

ARI HAASIO

# VERKOSSA KETTERÄSTI

Tiedonhankinnan  
työkalupakki

## VERKOSSA KETTERÄSTI:

Tiedonhankinnan työkalupakki on tuotettu osana Euroopan sosiaalirahastosta (ESR) rahoitettua Digitaidot kuntoon matkailuyrityksissä -hanketta. Hanke on rahoitettu REACT-EU-välineen määrärahoista osana Euroopan Unionin COVID19-pandemian johdosta toteuttamia toimia. Haluamme kiittää hankkeen ja tämän työkalupakin rahoittamisesta Keski-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusta.



Hanke rahoitetaan REACT-EU-välineen määrärahoista osana Euroopan unionin COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.

ISBN: 978-952-7317-96-9

Seinäjoki 2022

## SISÄLTÖ:

Esipuhe – mitä tiedonhaku on? .....	4
Valitse oikea väline .....	5
Googella helposti ja nopeasti .....	6
Googlea edistyneille .....	8
Creative Commons.....	11
Muut hakukoneet .....	12
Tietokannat tiedonhaun tukena.....	14
Somestakin löytyy tietoa.....	15
Mikä on luotettavaa tietoa?.....	16
Matkailutiedon erityispiirteet.....	17
Pysy ajan tasalla: tiedonhankinta ja -seuranta .....	18
Tiedonhakijan huoneentaulu.....	20

Esipuhe

## Mitä tiedonhaku on?

Tiedonhaku on muutakin kuin googlettamista. Monta kertaa Googlen perushaku on toki riittävä väline halutun tiedon löytämiseen, mutta silloin kun etsitään esimerkiksi ammatillista tietoa jostain erityiskysymyksestä, tieto voi löytyä muita tapoja käyttäen nopeammin, varmemmin ja tehokkaammin.

On myös hyvä muistaa, että Googleakin voi käyttää tehokkaammin turvautumalla sen tarkennettuun hakuun ja erityishakuihin, joita se tarjoaa. Siksi tiedonhaun tehostamiseksi kannattaa tutustua Googlen eri toimintoihin ja ottaa ne haltuun.

Tiedonhakua voisi verrata salapoliisin työhön. Osa jutuista ratkeaa helposti ja nopeasti, tietyissä tapauksissa taas on käytettävä enemmän aikaa lähteiden penkomiseen ja turvaututtava erilaisiin hakuvälineisiin. Esimerkiksi eri alojen tietokannat, verkkolehdet ja uutispalvelut sisältävät usein luotettavaa tietoa, joka on muutoin hankala löytää.

Luotettavuus ja käyttökelpoisuus ovat keskeisiä asioita tietoa haettaessa. Saadun informaation tulee olla paikkansa pitävää. Siksi lähdekritiikki on ensiarvoisen tärkeä osa tiedonhakua.

Tässä oppaassa on kerrottu vinkkejä siihen, miten voit tehostaa tiedonhakuasi ja löytää tarvitsemasi tiedon entistä nopeammin, tehokkaammin ja luotettavammin.

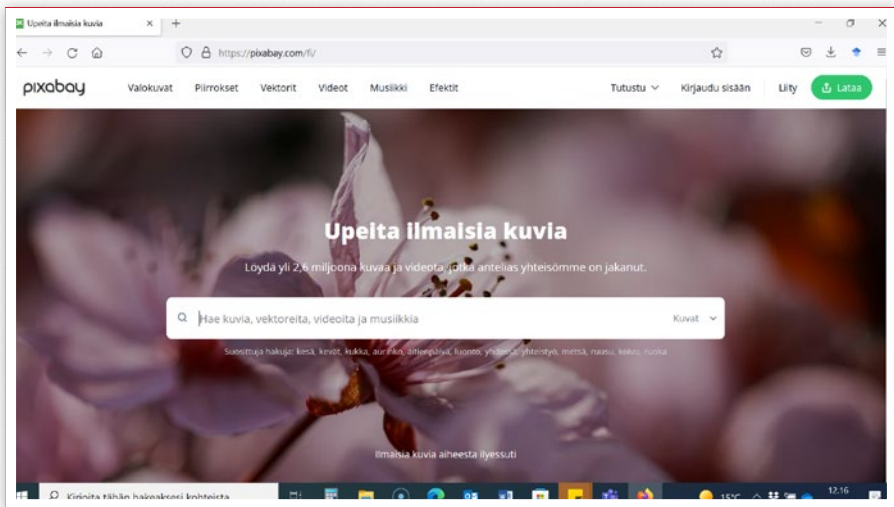
Tervetuloa tiedon valtateille!

