procjenjivanje kredibiliteta uobičajena, sveprisutna i kontinuirana aktivnost (Rieh, 2010: 1337). Spomenuto je da ljudi pri traženju informacija primjenjuju princip *dovoljno dobro, satisficing* (Savolainen, 2008: 203). Korisnici informacija primjenjuju heuristiku *satisficing* u postupku procjene kredibiliteta izvora informacija, pa ne traže izvor koji smatraju kredibilnim, već prihvaćaju i koriste onaj koji smatraju dovoljno dobrim. Međutim izvori informacija koji nemaju kredibilitet ne pružaju kredibilne i kvalitetne informacije, a korištenje takvih informacija umanjuje sposobnost donošenja informiranih odluka i posljedično odluka s boljim ishodom.

2.3. Sundarov MAIN model

Sundar (2008: 78) postavlja model kojim objašnjava različite načine na koji pojedine značajke inherentne digitalnoj tehnologiji utječu na korisnike. Njegova je središnja teza da takve značajke posreduju vlastite znakove (engl. *cues*) koji utječu na korisničku percepciju i način na koji korisnici procesuiraju sadržaj. Tehnologija medija koji se koristi za komunikaciju izvor različitih je heuristika. Svaka tehnologija donosi set specifičnih pogodnosti koje omogućuju određene načine posredovanja sadržaja (engl. *affordances, capabilities*) i pritom oblikuju narav sadržaja koji se prenosi određenim medijem. Takve pogodnosti također određuju način na koji se sadržaj tipično prezentira u posredovanju određenim medijem,

kao i primateljev doživljaj. Jedan od primjera takvih pogodnosti jest interaktivnost kao moguća pogodnost mrežnog mjesta. Kad bi se interaktivnost, primjerice, koristila na mrežnom mjestu kandidata na političkim izborima, mogla bi sugerirati otvorenost tijekom informacija te se tumačiti kao poziv građanima na sudjelovanje u političkim procesima. Tako tumačena interaktivnost mrežnog mjesta može voditi pozitivnoj ocjeni kredibiliteta izbornog kandidata kao izvora informacija i kredibiliteta informacija koje on pruža (odnosno njegovih izbornih obećanja) te može motivirati građane da upravo njemu daju svoj glas (Sundar, 2008: 75). Sundar postavlja *The MAIN Model* u kojem navodi četiri osnovne pogodnosti koje imaju psihološki učinak na korisnike informacija. Te su pogodnosti prisutne u većini digitalnih medija i mogu potaknuti kognitivne heuristike povezane s procjenom kredibiliteta. Jedna od heuristika je tzv. *bandwagon*, koja izaziva povjerenje u stečenu informaciju ako i drugi korisnici vjeruju u nju, a u okruženju društvenih medija očituje se u povjerenju na temelju pokazatelja stvorenih u zajednici korisnika (npr. omjer *like-to-dislike*, korisnički komentari, broj pratitelja) (Sundar, 2008: 78–92). Sundar zaključuje da trebamo razumjeti psihologiju korištenja tehnologije digitalnih medija da bismo se mogli baviti osposobljavanjem mladih za procjenu kredibiliteta u digitalnom okruženju (ibid.: 76).

3. Istraživanje

3.1. Cilj istraživanja

Cilj je rada kritički sagledati odabrana empirijska istraživanja koja se bave načinima na koje adolescenti procjenjuju kredibilitet informacija i izvora informacija. Rezultat će se interpretirati u odnosu na teorijska uporišta, odnosno koncepte informirane odluke i procjene kredibiliteta informacija i izvora informacija. Istraživačka su pitanja:

1. Koje su dosadašnje spoznaje o tome kako adolescenti vrednuju kredibilitet stečenih informacija i izvora informacija dostupne u objavljenim istraživanjima?
2. Što istraživači koji su se bavili tim pitanjem zaključuju o implikacijama svojih saznanja na programe medijskog i informacijskog opismenjavanja?

3.2. Metoda

Rad donosi pregled jedanaest odabranih istraživanja o načinu na koji adolescenti procjenjuju kredibilitet informacija i izvora informacija. Radovi su odabrani na temelju pretrage koja je provedena u listopadu 2021. godine u bazama podataka WoS i Scopus. Odabrane su baze koje su multidisciplinarne te obu-

hvaćaju različita područja društvenih znanosti i različite aspekte odabrane teme. Također te su baze dvije najpoznatije i najčešće korištene bibliografske baze podataka. Pretraga je provedena kombiniranjem ključnih riječi vezanih uz temu rada: *child, teenager, adolescent, youth, credibility*. Pretraživanje je suženo tako da obuhvaća radove objavljene u posljednjih 20 godina. Stariji radovi nisu smatrani relevantnima za istraživanje s obzirom na to da su se u proteklim desetljećima dogodile velike promjene u informacijskom okruženju koje su utjecale na informacijsko ponašanje adolescenata. Pretragom je pronađeno 247 radova od kojih je 11 bilo relevantno za istraživanje. Kriteriji za odabir radova obuhvaćenih istraživanjem sljedeći su:

- rad predstavlja istraživanje provedeno među adolescentima, kako ih određuje World Health Organization (10 – 19 godina)¹
- rad predstavlja istraživanje načina na koji adolescenti procjenjuju kredibilitet informacija i izvora informacija,
- rad je objavljen na hrvatskom ili engleskom jeziku.

U tablici 1 je popis jedanaest odabranih radova koji su analizirani u istraživanju.

Tablica 1. Popis odabranih radova koji su analizirani u istraživanju

Br.	Odabrani radovi
1.	Dong, Z. (2015). How to persuade adolescents to use nutrition labels: effects of health consciousness, argument quality, and source credibility. <i>Asian Journal of Communication</i> 25, 1: 84-101.
2.	Hämäläinen, E. K.; C. Kiili; M. Marttunen; E. Räikkönen; R. González-Ibáñez; P. H. T. Leppänen (2020). Promoting sixth graders' credibility evaluation of Web pages: An intervention study. <i>Computers in Human Behavior</i> 110, 106372.
3.	Hämäläinen, E. K.; C. Kiili; E. Räikkönen; M. Marttunen (2021). Students' abilities to evaluate the credibility of online texts: The role of internet-specific epistemic justifications. <i>Journal of Computer Assisted Learning</i> 37, 5: 1409-1422.
4.	Herrero-Diz P.; S. Reyes-de-Cozar; J. Conde-Jimenez (2021). Spanish adolescents and fake news: level of awareness and credibility of information (Los adolescentes españoles frente a las fake news: nivel de conciencia y credibilidad de la información). <i>Cultura Y Educacion</i> 33, 1: 1-27.
5.	Jean, B. S.; M. Subramaniam; N. G. Taylor; R. Follman; C. Kodama; D. Casciotti (2015). The influence of positive hypothesis testing on youths' online health-related information seeking. <i>New Library World</i> 116, 3/4: 136-154.

¹ Prema World Health Organization razdoblje adolescencije odnosi se na dob od 10 do 19 godina: https://www.who.int/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1

Br.	Odabrani radovi
6.	Jean, B.; N. G. Taylor; C. Kodama; M. Subramaniam (2018). Assessing the health information source perceptions of tweens using card-sorting exercises. <i>Journal of Information Science</i> 44, 2: 148-164.
7.	Metzger, M. J.; A. J. Flanagin; A. Markov; R. Grossman; M. Bulger (2015). Believing the unbelievable: Understanding young people's information literacy beliefs and practices in the United States. <i>Journal of Children and Media</i> . 9, 3: 325-348.
8.	Rasmussen-Pennington, D. M.; G. Richardson; C. Garinger; M. L. Contursi (2013). „I could be on Facebook by now“: Insights from Canadian youth online mental health information resources. <i>Canadian Journal of Information and Library Science</i> 37, 3: 183-200.
9.	Salmerón, L.; M. Macedo-Rouet; J. Rouet (2016). Multiple viewpoints increase students' attention to source features in social question and answer forum messages. <i>Journal of the Association for Information Science and Technology</i> 67, 10: 2404-2419.
10.	Subramaniam, M.; N. G. Taylor; B. S. Jean; R. Follman; C. Kodama; D. Casciotti (2015). As simple as that?: tween credibility assessment in a complex online world. <i>Journal of Documentation</i> 71, 3: 550-571.
11.	Zimand-Sheiner, D.; T. Ryan; S. M. Kip; T. Lahav (2020). Native advertising credibility perceptions and ethical attitudes: An exploratory study among adolescents in the United States, Turkey and Israel. <i>Journal of Business Research</i> 116: 608-619.

