

# Inhoud

<b>Inleiding</b>	7
<b>1 Aan tafel</b>	11
De informatieplag	15
Iets te veel informatie	20
Oorzaken	23
<b>2 Voedsel voor de geest</b>	27
Historie	29
Informatie is van mensen	31
Kenmerken van informatie	35
De waarde van informatie	40
<b>3 De knop om</b>	45
Je aanleg	45
Je houding	52
Je gedrag	56
<b>4 Vandaag begin ik</b>	63
Verzamelwoede	64
Symptomen	67
Informatie wel gebruiken	70
Informatie niet gebruiken	75
<b>5 Eten met je ogen</b>	79
De zintuigen	80
Vrouwen en mannen	83
Ons informatiegedrag	87
<b>6 Kennissen delen</b>	97
Persoonlijke netwerken	100
Sociale netwerken	105
Informatienetwerken	107
<b>7 Wokken</b>	113
Informatiecultuur	114
Je collega's	122
Nieuwe beroepen	125
Verhalen vertellen	127

- 8 Digitale voeding** 131
  - Technische middelen 133
  - Softwaremiddelen 137
  - De digitale werkplek 141
  - Natafelen 148
- 9 Naar een gezonder informatiegedrag** 151
  - Eerst informatie 151
  - Ken jezelf 153
  - Selecteer altijd 154
  - Snoeitijd 155
  - Ik zit vol! 156
  - Automatiseer beter 156
  - Communiceer beter 157
  - Leer meer 159
  - Netwerk meer 160
  - Vasten 161

**Dankwoord** 163

**Literatuur** 165

### **Praktijkvoorbeelden**

- Rabobank – Het overkomt ons 18
- Royal Haskoning – Anders werken 33
- ProRail – Ze kent mijn informatieprofiel 50
- Philips – Alles is informatie 74
- Shell – Verantwoord informatiegedrag 95
- KPMG Meijburg & Co – De beste zoekmachine 98
- PricewaterhouseCoopers – Informatie delen 109
- TRE Investments – Een kwestie van cultuur 116
- Berk Accountants en Belastingadviseurs –
  - Onvoorwaardelijke steun 120
- T-Mobile – Amsterdam Zuid-Oost 135
- Wolters Kluwer – Intelligente informatie 146

## Inleiding

De gedachte is eenvoudig: toon iemand wat hij in een week allemaal verorbert, spreid alles uit op een tafel en vraag zijn reactie. Die varieert vaak van ongeloof tot afschuw en leidt weleens tot een ander eetgedrag.

Zo is het niet met informatie. Elke USB-stick kan alle informatie bevatten die iemand in een week tot zich neemt. Leg die op een tafel en niemand schrikt. Dat komt omdat we het probleem niet zien. Pas als je iemand vraagt alle opgeslagen informatie tot zich te nemen en te laten verwerken, dan komen de reacties.

De statistieken liegen er niet om: tweederde van de mensen is op enig moment bezig met zijn gewicht, meestal om af te vallen, want we willen allemaal voldoen aan een ideaalbeeld. We willen minder eten, minder calorieën en een gezonde leefstijl en wat we eten moet voedzaam en lekker zijn.

Net als eten is informatie nu in overvloed aanwezig, we komen er letterlijk in om. Met die grote hoeveelheden lijkt ook nog eens de hoeveelheid non-informatie schrikbarend toe te nemen. We willen allemaal minder informatie, maar van betere kwaliteit. En die informatie moet ook aantrekkelijk worden gebracht. Iedereen is het er ook over eens dat we in dit tempo niet door kunnen gaan en dat het tijd is voor radicale stappen.

Die actie begint, net als bij een dieet, bij de mens zelf. Verandering van houding en gedrag vereist een mentaliteitsverandering. Om daarbij te helpen geeft dit boek een overzicht van wat ons informatiegedrag nu precies is, aangevuld met een groot aantal praktische maatregelen zodat je vandaag al aan de slag kunt.