**Ari Haasio**

FT, yliopettaja, SeAMK

## VALITSE OIKEA VÄLINE

**T**yömies tarvitsee urakkaansa oikeat välineet, myös tiedonhaussa. Google on hakukoneista kenties monipuolisin ja Suomessa myös käytetyin. Sitä käytettäessä kannattaa kuitenkin olla tarkkana yksityisasetusten suhteen; annatko Googlen tallentaa hakuhistoriasi ynnä muut tiedot, jolloin hakutulokset tulevat enemmän toiveidesi kaltaisiksi ja saat kohdennettua mainontaa. Hakuhistorian tallentamisen voi toki kieltää asetuksissa. Ja jos haluat suojella yksityisyyttäsi niin esimerkiksi DuckDuckGo ja StartPage ovat harkinnan arvoisia vaihtoehtoja, jotka eivät seuraa tai tallenna mitä haet netistä.



**Kuva 1. Pixabay on verkkopalvelu, josta voit etsiä vapaasti käytettävää kuvamateriaalia. Vaikka kaikki kuvat ovat pääsääntöisesti ilmaisia, muista tarkastaa kuitenkin kunkin kuvan käyttöoikeudet.**

Tietokannat ovat usein harkitsemisen arvoisia vaihtoehtoja hakukoneille. Jos etsit tietyn alan tietoa, eri aloilta on runsaasti tietokantoja, joihin on kerätty kyseisen aihepiirin keskeistä informaatiota. Hyvä esimerkki tästä on sähköinen asetuskokoelma Finlex. Jos haet esimerkiksi kuvia tai tilastotietoa, kummassakin tapauksessa näitä aihepiirejä koskeva informaatio on kerätty kompaktisti tietokantoihin. Verkossa on esimerkiksi runsaasti vapaasti käytettäviä kuvia, joita on kerätty aihepiireittäin. Hyviä tällaisia palveluja ovat esimerkiksi Unsplash ja Pixabay.

## GOOGLELLA HELPOSTI JA NOPEASTI

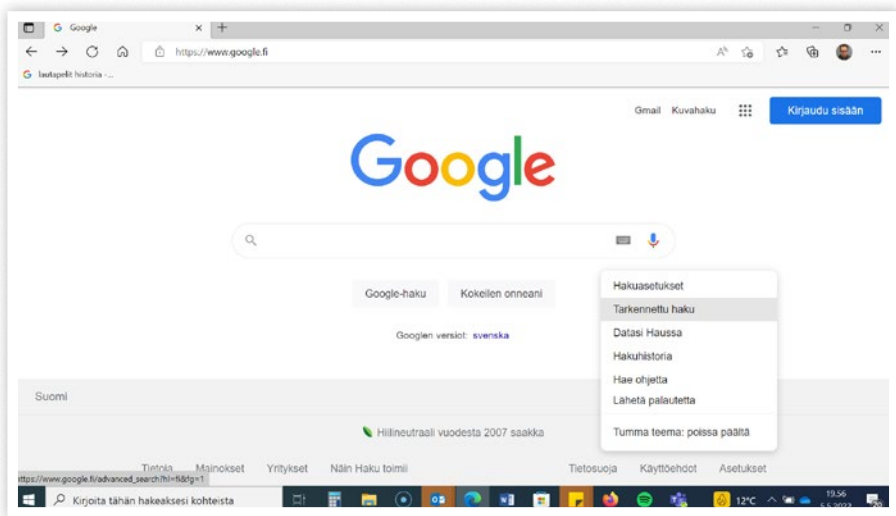
**K**aikki meistä osaavat käyttää Googlen perushakua. Joskus tuloksia tulee liikaa, haluttu tieto ei löydy tai haku takkuaa jostain muusta syystä. Silloin on mahdollista käyttää tarkennettua hakua, jonka avulla hakua voi muotoilla ja rajata tehokkaasti. Tarkennetusta hausta on kerrottu tarkemmin seuraavassa luvussa. Myös monet Googlen erikoishaut ovat yksi tapa tarkentaa hakua tietyn tyyppisiin materiaaleihin, kuten vaikkapa tieteellisiin artikkeleihin tai uutisiin.