Iako postoje radovi koji se bave pitanjem načina na koji adolescenti odabiru izvore informacija i mogu se tematski preklapati s pitanjem procjene kredibiliteta, istraživanje se bavilo radovima koji su izrijeком usmjereni na procjenu kredibiliteta informacija i izvora informacija među adolescentima. Analiza odabranih znanstvenih radova izvršena je primjenom kvalitativne analize sadržaja. Nakon prve faze pregledavanja radova i na temelju preliminarnog uvida u rezultate odabranih istraživanja, odabrane su kategorije koje su praćene u drugoj fazi. Odabrani tekstovi analizirani su s obzirom na sadržaj vezan uz četiri prethodno postavljene kategorije: način na koji adolescenti procjenjuju kredibilitet informacija i izvora informacija, pojave koje mogu umanjiti uspješnost vrednovanja kredibiliteta i uzrokovati korištenje informacija koje nisu kredibilne, utjecaj dobi na procjenu, implikacije za obrazovne programe medijskog i informacijskog opismenjavanja.

3.3. Rezultati

3.3.1. Načini na koje adolescenti vrednuju kredibilitet informacija i izvora informacija

Metzger i suradnici (2015: 325) pokazali su da različiti čimbenici utječu na svijest adolescenata o potrebi za vrednovanjem informacija, na njihove vještine za uspješno vrednovanje informacija i na postupke koje pritom primjenjuju. Ti čimbenici su stupanj kognitivnog razvoja, stil donošenja odluka, demografski čimbenici i prethodno obrazovanje za informacijsku pismenost u digitalnom okruženju (ibid.). Razlike u kognitivnom stilu (uključujući potrebu za spoznajom, fleksibilno razmišljanje i vjeru u intuiciju) snažni su pretkazivači svijesti o problematičnoj naravi kredibiliteta informacija na internetu i vještina njihova vrednovanja. Osim toga, akademski uspjeh povezan je s većom primjenom analitičkih strategija za procjenu kredibiliteta (ibid.: 339).

Istraživanje usmjereno na procjenu kredibiliteta u kontekstu zdravstvenih informacija pokazalo je da su ispitanici adolescentske dobi svjesni važnosti povjerenja u izvore informacija. Oni cijene ekspertizu izvora utemeljenu na formalnom obrazovanju (npr. ekspertizu liječnika) i ekspertizu koja potječe iz osobnog iskustva izvora (*iskustva iz prve ruke*) s određenim zdravstvenim stanjem (npr. u slučaju članova obitelji, prijatelja) (Jean et al., 2018). S druge strane, mladi ispitanici izražavaju nedostatak povjerenja u Wikipediju zbog otvorene mogućnosti uređivanja. Nadalje, u prosudbama o kredibilitetu informacija oslanjaju se na vlastite šire poglede na medije, institucije i ljude. Pokazalo se da neki mlađi adolescenti vrednuju informacije o zdravlju primjenjujući postupak provjere usporedbom više informacija iz različitih izvora (cf. ibid.).

Dong istražuje učinkovitost poruka namijenjenih adolescentima koje govore o važnosti korištenja nutritivnih oznaka i prenose se oglašavanjem putem javnih servisa (Dong, 2015). On istražuje učinak različitih tipova argumentacije s ciljem uvjeravanja adolescenata da koriste nutritivne oznake na prehrambenim proizvodima. Fokus istraživanja usmjeren je na pitanje kako adolescenti prihvaćaju dva različita tipa argumenata: informativne argumente i osobna svjedočanstva. Informativni argumenti temelje se na činjeničnim tvrdnjama ili statističkim dokazima, dok argumentacija u osobnim svjedočanstvima uključuje živopisne primjere izvješća iz prve ruke osoba koje su iskusile određeno stanje (ibid.: 85). Dong otkriva da prethodno znanje ima određeni pozitivan učinak na percipiranu uvjerljivost izvora informacija. Pokazalo se da je nutricionist uvjerljiviji izvor za adolescente s većim stupnjem svijesti o važnosti zdravlja. Za razliku od toga, na adolescente koji imaju nisku svijest o važnosti zdravlja više utječu poznate osobe (engl. *celebrities*) kao izvor informacija (cf. ibid.: 95–96). Također, pokazalo se da adolescenti s višim stupnjem svijesti o važnosti zdravlja imaju pozitivniji stav o nutritivnim oznakama na proizvodima od onih koji imaju nisku svijest o tom pitanju (cf. ibid.: 93).

Dong zaključuje da oni adolescenti koji su svjesniji važnosti zdravlja, brinu o zdravlju i imaju naviku traženja informacija koje aktivno primjenjuju, imaju veće znanje iz tog područja, uključujući i znanje o nutritivnim oznakama. Ti adolescenti spremniji su utrošiti vrijeme na analizu objave javnih servisa o važnosti nutritivnih oznaka i na vrednovanje pouzdanosti tih objava na temelju raspoloživog postojećeg znanja. Dong iznosi stajalište da objave javnih servisa jesu kredibilan izvor informacija. On zaključuje da su adolescenti koji su svjesniji važnosti zdravlja u stanju percipirati visok kredibilitet javnih servisa. Tim mladim ljudima upravo percipirani visoki kredibilitet javnih servisa može služiti kao dokaz valjanosti iznesene argumentacije i povećati persuazivnost objava javnih servisa o nutritivnim oznakama (cf. *ibid.*: 95–96). Slično govore i rezultati istraživanja o načinu na koji adolescenti od 11 do 13 godina (tzv. *tweensi*) iz nepriviligiranih životnih okolnosti procjenjuju kredibilitet informacija dostupnih na internetu. Ispitanici su dolazili iz obitelji nižeg socioekonomskog statusa te pripadali manjinskim rasama u Sjedinjenim Američkim Državama. Otkriva se da na vještine za procjenu kredibiliteta utječu vještine osnovne pismenosti te da mogući nedostaci u tom pogledu imaju određene posljedice. Naime, ispitanici raspolažu ograničenim vokabularom engleskog jezika, što im otežava procjenjivanje kredibiliteta izvora informacija. Tako, naprimjer, neki ispitanici dostupnost prijevoda mrežnog mjesta na španjolski jezik smatraju pokazateljem kredibiliteta, iako je jasno da sama mogućnost prijevoda informacija na španjolski jezik ne znači da su informacije kredibilne. Nadalje, pokazalo se da ispitanicima nisu poznati neki izvori informacija koji su dobro poznati njihovim vršnjacima iz opće populacije. Također se pokazalo da ispitanici imaju ograničene vještine osnovne pismenosti pa su prisiljeni oslanjati se na izvore koji pružaju informacije u obliku koji nije tekstualan. Stoga neki ispitanici dostupnost video i audio zapisa te poveznica na društvene medije na pojedinim mrežnim mjestima smatraju pokazateljima kredibiliteta tih mrežnih mjesta kao izvora informacija (Subramaniam et al., 2015: 560–564). Osim toga, na vrednovanje informacija utječu osobne preferencije pojedinca prema pojedinim izvorima informacija. O kredibilitetu informacija ispitanici također zaključuju na temelju reputacije izvora, pa vjeruju izvoru koji je preporučio neki drugi izvor kojemu vjeruju (npr. nastavnik). Među izvorima koji zaslužuju njihovo povjerenje su popularne osobe koje općenito uživaju povjerenje javnosti (npr. Michelle Obama koja je bila prva dama SAD-a u vrijeme provođenja istraživanja). Kad su u pitanju zdravstvene informacije, ispitanici vjeruju mrežnim mjestima koje u naslovu ili URL adresi sadrže riječi kao što su *bolnica* ili *zdravlje*, oznaku *.dr* (npr. Dr. Oz) ili oznaku za domenu *.gov* (cf. *ibid.*: 562–564).

