

Naar gezonder informatiegedrag (2)

Hopelijk ben je gestart met je informatiedieet na het lezen van mijn artikel in de vorige *Modulair!* Dus minder informatie, die voedzamer en gemakkelijker te verteren is. Maar er is meer over te zeggen. Voor gezonder informatiegedrag moet je in actie komen. Daarom in dit artikel een aantal praktische maatregelen.

Zeventig procent van alle mensen is een lezer. De rest luistert liever. Natuurlijk is dit geen absoluut verschil. Het hangt ook van het gebruikte medium af. E-mail, chat of sms? Een luisteraar heeft liever mondeling contact, bij voorkeur met een fysieke ontmoeting. Als je iemands voorkeuren en interesses kent, is het praktisch je boodschap op zijn communicatieprofiel af te stemmen. Trouwens, de meeste managers zijn luisteraars. E-mail is dus een verkeerd middel om hen te informeren. Iets om rekening mee te houden als je communiceert met je meerdere. Het gaat overigens nog veel verder. Hoe hoger managers in de organisatie komen, hoe groter de kans dat zij een luisteraar zijn. De top van een bedrijf bestaat vaak helemaal uit luisteraars.

Ken jezelf

Een belangrijke actie tegen teveel informatie is jezelf kennen. Daartoe stel je jouw informatieprofiel op. Dat gaat onder andere over jouw informatiestromen (inkomend en uitgaand; geschreven, gesproken en elektronisch), het aantal uren dat je per dag besteedt aan e-mails, kranten en andere informatiebronnen, of je een informatiejunk bent en waar die aangeboren drang naar nieuws vandaan komt, goed gebruik van alle technologieën, en jouw sterke en zwakke punten in de omgang met informatie. Door deze inventarisatie ken je jouw manier van informeren en communiceren en die van je naaste omgeving. Iedereen weet dat mensen sterk verschillen in de manier waarop ze informatie vergaren en verwerken. Toch houden weinig mensen daar rekening mee als ze hun boodschap uitzenden. Als we informatie geven, denken we vooral aan onszelf. We trainen de afzender ook niet als wij informatie ontvangen. Feedback geven, zoals

in mondelinge communicatie, vindt bijvoorbeeld zelden plaats bij e-mail of fysieke documenten. De volgende keer als jij je weer ergert aan die folder of e-mail, gewoon bellen dus.

Noodzakelijk of aardig

Ga voor één dag eens na in welke categorie alle ontvangen informatie thuishoort: noodzakelijk of aardig om te weten? Bij noodzakelijke informatie is snoeien belangrijk; welke informatie kun je echt missen, terwijl je toch nog goede besluiten kunt nemen. De 'aardige' informatie kun je vaak stoppen. Die gebruik je niet voor je beslissingen, maar om op de hoogte te zijn of om mee te kunnen praten. Daardoor heb je bovendien minder tijd voor de echt belangrijke informatie.

De soap 'Goede Tijden, Slechte Tijden' is een goed praktijkvoorbeeld van een filter: wat niet bijdraagt aan de boodschap, wordt weggelaten. Je kent het ook wel van de thuiskomst na een lange werkdag. Alleen de hoogtepunten en dieptepunten van die dag zijn interessant voor je partner. Precies het mechanisme van een goede soap.

Filters zijn technieken om op systematische wijze onbelangrijke informatie te negeren. Dat zijn technische filters zoals in e-mailsystemen, maar ook in onze communicatie kunnen we filters inbouwen. Die instrueren ons denken en testen of nieuwe informatie belangrijk is. Filtercriteria moet je wel goed instellen, anders kun je cruciale informatie missen. De criteria moet je daarom regelmatig toetsen. Zijn ze nog goed? Je voorkeuren en interesses veranderen immers ook continu.

Information sabbatical

Las ook eens een informatievrije periode in. Een dag zonder e-mail is ook een goed idee.

Dat het uitvoerbaar is, weten we allemaal. In vakantieperiodes, als je geen e-mail leest, gaat het leven gewoon door. De meeste informatie wordt na een tijd automatisch overbodig. Menig manager traketeert zichzelf tegenwoordig op zo'n rustperiode. Als je de zaken op orde hebt, kun je best een tijd zonder al die informatie.

De tijd die je wint door bovenstaande maatregelen, moet je wel nuttig besteden. Geen nieuwe activiteiten zoeken, maar vooral aandacht en tijd besteden aan de zachte kant van informatiegebruik: praten met mensen en rust voor jezelf. Blijf nieuwsgierig, maar met mate. Probeer niet overal iets vanaf te weten, maar juist meer te weten van weinig onderwerpen. Bewust kiezen welke informatie je tot je neemt en tegelijkertijd jouw informatiegedrag kenbaar maken aan jouw omgeving, is een taak van iedereen. Herkenning en erkenning zijn de eerste stappen op weg naar beter informatiegebruik!

Guus Pijpers □

Dr. ir. Guus Pijpers MBA is Managing Director van Acuerdis en Associate Professor of Information Behavior bij TiasNimbas Business School. Hij studeerde Bedrijfskunde en Informatica aan de Open Universiteit. Zijn laatste boek: *Op informatiedieet. Naar een beter gebruik van informatie.*