Kun käytät Googlen perushakua, niin muista muutama asia niin hakusi helpottuu ja tehostuu huomattavasti.

- 1) Hakutermien valinta
- 2) Hakutermien määrä

Koska perushaussa hakua on hankala rajata, voit vaikuttaa hakutulokseen ennen muuta kahdella tavalla, jotka kumpikin liittyvät siihen, miten käytät hakutermejä. Mieti ensinnäkin mitä ilmaisia tiedon tuottaja käyttää. Puhuuiko tekstin kirjoittaja skeittaamisesta vai rullalautai-

lusta? Toiseksi, muista että mitä enemmän sinulla on hakutermejä, sitä suppeamman hakutuloksen saat. Kun lisäät hakusanoja toistensa perään perushaussa, hakukone ajattelee, että kunkin hakuun kirjoitetun sanan täytyy esiintyä hakutuloksissa. Ja mitä enemmän hakusanoja on, sitä pienemmäksi hakutulos muodostuu. Jos haetaan jotain tiettyä spesifiä tietoa, useampi hakusana auttaa usein tarkemman tuloksen saamisessa. Vaarana kuitenkin on, että jossain vaiheessa haun lopputulos on pyöreä nolla.



Kuva 2. Googlen tarkennettu haku löytyy etusivu Asetuksen-linkin takaa.

Jos haluat rajata hakuasi tarkemmin, sinun kannattaa käyttää tarkennettua hakuja. Sinne pääset klikkaamalla **Asetukset**-linkkiä Googlen etusivun oikeassa alalaidassa kertaalleen, jolloin aukeaa kuvassa X näkyvä ponnahdusvalikko. Valitse **Tarkennettu haku** ja pääset rajaamaan ja muotoilemaan hakuasi monin eri tavoin.

Tarkennetussa haussa voit rajata hakua muun muassa kielen, tiedostomuodon, ajankohdan ja maantieteellisen alueen mukaan. Jos esimerkiksi tiedät, että kyse on pdf-muotoisesta dokumentista, jota haet, rajamalla haun ainoastaan pdf-tiedostoihin säästät aikaa ja vaivaa, koska iso osa tarpeettomista tuloksista putoaa pois.

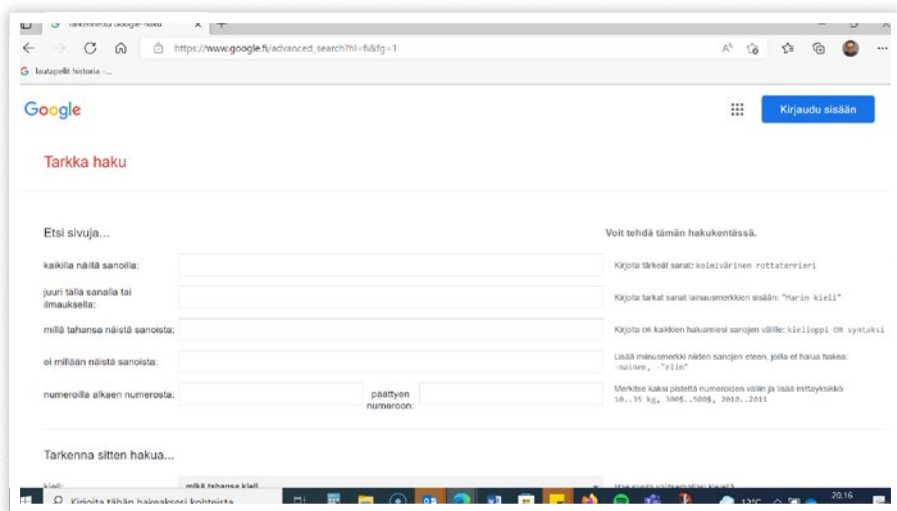
## GOOGLEA EDISTYNEILLE

**K**un tarvitset enemmän tehoa tiedonhakuun ja käytät Googlea, voit helposti parantaa ja tehostaa hakua, kun teet monimutkaisempaa hakutehtävääsi kahdella menetelmällä:

- 1) Käytä tarkennettua hakua aina kun teet monimutkaisempaa hakutehtävää
- 2) Tutustu Googlen erikoishakuihin, joista tärkeimpiä ovat:
  - a. Scholar – tieteellisten artikkeleiden haku
  - b. Kuvat – kuvahaku
  - c. Kartat – karttahaku
  - d. News – uutishaku
  - e. Finance – taloustietoa ja uutisia