Salmeron i suradnici usmjerili su interes prema načinu na koji adolescenti vrednuju kredibilitet informacija stečenih na forumu, potaknuti sviješću da objave mogu sadržavati dezinformacije koje mogu utjecati na stavove i ponašanje te imati štetne posljedice, osobito kad se radi o osjetljivim temama poput zdravlja i spol-

nog ponašanja (Salmerón, Macedo-Rouet and Rouet, 2015). Istraživači su saznali da su njihovi ispitanici skloni vjerovati osobama na forumu koje se predstavljaju kao stručnjaci (engl. *self-reported experts*) te im daju prednost pred osobama koje se predstavljaju pseudonimom, i to čine osobito u situacijama kada nailaze na proturječne informacije pa trebaju procijeniti kojem izvoru treba vjerovati (cf. *ibid.*: 2415–2416). Pritom su pokazali da ispitanici ne prepoznaju autora i dokaze koje podastire za iznesene informacije kao odvojene elemente koje valja razlikovati.

Nadalje, Hämäläinen i suradnici utvrđuju da neki adolescenti pokazuju razvijene vještine za procjenjivanje različitih aspekata kredibiliteta (autorstva, mrežnog mjesta na kojem je objavljena informacija, namjere izvora informacija, ponuđenih dokaza i potvrde informacije u drugim izvorima). Međutim, drugi pokazuju slabije vještine i posvećuju pažnju samo jednom od aspekata kredibiliteta, što umanjuje njihovu učinkovitost pri vrednovanju digitalnih informacija. Značajan broj (89,3 %) pri procjeni kredibiliteta uzima u obzir mrežno mjesto na kojem je digitalna informacija objavljena. Također vode računa o ponuđenim dokazima (76,8 %) i autoru digitalnih informacija (61,2 %), uzimajući u obzir njegovu ekspertizu i namjeru, što je ohrabrujuće jer se radi o najvažnijim aspektima koji čine kriterije za vrednovanje informacija. Nadalje, brojni ispitanici primjećuju i prepoznaju reklame prisutne u digitalnom sadržaju. S druge strane, gotovo desetina ispitanika procjenjuje kredibilitet informacija na temelju samo jednog aspekta kredibiliteta. Prema mišljenju autora, to saznanje zabrinjava jer je pri procjeni kredibiliteta potrebno voditi računa o više različitih aspekata, što vodi boljem vrednovanju informacija (Hämäläinen et al., 2021: 1418–1419).

Zimand-Sheiner i suradnici (2019) posvetili su istraživačku pažnju pitanju kako adolescenti percipiraju kredibilitet prikrivenih reklama umetnutih u sadržaj mrežnih mjesta (engl. *native media adds*) te etički odnos prema takvim reklamama. Istraživanje je pokazalo da takve reklame uspješno postižu persuzivnost među ispitanicima iz triju zemalja (Sjedinjene Američke Države, Turska i Izrael). Pokazalo se da oni pozitivno ocjenjuju kredibilitet prikrivenih reklama. Autori smatraju da je takav rezultat odraz pozitivnog stava istraživane populacije prema dobro poznatim mrežnim mjestima koje donose novosti. Također smatraju da je rezultat odraz trenda globalne kulture konzumerizma, prisutne među mladima diljem svijeta, koja objašnjava pozitivnu percepciju tako prikrivenih reklama u sva tri uzorka koji se razlikuju prema geografskim i kulturnim značajkama. Ipak, utvrđene su i neke razlike u rezultatima dobivenim u različitim zemljama koje se pripisuju kulturnoj pozadini. Prikriveno oglašavanje osmišljeno je tako da ne ometa iskustvo korisnika u interakciji s digitalnim sadržajem. U tome se razlikuje primjerice od takozvanih *pop-up* oglasa koji korisnika mogu ometati. U prikrivenom oglašavanju sadržaj se uklapa u stranicu, pa korisnik teško primjećuje da se radi o oglasu. Budući da je teško razlikovati sadržaj oglasa od informativnog sadržaja mrežnog mjesta, mogu se sakriti komercijalne namjere autora. Istraživanje je

pokazalo da se vještine potrebne za prepoznavanje persuazivnih namjera razvija s vremenom (cf. Zimand-Sheiner et al., 2019).

Kada se radi o informacijama vezanim uz mentalno zdravlje, pokazalo se da mlade ljude brine stigmatizacija kao moguća posljedica traženja i pružanja takvih informacija na internetu (Rassmusen-Pennington et al., 2013: 183). Adolescenti koji su sudjelovali u ovom istraživanju izrazili su da cijene informacije koje pružaju osobe koje su proživjele iskustvo mentalnog oboljenja (cf. ibid: 194–195). Također su iskazali želju za interaktivnim elementima i sadržajima na mrežnim mjestima o mentalnom zdravlju kako bi se mogli informirati na način koji njima odgovara.

Nedavno istraživanje posvećeno načinu na koji adolescenti postupaju s lažnim vijestima pokazalo je da ispitanici imaju visoku razinu znanja i svijesti o pojavi lažnih informacija (Herrero-Diz, Reyes-de-Cozar and Conde-Jimenez, 2021). Stupanj svijesti o toj pojavi i vještine potrebne za njezino prepoznavanje uvjetuju način na koji oni procjenjuju kredibilitet informacija koje stječu na internetu. Nadalje, informacije procjenjuju s obzirom na tri aspekta kredibiliteta: svrhu, ažurnost i relevantnost. Više su skloni smatrati digitalne informacije kredibilnima u slučajevima kada mogu prepoznati razlog ili svrhu njihovog objavljivanja. Također, skloni su smatrati kredibilnima informacije za koje utvrđuju da su ažurne te informacije koje smatraju važnima ili značajnima. S druge strane, najmanje pažnje posvećuju temeljnim aspektima kredibiliteta: autorstvu i točnosti digitalnih informacija.

3.3.2. Pojave koje mogu umanjiti uspješnost vrednovanja kredibiliteta i uzrokovati korištenje informacija koje nisu kredibilne

Prednosti prikladnog, jednostavnog i brzog pristupa informacijama putem interneta ponekad navode adolescente da žrtvuju kvalitetu stečenih informacija, odnosno koriste informacije kojima je lako i jednostavno pristupiti iako nisu sigurni u njihovu kvalitetu (Jean et al., 2018). Pokazalo se da mladi cijene internet kao izvor koji omogućuje prikladan pristup velikom broju informacija (ibid.). Neki od njih skloni su vjerovati u kredibilitet informacija automatski i bez provjere, manifestirajući time općenito povjerenje u kredibilitet tog medija (cf. ibid: 148–149). Neka istraživanja pokazala su da adolescentima nedostaju vještine informacijske pismenosti potrebne za odgovarajuće vrednovanje kredibiliteta digitalnih informacija (Salmeron, Macedo-Rouet and Rouet, 2015; Jean et al., 2018). Neki mladi prihvaćaju savjete s foruma samo na temelju sadržaja poruke, zanemarujući pritom pitanje autorstva i dokaze koji podupiru iznesene informacije (ibid.: 2411). Istraživanja također ukazuju da rijetko koriste strategiju provjere kredibiliteta informacija potvrđivanjem i uspoređivanjem informacija iz više izvora ako nepodudarnosti između različitih sadržaja na internetu nisu očite (Hämäläinen et al., 2021: 1418).

