

Helder rapporteren

introductie Information Mapping

Suzy Stals



| | |
|---|----|
| Document Design: meer dan tekstopmaak | 2 |
| Information Mapping® inleiding | 4 |
| Information Mapping® de basisprincipes | 5 |
| Tip 1 Titels & Co | 8 |
| Tip 2 De centrale vraag | 9 |
| Tip 3 Hoe begin je aan een uitgebreid rapport? | 10 |
| Tip 4 Hoe pas je de typische opmaak van Information Mapping® toe? | 12 |

user centered design

User centered design is ontwerpen met aandacht voor het gemak van de gebruiker:

- intuïtieve bediening
 - ergonomie
 - duurzaamheid
 - comfort
-

document design

Naar analogie daarmee is document design teksten ontwerpen met aandacht voor het gemak van de lezer. Dat is belangrijk voor teksten waar de lezer iets mee moet doen:

- informatie invullen
- informatie begrijpen
- informatie instuderen
- informatie opzoeken
- ...

Document design kun je beschouwen als tekstergonomie. Dit heeft niet alleen voordelen voor de lezer, ook voor de schrijver of zijn organisatie:

- minder vragen
 - minder misverstanden
 - beter imago
-

document design: meer dan opmaak

Document design gaat verder dan de opmaak van een tekst alleen. Onder andere de volgende elementen spelen een rol:

- stijl
 - inhoud
 - medium
 - opmaak
 - structuur
 - tekstperspectief
-

stijl

De stijl of de *tone of voice* is een belangrijke factor: je kunt formeel of informeel schrijven, bondig of omslachtig, eigentijds of ambtenarees, zoals ambtenaren uit vorige eeuw.

Je schrijfstijl heeft een niet alleen een impact op hoe graag en vlot je lezer je tekst leest, maar ook op hoe goed je lezer je tekst begrijpt.

inhoud

Bij teksten in een professionele context is het belangrijk dat je goede afwegingen maakt over de inhoud. Alles wat je lezer nodig heeft moet erin staan, maar ook niet meer: dat is ballast. Dan heeft je lezer niet alleen meer tijd nodig om alles te lezen, het kost ook meer tijd om te vinden wat hij zoekt. Bovendien wordt het moeilijker om de essentie te onthouden.

Document Design: meer dan tekstopmaak (vervolg)

medium

Het medium dat je kiest, speelt natuurlijk ook een rol. Ga je voor een gedrukt rapport, voor een website of een pdf-bestand dat je lezer kan downloaden? Digitale informatie heeft het voordeel dat ze gemakkelijker doorzoekbaar is, maar een brochure heeft het voordeel dat je sommige doelgroepen die niet zo vertrouwd zijn met digitale informatie gemakkelijker bereikt.

opmaak

Een doordachte opmaak maakt je tekst niet alleen fraaier en draagt zo bij tot het imago van je organisatie, hij maakt hem ook functioneler.

Inhoudsopgave

Het regeerakkoord van de nieuwe regering had bijvoorbeeld geen inhoudsopgave. Die kun je nochtans met weinig moeite automatisch genereren, en het maakt een wereld van verschil voor de lezer.

Niet alleen om zijn weg te vinden in het document, ook om al een eerste globaal beeld te krijgen van de inhoud.

Scanbare elementen

Daarnaast kun je je tekst zo opmaken dat haastige lezers al scannend veel sneller vinden wat ze zoeken. Elementen die daarbij helpen:

- titels, ondertitels en alineakopjes
 - opsommingen
 - tabellen
 - grafieken
 - illustraties
 - kleur
-

structuur

Een tekst die duidelijk en logisch gestructureerd is, maakt een wereld van verschil voor de lezer. Dan gaat het niet alleen over sprekende titels en ondertitels, maar ook over de volgorde waarin je de elementen aanbiedt, en over welke informatie je groepeerd.

tekstperspectief

Tekstperspectief kun je een beetje vergelijken met het perspectief van een camera: leg je de focus op de ontvanger, op de zender, op de interactie tussen de twee of op het onderwerp?

Op deze factor gaan we dieper in tijdens het college over feedback en tekstperspectief.

informatieblok

Een informatieblok is een eenheid van relevante informatie. Het bestaat uit de volgende elementen:

- één of meer zinnen, tabellen of figuren over een logisch samenhangend onderwerp;
 - een label dat het doel, de functie of de inhoud van het blok weergeeft;
 - bloklijnen om de informatieblokken van elkaar te onderscheiden.
-

informatiemap

Een informatiemap is een verzameling informatieblokken over (een aspect van) een onderwerp. Een informatiemap heeft altijd een maptitel of een rapporthoofd.

informatietypes

In de methode Information Mapping gebruiken ze zeven verschillende informatietypes. Voor elk type bestaat er een set van kant-en-klare informatieblokken die van pas komen om dat soort informatie weer te geven. Daar gaan we nu niet verder op in. Wil je daar graag meer over weten? Eén adres: www.informationmapping.com.

