

De mens is de beste zoekmachine

Informatie en eten: neem van allebei te veel en je krijgt problemen. Wie wil afvallen, moet minder eten en meer bewegen. Met informatie is het vergelijkbaar. Er komt veel op je af, via kranten, tijdschriften, internet en e-mail. Daarom moeten we informatie beter gaan gebruiken en de juiste keuzes maken - op informatiedieet dus.

Guus Pijpers*

Informatie is niet meer schaars. Integendeel, we leven in een informatiemaatschappij met een overvloed aan gegevens. Natuurlijk heeft het internet gezorgd dat informatie sneller toegankelijk is. Maar er is ook een verandering in het bezit van informatie ontstaan. Veel organisaties stellen hun informatie gratis ter beschikking. Met de gedachte dat juist door de toepassing van die informatie kennis wordt gegenereerd of geld verdient.

Voor veel organisaties is informatie zelfs het belangrijkste productiemiddel geworden. Nieuwe organisaties zijn ontstaan, die slim gebruik van informatie tot doel hebben. Bestaande organisaties veranderen eveneens en verdienen vaak al behoorlijk met de verkoop van informatie over hun producten en diensten.

Van werknemers wordt verwacht dat ze weten wat informatie precies is en hoe ze die informatie goed gebruiken. Toch zijn maar weinig mensen goed opgeleid in de inzet en het gebruik van informatie. Veel organisaties gaan ervan uit dat iemand dat wel weet. Mensen zijn immers de hele dag aan het communiceren en elkaar aan het informeren. Moderne technologieën zorgen ervoor dat we direct toegang hebben tot iedereen, op elk niveau binnen én buiten de organisatie.

Goede voornemens

De statistieken liegen er niet om. Tweederde van de mensen is op enig moment bezig met zijn gewicht, meestal gericht op afvallen. We willen allemaal voldoen aan een ideaalbeeld. We willen minder eten, minder calorieën en een gezonde leefstijl. Wat we eten moet voedzaam en lekker zijn. Maar net als met eten is het niet genoeg om bijvoorbeeld foto's van dikke mensen of statistieken over de groei van onze gemiddelde

buikomvang te laten zien. Er moet ook een werkelijke verandering in eetgedrag plaatsvinden. De knop moet om. En iedereen weet intussen dat die knop toch echt tussen de oren zit.

Net als eten is informatie nu in overvloed aanwezig. We komen er letterlijk in om. Met die grote hoeveelheden informatie lijkt ook nog eens de hoeveelheid non-informatie schrikbarend toe te nemen. Nu die e-mails maar blijven binnenstromen en de berg documenten blijft groeien, moet er toch echt iets gebeuren. Veel mensen denken dat ze informatie gaan missen, niet meer goed op de hoogte zijn en zich ellendig voelen door al die andere zaken die ze ook nog moeten doen. Zoals veel mensen aan het begin van het nieuwe jaar besluiten om aan een gezonde leefstijl te gaan werken, zo willen de meeste mensen de stroom informatie terugbrengen. Die actie begint, net als bij een dieet, bij de mens zelf. Verandering van houding en gedrag vereist een mentaliteitsverandering. Bedenk wel dat informatiegedrag hoogst persoonlijk is. De ene persoon heeft absoluut geen moeite om meer dan honderd e-mails per dag te verwerken. Een ander zucht en kreunt omdat hij niet weet waar hij moet beginnen met alle informatie die op hem afkomt.