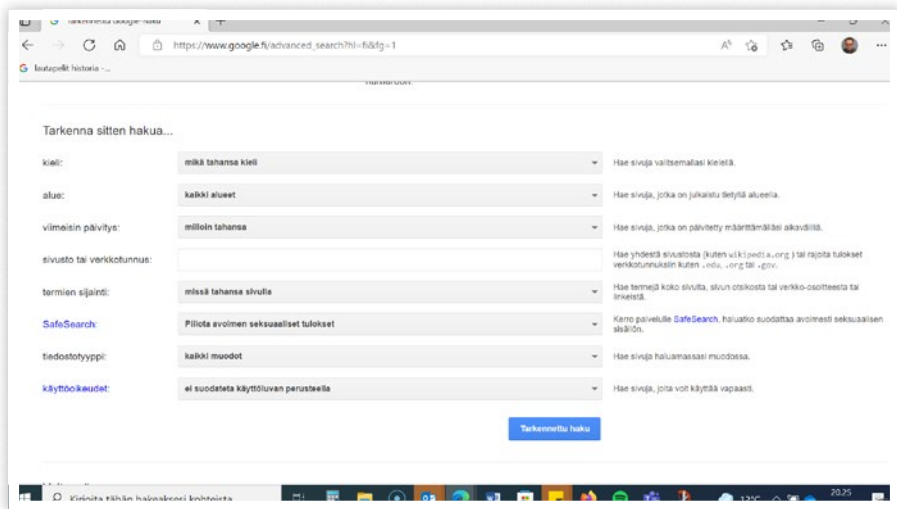
Lisäksi myös Googlen kääntäjä on usein kätevä työkalu, jota voi hyödyntää pienten tekstikokonaisuuksien ja jopa kokonaisten verkkosivujen kääntämiseen kieleltä toiselle. Kaikkiin näihin Googlen erikoishakuihin pääset Googlen etusivun oikeassa ylä laidassa olevaa pientä yhdeksän ruudun ikonia klikkaamalla.





**Kuva 3. Tarkennetussa haussa voit muotoilla hakuja määrittelemällä minkä termin täytyy esiintyä hakutuloksissa, mikä voi esiintyä hakutuloksissa ja mikä sana ei saa esiintyä hakutuloksissa. Voit myös käyttää nk. fraasi-hakuja tai etsiä tiettyä numeroväliä, kuten 10–20.**

Sivun yläosan laatikostoilla voit muotoilla hakuja laittamalla haluamasi hakusanat haluamiisi laatikoihin. Sivun alaosassa taas voi rajata hakuasi eri tavoin (ks. kuva 4).



Kuva 4. Haku voi rajata eri tavoin. Sen voi kohdistaa esimerkiksi tietylle palvelimelle, tiettyyn ajankohtaan tai tiettyntyyppisiin tiedostoihin. Muita rajausmenetelmiä ovat sivuston kieli, alue ja hakutermien sijainti hakutulossivulla (esim. otsikko).

Haku voidaan rajata myös Creative Commons -dokumentteihin, joita saa tietyin ehdoin käyttää ilman korvausta. Osaa näistä niin kutsutuista CC-dokumenteista saa käyttää kaupallisesti, osaa ei. Osaa saa myös muokata, kuten rajata kuvaa haluamallaan tavalla. Tämä rajaus löytyy kohdasta **Käyttöoikeudet**. Creative Commons -dokumenteista on kerrottu lisää seuraavassa luvussa. Halutessasi voit myös estää aikuisviihdesivustot valitsemalla tämän vaihtoehdon **Safe Search** -valikoista.