Nadalje, istraživanja ukazuju na to da se neki adolescenti primarno oslanjaju na intuitivne prosudbe i heuristike. Istraživanja ponašanja adolescenta pri korištenju izvora informacija o zdravlju pokazalo je da primjenjuju heuristiku *satisficing* jer biraju prve izvore na koje nailaze, bez obzira na to jesu li oni doista najbolji u smislu pružanja kredibilnih informacija (Jean et al., 2018; Jean et al., 2015). Velik dio ispitanika iskazao je da vjeruje u kredibilitet informacija na internetu i da završava pretraživanje kada pronade jedno mrežno mjesto za koje se čini da nudi traženi odgovor (Jean et al., 2015: 148). Ispitanici su brzi u formuliranju upita i završavanju pretraživanja (ibid.), što ne pogoduje zahtjevnom postupku vrednovanja stečenih informacija. Nadalje, otkriveno je da su neki adolescenti skloni ponašanju *testiranja pozitivne hipoteze* (engl. *positive hypothesis testing*), pa vjeruju u kredibilitet određenih informacija samo zato što su u skladu s njihovim dotadašnjim uvjerenjima (cf. ibid.: 149–150). Jean i suradnici prepoznali su i druge negativne pojave vezane uz ponašanje adolescenata pri traženju zdravstvenih informacija na internetu: nedostatak znanja vezanog uz pojedino područje, nedostatak dovoljno dobrih strategija pretraživanja i istodobno snažno pouzdanje u vlastite vještine potrebne za korištenje interneta, sklonost prihvaćanju brzih i usputnih (engl. *haphazard*) strategija pretraživanja te vjerovanju da su pronađene informacije točne. Te pojave mogu voditi stjecanju netočnih informacija i učvršćivanju pogrešnih uvjerenja.

Dong otkriva da u nekim slučajevima obična osoba koja iznosi informativni argument adolescentima može biti jednako uvjerljiv izvor kao i ekspert iz određenog područja (Dong, 2015: 97). Razlozi za to mogu biti buntovnost i suprotstavljanje autoritetima koji su uobičajeni za razdoblje adolescencije. Osim toga, percipirana sličnost s običnim ljudima može biti razlog zašto ih adolescenti smatraju uvjerljivim izvorom informacija. S druge strane, poznate osobe (tzv. *celebrities*) percipirane su kao uvjerljivi izvor informacija kad iznose informacije argumentirane osobnim svjedočenjem (cf. ibid.: 97–98). Nadalje, pokazalo se da za mlade pokazatelji kredibiliteta mrežnih mjesta mogu biti prisutnost videosadržaja, mogućnost automatskog čitanja naglas i slušanja sadržaja te prisutnost poveznica na društvene medije (Subramaniam et al., 2015: 561). Također se pokazalo da neki mlađi adolescenti primjenjuju strategije koje nisu dovoljno dobre za odgovarajuću procjenu kredibiliteta te vode pogrešnim procjenama u vrednovanju informacija vezanih uz osobno zdravlje, što može imati štetne posljedice (cf. ibid.: 565).

Rassmusen-Pennington i suradnici (2013: 195) pokazuju da neki adolescenti povjerenje prema sadržaju mrežnog mjesta grade na temelju objavljenih korisničkih ocjena (tzv. *user-ratings*) i broja posjetitelja stranice, zatim na temelju jednostavne navigacije te dizajna koji uključuje manju količinu dobro raspoređenog i konciznog teksta. Loš dizajn i navigacija mogu loše utjecati na uspjeh u procjeni kredibiliteta informacija koje mrežno mjesto nudi. Kada se radi o pojavi lažnih vijesti, istraživanje Herrero-Diz i suradnika pokazalo je da velika većina ispita-

nika ne bi reagirala niti ikoga upozorila u slučaju nailaženja na takve informacije (Herrero-Diz, Reyes-de-Cozar and Conde-Jimenez, 2021: 12). Iako ispitanici vjeruju da posjeduju vještine potrebne za prepoznavanje lažnih vijesti, pokazalo se da ne pridaju dovoljno pažnje osnovnim aspektima kredibiliteta poput autorstva i točnosti informacije.

3.3.3. Utjecaj dobi na vrednovanje kredibiliteta

Očekivano je da stupanj kognitivnog razvoja i ograničeno opće znanje i iskustvo osobe utječu na sposobnosti procjene kredibiliteta. Istraživanja su pokazala da dob mladih ljudi utječe na njihove vještine vrednovanja digitalnih informacija (Salmeron, Macedo-Rouet and Rouet, 2015; Hämäläinen et al., 2021) te da tijekom odrastanja postaju sofisticiraniji korisnici informacija (Metzger et al., 2015).

Istraživanje vrednovanja informacija objavljenih na forumu pokazalo je da stariji ispitanici opravdavaju odabir informacija navođenjem odlika autora (na primjer njegovu ekspertizu). Daju prednost savjetima eksperata koji uključuju vanjski izvor da bi potvrdili informacije koje pružaju, a manje cijene savjete onih koji iznose osobno iskustvo. S druge strane, mlađi ispitanici češće se oslanjaju isključivo na svoje mišljenje u vrednovanju informacija (Salmeron, Macedo-Rouet and Rouet, 2015: 2411–2416). Tijekom formalnog obrazovanja i odrastanja, mladi razvijaju sklonost prema pouzdanijim dokazima kredibiliteta digitalnih informacija (npr. dokumentarni izvori) (cf. *ibid.*: 2411–2416). Do sličnog saznanja dolaze Hämäläinen i suradnici otkrivajući da mlađi adolescenti teže procjenjuju sadržaj na internetu iz aspekta dokaza koji ukazuje na kredibilitet (Hämäläinen et al., 2021: 1418). Metzger i suradnici (Metzger et al., 2015: 338) navode da su stariji ispitanici svjesniji problematične naravi informacija na internetu čiji kredibilitet može biti upitan te da u većoj mjeri koriste analitičke strategije za vrednovanje informacija. Osim toga, navode da je manje je vjerojatno da će stariji ispitanici povjerovati lažnim mrežnim mjestima, a više vjerojatno da će lažnim mrežnim mjestima povjerovati mlađi ispitanici.

3.3.4. Implikacije za obrazovne programe medijskog i informacijskog opismenjanja

U današnjem informacijskom okruženju mladi su kontinuirano uronjeni u svijet medija i informacija, pa je teško istražiti kako razvijaju svoje vještine pretraživanja, pronalaženja i vrednovanja informacija. Suvremenim informacijskim okruženjem dominiraju nove komunikacijske tehnologije i participativne kulturne prakse stvaranja i dijeljenja sadržaja. U takvim okolnostima pitanje oblikovanja učinkovitih programa za medijsko i informacijsko opismenjanje postaje doista kompleksno (Jean et al., 2015: 150).