In het boek zijn veel voorbeelden opgenomen. Soms is het een toelichting op de tekst, een andere keer is het achtergrondinformatie of een leuk weetje. Een deel heeft betrekking op voeding en afvallen, waar we bijna allemaal mee te maken hebben, en een aantal voorbeelden geeft aan hoe je beter met informatie om kunt gaan.

Omdat niets zo duidelijk is als de praktijk zelf, heb ik een aantal Nederlandse organisaties bereid gevonden hun dagelijkse infor-

matiegebruik met mij te delen. Zoals je zult zien, gaat het vooral om personen en hoe zij met informatie omgaan.

In hoofdstuk 1 behandel ik het ontstaan van de informatieberg en de belangrijkste oorzaken voor de omvang van deze berg. Vervolgens komen in hoofdstuk 2 de kenmerken en eigenschappen van informatie aan bod. Dat inzicht heb je nodig om te weten waarom informatie apart aandacht verdient in ons dagelijks werk en leven.

Hoofdstuk 3 begint met maatregelen die leiden tot een beter gebruik van informatie. Eerst maak ik duidelijk hoe je je aanleg, je houding en je gedrag kunt verbeteren. In dit hoofdstuk en de volgende hoofdstukken geef ik tips en adviezen die je direct kunt toepassen. Hoofdstuk 4 laat zien waarom mensen zoveel informatie verzamelen. Die informatie kun je om diverse redenen daarna wel of juist niet gebruiken. Leer wat de motieven zijn en pas waar nodig je informatiegedrag aan.

Hoofdstuk 5 gaat dieper in op de manier waarop we al die informatie binnenkrijgen. Het laat ook zien wat de verschillen zijn tussen mannen en vrouwen in het gebruik ervan. Het hoofdstuk verduidelijkt verder enkele informatiegedragingen van ons mensen. In hoofdstuk 6 stap ik over van het individu naar de groep. Ik beschrijf welke soort netwerken er tussen mensen bestaan en hoe je die het best kunt gebruiken om informatie te delen.

Hoofdstuk 7 geeft aan dat we open moeten staan voor nieuwe gegevens, vaak afkomstig van informatiebronnen die we niet of onvoldoende kennen. Daarom behandel ik hier enkele culturele aspecten van informatie. Zo zijn er nieuwe beroepen die ons kunnen helpen beter met informatie om te gaan en blijkt dat IT de oorzaak én de oplossing is voor het teveel aan informatie. In hoofdstuk 8 bekijk ik enkele specifieke technische voorzieningen die helpen bij een beter gebruik van informatie.

Als je niet alles kunt of wilt lezen, begin dan bij hoofdstuk 9. Daarin geef ik verdeeld over tien onderwerpen adviezen die je vandaag al kunt opvolgen, adviezen die zorgen dat je beter met

informatie omgaat. De tijd die je hiermee wint, kun je vervolgens gebruiken om de andere hoofdstukken te lezen.

Lees in dit boek hoe mensen met informatie omgaan, ontdek je eigen informatiegedrag en volg alle tips en adviezen op. Maar net als met maaltijden moet je wel doseren. Verander als je echt wilt veranderen. Want uiteindelijk is maar een iemand verantwoordelijk voor het informatiedieet: jij. Alleen jij kunt tussen je oren komen.

# 1

## *Aan tafel*

### **Zucht**

Het moet niet gekker worden. Heb je net voor de vergadering alle belangrijke mail weggewerkt, staan er bij terugkomst al weer acht nieuwe berichten en drie voicemails te wachten. Je weet ook dat meer dan de helft van alle berichten overbodig is, non-informatie dus. Waarom doen ze dat toch? Ik heb toch geen tijd voor al die dingen, hoor ik je denken.

Je bureau lijkt ondertussen wel het hoofdkwartier van een internationaal persbureau. Hoe kunnen anderen hun bureau zo leeg krijgen? En als je straks thuiskomt, hebben diverse postbodes ervoor gezorgd dat je de avond nuttig doorkomt. Tot overmaat van ramp komt een van je collega's binnen. Moet je nu eens horen, begint ze verontwaardigd. Voor je het weet heb je weer een toezegging gedaan. Ze belooft je alle stukken te sturen en plant alvast drie vergaderingen. De telefoon rinkelt. Een collega belt met de vraag waarom je nog geen reactie hebt gegeven op zijn mail.