- **Principe**

Eisen of richtlijnen voor gedrag; universele weten & waarheden

- **Proces**

Overzicht van gebeurtenissen, stadia of fasen

(voorbeelden: een vulkaanuitbarsting, of de groei van een eitje tot een baby)

- **Procedure**

Overzicht van stappen of beslissingen die iemand moet volgen

- **Concept**

Definitie van een begrip met een unieke set van kenmerken

- **Structuur**

Een object of figuur met toelichtingen of onderdelen

- **Feit**

Een bewering waarvan aangenomen wordt dat deze klopt

- **Classificatie**

Een sortering van begrippen op basis van sorteersleutels

7 basisprincipes

Zeven basisprincipes volstaan om tekst lezersvriendelijk op te stellen:

- segmentering
 - relevantie
 - labelling
 - consistentie
 - geïntegreerde grafiek
 - toegankelijk detail
 - hiërarchie van segmenten en labels
-

segmentering

Het principe

Groep informatie in kleine, hanteerbare eenheden. Die hapklare brokken zorgen ervoor dat de lezer de informatie gemakkelijker kan behappen.

Richtlijn

- informatie op papier: 7 ± 2 elementen
 - informatie op het scherm: 5 ± 1 elementen
- Over het algemeen lezen mensen trager van een scherm dan van papier, vandaar de aangepaste aantallen.

Deze richtlijn geldt voor alle tekstniveaus:

- het aantal onderdelen in een hoofdstuk
- het aantal elementen in een opsomming
- het aantal onderdelen in een illustratie

De aantallen zijn afhankelijk van:

- de complexiteit van de informatie
- de voorkennis of intelligentie van de doelgroep

Voordeel

De lezer kan de informatie beter behappen.

relevantie

Het principe

Deel de informatie zo in dat alle informatie in een eenheid betrekking heeft op hetzelfde onderwerp én relevant is voor het doel en de functie voor de lezer.

Is een stukje informatie niet relevant?

- Verplaats de informatie naar een andere eenheid als ze structureel niet juist geplaatst staat.
- Schrap de informatie als ze in de context totaal niet relevant is voor de lezer.

Voordelen

- De lezer hoeft minder informatie te verwerken.
 - De lezer hoeft niet op zoek te gaan naar verbanden die er niet zijn.
-

labelling

Het principe

Geef elke informatie-eenheid een passend label.

Richtlijnen voor een passend label:

- formuleer bondig (maximaal 5 woorden voor een label)
- formuleer voldoende concreet & informatief (zie *Tips: Titels & Co*)

Voordelen

- De lezer kan snel scannen, waardoor hij informatie sneller vindt.
- De labels fungeren als cognitieve wegwijzer (*advance organising*).

Tip

Schrijf tekst altijd zo dat de lezer ook zonder titels of labels alles begrijpt.

consistentie

Het principe

Wees consistent op alle niveaus:

- woordkeuze
Gebruik altijd dezelfde term voor sleutelbegrippen.
- register
- structuur
 - parallelle formuleringen
 - volgorde van de elementen
 - opsommingen in lijsten
- opmaak

Voordelen

De lezer kan zich beter focussen op de inhoud van je boodschap, zonder al te omslachtige decoderingsprocessen.

Tip | Formuleer parallel

Geef delen van een opsomming een grammaticaal consistente structuur zodat de inleidende zin en elk lid van de opsomming als puzzelstukjes in elkaar passen.

- alleen maar adjectieven
 - alleen maar substantieven
 - alleen maar werkwoorden
 - alleen maar zinnen (bij voorkeur met dezelfde grammaticale structuur)
-

geïntegreerde grafiek

Het principe

Integreer grafische elementen waar het kan. Plaats ze waar de lezer ze nodig heeft, niet als bijlage achteraan.

Voorbeelden van grafische elementen

- tabel
- tekening
- foto
- screenprint
- grafiek
- illustratie

Voordelen

- De lezer hoeft niet heen en weer te bladeren.
 - *Dual Coding* (tekst in combinatie met beeld) zorgt voor een hefboomeffect. Prikkels voor de twee cognitieve subsystemen versterken elkaar.
-

toegankelijk detail

Het principe

Hou rekening met je doelgroep. Bepaal hoe gedetailleerd de informatie moet zijn om voldoende duidelijk te zijn.

- Heeft de doelgroep dezelfde voorkennis?
Maak dan de juiste keuze.
- Heeft de doelgroep niet dezelfde voorkennis?
Ga dan van algemeen naar gedetailleerd, zoals bij een persbericht.
(Zie ook het basisprincipe hiërarchie.)