Subramaniam i suradnici zagovaraju snažnu i aktivnu ulogu knjižnica u medijskom i informacijskom opismenjavanju mladih. Smatraju da obrazovni programi trebaju nadići poučavanje za pronalaženje informacija u kontekstu obrazovanja i uzeti u obzir šire prirodno okruženje adolescenata. Programi medijskog i informacijskog opismenjavanja trebaju se provoditi tijekom aktivnosti koje su povezane interesima adolescenata i koje su im osobno važne. Nadalje, vještine vrednovanja informacija treba razvijati tijekom odrastanja i usmjeravati na procjenjivanje kredibiliteta na temelju medija, izvora, reputacije i iskustva kao važnih aspekata kredibiliteta (Subramaniam et al., 2015: 565). Subramaniam i suradnici zagovaraju odustajanje od pristupa u poučavanju koji se temelji na ograničavanju korištenja određenih izvora i primjeni pristupa *kontrolnih listi* (engl. *checklists approach*). Stajališta su da programi medijskog i informacijskog opismenjavanja trebaju biti utemeljeni na postojećim heuristikama koje adolescenti već primjenjuju u interakciji s digitalnim informacijama, a koje je utvrdio Sundar (2008). Kao primjer autori navode da su neki od ispitanika izrazili sklonost da se za stjecanje informacija koriste video zapisima te smatraju svaki video zapis kredibilnim izvorom informacija. Autori smatraju da treba djelovati u skladu s njihovim preferencijama i navikama te ih dodatno ohrabriti da razmotre izvor i autorstvo zapisa te sam sadržaj. Ističu potrebu da stručnjaci iz relevantnih područja s korisnicima prilagode i unaprijede postojeće heuristike koje adolescenti koriste. Time bi se omogućio razvoj dodatnih heuristika koje bi vodile konzistentnim i točnim prosudbama kredibiliteta informacija na internetu (Subramaniam et al., 2015: 565–566).

Jean i suradnici ističu da adolescenti trebaju raspolagati širokim rasponom vještina informacijske pismenosti i poznavati područje interesa (npr. područje zdravlja) da bi mogli učinkovito procijeniti informacije na internetu (Jean et al., 2018: 16). Zagovaraju osmišljavanje strategija vrednovanja informacija koje bi se usmjerile na smanjenje utjecaja kognitivnih pristranosti i na povećavanje aktivnog vrednovanja usporedbom informacija iz različitih izvora (cf. *ibid.*: 151). Takve strategije trebale bi poticati mlade da pri vrednovanju informacija ne pretpostavljaju da su u pravu niti da su u krivu, da ostanu otvoreni za sve informacije i da uvijek provjeravaju informacije (cf. *ibid.*: 151).

Istraživanje koje su proveli Metzger i suradnici ponudilo je zbudjujuće rezultate u pogledu edukacije za informacijsku pismenost. Naime pokazalo se da je za ispitanike koji su bili više izloženi edukaciji za vrednovanje kredibiliteta također veća vjerojatnost da povjeruju sadržaju lažnih mrežnih mjesta (Metzger et al., 2015: 339). To pokazuje da, iako edukacija pruža vođenje u vrednovanju, ona ne vodi nužno do ispravnih zaključaka o digitalnim informacijama. Metzger i suradnici također ukazuju na nedovoljnu učinkovitost pristupa *kontrolne liste* (engl. *checklist approach*) u edukaciji za medijsku i informacijsku pismenost. Naime autori pokazuju da korisnici mogu poduzeti sve predviđene korake, a ipak pogrešno procijeniti kredibilitet informacija. Ističu da se pristup *kontrolne liste* ne bavi

metakognitivnim mišljenjem koje je u osnovi sposobnosti kritičkog promišljanja kredibiliteta informacija. Suprotno takvoj praksi, medijsko i informacijsko opismenjavanje treba se baviti procesima mišljenja na metakognitivnoj razini da bi se poboljšale vještine i za vrednovanje informacija. Mladim korisnicima informacija treba objašnjavati način na koji misle. Autori zaključuju da se obrazovni programi trebaju usmjeriti na objašnjavanje svrhe postupka vrednovanja, umjesto na set evaluacijskih postupaka. Razlike u dobi utječu na vještine procjene kredibiliteta digitalnih informacija, pa autori dodaju da programi informacijskog opismenjavanja ne mogu biti jednaki za sve (engl. *one-size-fits-all approach*). Pri osmišljavanju takvih programa potrebno je uzeti u obzir razvojnu teoriju (cf. *ibid*: 338–340).

Hämäläinen i suradnici ističu da adolescente treba poticati na pažljivo vrednovanje informacija stečenih na internetu. Također ih treba poučavati da pritom uzimaju u obzir različite aspekte kredibiliteta. Autori naglašavaju važnost postupka potvrđivanja kredibiliteta uspoređivanjem informacija iz različitih izvora i njegova poučavanja u obrazovnim programima (Hämäläinen et al., 2021: 1416). Pokazuju da postojeći programi osposobljavanja za vrednovanje digitalnih informacija pomažu u vrednovanju s obzirom na odlike izvora informacija (poput autora i njegove ekspertize te ažurnosti), no ne u pogledu vještina mladih da vrednuju argumentaciju koja se iznosi kao podrška pruženoj informaciji. Vjerojatni razlog nalaze u činjenici da je poučavanje za vrednovanje argumentacije zahtjevno i zahtijeva druga znanja (naprimjer, poznavanje strukture argumenta) (Hämäläinen et al., 2020).

Herrero-Diz, Reyesde-Cozar i Conde-Jimenez (2021: 12) ističu da mlade treba osnaživati za kritičko mišljenje kako bi mogli prepoznati štetnu pojavu lažnih vijesti. Autori ističu da je medijsko i informacijsko opismenjavanje važno za buđenje građanske odgovornosti među mladima kao važnom dijelu informacijskog društva (cf. *ibid.*: 12–13).

3.4. Rasprava

Sposobnost mladih za donošenje odluka utemeljenih na odgovarajućim informacijama i znanju utječe na kvalitetu njihovih života. U ulozi građana, svojim odlukama utječu na život svoje zajednice i na društvo u cjelini. Međutim stjecanje informacija koje pomažu u donošenju informiranih odluka nije pravocrtan i jednostavan proces, a kvalitetu i kredibilitet korištenih informacija nije jednostavno procijeniti. Dobro informirani građanin kakvog predstavlja Schütz treba biti kadar procijeniti kredibilitet informacija koje koristi i biti medijski i informacijski pismen. S druge strane, poznato je da ljudi pri odabiru informacijskih izvora i vrednovanju stečenih informacija ne postupaju uvijek analitično i sistematično. Kako ističu Savolainen i Sundar, korisnici informacija pojednostavljuju te procese i primjenjuju heuristike koje omogućuju vrednovanje informacija uz manje napo-

ra. Sundar dodaje da trebamo razumjeti psihologiju korištenja digitalnih medija da bismo mogli pristupiti problemu snalaženja mladih u suvremenom digitalnom informacijskom okruženju.

Ovaj rad nastoji utvrditi što su autori odabranih istraživanja saznali o tome kako adolescenti procjenjuju kredibilitet stečenih informacija i koje su implikacije tih saznanja, prema mišljenju autora pregledanih istraživanja, za obrazovne programe usmjerene na medijsko i informacijsko opismenjavanje.

3.4.1. Vrednovanje kredibiliteta informacija i izvora informacija

Rezultati pregleda odabranih istraživanja pokazuju da adolescenti procjenjuju kredibilitet informacija i izvora informacija na različite načine, ovisno o određenim čimbenicima. Neki su od tih čimbenika stupanj kognitivnog razvoja, stil donošenja odluka, određeni demografski čimbenici, akademski uspjeh (cf. Metzger et al., 2015: 325–339), osobne preferencije prema pojedinim informacijskim izvorima (cf. Subramaniam et al., 2015: 562–563), prethodno znanje i svijest o važnosti raspolaganja informacijama iz područja interesa (cf. Dong, 2015: 95–96), vještine osnovne pismenosti (cf. Subramaniam et al., 2015: 561) i prethodno obrazovanje za informacijsku pismenost.