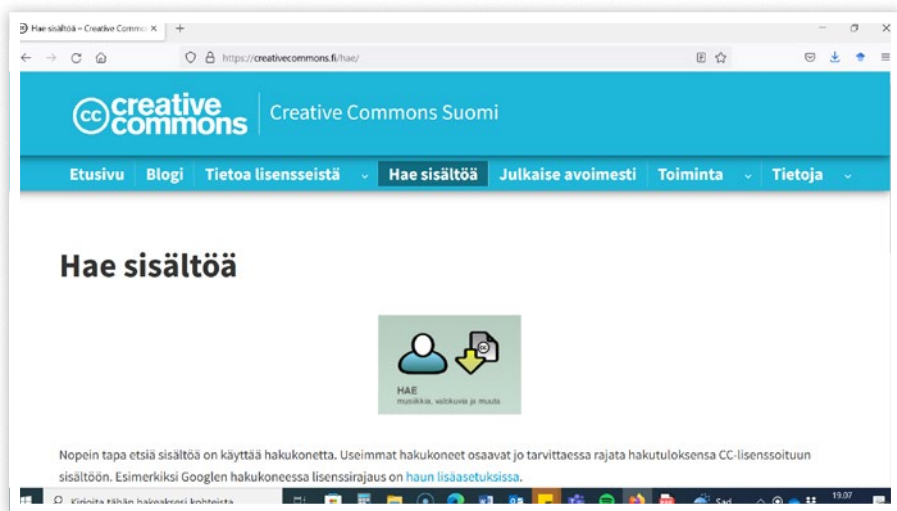
## CREATIVE COMMONS

**K**aikille verkkoon laitetuille teksteille, kuville ja muille dokumenteille syntyy automaattisesti tekijänoikeus. Dokumenttien käyttö ilman lupaa on kiellettyä. Poikkeuksen muodostavat kuitenkin Creative Commons -lisensoidut materiaalit (CC-lisenssi), joiden tekijänoikeuksista tekijä on luopunut kokonaan tai osittain.

Osa CC-lisensoiduista kuvista ja muista dokumenteista voi käyttää vapaasti myös kaupallisesti, osa tekijöistä taas on rajoittanut dokumenttien vapaan käytön ei-kaupallisiin tarkoituksiin. Tämä riippuu CC-lisenssistä, jonka tekijä on tekemälleen dokumentille antanut.

CC-lisensseihin ja dokumenttien käyttöehtoihin voit tutustua osoitteessa <https://creativecommons.fi/>. Samasta osoitteesta löytyy myös CC-lisenssoitujen aineistojen haku. Sen lisäksi voit etsiä CC-lisenssoitua materiaalia Googlen tarkennetulla haulla. Jos käytät Googlen tarkennettua tekstihakua tai tarkennettua kuvahakua, niiden valkoista löydät vaihtoehdon käyttöoikeudet. Valitsemallasi haluamasi CC-lisenssirajauksen haku kohdistuu vain tämän tyyppisiin dokumentteihin.

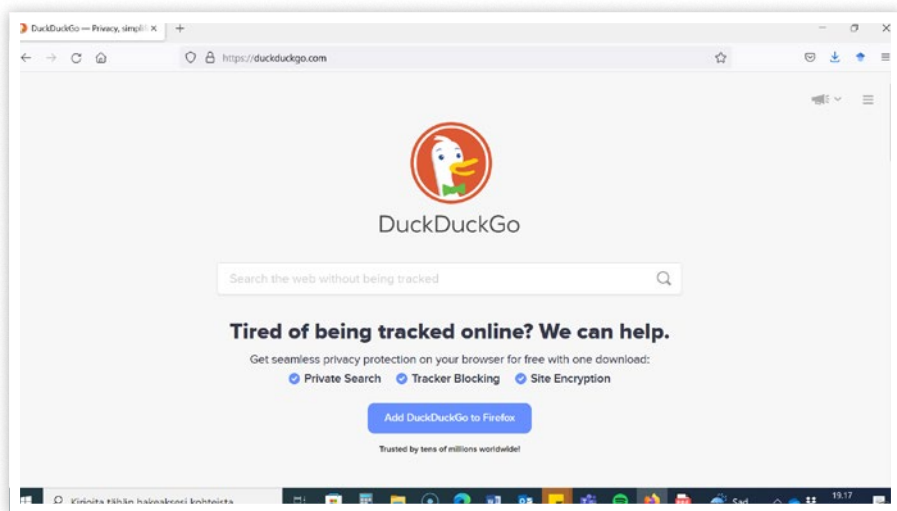
Kun käytät CC-lisenssoitua tai muuta vapaasti käytettävää materiaalia, esimerkiksi kuvia, varmista millä lisenssillä ne on lisensoitu verkossa olevan dokumentin yhteydestä. Joissain tapauksissa kuvaa tai muuta dokumenttia saa käyttää vapaasti, mutta sen tekijä edellyttää oman nimensä mainintaa. Ole myös tarkka sen suhteen, saako esimerkiksi kuvaa muokata vai ei. Jos muokkaaminen on kielletty, sitä ei esimerkiksi saa rajata omiin tarkoituksiin sopivammaksi.



