

Waarom de juiste vraag vinden al een grote opgave is.

Een reader met uitleg waarom we aandacht geven aan het vinden van een hoofd- en deelvragen.

In Het Transgalactische Liftershandboek van Douglas Adams ontwerpen pandimensionale, hyperintelligente wezens Deep Thought, een computer die antwoord moet geven op alle vragen 'het leven, het universum en heel de rest'.



Zeveneneenhalf miljoen jaren later is het antwoord eindelijk uitgerekend en het luidt: '42'. Dan pas beseffen de ontwerpers van Deep Thought dat ze eigenlijk geen idee hadden wat de vraag was. Het duurde nog een tien miljoen jaar voordat ze dat hebben uitgerekend. Prachtig boek dat ik graag herlees.

Wat heeft deze inleiding voor nut? We kunnen hier twee dingen afleiden:

1. Als we het antwoord willen begrijpen, moeten we eerst de vraag kennen.
2. Het is vaak moeilijker om de juiste vraag te stellen dan om haar te beantwoorden.

Je kan dit zelf waarnemen als je over de schouder kijkt van een onervaren gebruiker van Google. Die zoekt maar lukraak. Of een gebruiker van een LLM die prompt na prompt invoert en steeds denk het juiste antwoord te hebben gevonden. ... en dan toch twijfelt...

Leestijd: 2 minuten. Nut: bedenken dat juiste vragen maken moeilijk is.

Een van de belangrijkste taken van de wetenschap en jij als medewerkster is om de juiste vragen te stellen en aldus het onbekende aan het licht te brengen.

Het onbekende bestaat namelijk al, het is echter onbekend, dus niet te zien voor ons. Het is net zoals het plaatje van een zwart dier dat gemaakt wordt in de randen van witte figuur, dat het figuur opvult. En als je het herkent, kan je het niet meer negeren.



Het onbekende is overal. En het is er permanent, maar omdat wij vaak veel wisselen van waar we naar kijken, zien we de dingen die onbekend zijn niet.

Euh... ja maar wat betekend dat voor mijn werk?

Jij als student of de mensen om je heen doen vaak al jaren het werk dat ze doen. En weten dan wel wat er goed en niet goed gaat. Maar weten ze dat echt? En doen ze er iets aan? Of doen ze er niets aan omdat er geen tijd voor is, geen prioriteit aan gegeven wordt of er geen mensen voor zijn. Alles is een kwestie van prioriteit geven en dat is een kwestie die de manager van je moet besluiten. En daar ga jij haar of hem bij helpen door te leren de juiste vraag te stellen waar die persoon met het antwoord succes kan scoren bij de organisatie.

Hoe ontdek je het onbekende, dus hoe vind je een goed vraag?

Hoe ontdek je een gat? Door zo lang door te lopen tot je geen vaste grond meer onder voeten hebt. Ongeveer hetzelfde geldt voor jou als student: je vraagt en je vraagt tot je vroeg of laat met je mond vol tanden komt te staan. Omdat je iets niet weet. En daar zit dan een vraag achter.

Waarom hebben we het vaak over wat we weten?

Denk je een kop in de krant in: 'Niets nieuws te melden over X'. Tja... niemand gaat dat artikel lezen. Wellicht wel als er staat: 'Raadsel rond X eindelijk opgelost'.

En zo vult de krant en het internet zich met onderzoeken die iets kwassie iets oplossen. Maar vaak is het een tijdelijke oplossing, iets wat in de richting zit van een oplossing.

En dus wat we niet weten... daar doe je een studie voor of geef je advies.

Vragen stellen. Welke vraag relevant is hangt af van onder anderen: het Doel; de Omgeving; de Situatie; de Sociale context;

De vraag of je met de fiets links of rechts gaat hangt af van:

- Doel: Waar je heen wil. Zeg dat je ergens heen wil, waar rechts de snelste weg is.
- Omgeving: als je de omgeving bekijkt is er geen weg naar rechts, dus moet je links of rechtdoor.
- Situatie: je bent op een kruispunt en in de situatie van dat moment zie je een wegversperring op de weg rechtdoor, dus je moet linksaf.
- Sociale context: je bent aan het fietsen met kleine kinderen, die niet zo ver kunnen, linksaf is veel langer, is een omweg in vergelijking met rechtdoor.

Zo is ook het zoeken naar een goede hoofd- en deelvragen steeds anders. Die zoektocht en besluiten alleen al is een stap in je studie. En een stap in het juiste antwoord/advies geven.

Voorbeeld van de sneeuwvlok

Geen enkele sneeuwvlok is hetzelfde. Of wel? Wij in Nederland hebben x woorden voor sneeuw, de mensen op de noordpool hebben veel meer woorden voor sneeuw, zien die dan anders sneeuw? Of sneeuwt het daar anders?

qanik snow falling
aputi snow on the ground
pukak crystalline snow on the ground
aniu snow used to make water
siku ice in general
nilak freshwater ice, for drinking
qinu slushy ice by the sea

Of stellen ze zich andere vragen als ze sneeuw zien? Is het sneeuw om een iglo te bouwen, sneeuw dat goed is voor een pad te leggen, of sneeuw waarop beren af komen? Wij in Nederland stellen die vragen niet, dus daarom hebben we minder antwoorden, minder woorden, voor sneeuw.