Lezen of luisteren

Veel maatregelen kunnen worden genomen om beter en effectiever met informatie om te gaan. Enkele praktische maatregelen worden hierna besproken. Een eerste, belangrijke stap tegen te veel informatie is jezelf kennen. Wie kent immers zijn eigen informatie- en communicatieprofiel? Iedereen weet dat mensen sterk verschillen in de manier waarop ze informatie vergaren en verwerken. Toch houden maar weinig mensen daar

Feedback geven zoals in mondelinge communicatie, vindt zelden plaats!



rekening mee als ze hun boodschap uitzenden. Als we informatie uitzenden, denken we vooral aan onszelf. We kennen de ontvanger van onze informatie vaak onvoldoende. Anderzijds trainen we ook de afzender niet als wij informatie ontvangen. Feedback geven zoals in mondelinge communicatie, vindt zelden plaats bij bijvoorbeeld e-mail of al die fysieke documenten. Zo zijn er bijvoorbeeld lezers en luisteraars. Evenzo praten sommigen liever dan dat ze schrijven. Natuurlijk is dit geen absoluut verschil. Het hangt ook van het gebruikte medium af. Zeventig procent van de mensen is een lezer, de rest luistert liever. Als iemand veel informatie verzamelt, behoort hij vaker tot de eerste categorie. In een bedrijfsomgeving zien we vaak dat een luisteraar leiding geeft aan een aantal lezers. E-mail, chat of SMS: een luisteraar heeft liever mondeling contact, bij voorkeur met een fysieke ontmoeting. Als iemands voorkeur bekend is, is het praktisch om de boodschap op zijn communicatieprofiel af te stemmen.

Snoeien

Een verdere maatregel is om eens voor één dag na te gaan waar alle ontvangen informatie thuishoort: 'need-to-know' of 'nice-to-know'. Met andere woorden, noodzakelijk of aardig om te weten. Voor de eerste informatiestroom is het snoeien belangrijk. Welke informatie kan echt worden gemist om toch nog goede besluiten te nemen. De tweede informatiestroom kan vaak snel worden gestopt. De informatie wordt niet gebruikt voor besluiten, maar vaak om op de hoogte te zijn of om mee te kunnen praten. Door deze overbodige informatie heeft iemand bovendien minder tijd voor de echt belangrijke informatie.

Tenslotte moeten we niet vergeten dat mensen nog steeds het liefst met mensen praten. We zijn vervreemd van ons vroegere informatiegedrag. Toen kwam veel informatie van andere mensen. Nu denken we dat via

het internet of de eigen IT-systemen alle wijsheid is te krijgen. De mens is nog steeds de beste zoekmachine. Hij voegt kennis én context toe aan informatie. Bovendien kent iemand de interesses en voorkeuren van de ander. De boodschap is daar vaak op afgestemd.

Goed kauwen

We hebben geleerd assertief te zijn in het leven. Dat mag ook bij het gebruik van informatie. Niemand hoeft een slachtofferrol te spelen. Nu het volgen van een dieet is geaccepteerd, durven mensen ook eerder te zeggen, 'Nee, dank u; ik zit vol!' Die uitspraak geldt net zo zeer voor informatie.

Voor goede besluiten is vaak niet meer informatie nodig, maar meer tijd om goed te reflecteren over de informatie die al in iemands bezit is. We hebben vaker een moment van rust nodig om uit informatie kennis en wijsheid te maken. Zoals we ook weten dat we ons eten rustig moeten kauwen, zo moeten we ook informatie vanuit meerdere perspectieven wikken en wegen. Rust terugbrengen in het werk en slim pauzeren horen daarbij.

We hebben bovendien meer aandacht nodig voor de mens en zijn houding en gedrag tegenover informatie. Meer aandacht voor het individu betekent ook meer aandacht voor de zachte kant van informatie. Slechts het juiste informatiegedrag van mensen bepaalt de effectiviteit van de inzet en het gebruik van informatie. □

** Dr ir Guus Pijpers is Managing Director van Acuerdis en Associate Professor of Information Behavior bij TiasNimbas Business School. Het artikel is gebaseerd op zijn recente boek, Op informatiedieet – Naar een beter gebruik van informatie, uitgeverij Business Contact, ISBN 9789047000488*

Teveel eten is
even slecht als teveel
informatie.
(foto Rob Hendriksen)