Met enige weemoed denk je terug aan vroeger. Ging alles toen langzamer, had je minder te doen of waren collega's zelfstandiger? Je weet het niet. Het is alsof je nergens meer nee

tegen mag zeggen. Je moet van alles op de hoogte zijn, een mening hebben over alles en iedereen en liefst gisteren alles af hebben.

Je besluit staat vast. Zo kan het niet langer. Vandaag begin ik. De knop gaat om. Je wilt zo graag. Maar waar begin je nu? Met je bureau, je mail of je collega's? En waar haal je de tijd vandaan?

Een herkenbare situatie? Dan is het tijd om verder te lezen. Want daar gaat dit boek over: inzicht in je eigen informatiedrag is de basis om te veranderen. De eigenaardigheden van informatie en de manier waarop mensen met informatie omgaan komen aan bod. Omdat iedereen moet eten om te overleven, weet je ook iets over voeding. Je leert wat je lekker vindt en je weet wanneer je vol zit. In dit boek staan dan ook veel voorbeelden over ons eetgedrag, want de relatie met ons informatiedrag is in veel opzichten direct te leggen.

Maar we weten nog lang niet alles over onze voeding om echt gezond en verantwoord te blijven eten. Chocola en koffie zijn typisch voedingsmiddelen waarover nog steeds verschil van mening bestaat of ze goed, slecht of enigszins goed zijn. Zo is het ook met informatie. We staan aan het begin van een tijdperk waarin we alle informatie kunnen krijgen die we willen hebben. Informatie is de schaarste voorbij. Maar wat is dan te veel informatie?

### **Informatiehonger**

We kunnen het biologische proces niet negeren als we een hongergevoel krijgen. Het lichaam geeft met allerlei signalen aan energie nodig te hebben. Maar voor onze informatiehonger bestaat geen vergelijkbaar biologisch proces. Signalen zijn er niet, in elk geval niet vanuit ons onwillekeurige zenuwstelsel.

Scholen trainen mensen om zelf actief informatie te zoeken voor hun informatiebehoefte. Deze vaardigheden zijn tegenwoordig bijna een randvoorwaarde om te kunnen overleven in de informatiemaatschappij.

Net zoals voeding een bron is voor energie, is informatie een bron voor onze hersenen en ons handelen. En net zoals afvallen ook een kwestie is van minder, beter en anders eten, zo is het ook met het gebruik van informatie. We willen minder calorieën, en vooral andere, betere voedingsstoffen. We willen minder informatie, maar wel van betere kwaliteit en alleen op het moment dat we de informatie nodig hebben. Vergelijk ons eetgedrag maar eens met ons informatiegedrag.

<b>Eetgedrag</b>	<b>Informatiegedrag</b>
Eetkraampjes op elke hoek	Boekenstalletjes op elke hoek
Weinig bewegen	Weinig echt lezen
Afslankpil	Geheugenpil
Weinig verbranden	Weinig weggooien
Overgewicht	Te veel informatie
Weegschaal	Inbox
Roltrappen	Secretariaat
Supermarkt	Amazon
Koffie en chocola	Informatiejunk
Maagverkleining	Breïnamputie?

Eetgedrag is vaak aangeleerd. Pavlov wist al dat zoiets als een Cup-a-Soup om vier uur 's middags en een borrel 's avonds geconditioneerd eetgedrag zijn. Ook bij informatie is dit automatisme aan het werk. Sommigen kunnen gewoon niet voorbij een boekhandel lopen zonder een boek te kopen. Anderen vinden dat je op ieder e-mailsignaal direct moet reageren.

