

6 WAYS TO EVALUATE INFORMATION

E

EVIDENCE

DO THE FACTS HOLD UP?

Look for information you can verify.

- Names
- Numbers
- Places
- Documents

S

SOURCE

WHO MADE THIS, AND CAN I TRUST THEM?

Trace who has touched the story.

- Authors
- Publishers
- Funders
- Aggregators
- Social media users

C

CONTEXT

WHAT'S THE BIG PICTURE?

Consider if this is the whole story and weigh other forces surrounding it.

- Current events
- Cultural trends
- Political goals
- Financial pressures

A

AUDIENCE

WHO IS THE INTENDED AUDIENCE?

Look for attempts to appeal to specific groups or types of people.

- Image choices
- Presentation techniques
- Language
- Content

P

PURPOSE

WHY WAS THIS MADE?

Look for clues to the motivation.

- The publisher's mission
- Persuasive language or images
- Moneymaking tactics
- Stated or unstated agendas
- Calls to action

E

EXECUTION

HOW IS THIS INFORMATION PRESENTED?

Consider how the way it's made affects the impact.

- Style
- Grammar
- Tone
- Image choices
- Placement and layout

Bewijs

Houden de feiten stand?

Zoek in je bericht naar informatie die je kunt controleren:

- Namen
- Getallen
- Plaatsen
- Documenten/onderzoeken

Bron

Wie heeft dit gemaakt en kan ik hem/haar/hen vertrouwen?

Speur naar wie het verhaal heeft gemaakt of bewerkt.

- Auteurs
- Uitgevers/wie het gepubliceerd heeft
- Wie het betaald heeft (financiers)
- Wie het bewerkt heeft
- Social media gebruikers

Context

Wat is het 'grotere plaatje'?

Denk na en ga na of dit het hele verhaal is en neem daarbij alles in overweging wat 'eromheen' staat.

- Actuele gebeurtenissen
- Culturele trends
- Politieke doelen
- Financiële druk

Publiek

Op welk publiek is je bericht gericht?

Zoek naar 'bewijs' van pogingen om specifieke groepen of soorten mensen aan te spreken.

- Gebruikte afbeeldingen
- Presentatietechnieken
- Taalgebruik
- Inhoud

Doel

Waarom is dit bericht/artikel gemaakt?

Zoek naar aanwijzingen voor de motivatie.

- Doel van wie het gepubliceerd heeft (uitgever)
- Overtuigende taal of beelden
- Tactieken om geld te verdienen
- (Verborgene) agenda's
- Aansporingen om iets te doen, ergens lid van te worden etc.

Uitvoering

Hoe is de informatie gepresenteerd?

Denk na over hoe de manier waarop het gemaakt is de impact beïnvloedt.

- Stijl
- Grammatica
- 'Toon' van de tekst (heel formeel of juist heel joviaal)
- Afbeeldingskeuze
- Lay-out