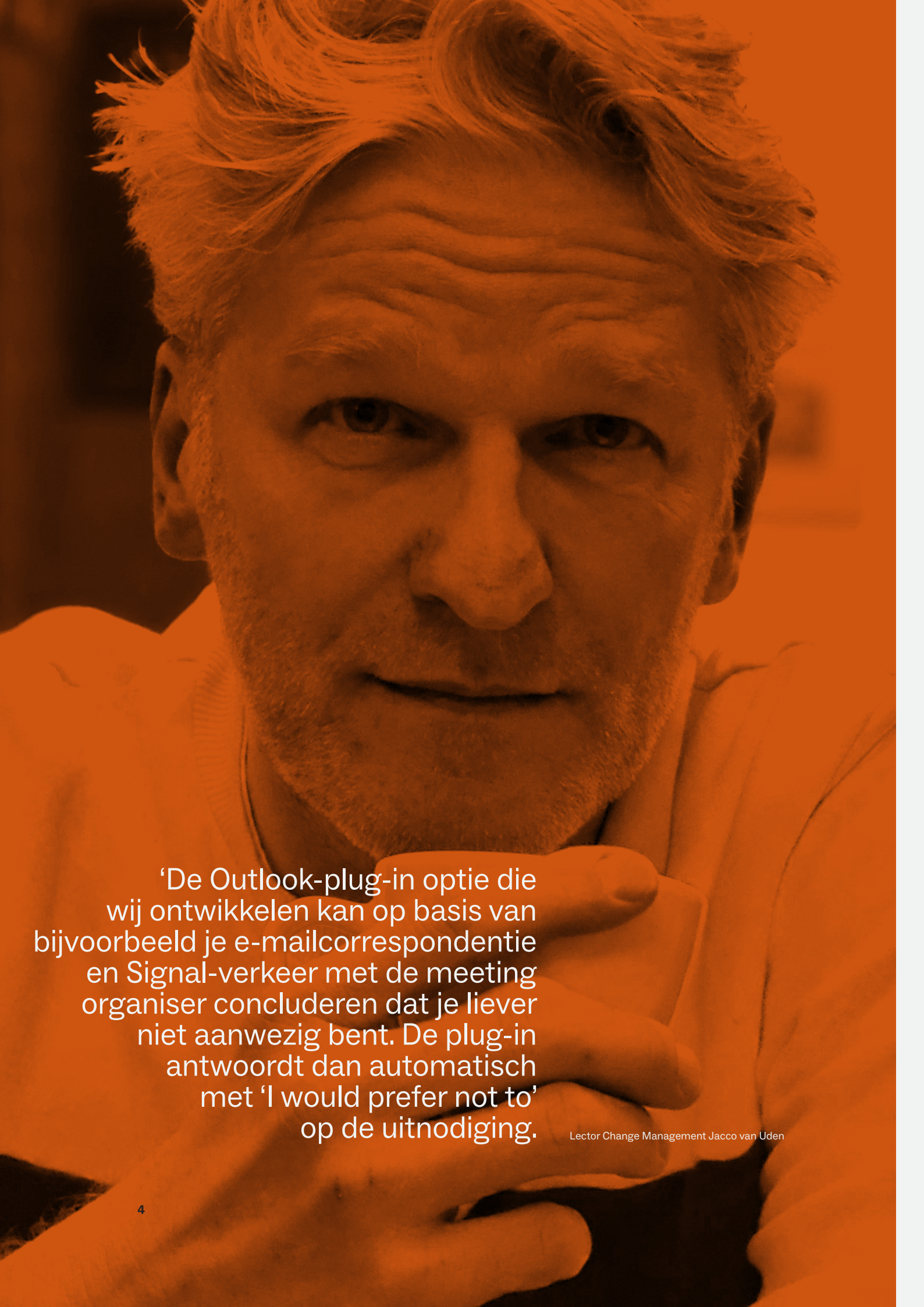




‘De Outlook-plug-in optie die wij ontwikkelen kan op basis van bijvoorbeeld je e-mailcorrespondentie en Signal-verkeer met de meeting organiser concluderen dat je liever niet aanwezig bent. De plug-in antwoordt dan automatisch met ‘I would prefer not to’ op de uitnodiging.