Voorbeelden van details:

- voorbeelden
- grafische elementen
- analogieën
- gedetailleerde stappen met illustraties

Tip | Begin elk informatieblok met een zin

Plaats ook altijd een inleidende zin (stamzin) voor een opsomming, tabel of illustratie. Zo kan de lezer de rechterkolom lezen zonder te moeten zigzaggen.
(*advance organising*)

Voordeel

Mensen nemen abstracte informatie gemakkelijker op wanneer deze concreet wordt voorgesteld.

hiërarchie

Het principe

Geef je teksten een duidelijke en overzichtelijke hiërarchische structuur. Dit heeft heel wat voordelen:

- de lezer kan zich snel een beeld vormen van de inhoud;
- de lezer kan snel informatie terugvinden;
- de lezer kan informatie gemakkelijk cognitief verwerken.

Aanbeveling voor rapporten

Omdat lezers vaak zo weinig tijd hebben, zet je de meest belangrijke informatie het beste vooraan. De belangrijkste informatie is het meest relevant voor de lezer.

Meestal is dat is een standpunt, een conclusie of een aanbeveling. Wie tijd heeft en graag meer wil weten, leest wel verder.

Uitzondering

Verwacht je veel weerstand tegen je conclusie? In dat geval kies je beter voor de deductieve aanpak: neem de lezer bij de hand en leid hem stap voor stap naar de conclusie. Als de argumenten voldoende sterk zijn, zal de lezer de conclusie gemakkelijker accepteren dan wanneer hij er meteen mee geconfronteerd wordt.

Hulpmiddelen

- segmentering
- titels
- opsommingen

Nuttige website

leren.nl – vaste structuren

titels, ondertitels en alineakopjes

Titels helpen je lezer om wegwijs te raken in je tekst. Een snelle blik op de inhoudsopgave geeft al een goed beeld van de boodschap – als de titels tenminste volgens de regels van de kunst geformuleerd zijn.

Tips

- **Maak de titel voldoende concreet.**

Liever niet:

‘Maatregelen’

Maar bijvoorbeeld:

‘Maatregelen om de snelheid te beperken’

- **Maak het verband tussen titels en ondertitels voldoende duidelijk.**

Liever niet:

2. Maatregelen

2.1. Materiaal

2.2. Drempels

Maar bijvoorbeeld:

2. Maatregelen om de snelheid te beperken

2.1. Asfalt vervangen door klinkers

2.2. Verkeersdrempels aanleggen

- **Formuleer de titels bondig zonder aan duidelijkheid in te boeten.**

Liever niet:

‘Maatregelen snelheid’

Maar bijvoorbeeld:

‘Maatregelen om de snelheid te beperken’

- **Formuleer titels gelijkvormig.**

Geef vergelijkbare onderdelen ook vergelijkbare titels: dat maakt het je lezer gemakkelijker om wegwijs te geraken in je tekst.

Liever niet:

5. Evaluatie proef met GPS-systeem

5.1. Positieve aspecten

5.2. Welke bezwaren heeft de GPS?

5.3. Afweging leidt tot advies GPS te implementeren

Maar bijvoorbeeld:

5. Evaluatie proef met GPS-systeem

5.1. Voordeel: buitendienst tevreden

5.2. Nadeel: storingsgevoeligheid

5.3. Conclusie: GPS-gebruik invoeren

hocus, pocus, focus

Een grote valkuil voor veel schrijvers is dat ze al hun kennis over een onderwerp willen etaleren. Hierdoor wordt de tekst niet alleen onnodig lang en daardoor minder uitnodigend, hij wordt ook minder duidelijk: de lezer vraagt zich na afloop vaak af wat nu eigenlijk de bedoeling van deze tekst was.

Sta daarom van tevoren altijd stil bij wat je lezer wil weten. Zo schrijf je doelgericht: de centrale vraag fungeert als filter voor de beschikbare informatie.

Elke tekst kun je zien als het antwoord op één vraag. Dat is de centrale vraag. Maak in de inleiding van je tekst altijd duidelijk wat centrale vraag van je tekst is. Zo creëer je een verwachtingspatroon bij de lezer en maak je duidelijk wat de relevantie van je tekst is.

soorten

Er zijn vijf soorten centrale vraag, van heel neutraal tot dwingend. Een onderwerp als interne communicatie kun je bijvoorbeeld op vijf verschillende manieren benaderen:

descriptief Hoe verloopt de interne communicatie in onze organisatie?

verklarend Hoe komt het dat de interne communicatie in onze organisatie zo moeizaam verloopt?

evaluerend Voldoet de interne communicatie in onze organisatie aan de huidige eisen?

adviserend Hoe kunnen we de interne communicatie in onze organisatie verbeteren?

