

Stappenplan voor het Ontwikkelen van Verdiepende Vragen binnen een Praktijkproces

Stap 1: Identificeer het beroepsproduct

Begin met het helder definiëren van het beroepsproduct dat je gaat ontwikkelen of realiseren. Dit kan een **analyse, advies, ontwerp, fabrikaat, of handeling** zijn. Het beroepsproduct is het einddoel van je praktijkproces en bepaalt de richting van je onderzoek.

Voorbeeld: Stel dat je een communicatieadvies voor een organisatie moet ontwikkelen (advies als beroepsproduct).

Stap 2: Decomposeer het praktijkproces

Het **praktijkproces** bestaat uit verschillende **deelproducten**, die samen het volledige **beroepsproduct** vormen. Denk aan de verschillende stappen die je moet doorlopen om tot je einddoel te komen. Deze stappen moeten logisch op elkaar aansluiten.

Voorbeeld voor een communicatieadvies:

- **Vraagdefinitie:** Wat is het probleem of de behoefte?
- **Diagnose:** Wat zijn de oorzaken of factoren die het probleem beïnvloeden?
- **Oplossingsscenario's:** Welke mogelijke oplossingen zijn er?
- **Advies:** Wat is de beste oplossing en waarom?

Stap 3: Bepaal per deelproduct de verdiepende vragen

Voor elk deelproduct stel je verdiepende vragen die je helpen om tot een goed onderbouwd resultaat te komen. Dit zijn vragen waarop je het antwoord niet direct weet en waarvoor je onderzoek moet doen. Deze vragen vormen de kern van je verdiepende proces.

Onderzoekend vermogen: Dit is het vermogen om relevante vragen te formuleren, kritisch te reflecteren op de antwoorden, en om op basis van deze antwoorden verdere stappen in het proces te ondernemen. Dit omvat drie componenten:

1. **Onderzoekende houding:** Ben je nieuwsgierig en bereid om dieper te graven?
2. **Kennis toepassen:** Kun je bestaande kennis en theorieën gebruiken om je vragen te beantwoorden?
3. **Onderzoek doen:** Kun je op systematische wijze data verzamelen, analyseren en interpreteren om tot nieuwe inzichten te komen?

Voorbeeld voor een communicatieadvies:

- Vraagdefinitie: Wat zijn de belangrijkste communicatieproblemen in de organisatie?

- Verdiepende vragen: Hoe beïnvloeden deze problemen de medewerkers?
Welke eerdere onderzoeken zijn er naar vergelijkbare problemen?
- Diagnose: Welke factoren liggen ten grondslag aan de communicatieproblemen?
 - Verdiepende vragen: Zijn er structurele oorzaken, zoals cultuur of organisatieprocessen? Hoe worden deze problemen door verschillende afdelingen ervaren?
- Oplossingsscenario's: Welke oplossingsrichtingen zijn er mogelijk?
 - Verdiepende vragen: Wat zijn de voor- en nadelen van elk scenario? Wat zijn de ervaringen van andere organisaties met soortgelijke oplossingen?
- Advies: Wat is het meest effectieve communicatieadvies?
 - Verdiepende vragen: Welke oplossing heeft de grootste kans van slagen in deze specifieke context? Hoe kun je het draagvlak voor dit advies binnen de organisatie vergroten?

Stap 4: Voer het verdiepende onderzoek uit

Gebruik je **onderzoekend vermogen** om de **verdiepende vragen te beantwoorden**. Dit kan door literatuuronderzoek, interviews, enquêtes, observaties of andere onderzoeksmethoden. Zorg ervoor dat je onderzoek methodisch en grondig is, zodat je met vertrouwen kunt onderbouwen waarom je bepaalde keuzes maakt.

Stap 5: Reflecteer en pas aan waar nodig

Tijdens het proces is het belangrijk om voortdurend te reflecteren op de uitkomsten van je onderzoek. Stel jezelf vragen als: Zijn er nieuwe inzichten opgedaan die mijn oorspronkelijke plannen veranderen? Moet ik mijn aanpak bijstellen? Deze reflectie is een essentieel onderdeel van het onderzoekend vermogen.

Conclusie: Door deze stappen zorgvuldig te doorlopen, kom je tot de juiste verdiepende vragen die niet alleen je onderzoek, maar ook je beroepsproduct naar een hoger niveau tillen. Onderzoekend vermogen helpt je om het proces goed te onderbouwen, je product te verbeteren en een waardevolle bijdrage te leveren aan je toekomstige beroepspraktijk.