Tot ver in de zestiende eeuw at iedereen nagenoeg hetzelfde. Door veranderende inzichten van chemici, medici en natuurkundigen echter ontstond er een scheiding tussen de rijken en de armen wat de samenstelling van hun maaltijden betrof. De wetenschap ontdekte namelijk dat de spijsvertering geen kwestie is van het juist bereiden van het eten, maar van het gistingproces van voedsel. Dat leidde tot een ander gewenst eetpatroon, zowel in de keuze



van het voedsel als in de bereidingswijze. Alleen de rijken kregen die kennis doorgegeven en konden dat nieuwe dieet betalen. Zij hadden een heel gezelschap van deskundigen in dienst die hen adviseerden over gezonde maaltijden, die vooral bestonden uit vet, zout en verse producten.

De middenklasse wilde natuurlijk ook graag dit vette en calorierijke voedsel tot zich nemen en vandaag de dag kunnen wij in het Westen net zo veel en zo vet eten als onze rijke voorouders. Maar die afhankelijkheid van vet voedsel eist zijn tol. De cijfers variëren maar in de westerse wereld is een op de drie mensen al serieus te zwaar. We zien nu ook een beweging waarbij de hedendaagse rijken weer exclusiviteit zoeken in het laten ontwikkelen van voedsel dat smakelijk en verantwoord is.

Tot het eind van de vorige eeuw was veel informatie voorbehouden aan de hoogste gezagdragers, de informatierijken van een organisatie of instelling. Veranderende inzichten in het gebruik van informatie en technische ontwikkelingen zoals internet geven iedereen toegang tot nagenoeg alle informatie. Net zoals eten nu in overvloed aanwezig is op alle mogelijke plaatsen, is informatie overal op te vragen en te gebruiken. De toegang ertoe is zelfs niet meer voorbehouden aan alleen de middenklasse, iedereen die met een telefoon en computer overweg kan, kan informatie opvragen, heel democratisch.

### **Goedkoop**

Wat velen zich misschien niet realiseren is dat voedsel de laatste jaren ongekend goedkoop is geworden. Efficiëntere productiemethoden, grotere opbrengsten per vierkante meter, wereldwijde handel en een beter prijsinzicht zijn daarvan de oorzaak.

Met informatie is het net zo gegaan. Niet alleen door internet, ook efficiënte zoekmachines en een veranderde mentaliteit bij de eigenaren van informatie hebben geleid tot veel, heel veel gratis informatie.

## De informatieplaaq

Wij mensen hebben een rare gewoonte. Aan de ene kant willen we het liefst zo min mogelijk informatie hebben, alleen wat echt nodig is. Aan de andere kant vermoeien we graag onze medemens met alles wat we weten of denken te moeten zeggen. Met als gevolg dat mensen zich afsluiten van informatie. De noodzakelijke informatie bereikt ons ook niet meer. Net zoals vet in de vorige eeuw de honger verdreef, zo heeft vrij toegankelijke informatie in grote hoeveelheden gezorgd voor nieuwe sociale, politieke en zelfs emotionele problemen.

### Goedemorgen

Ooit begon het pas op maandagmorgen op het werk: het e-mail-programma openen om te zien of er nieuws was. Die tijd is allang voorbij. Iedereen is altijd bereikbaar, mede dankzij de BlackBerry, die net als de portemonnee en de huissleutel onmisbaar is voor de betere kantoorbediende.

E-mail is een vloek en een zegen tegelijk. Maar zoals met veel nieuwe ontwikkelingen is het verstandig daar af en toe bewust afstand van te nemen. In dit geval kan een e-mailloze dag geen enkel kwaad. Sterker nog, de tijd lost een aantal zaken dan automatisch op.

We kunnen niet meer om informatie heen. Sommigen krijgen er maar niet genoeg van en willen alles graag weten. Daar is niets mis mee. Onze hersenen kunnen dat gemakkelijk aan. Bepaalde gegevens terugvinden levert af en toe problemen op, maar dat nemen we op de koop toe. Toch zijn er al signalen zichtbaar dat die overvloed tot informatiemoehheid leidt. De beschikbaarheid van veel informatie wordt deels veroorzaakt door nieuwe communicatievormen zoals e-mail, instant messaging, conference calls en internet. Die technieken hebben echter geen bestaande media vervangen, hoogstens faxen we minder. Velen krijgen nu zelfs identieke informatie via meerdere kanalen (onder andere krant, radio, rss-feeds, teletekst, internetnieuwpagina's, collega's en

televisie). En de machines die we hebben ontworpen om deze informatie te verspreiden, worden steeds sneller.