Kuva 5. Myös Creative Commons -palvelun omilla sivuilla on CC-lisenssoituun materiaaliin kohdistuva hakukone. Sen löydät osoitteesta <https://creativecommons.fi/hae/>.

## MUUT HAKUKONEET

**V**aiikka Google on tehokas ja eniten käytetty hakukone, on hyvä myös tuntee muita vaihtoehtoja. Eri hakukoneet antavat erilaisia hakutuloksia ja niiden ominaisuudet poikkeavat toisistaan jossain määrin. Google on eittämättä verkon monipuolisin hakukone, mutta jotkut käyttävät mieluummin muita hakupalveluita, koska Google seuraa mitä haet.



Kuva 6. DuckDuckGo -palvelun etusivu on selkeä. Hakuominaisuuksia tosin ei ole niin runsaasti kuin Googlessa.

Esimerkiksi DuckDuckGo (<https://duckduckgo.com/>) mahdollistaa paremman yksityisyyden suojan. Sen etuna on esimerkiksi kohdennetun mainonnan välttäminen. Googlen jälkeen toiseksi suosituin hakukone on Microsoftin kehittämä Bing (<https://www.bing.com/>). Perinteisten hakuominaisuuksien lisäksi Bingissä on muun muassa pilvitalennusmahdollisuus sekä sähköpostipalvelu, jonne voi avata oman sähköposti-osoitteen.

## TIETOKANNAT TIEDONHAUN TUKENA

**E**ri viranomaiset tuottavat runsaasti käyttökelpoista informaatiota, joka löytyy tietokannoista. Hyviä esimerkkejä ovat Tilastokeskuksen eri tietokannat (<https://tilastokeskus.fi/>) ja kotimaiseen lainsäädäntöön keskittynyt Finlex (<https://finlex.fi>).

Tietokantojen sisältämä informaatio ei välttämättä löydy hakukoneen avulla vaan se on etsittävä tietokannasta joko sen sisäisen haun tai selailun avulla. Sekä Tilastokeskuksen tietokannoissa että Finlexissä on kummassakin erittäin hyvät hakuominaisuudet. Lainsäädäntötyöhön liittyvää ajankohtaista informaatiota puolestaan löytyy parhaiten asioiden valmisteluvaiheessa eduskunnan sivuilta (<https://www.eduskunta.fi>).

Kotimaisista tietokannoista on syytä mainita myös Finna (<https://finna.fi/>), johon on tallennettu tietoja maamme kirjastoissa, arkistoissa ja museoissa sijaitsevista dokumenteista. Jos esimerkiksi etsit tiettyä kirjaa, taideteosta tai vaikka jotain aihetta käsittelevää valokuvaa, kannattaa katsoa myös Finnasta. Se sisältää tiedot miljoonista dokumenteista ja määrä kasvaa koko ajan.

Eri aiheista löytyy runsaasti niin koti- kuin ulkomaisia tietokantoja aina elokuvista kirjallisuuteen ja valokuvista säädöksiin. Tietokantoja voi myös itse hakea kirjoittamalla hakukoneeseen termit tietokanta ja haluttu aihepiiri. Tekemällä saman haun englanniksi eteesi avautuu kansainvälisten tietokantojen maailma. Monet isoista tietokannoista ovat kuitenkin maksullisia.

## SOMESTAKIN LÖYTYY TIETOA

**S**osiaalinen media on muutakin kuin vain ajanvietettä. Siitä on tullut yhä tärkeämpi tiedonhankintakanava eri tarkoituksiin. Samalla se on myös merkittävä väylä, jonka avulla voi tavoittaa kohdennetusti omat asiakkaansa. Moni etsiikin esimerkiksi matkailuaiheista tietoa nimenomaan sosiaalisen median eri sovelluksista. Ennen muuta, kun matkailija etsii vertaistietoa, muiden ihmisten kokemuksia ja näkemyksiä, sosiaalinen media ja sen eri palvelut ovat tapa löytää tällaista informaatiota.

Myös uutiset leviävät sosiaalisen median kautta nopeasti. Mediat tuottavat itse uutisaineistoa Facebookiin, Twitteriin ja muihin keskeisiin sosiaalisen median palveluihin. Tämän lisäksi käyttäjät levittävät uutisia nopeasti jakamalla niitä omissa päivityksissään.