Lector Change Management Jacco van Uden

HBO ONDERZOEKSGROEP NEEMT STARTUP OVER

DE AI-PARADIGMASHIFT NAAR 'PRODUCTIEVE DUBBELZINNIGHEID'

door **An Giblean**

Het lectoraat Change Management van De Haagse Hogeschool neemt voor een onbekend bedrag een meerderheidsbelang in de Delftse startup FlipStar AI (5,5 fte). Het is voor zover bekend de eerste keer dat een hbo-onderzoeksgroep een bestaande startup overneemt. Met de overname wil het lectoraat flinke stappen in de nichemarkt van 'AI ambiguation' zetten. Een gesprek met lector Jacco van Uden over deze opmerkelijke stap.

Een onderzoeksgroep die een startup koopt. Een ongebruikelijke zet, toch?

Zeker, maar ik denk dat het een kwestie van tijd is voordat je dit vaker gaat zien. De druk op lectoraten om stevig in te verdienen neemt landelijk gezien alleen maar toe. Tegelijkertijd wordt door de bezuinigingen van dit kabinet de subsidievijver kleiner en zijn de mogelijkheden voor écht innovatief contractonderzoek in de praktijk bescheiden. De overname van FlipStar AI is in die zin een vlucht voorwaarts.

Hoe financieren jullie de overname?

Ik kan er niet te veel over zeggen maar je moet denken aan mengfinanciering. Deels met cash uit de opge-

bouwde onderzoekreserves en constructie waarbij we een leveraged buyout combineren met een earn-out structuur. En we brengen natuurlijk kennis in vanuit de onderzoeksgroep. De onderzoekers van het lectoraat gaan ongeveer een kwart van hun tijd dedicated aan FlipStar besteden.

Op welke AI-toepassingen gaan jullie je richten?

FlipStar AI is – met alle respect – nu nog een beetje een dertien in een dozijn technologiebedrijf, met de bekende 3S-belofte: sneller, slimmer, sexyer. In die markt is het niet alleen druk, je laat daarmee ook andere toepassingsmogelijkheden liggen.



*Overname
FlipStar AI door
lectoraat Change
Management
van de Haagse
Hogeschool*



Het FlipStar AI team aan het werk in Delft

In de hoek van 'ambiguation', zoals jullie dat noemen.

Precies. Voor mij begon het bij Wikipedia, waar ik vroeger veel van mijn informatie vandaan haalde. Vaak stond er dan boven een tekst: 'this article needs disambiguation.' Dergelijke pagina's zouden voor lezers verwarrend zijn, bijvoorbeeld omdat er betekenissen door elkaar worden gebruikt. Maar ik denk dat veel informatietechnologie, ook AI, ten onrechte veronderstelt dat gebruikers behoefte hebben aan ondubbelzinnigheid. Dat is oud denken. We hebben een paradigmashift nodig.

Waar komt die paradigmashift op neer?

Kunstmatige intelligentie is nu nog volledig gericht op accuratesse at high speed. Maar ChatGPT vergaloppeert zich nog regelmatig, net als alle andere server-side models. Ik ging pas met mijn zoon naar Sparta, in Rotterdam. ChatGPT stelde doodleuk voor om uit te stappen bij de niet-bestaande metrohalte Het Kasteel [de naam van het Sparta-stadion, red.]. Als je ChatGPT corrigeert krijg je excuses en een nieuwe

uitstaphalte aangeboden, die met even veel snelheid en stelligheid wordt gebracht.

En dus?

Kunstmatige intelligentie zal de belofte van glasheldere, eenduidige en betrouwbare informatie nooit kunnen inlossen. De paradigmashift komt erop neer dat we ook de andere kant op moeten durven denken. Zou AI ook een tool kunnen worden voor wat wij 'productieve dubbelzinnigheid' noemen?