### Heel veel informatie

Maat	Voorbeeld
Kilobyte (1000 bytes)	Een kort verhaal
Megabyte (1000 kilobytes)	Een kleine roman
Gigabyte (1000 megabytes)	De Vijfde van Beethoven
Terabyte (1000 gigabytes)	Alle röntgenfoto's van een groot ziekenhuis
Petabyte (1000 terabytes)	De inhoud van de helft van alle academische bibliotheken in Amerika
Exabyte (1000 petabytes)	Alle woorden die mensen ooit gesproken hebben, zijn samen 5 exabytes
Zettabyte (1000 exabytes)	Net zoveel informatie als er zandkorrels zijn op alle stranden ter wereld
Yottabyte (1000 zettabytes)	Net zoveel informatie als er atomen zijn in 7000 menselijke lichamen

Onderzoekers van de universiteit van Berkeley, Californië, vonden in 2003 dat we in dat jaar met zijn allen 2 GB (gigabytes) aan informatie voor elke wereldburger produceerden. De eerste 12 exabytes aan informatie ontstonden in een tijdsbestek van 300.000 jaar. Voor de daaropvolgende 12 exabytes waren 2,5 jaar nodig, terwijl voor de komende 12 exabytes maar een jaar nodig is.

Te veel informatie kan eigenlijk niet. Het is net zoiets als te veel water drinken; dat kan niet, want ons lichaam verzet zich daartegen. Zo kun je ook niet te veel informatie tot je nemen. Wat vaak wordt bedoeld is het gevoel dat je te veel informatie moet verwerken. Je denkt dat je alle informatie moet verwerken, omdat je anders belangrijke zaken mist. Een van de oorzaken daarvan is gelegen in onze maatschappij: talloze informatiebronnen geven

ons allerlei nieuws, terwijl het eigenlijk alleen gegevens zijn over zaken die ons niet bezighouden of persoonlijk raken. Toch vinden we dat we dit nieuws moeten consumeren.

Mensen willen alleen datgene weten dat van invloed is op hun leven, waar ze meer inzicht door krijgen of dat hen helpt hun gedachten te bepalen of ordenen. Daarom praten wij mensen ook zo graag met anderen. Degenen die ons kennen, geven gerichte informatie waarvan ze weten dat die aansluit bij onze behoeften. Bovendien delen mensen graag wat ze weten; ze kunnen dat maar moeilijk voor zich houden. De wet van de afnemende opbrengst geldt hier ook: informatie blijft interessant tot een bepaald punt. Daarna is extra informatie niet van belang en gaat die zelfs tegen je werken als je goed geïnformeerd wilt zijn.

### **Nog meer informatie**

- De Nederlander verwerkt per jaar gemiddeld 4 gigabytes aan informatie. Dat zijn meer dan 1000 boeken!
- Er is in de laatste 30 jaar meer informatie geproduceerd dan in de voorgaande 5000 jaar.
- Per dag ontvangt Google 1 miljard zoekopdrachten, waarvan meer dan de helft niet in het Engels.
- Er worden jaarlijks 2 miljard bytes aan informatie per wereldburger geproduceerd.
- Er bestaan op dit moment zo'n 5 exabytes (1 miljoen<sup>3</sup> bytes) aan unieke informatie.
- Internet groeit met 10 miljoen pagina's per dag.
- De dagelijkse editie van de *New York Times* bevat net zoveel informatie als een burger in de zeventiende eeuw gedurende zijn hele leven tegenkwam.
- Slechts 0,003 procent van alle informatie verschijnt in drukvorm.
- Wetenschappers en managers die in hun vak bij willen blijven, moeten 20 artikelen per dag lezen.
- Een manager leest 1 miljoen woorden per week.
- Medische informatie verdubbelt elke 7 jaar. De halfwaardetijd ervan is echter 10 jaar.

- De gemiddelde Amerikaan leest 16.000 advertenties per dag. In Europa zitten we nu op een kwart.