Sosiaalisen median palvelujen kirjo on laaja – some on muutakin kuin Facebook, Twitter ja Instagram. Esimerkiksi matkailuun erikoistunut TripAdvisor (<https://www.tripadvisor.com/>) on maailmanlaajuinen sivusto, josta matkailijat etsivät tietoja majoituksesta, ravintoloista ja muista aktiviteeteista ja jakavat kokemuksiaan. Myös keskustelupalstat ja blogit ovat sosiaalista mediaa, YouTubea unohtamatta.

Koska sosiaalinen media on paikka, jossa huhut ja mielipiteet leviävät nopeasti niin hyvässä kuin pahassa, sen kautta saatuun informaatioon kannattaa aina suhtautua varauksella ja tarkistaa tiedon todenperäisyys.

Sosiaalista mediaa hyödynnettäessä, kannattaa pohtia tarkkaan mitä somen palveluja kohderyhmäsi käyttää. Keski-ikäiset viihtyvät Facebookissa, nuorempi sukupolvi taas suosii Instagramia, TikTokia ja Snapchatia. Kaikkialla ei kannata olla mukana – se voi hajauttaa markkinointiasi liiaksi ja kysyy myös resursseja. Sen sijaan, jos et ole lainkaan

sosiaalisessa mediassa, lähetät silläkin käyttäjillesi tietyn viestin. Ja jos kilpailijasi ovat sosiaalisessa mediassa, sinunkin kannattaisi ehkä olla siellä. Monille mikroryityksille hyvä vaihtoehto voi olla aktiivisuus sosiaalisessa mediassa kotisivujen sijaan.

## MIKÄ ON LUOTETTAVAA TIETOA?

**K**aikkeen informaatioon, olipa se painetusta lähteestä peräisin, netistä saatua tai toisilta ihmisiltä kuultua, kannattaa aina suhtautua kriittisesti. Verkossa ei ole juurikaan ennakkosensuuria, omia mielipiteitä ja näkemyksiä voi esittää melko vapaasti, kunhan ei loukkaa muita ihmisiä ja syyllisty vihapuheeseen. Valitettavan usein tämä kuitenkin mahdollistaa disinformaation levittämisen. Esimerkiksi politiikkaan liittyen eri tahot levittävät omia näkemyksiään totuutena.

Osa verkossa jaettavasta informaatiosta on jopa hengenvaarallista. Esimerkkinä tästä ovat hopeaveden käyttöön lääkkeenä kehottavat sivustot. Pahimmassa tapauksessa hopeavesi aiheuttaa kuoleman, vaikka sitä puoltavilla sivustoilla hopeaveden vakuutetaan olevan luonnonmukainen ja turvallinen aine, jota voi käyttää antibioottisen sijaan.

Mihin sitten voimme luottaa? Kuinka erotamme oikean tiedon väärästä? Lähdekritiikin kulmakivet ovat kuusi kysymystä, jotka kannattaa kysyä:

- 1) Kuka?
- 2) Mitä?
- 3) Miksi?
- 4) Missä?
- 5) Milloin?
- 6) Kenelle?



Kuka on tiedon tuottaja? Yksittäinen henkilö, viranomainen, jokin aatteellinen järjestö vai yritys? Mitä viesti itse aisassa tarkoittaa ja millaisia asioita se painottaa käsitellessään ilmiötä tai ihmisiä? Onko tiedon tuottajalla jokin tietty agenda vai miksi hän haluaa levittää tätä informaatiota? palveleeko tiedon jakaminen hänen omia taloudellisia, poliittisia, uskonnollisia tai muita tarkoitusperiä?

Myös se, missä tieto on julkistettu, kertoo paljon. Viestinnän tutkijat puhuvatkin usein mediaympäristöstä. Onko informaatio tunnetusta mediasta peräisin, vastamedian tuottamaa vai jonkun yksittäisen henkilön omasta julkaisusta saatua? Milloin-kysymys on myös keskeinen. Onko tieto edelleen ajantasaista vai leviääkö esimerkiksi vuosia vanha uutinen netissä uudelleen aiheuttaen hämmennystä. Lopuksi kannattaa myös miettiä kenelle tieto on tarkoitettu. Ketkä ovat informaation kohde-ryhmään kuuluvia henkilöitä?

## MATKAILUAIHEISEN TIEDON ERITYISPIIRTEITÄ

**P**oikkeavatko matkailuyrittäjän tiedontarpeet ja tiedonhankinta muiden alojen yrittäjien tiedonhankintaprosessista? Kyllä ja ei.