Pokazalo se da su neki od adolescenata svjesni važnosti korištenja izvora u koje imaju povjerenja (Jean et al., 2018) te da procjenjuju kredibilitet informacija i izvora informacija s obzirom na različite aspekte kredibiliteta. Ispitanici ponekad uzimaju u obzir autorstvo digitalnih informacija i vode računa o ekspertizi i namjeri autora, što je ohrabrujuće jer se radi o najvažnijim aspektima koji čine kriterije za vrednovanje informacija (Hämäläinen et al., 2021: 1409). Oni cijene ekspertizu utemeljenu na formalnom obrazovanju i ekspertizu koja potječe iz osobnog iskustva izvora informacija (Jean et al., 2018; Rasmussen-Pennington et al., 2013: 194–195; Dong, 2015: 97–98). U slučajevima kada nailaze na proturječne informacije u digitalnom okruženju, daju prednost savjetima autora koji se predstavljaju kao eksperti (Salmeron, Macedo-Rouet and Rouet, 2015: 2415–2416). Nadalje, pokazalo se da neki adolescenti kredibilitet informacija procjenjuju iz aspekta reputacije izvora (Subramaniam et al., 2015: 562–563). Saznanja da adolescenti cijene osobno iskustvo i reputaciju izvora informacija mogu biti ohrabrujuća, no jasno je da percipirano osobno iskustvo i reputacija u zajednici korisnika ne moraju nužno jamčiti kredibilitet informacija tako da primjena takvih kriterija u nekim slučajevima može voditi u pogrešne prosudbe o kredibilitetu.

Pregled odabranih istraživanja također pokazuje da neki adolescenti procjenjuju informacije s obzirom na svrhu njihova objavljivanja. Skloniji su vjerovati u kredibilitet kad mogu prepoznati razlog i namjeru objavljivanja informacija (Hämäläinen et al., 2021: 1409; Herrero-Diz, Reyes-de-Cozar and Conde-Jimenez, 2021). Aspekti kredibiliteta koje uzimaju u obzir su i ažurnost i relevantnost informacija (ibid.). Samo mrežno mjesto kao mjesto na kojoj je digitalna infor-

macija objavljena također može biti razlog za povjerenje u informacije koje pruža (Hämäläinen et al., 2021: 1409), pri čemu se percipirani kredibilitet temelji na pojedinim riječima u naslovu ili URL adresi (naprimjer, *zdravlje*) ili oznaci za domenu .gov (Subramaniam et al., 2015: 562).

Iako neka istraživanja pokazuju da mladi primjećuju i prepoznaju reklame u digitalnom sadržaju (Hämäläinen et al., 2021: 1409), druga pokazuju da prikrivene reklame umetnute u sadržaj mrežnih mjesta (engl. *native media adds*) djeluju persuazivno na adolescente (Zimand-Sheiner, 2019). Također se pokazalo da među adolescentima postoji određena razina svijesti i znanja o pojavi lažnih vijesti (Herrero-Diz, Reyes-de-Cozar and Conde-Jimenez, 2021).

Rezultati pokazuju da neki adolescenti u postupku vrednovanja informacija uzimaju u obzir različite aspekte i odlike informacija i informacijskih izvora: ekspertizu izvora, osobno iskustvo i reputaciju, ažurnost i relevantnost informacije. U slučaju mrežnih mjesta uzimaju u obzir određene riječi i domenu koje ih mogu voditi u procjeni kredibiliteta. Takva postupanja daju razloga vjerovati da u dijelu istraživane populacije postoji svijest o važnosti vrednovanja informacija te da dio populacije provodi određene postupke koji mogu voditi učinkovitoj procjeni kredibiliteta informacija i izvora informacija. Također raspolažu određenim vještinama potrebnima za prepoznavanje reklamnih sadržaja te razina svijesti o štetnoj pojavi lažnih vijesti. Vještine potrebne za učinkovito procjenjivanje kredibiliteta i vrednovanja informacija razvijaju se tijekom odrastanja. Sve nam to ukazuje da se adolescente može obrazovati i osnažiti za bolje snalaženje u digitalnom informacijskom okruženju.

3.4.2. *Pojave koje mogu uzrokovati korištenje informacija koje nisu kredibilne*

S druge strane, neka istraživanja pokazala su da adolescentima nedostaju vještine potrebne za odgovarajuće vrednovanje digitalnih informacija (Salmeron, Macedo-Rouet and Rouet, 2015; Jean et al., 2018: 15; Subramaniam et al., 2015). Prednosti prikladnog, jednostavnog i brzog pristupa putem interneta ponekad ih navode da žrtvuju kvalitetu stečenih informacija (Jean et al., 2018). Brzi su u formuliranju upita i završavanju pretraživanja (Jean et al., 2015), što ne pogoduje zahtjevnom postupku vrednovanja stečenih informacija. Pokazalo se da neki pripadnici populacije imaju snažno samopouzdanje u vlastite sposobnosti korištenja internetom, iako strategije pretraživanja kojima raspolažu nisu dovoljno dobre i učinkovite u vrednovanju informacija (Jean et al., 2015; Subramaniam et al., 2015; Herrero-Diz, Reyes-de-Cozar and Conde-Jimenez, 2021: 12).

U nekim slučajevima adolescenti su skloni vjerovati informacijama na internetu automatski i bez provjere, pokazujući povjerenje u kredibilitet tog medija (Jean et al., 2015: 148–149). Slično povjerenje očituje se u slučajevima prihvaćanja savjeta s foruma bez provjere autorstva i razmatranja iznesenih dokaza. U slučajevima pokušaja vrednovanja savjeta s foruma, mlađi ispitanici ponekad se oslanjaju

isključivo na vlastito mišljenje (Salmeron, Macedo-Rouet and Rouet, 2015: 2411). Vjeruju da raspolažu vještinama potrebnima za prepoznavanje lažnih vijesti, a ne pridaju pažnju autorstvu i točnosti informacije koji su osnovni aspekti kredibiliteta (Herrero-Diz, Reyes-de-Cozar and Conde-Jimenez, 2021: 12).

Također za neke ispitanike pokazatelji da se mrežnim mjestima može vjerovati mogu biti značajke za koje možemo reći da nisu pravi indikatori kredibiliteta: jednostavna navigacija, privlačan dizajn koji uključuje manju količinu konciznog teksta (Rasmussen-Pennington et al., 2013: 195), prisutnost videosadržaja, mogućnost automatskog čitanja naglas i slušanja sadržaja, prisutnost poveznica na društvene medije (Subramaniam et al., 2015: 561). Usto su im važni interaktivni elementi i sadržaji na mrežnim mjestima (Rasmussen-Pennington, 2013: 183). Povjerenje prema digitalnim sadržajima također grade na temelju društveno stvorenih pokazatelja u obliku objavljenih ocjena drugih korisnika (tzv. *user-ratings*) i broja posjetitelja (Rasmussen-Pennington et al., 2013: 195). Ako uzmemo u obzir da zajednice korisnika ne okupljaju uvijek stručnjake iz područja od interesa, možemo reći da takvi pokazatelji ne vode nužno prema odgovarajućim zaključcima o kredibilitetu stečenih informacija.

Adolescenti se u vrednovanju informacija oslanjaju na intuitivne procjene i heuristike (Jean et al., 2015; Jean et al., 2018). Primjenjuju heuristiku *satisficing* odnosno *zadovoljavajuće*, pa koriste prve izvore na koje nailaze, umjesto da traže one kredibilne (Jean et al., 2015; Jean et al., 2018). Neki su skloni ponašanju testiranja pozitivne hipoteze (engl. *positive hypothesis testing*) i vjeruju u kredibilitet informacija koje su u skladu s njihovim uvjerenjima (Jean et al., 2015: 149–150). Primjena heuristika u određenoj mjeri neophodna je s obzirom na ljudska ograničenja, o kojima je govorio Simon. Ipak, potrebna je odgovarajuća razina svijesti o postupcima pojednostavljivanja procesa procjene kredibiliteta kako nas one ne bi navele na pogrešne prosudbe.