Conclusie 1. – Vraag leren stellen is een opgave op zich

Een vragen leren stellen is een grote opgave een grote zoektocht en de basis van een juist antwoord.



In het bedrijfsleven kunnen mensen zich tig vragen stellen. Maar hoe stel je die goed en welke vraag van de tig die je directie stelt ga je aanpakken en beantwoorden?

Want bezig met het antwoord zoeken, kost geld. En dat geld had ook gestoken kunnen worden in een andere vraag aanpakken.

Je kan een week onderzoek doen naar wat de valsnelheid van een bekertje in de koffieautomaat is. Of een week steken in een aanpak om minder kopieën te maken met een kopieerapparaat.

Een keer raden welke investering jouw manager wil dat je gaat doen.

Conclusie 2. Vragen zijn makkelijk, de goede kiezen moeilijk.

Leren vragen stellen en dan slimme selectie maken met welke vraag je verder gaat.

Want wat de tegeltjes wijsheid hiernaast zegt, lijkt me te kloppen.

Dus leren de juiste vraag te stellen is op zich al een hele belangrijke stap in je studie en advies werk.

Opportunity charting

Dit is waarom ik groot voorstander ben van wat ik noem 'opportunity charting'. Bewust in het Engels. Het is een aanpak waarbij je verschillende vragen opstelt, vragen die een nut hebben voor een organisatie. Vragen dus waar al verschillende mensen naar gekeken hebben en een selectie van hebben gemaakt.



En dan neem je een set aan vragen, zegt tussen de 3 en 5 en maakt per vraag een A4 met punten waarop een manager kan besluiten, welke vraag, welk antwoord, een waarde heeft die gelijk of meer is als de investering die nodig is.

Concreet: er is een week nodig om de valsnelheid van de beker te berekenen en een week om het aantal

kopieën te verminderen. Het antwoord op de eerste vraag gaat denk ik de organisatie geen geld opleveren, het antwoord op de tweede vraag gaat mogelijk opleveren dat men minder kopieën gaat maken, dat bespaard geld en is duurzaam.

Bron: <https://gripopjeorganisatie.com/opportunity-charting/>

Eindconclusie

Alles dat een excuus is om met mensen te praten aan de oever van water in Antwerpen is goed. Dus welk antwoord wil jij vinden? Ga ik er samen met je een vraag bij maken.

BIJLAGE - Ok... en dan komt het antwoord en zitten er fouten in je antwoord, hoezo?

Er zitten altijd fouten in een antwoord.

1. Ten eerste hebben vrijwel alle antwoorden nood aan het simpeler maken van het antwoord. Veel antwoorden zouden lange pagina's tekst nodig hebben om volledig te zijn. En dat gaat je client niet lezen.... Ga maar proberen op schrift te zetten wat je voelt als je jouw teen stoot. En iedereen stoot zijn teen weleens toch?
2. Ieder antwoord bevat veronderstellingen en beweringen die mogelijk in de toekomst als onwaar zullen worden gekwalificeerd. Dat de griep van op de tocht staan komt, is dat nu eigenlijk waar? Vroeger wel, nu niet meer.

Er zitten altijd fouten in je antwoord dus. Maar dat is niet erg.

En dat er fouten in zitten in je antwoord is niet erg. Wat je hebt geleerd hoe de vraag te maken. En als het niet simpeler moet verteld worden, kan je het zonder problemen moeilijker maken. Of als er andere dingen zich aandienen, er een andere situatie ontstaat, dan heb je de vaardigheid om de vraag aan te passen.

Steeds nieuwe juiste vragen stellen, maakt je organisatie beter.



BIJLAGE: Wat voorbeelden van antwoorden die wel of niet kloppen..

Bolbliksems in de lucht zijn aliens... of niet?

Wat zijn die?

- a. Buitengewoon verschijnsel in de dampkring.
- b. Iets wat volkomen absurd is.
- c. Het bestaat niet, het is iets dat mensen verzinnen te zien. Hun hersenen foppen ze.

Hawai bestaat niet

Tja... eigenlijk bedoel ik te schrijven dat we niet weten waarom Hawaï bestaat. Tot mijn grote verbazing weten wetenschappers niet waarom Hawaï ontstaan is. Weten ze ook niet van IJsland, Hoe de Azoren zijn gemaakt en waarom er eilanden in de Stille Zuidzee, zoals Pukapuka verrijzen.

Na het vaststellen dat de wetenschap het niet weet, kan je zeggen:

- a. Dan gaan we het ooit wel weten.
- b. Maakt ook niet uit of we het weten.
- c. Het is fake news: Hawaï is slechts een illusie van mensen.

Katten spinnen... euh ja... maar waarom en waarmee?

Katten maken niet spinnen, noch spinnen ze garen, noch doen ze aan die vermoeiende sport op harde muziek, maar ze spinnen wel. Katten zijn overal, en bestaan al duizenden jaren. Toch weten we niet waarom ze spinnen, waarmee ze dat doen, wanneer ze dat doen en of alle katten spinnen. Gek toch?

Waarom plakt plakband?

Niemand schijnt dat echt te weten lees ik.

Bronnen. Hadden hier moeten staan. Maar het is zondag en ik had geen zin erin die over te nemen. Helaas.