Iso osa informaatiosta löytyy yleisistä lähteistä, kuten Finlexistä tai sanahakuja tekemällä Googlestä. Matkailusivustot ja kilpailijoiden sosiaalisen median ja muun verkkomateriaalin benchmarkkaus toki ovat erityispiirteitä, jotka on syytä huomioida. Tämäkin pätee moniin muihin liiketoiminnan osa-alueisiin.

Yksi keskeinen asia on asiakaspalautteen seuraaminen: Olipa kyse ohjelmapalvelusta, majoitusliikkeestä tai ravintolasta, niistä käytävää keskus-

telua on verkossa runsaasti. Ihmiset kysyvät suosituksia toisiltaan ja antavat eri sosiaalisen median kanavissa palautetta saamastaan palvelusta sekä yrityksen tuotteista. Viidakkorummusta on tullut yhä keskeisempi markkinointiväline. Nykyisin sen ääni vain kantaa laajalle, kiitos internetin.

## PYSY AJAN TASALLA: TIEDONHANKINTA JA -SEURANTA

**U**sein haemme tietoa tarvitessamme sitä tiettyssä tilanteessa. Tällöin hakukoneet, hakemistot ja tietokannat ovat hyviä ja käyttökelpoisia apuvälineitä. Meidän kannattaa myös aktiivisesti seurata oman alamme ja liiketoimintamme kannalta keskeistä tiedontarjontaa. Tätä varten on olemassa useita hyviä keinoja.

Kun haluamme tietää, mitä yrityksestämme puhutaan, helpoin tapa on turvautua verkkoseurantaa tekevien yritysten palveluihin, jotka raportoivat siitä, mitä yrityksestäsi kirjoitetaan netissä. Isommat yritykset turvautuvatkin usein tähän vaihtoehtoon, mutta pk-yrittäjän näkökulmasta sen kustannukset saattavat muodostua hyötyjä suuremmiksi.

Seurantaa voi toki tehdä itsekkin. Esimerkiksi Twitterillä on oma analyysityökalu, jonka voi aktivoida osoitteessa <https://analytics.twitter.com/about>. Iconosquare (<https://www.iconosquare.com/>) on maksullinen palvelu, jolla voi seurata omaan profiiliin on kohdistunutta kiinnostusta Instagramissa. Googlen tarjoama Google Analytics -palvelu on ilmainen työkalu verkkosivujen seurantaan. Se löytyy osoitteesta <https://analytics.google.com/analytics/>. Sen avulla voit esimerkiksi seurata kotisivuillesi ohjautuvaa liikennettä ja niiden aktiivisuutta.

Yksi Facebookin seurannan mittareista on tykkäysten ja kommenttien määrä. Myös se kertoo paljon, kuinka moni seuraa profiiliasi. Vastaavasti YouTubessa katselukerrat sekä peukutukset ovat myös reaktioita, joiden määrää seuraamalla saadaan yleiskuva kanavasi suosiosta. Facebookilla on myös oma Facebook-pikseli. Jos laitat mainoksen Facebookiin, Facebook-pikseli kertoo kuinka moni käyttäjä klikkaa sitä ja siirtyy sivullesi.

Tässä on mainittu vain muutamia seurantatyökaluja. Verkosta löydät runsaasti niin ilmaisia kuin maksullisia palveluita, joiden avulla pystyt seuraamaan kävijämääriä ja sosiaalisen median kiinnostavuutta asiakkaidesi keskuudessa.

## TIEDONHAKIJAN HUONEENTAU LU

1.

Mieti mikä tietokanta tai hakukone soveltuu hakutehtävään. Jos esimerkiksi etsit uusimpia säädöksiä, Finlex on luonteva valinta. Etsiessäsi yrityksen taustatietoja Google ja Patentti- ja rekisterihallituksen tietokannat ovat käyttökelpoisia.

2.

Mieti hakutermit, jotka kuvaavat parhaiten hakutehtävää.

3.

Käytä Googlen tarkennettua hakuja niin voit rajata ja muotoilla hakuasi tehokkaammin.

4.

Rajaa haku tarpeittesi mukaan (esim. julkaisun kieli, ajankohta, tiedostomuoto jne.)

5.

Tarkastele hakutulosta.  
Löytyikö tieto luotettavasta lähteestä?  
Oletko tyytyväinen haun tuottamiin tuloksiin?

6.

Muista, että kaikki tieto ei löydy netistä!