3.4.3. Implikacije za obrazovne programe medijskog i informacijskog opismenjanja

Pokazalo se da dob adolescenata utječe na prosudbe o kredibilitetu informacija i izvora informacija te da se vještine potrebne za učinkovitu evaluaciju informacija razvijaju tijekom odrastanja (Salmeron, Macedo-Rouet and Rouet, 2015; Hämäläinen et al., 2021; Metzger et al., 2015). Istraživanja također pokazuju da postupci koje mladi primjenjuju pri vrednovanju informacija ovise o drugim različitim čimbenicima. Sve to upozorava nas da obrazovni programi usmjereni na poboljšanje vještina potrebnih za vrednovanje informacija trebaju biti usmjereni na poseban kontekst i posebne skupine korisnika te prilagođeni njihovim specifičnim potrebama.

Nadalje, obrazovni programi trebali bi se usmjeriti na prirodno svakodnevno okruženje, a ne samo na kontekst formalnog obrazovanja, te se provoditi u kon-

tekstu aktivnosti povezanih s interesima adolescenata (Subramaniam et al., 2015: 565). U takvim okolnostima adolescenti će u potpunosti razumjeti svrhu i važnost odgovarajuće procjene kredibiliteta informacija. Znanstvenici preporučuju odmicanje od pristupa *kontrolnih listi* za koji se pokazalo da ne vodi u potpunosti učinkovitom vrednovanju informacija (Subramaniam et al., 2015: 565; Metzger et al., 2015: 339). Smatraju da programe medijskog i informacijskog opismenjanje treba usmjeriti prema upoznavanju procesa mišljenja na metakognitivnoj razini. Mladi trebaju razumjeti svrhu vrednovanja informacija i postupke mišljenja koje u procesu vrednovanja poduzimaju (Metzger et al., 2015: 339–340). Utjecaj kognitivnih pristranosti na proces vrednovanja informacija zahtijeva razvoj strategija koje bi takav utjecaj smanjile (Jean et al., 2015: 151). Stoga se zagovara razvoj obrazovnih programa utemeljenih na postojećim i unaprijeđenim heuristikama (Subramaniam et al., 2015: 565–566) koje bi vodile konzistentnim, i točnim i pouzdanim prosudbama kredibiliteta informacija na internetu (Subramaniam et al., 2015: 565–566; Jean et al., 2015: 151). Pritom je važno da u procesu vrednovanja informacija mladi ne pretpostavljaju da su u pravu niti da su u krivu, da ostanu otvoreni za sve informacije i da uvijek provjeravaju informacije. Također je važno da aktivno vrednuju informacije usporedbom informacija iz različitih izvora (Jean et al., 2015: 151; Hämäläinen et al., 2021: 1416). Dodatno, za učinkovito vrednovanje informacija na internetu potrebna su šira znanja poput poznavanja područja od interesa (npr. zdravlja) (Jean et al., 2018: 16) i poznavanja strukture odgovarajuće argumentacije (Hämäläinen et al., 2020).

Autori ističu da obrazovanje za medijsku i informacijsku pismenost treba osnažiti adolescente za kritičko mišljenje (Herrero-Diz, Reyes-de-Cozar and Conde-Jimenez, 2021: 12) te da knjižnice trebaju prigrbliti svoju tradicionalnu ulogu u takvom obrazovanju (Subramaniam et al., 2015: 565).

3.4.4.. *Rezultati istraživanja u kontekstu donošenja informiranih odluka*

Rezultati ovog istraživanja ukazuju da dio istraživane populacije pokazuje određene vještine potrebne za učinkovito vrednovanje informacija. Tako, naprimjer, neki od njih vrednuju informacije i izvore informacija s obzirom na različite aspekte kredibiliteta poput autorstva te ekspertize i namjere autora. Međutim, u populaciji se također primjećuju pojave koje mogu umanjiti uspješnost vrednovanja kredibiliteta. Naprimjer, neki adolescenti pridaju važnost jednostavnoj navigaciji, privlačnom dizajnu i manjoj količini teksta na mrežnim mjestima, a to su odlike koje ne jamče kredibilitet informacija koje izvor pruža. Nedovoljno učinkovito vrednovanje izvora informacija i samih informacija može voditi ka korištenju informacija koje nisu kredibilne, a korištenje informacija koje nisu kredibilne u procesu donošenja odluka umanjuje mogućnost za donošenje informirane odluke.

Rezultati su također pokazali da se ispitanici pri vrednovanju informacija oslanjaju na intuitivne procese i primjenjuju heuristike koje Sundar (2008) navodi u

svojem modelu *The MAIN Model*, kao što je to na primjer heuristika *bandwagon* izražena u odnosu omjera *like-to-dislike*, korisničkim komentarima i broju pratitelja na društvenim medijima. Također je utvrđeno da neki ispitanici primjenjuju heuristiku *dovoljno dobro*, kako ju je opisao Simon (1972). Prisutna je ideja da programe informacijskog opismenjavanja treba utemeljiti upravo na postojećim i unaprijeđenim heuristikama koje bi vodile učinkovitim prosudbama o kredibilitetu izvora informacija i samih informacija (Subramaniam et al., 2015). Takva ideja naslanja se na poticaj za istraživanjima pojedinih heuristika da bi se otkrilo kako se one mogu koristiti za pomoć u prepoznavanju kredibilnih informacija (Sundar 2008: 92).

Autori radova koji su predmet ovog istraživanja složni su u prepoznavanju važnosti medijskog i informacijskog opismenjavanja adolescenata. Gledajući iz aspekta uloge kredibilnih informacija u procesu donošenja informiranih odluka, može se reći da je neophodno kontinuirano podizati razinu vještina za vrednovanje informacija među adolescentima. Naime razvijene vještine medijske i informacijske pismenosti neophodne su za učinkovito vrednovanje i korištenje informacija u procesu donošenja informiranih odluka.

4. Zaključak

Napredak pojedinaca i društva traži informirane građane. Razvijene vještine adolescenata za donošenje odluka utemeljenih na odgovarajućim kredibilnim informacijama utječu na kvalitetu života pojedinaca, uže i šire zajednice i društva. Iako nije realistično da se odluke temelje na svim raspoloživim informacijama vezanim uz neku temu, ipak treba težiti odlukama koje će biti informirane u zadovoljavajućoj mjeri. Takve odluke trebaju biti utemeljene na kredibilnim informacijama koje pružaju kredibilni informacijski izvori.

Adolescenti često nemaju dovoljno razvijene vještine potrebne za odgovarajuće procjene kredibiliteta. U nekim slučajevima procjenjuju kredibilitet informacija ili izvora informacija na odgovarajući način vodeći se kriterijem autorstva, uključujući autorovu ekspertizu, iskustvo i namjeru te kriterijima ažurnosti i relevantnosti. Također ponekad primjenjuju postupke vrednovanja koje uključuju potvrdu informacija uspoređivanjem s informacijama dobivenim iz drugih izvora. S druge strane, u populaciji adolescenata prepoznate su neke pojave koji vode pogrešnim prosudbama o kredibilitetu. Tako, naprimjer, ponekad vjeruju informacijama na internetu automatski i bez provjere i daju povjerenje na temelju društveno stvorenih pokazatelja u obliku ocjena drugih korisnika i broja pratitelja.

Sve to ukazuje da treba uložiti dodatne napore u smjeru obrazovanja adolescenata za učinkovito vrednovanje informacija. Programi za medijsko i informacijsko opismenjavanje trebali bi biti prilagođeni potrebama posebnih skupina korisnika. Trebaju se usmjeriti na razumijevanje vrednovanja informacija i procese mišljenja

koji u se odvijaju u postupku vrednovanja informacija te na razvoj kritičkog mišljenja. U obrazovanju adolescenata za medijsku i informacijsku pismenost knjižnice trebaju zauzimati važno mjesto zbog svoje povijesne i tradicionalne uloge u informacijskom obrazovanju.

