

TYÖKALU VERKKOSISÄLLÖN KRIITTISEEN ARVIOINTIIN



1. Kuka on sisällöntuottajan edustaja?

Edustaako sisällöntuottaja esimerkiksi yritystä, järjestöä tai poliittista puoluetta? Se ei ehkä ole heti ilmeistä, mutta yritä etsiä pienintäkin tietoa riippumatta siitä, kuka tai mikä taho on mediasisällön takana.

2. Mikä on sisällöntuottajan asiantuntemus? Tutustu tarkemmin sisällöntuottajan taustoihin.

Muista, että kuka tahansa voi kutsua itseään jonkin aiheen asiantuntijaksi! Etsi perusteluja ja tosiasioita! Mihin "asiantuntijuus" perustuu? Onko henkilöllä esimerkiksi alan koulutusta tai muita saavutuksia?

3. Mitä mieltä olet sisällöntuottajasta? Tiedätkö jo jotain hänestä vai vakuuttaako hän sinut?

Otamme tietoa helpommin vastaan ihmisiltä, joihin luotamme, kuten esim. ystäviämme tai ihailemiamme ihmisiä.

4. Mitkä ovat sisällöntuottajan motiivit, eli mihin sisällöntuottaja pyrkii?

Haluaako hän esimerkiksi vakuuttaa sinut jostain asiasta vai... saada sinut ostamaan jotain? Ole varovainen, varsinkin jos sisällöntuottaja näyttää levittävän jotain ideaa tai työskentelevän markkinointimielessä!

5. Missä ja milloin sisältö on julkaistu?

Joskus esimerkiksi sosiaalisessa mediassa levitetään monta vuotta vanhoja uutisia!

6. Mikä voisi olla tekstin keskeinen väite, josta haluat saada tietoa?

Käytetään tunteisiin vetoavaa tarinankerrontaa. usein hyödyllisiä verkkosisällössä. Tarkempi tarkastelu voi paljastaa, että liikkuva tarina yrittää esimerkiksi myydä jotain. Katso sisältöä ja yritä kaivaa esiin sen kova ydin!

TYÖKALU VERKKOSISÄLLÖN KRIITTISEEN ARVIOINTIIN



7. Miten kirjoittaja perustelee väitteensä? Viittaako hän esimerkiksi lähteisiin?

Lähteiden tarkistaminen ja tarkempi tarkastelu on usein kannattavaa. Kiinnitä huomiota esimerkiksi siihen, kuinka tuore lähde on ja onko kyseessä tutkimus, verkkoartikkeli vai blogikirjoitus. Muista, että myös tutkimusten laatu voi vaihdella!

8. Jos sisällöntuottaja viittaa lähteisiin, kuinka laadukkaita nämä lähteet ovat?

"Reserch say" ei ole lähde! Uudelleen vastuullisiksi lähteiksi katsotaan yleensä esimerkiksi tunnetut virastot, tutkimuslaitokset, asiantuntijaorganisaatiot, uutistoimistot, riippumattomat tiedotusvälineet ja oppikirjat.

9. Mistä näkökulmasta asiaa tarkastellaan?

Mieti, voisitko lähestyä asiaa eri tavalla?

10. Onko aiheesta muuta tietoa, jopa vastakkaista?

Käytä hakukonetta apuna ja vertaile osumia. Millainen tietoa aiheesta löytyy muualta?

11. Mitä mieltä olet sisällön aiheesta?

Ihminen omaksuu herkemmin tietoa, joka vahvistaa hänen ennakkokäsityksiään ja maailmankuvaansa. On hyvä tiedostaa, miten omat asenteet vaikuttavat tiedon vastaanottamiseen ja omaksumiseen.

12. Epäiletkö jotain sisällössä?

Hälytyskellojen pitäisi soida varsinkin, jos jokin kuulostaa liian hyvältä ollakseen totta!