

VERKKOSISÄLTÖJEN KRIITTISEN ARVIOINNIN TYÖKALU



1. MITÄ TAHOA SISÄLLÖNTUOTTAJA EDUSTAA?

Edustaako sisällöntuottaja esimerkiksi jotain yritystä, organisaatiota tai poliittista puoluetta? Asia ei välttämättä heti käy ilmi, mutta yritä etsiä edes pieniä tiedonmuruja, kuka tai mikä taho onkaan mediasisällön takana.



2. MINKÄLAINEN ON SISÄLLÖNTUOTTAJAN ASiantuntemus?

Tarkastele lähemmin sisällöntuottajan taustoja. Muista, että kuka tahansa voi sanoa itseään jonkin asian/aiheen asiantuntijaksi! Kaiva siis perusteita ja faktoja esiin! Mihin "asiantuntijuus" perustuu? Onko henkilöllä esimerkiksi koulutusta alalta tai mainittavia meriittejä?



3. KUINKA SUHTAUDUT SISÄLLÖNTUOTTAJAAN? TIEDÄTKÖ HÄNESTÄ ENTUDESTAAN JOTAIN TAI ONKO HÄN SINUSTA VAKUUTTAVA?

Omaksumme tietoa helpommin ihmisiltä, joihin luotamme, kuten ystäviltämme tai ihailemiltamme henkilöiltä.



4. MITKÄ OVAT SISÄLLÖNTUOTTAJAN MOTIIVIT ELI MIHIN SISÄLLÖNTUOTTAJA PYRKII?

Halutaanko sinut esimerkiksi vakuuttaa jostain asiasta tai saada ostamaan jotain? Ole tarkkana etenkin, jos sisällöntuottaja vaikuttaa levittävän jotain aatetta tai toimivan markkinointimielessä!



5. MISSÄ JA MILLOIN SISÄLTÖ ON JULKAISTU?

Joskus somessa levitetään esimerkiksi monta vuotta vanhoja uutisia!



6. MIKÄ VOISI OLLA SISÄLLÖN KESKEINEN VÄITE, JOKA SINULLE HALUTAAN VÄLITTÄÄ?

Tunteisiin vetoavaa tarinallisuutta käytetään verkkosisällöissä usein hyödyksi. Lähempi tarkastelu saattaa paljastaa, että liikuttavalla tarinalla yritetään esimerkiksi myydä jotain. Tarkastele sisältöä ja yritä kaivaa sen kova ydin esiin!