prescriptief Hoe moet de interne communicatie in onze organisatie voortaan verlopen?

tip

Als je een opdracht schrijft voor een opdrachtgever, maak dan van bij de start duidelijke afspraken over het soort centrale vraag en de precieze formulering ervan. Daarmee vermijd je achteraf heel wat frustraties bij jezelf én bij je opdrachtgever.

stappenplan

Hieronder vind je een beknopt stappenplan om een uitgebreid rapport tot een goed einde te brengen in vier fasen:

- briefing
- concept
- eerste versie
- definitieve versie

Briefing

1. **Bepaal de centrale vraag.**
Zie het onderdeel Tip | De centrale vraag.
2. **Bepaal de randvoorwaarden en zorg voor realistische verwachtingen:**
 - tijd
 - budget
 - uitgangspunten
 - omvang
 - vormgeving

Concept

3. **Stel een vragenschema op.**
Wat zijn de deelvragen om tot een antwoord op de centrale vraag te komen?
4. **Maak een (voorlopige) inhoudsopgave.**
Deze inhoudsgave biedt een handige houvast om je tekst uit te schrijven.
5. **Maak een tijdschema.**
Besef dat ongeveer de helft van de beschikbare tijd nodig is voor de eindfase (correctierondes en definitieve opmaak)
6. **Overleg met je opdrachtgever**
Mogelijk wil je opdrachtgever elementen schrappen of toevoegen, of de centrale vraag herformuleren. In dit stadium verlies je daar niet al te veel tijd mee.

Eerste versie

7. **Verzamel meer data & voer eventueel onderzoek uit.**
 8. **Schrijf een eerste versie in hoog tempo.**
Focus in deze fase op inhoud, niet op taal of op vorm: die komen later aan bod.
 9. **Reviseer de eerste versie.**
Laat de eerste versie eerst een paar dagen rusten, zodat je er afstand van kunt nemen. Vraag je af of de grote lijnen duidelijk zijn en herwerk je formulering.
 10. **Overleg met de opdrachtgever om te checken of de inhoud aan zijn verwachtingen voldoet.**
-

Tip 3 | Hoe begin je aan een uitgebreid rapport? (vervolg)

stappenplan (vervolg)

Definitieve versie

11. Stel de juiste prioriteiten

Vaak is er minder tijd voor deze eindfase dan je lief is. Verlies geen tijd met details, kijk hoe je de beschikbare tijd optimaal benut om tot het best mogelijke eindresultaat te komen.

12. Maak de tekst zo helder en beknopt mogelijk.

Schrap woorden die niets toevoegen aan de betekenis van de tekst.

13. Werk de tekst professioneel af in functie van het beschikbare budget.

Ook in zwart-wit is het mogelijk om tot een rapport met een professionele uitstraling te komen.

Tip 4 | Hoe begin je aan de opmaak van Information Mapping?

stappenplan

Hieronder vind je een beknopt stappenplan om de typische opmaak van Information Mapping toe te passen:

1. **Zet de titel links of rechts van de pagina.**
Denk groot: ga gerust voor 20 tot 28 punten. Kies bij voorkeur een gecondenseerd lettertype.
2. **Voeg een tabel met twee kolommen toe.**
Pas de kolombreedte aan: links smal, rechts breed.
3. **Verwijder de overbodige lijnen.**
 - Selecteer de linkerkolom en verwijder alle lijnen.
 - Selecteer de rechterkolom en verwijder de rechterlijn.
4. **Ga naar Table properties > options en pas de instellingen aan.**
 - top & bottom: 0,4 cm
 - links: 0 cm
 - rechts: 0,25 cm
5. **Zet de labels de linkerkolom en de informatie in de rechterkolom.**
Gebruik voor de labels hetzelfde lettertype als voor je tekst: dan blijft alle tekst mooi gelijk uitgelijnd. Zet de labels vet.
6. **Wacht met de eindopmaak tot de tekst volledig is.**
Het is namelijk best omslachtig om maptitels toe te voegen.
7. **Splits de tabel op zodat je elke pagina met een nieuw informatieblok kunt beginnen.**
8. **Voeg boven elke nieuw begonnen pagina een maptitel toe.**
Is de maptitel hetzelfde als die van een vorige pagina? Voeg dan (vervolg) toe, liever minder prominent dan de titel zelf.

Niet alleen informatiemappen, ook lange informatieblokken kun je over verschillende pagina's laten lopen :

- Voeg een rij toe vlak na het te lange informatieblok.
 - Kopieer de overvloedige informatie naar de nieuwe rij.
 - Splits de tabel en maak alle noodzakelijke aanpassingen (maptitel toevoegen)
 - Voeg (vervolg) toe na het label, liever minder prominent dan het label zelf.
-