Wat moet ik me daarbij voorstellen?

Bij het lectoraat Change Management doen we al jaren waarderend onderzoek naar zaken als aarzeling, roddel, weerstand en onzekerheid. Zeg maar alle shit waar managers een hekel aan hebben omdat ze er nauwelijks zicht of grip op krijgen. Maar probeer het weg te denken, en je houdt geen organisatie meer over. De waarheid is dat we in organisaties ontzettend goed gaan op dubbelzinnigheid. Met de AI-technologie van FlipStar zoeken we naar mogelijkheden om er slimmer mee om te gaan.

Waar moeten we dan aan denken?

We zijn bijvoorbeeld al een heel eind met de ontwikkeling van een Bartleby-optie voor je outlook uitnodigingen ...

Bartelby, naar de hoofdpersoon uit *Bartleby the Scrivener* van Herman Melville?

Die ja. Dit korte verhaal draait om een eenvoudige klerk bij een advocatenkantoor. Op een dag, als zijn baas hem vraagt een klein klusje op zich te nemen, antwoordt de anders zo gediensstige Bartleby: I would prefer not to. Een inmiddels wereldberoemd zinnenetje dat zijn impact – de baas van Bartleby is met stomheid geslagen en heeft geen idee hoe nu verder – dankt aan het dubbelzinnige karakter ervan. To prefer not to is geen botte werkweigeren. Maar wat is het wel? Precies die onbepaaldheid, het niet goed weten wat ermee wordt bedoeld en wat je ermee moet, maakt het zo'n krachtig zinnenetje.

Terug naar Microsoft Outlook en AI, hoe ziet de Bartleby-optie eruit?

Als je nu een uitnodiging krijgt kun je kiezen voor accepteren, weigeren of voorlopig accepteren. Daarmee wordt de hele vergadering teruggebracht tot een kwestie van wel of niet aanschuiven. Heel hoekig, super binair. De Outlook-plug-in optie die wij nu ontwikkelen kan op basis van bijvoorbeeld je e-mailcorrespondentie en Signal-verkeer met de meeting organiser concluderen dat je liever niet aanwezig bent. De plug-in antwoordt dan automatisch met 'I would prefer not to' op de uitnodiging. Die reply wordt volledig bepaald door het algoritme. Waarheidsgetrouw, en omdat jij zelf niet over je antwoord gaat zijn ongemakkelijke ontmoetingen met de organiser ook verleden tijd. En de Bartleby-optie verschaft de organiser natuurlijk ook ontzettend waardevolle informatie.

Op welke manier?

Hoe vaak zit je niet in een vergadering waar je vermoedt dat ook de andere deelnemers eigenlijk iets anders zouden willen doen ...

Dus als de meeting organiser ziet dat een groot deel van de genodigden 'liever niet' aanwezig wil zijn, kan zij de meeting annuleren...

Dat kan, maar je kunt er in dat geval ook juist voor kiezen om de meeting wél door te laten gaan. De organiser creëert dan een gelegenheid waarin de aanwezigen bijvoorbeeld hun mails kunnen bijwerken terwijl ze af en toe iets zeggen dat verband lijkt te houden met de agenda. Onderaan de streep, zo blijkt uit onderzoek van het lectoraat Change Management, zijn mensen razend enthousiast over die combinatie: vergaderingen boeten nauwelijks in aan kwaliteit en onder de vergadelaars zagen we een significante afname van tekenen van passieve vergaderagressie. Vandaar: 'productieve dubbelzinnigheid'.

En als de vergadelaars in werkelijkheid cryptokoersen zitten te checken of vakanties aan het boeken zijn?

Juist dat is de kracht van goed georganiseerde dubbelzinnigheid. Niemand wil echt weten wat de ander doet. Met behulp van krachtige AI-ambiguation tools als Bartleby hoef je dat ook nooit meer te weten.

“De waarheid is dat we in organisaties ontzettend goed gaan op dubbelzinnigheid. Met de AI-technologie van FlipStar zoeken we naar mogelijkheden om er slimmer mee om te gaan.”