### **Rabobank – Het overkomt ons**

‘Laten we wel zijn’, zegt Henny van Egmond, ‘Information overload is vooral een probleem van jezelf. Als je veel berichten uitstuurt, krijg je ook veel gegevens terug. Ook hier geldt: actie = reactie. Het gedrag van het individu is de oorzaak én de oplossing van het vraagstuk rondom te veel informatie.’

Aan het woord is de programmamanager van het programma ‘Rabo Unplugged’ dat in de komende vier jaar binnen Rabobank Nederland een nieuwe werkstijl introduceert. Het programma loopt parallel aan de bouw van een nieuw bestuurscentrum in Utrecht. Enkele doelen van het programma zijn de medewerkers meer verantwoordelijkheid te geven, zelfstandiger en flexibeler te laten werken en de technische middelen aan te reiken om dat te realiseren, waar ze zich op enig moment ook bevinden. Tijd- en plaatsafhankelijk dus. ‘Ook binnen Rabobank Nederland is het ‘command en control’-principe te ver doorgesloten’, vindt Van Egmond. ‘Regels en procedures geven schijnbaar meer zekerheid, maar beperken het menselijk handelen te zeer.’

Als je mensen de vrijheid binnen grenzen geeft, bereik je veel meer, stelt hij. Vertrouwen, zelfstandig werkende teams en netwerkachtige organisatieverbanden, allemaal concepten die bureaucratie tegen moeten gaan. ‘De Rabobank heeft veel ervaring om met autonome eenheden te werken’, vervolgt Henny van Egmond. ‘We zijn immers een coöperatie van een groot aantal zelfstandige banken. We zijn gewend te denken in termen van samenwerking en overleg.’

‘Maar voor de nieuwe medewerker in de 21<sup>e</sup> eeuw moeten we meer doen. Een grote groep van de huidige medewerkers is niet opgegroeid met IT’, filosofeert Van Egmond verder. Tegelijkertijd verbaast hij zich iedere dag weer over het gemak en de snelheid waarmee we IT accepteren en gebruiken. ‘We denken nooit eens

of we alles wel moeten gebruiken', zegt hij. 'Het overkomt ons. We horen van de nieuwste gadgets, zien onze collega's ze gebruiken en zijn binnen de kortste keren druk met die dingen in de weer, ook in het weekend en op vakantie.'

Met ons programma nemen we de medewerker als uitgangspunt, verduidelijkt Van Egmond. Hij vertelt verder dat IT-oplossingen de basis vormen om elke medewerker een intelligente omgeving ter beschikking te stellen waar hij alle nodige informatie kan vinden. Deze digitale werkomgeving houdt rekening met persoonlijke voorkeuren en de taken van dat moment. Dat zijn de basisvoorwaarden om het teveel aan informatie terug te dringen. Verbetering van het informatiegedrag is voor de Rabobank een van de belangrijkste onderdelen van het programma.

Op de vraag of er een generatiekloof zichtbaar is, of misschien wordt, antwoordt Van Egmond zeer stellig: 'Die kloof geldt voor elke generatie. Denk maar aan vliegtuigen, televisie of internet. Maar een groot verschil met de huidige jongeren is de snelheid in de manier waarop zij communiceren. Bij de generatie jonger dan 25 is e-mail al weer bijna vervangen door chat. E-mail noemt mijn zoon van 15 al bejaardenchat. En wie schrijft er tegenwoordig nog een brief? Chatten, sms, mail en mobiele telefoons, communiceren is voor jongeren een continue bezigheid geworden.'

'De huidige organisatiestructuren hebben hun langste tijd gehad, als je kijkt naar alle voorspellingen over de toekomst', besluit Henny van Egmond. 'We brengen de informatie naar de mensen met hoogwaardige technologie. Zo kunnen ze zelf besluiten waar en wanneer ze werken, in teams die flexibel en resultaatgericht zijn. En als ze dan straks op onze nieuwe Rabo-campus komen, vinden ze daar alles wat ze nodig hebben: werkplekken, clubhuizen, ontmoetingsplaatsen en restaurants.'