Prijedlozi za buduća istraživanja

Pitanje kako adolescenti vrednuju kredibilitet informacija i izvora informacija nije dovoljno istraživano u Hrvatskoj niti u međunarodnom kontekstu. Stoga je potrebno posvetiti više pažnje istraživanju pitanja vrednovanja kredibiliteta u populaciji adolescenata. Rezultati ukazuju da se ponašanje adolescenata pri vrednovanju informacija i izvora informacija razlikuje te da ovisi o različitim čimbenicima. Kako bismo stekli uvide potrebne za oblikovanje odgovarajućih programa informacijskog opismenjavanja koji bi odgovarali specifičnim potrebama posebnih skupina adolescenata, potrebno je provesti istraživanja usmjerena na posebne skupine korisnika te specifične kontekste stjecanja, vrednovanja i korištenja informacija. Također, u istraživanjima se treba usmjeriti na utjecaj kognitivnih pristranosti na proces vrednovanja kredibiliteta kako bi se mogle razviti strategije koje bi takav utjecaj smanjile. U istraživanjima usmjerenim na digitalno okruženje bilo bi dobro usmjeriti se na heuristike koji adolescenti primjenjuju, a koje mogu objasniti percepciju kredibiliteta digitalnih informacija.

Ograničenja

Rezultati istraživanja ograničeni su na jedanaest radova pronađenih pretraživanjem baza WoS i Scopus u određenom vremenskom odsječku. Moguće je da ovo istraživanje nije obuhvatilo sve radove koji se bave odabranim problemom. Buduća istraživanja mogu se usmjeriti na druge radove vezane uz temu rada koji vjerojatno postoje, ali nisu pronađeni u provedenom postupku pretrage.

LITERATURA

- Campitelli, G.; F. Gobet (2010). Herbert Simon's decision-making approach: Investigation of cognitive processes in experts. *Review of General Psychology* 14, 4: 354–364. doi: <https://doi.org/10.1037/a0021256>.
- Case, D. O. (2008). *Looking for information: A Survey of research on information seeking, needs and behaviour*. 2nd ed. Amsterdam; Boston: Elsevier/Academic Press.
- Dong, Z. (2015). How to persuade adolescents to use nutrition labels: Effects of health consciousness, argument quality, and source credibility. *Asian Journal of Communication* 25, 1: 84–101. doi: <https://doi.org/10.1080/01292986.2014.989241>.

- Hämäläinen et al. (2020). Hämäläinen, E. K.; C. Kiili; M. Marttunen; E. Räikkönen; R. González-Ibáñez; P. H. T. Leppänen. Promoting sixth graders' credibility evaluation of Web pages: An intervention study. *Computers in Human Behavior* 110, 106372. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106372>.
- Hämäläinen et al. (2021). Hämäläinen, E. K.; C. Kiili; E. Räikkönen; M. Marttunen. Students' abilities to evaluate the credibility of online texts: The Role of internet-specific epistemic justifications. *Journal of Computer Assisted Learning* 37, 5: 1409–1422. <https://doi.org/10.1111/jcal.12580>.
- Herrero-Diz P.; S. Reyes-de-Cozar and J. Conde-Jimenez (2021). Spanish adolescents and fake news: Level of awareness and credibility of information (Los adolescentes españoles frente a las fake news: nivel de conciencia y credibilidad de la información). *Cultura Y Educacion* 33, 1: 1–27. doi: <https://doi.org/10.1080/11356405.2020.1859739>.
- Jean et al. (2015). Jean, B. S.; M. Subramaniam; N. G. Taylor; R. Follman; C. Kodama; D. Casciotti. The influence of positive hypothesis testing on youths' online health-related information seeking. *New Library World* 116, 3/4: 136–154. doi: <https://doi.org/10.1108/NLW-07-2014-0084>.
- Jean et al. (2018). Jean, B. S.; N. G. Taylor; C. Kodama and M. Subramaniam (2018). Assessing the health information source perceptions of tweens using card-sorting exercises. *Journal of Information Science* 44, 2: 148–164. doi: <https://doi.org/10.1177/0165551516687728>.
- Marteau, T. M., E. M. Dormandy and S. Michie (2001). A measure of informed choice. *Health expectations* 4, 2: 99–108. doi: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1046/j.1369-6513.2001.00140.x>
- Metzger et al. (2015). Metzger; M. J.; A. J. Flanagin; A. Markov; R. Grossman; M. Bulger. Believing the unbelievable: Understanding young people's information literacy beliefs and practices in the United States. *Journal of Children and Media*. 9, 3: 325–348. Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/17482798.2015.1056817>.
- Rasmussen-Pennington et al. (2013). Rasmussen-Pennington, D. M.; G. Richardson; C. Garinger; M. L. Contursi. „I could be on Facebook by now“: Insights from Canadian youth online mental health information resources. *Canadian Journal of Information and Library Science* 37, 3: 183–200. Dostupno na: <https://muse.jhu.edu/article/520976/summary>
- Rieh, S. Y. (2010). Credibility and cognitive authority of information. In: Bates, M. (ed). *Encyclopedia of Library and Information Sciences* Third Edition. (Pp. 1337–1344). New York: Taylor & Francis Group. Dostupno na: https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/106416/Rieh_ELIS_published.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salmerón, L.; M. Macedo-Rouet and J. Rouet (2016). Multiple viewpoints increase students' attention to source features in social question and answer forum messages. *Jo-*

- Journal of the Association for Information Science and Technology* 67, 10: 2404–2419. doi: <https://doi.org/10.1002/asi.23585>.
- Savolainen, R. (2008). *Everyday information practices: A Social phenomenological perspective*. Lanham; Toronto; Plymouth: The Scarecrow Press.
- Schütz, A. (1976). The well-informed citizen. In: A. Brodersen (ed.). *Collected papers II: studies in social theory* (Pp. 120–134). Hague: Martinus Nijhoff.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics* 69, 1: 99–118. doi: <https://doi.org/10.2307/1884852>.
- Simon, H. A. (1972). Theories of bounded rationality. In: McGuire, C. B. and R. Radner (eds.). *Decision and organization*. (Pp. 161–176). Amsterdam: North Holland Publishing Company.
- Simon et al. (1987). Simon, H. A.; G. B. Dantzig; R. Hogarth; C. R. Plott; H. Raiffa; T. C. Schelling; K. A. Shepsle i suradnici (1987). Decision making and problem solving. *Interfaces* 17 5: 11–31. doi: <https://doi.org/10.1287/inte.17.5.11>.
- Subramaniam et al. (2015). Subramaniam, M.; N. G. Taylor; B. S. Jean; R. Follman; C. Kodama; D. Casciotti. As simple as that?: Tween credibility assessment in a complex online world. *Journal of Documentation* 71, 3: 550–571. doi: <https://doi.org/10.1108/JD-03-2014-0049>.
- Sundar, S. S. (2008). The MAIN model: A Heuristic approach to understanding technology effects on credibility. In: M. J. Metzger i A. J. Flanagin (eds.). *Digital Media, youth, and credibility*. (Pp. 73–100). Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press.
- Wilson, P. (1983). *Second-Hand Knowledge: An inquiry into cognitive authority*. Westport, Connecticut; London, England: Greenwood.
- World Health Organization. *Adolescent health*. Dostupno na: https://www.who.int/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1
- Zimand-Sheiner, D.; T. Ryan; S. M. Kip and T. Lahav (2020). Native advertising credibility perceptions and ethical attitudes: An exploratory study among adolescents in the United States, Turkey and Israel. *Journal of Business Research* 116: 608–619. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.020>.
- Zimmerman, M. S.; C. Ni (2021). What we talk about when we talk about information literacy. *IFLA Journal* 47, 4: 453–467.