



SHARE YOUR *KNOWLEDGE*, MOVE THE WORLD!

*Advies voor het verhogen van de hoeveelheid gedeelde
kennisproducten door studenten*

Door Anouk Westendorp

In opdracht van de HanzeMediatheek te Groningen

Juni 2014

Share your *knowledge*, move the world!

Advies voor het verhogen van de hoeveelheid gedeelde
kennisproducten door studenten

Door Anouk Westendorp
Student Informatiedienstverlening en –management
Instituut voor Communicatie, Media & IT

Klas IDV4A
Student 353119

Afstudeeropdracht – XCMH1ASO
Begeleider: Dhr. J. Sennekool
Tweede Beoordelaar: Dhr. K. Westerkamp

In opdracht van Mw. G. Klein, namens de HanzeMediatheek Groningen

Groningen: 9 juni 2014

WANDELAAR, DE AFDRUK VAN JE VOET
IS HET PAD, EN NIETS ANDERS;
WANDELAAR, ER IS GEEN PAD,
JIJ MAAKT HET WANNEER JE WANDELT
AL WANDELENDE MAAKT MEN HET PAD
EN WANNEER MEN OMKIJKT
DAN ZIET MEN HET PAD DAT NIEMAND
NOG ZAL VOLGEN

- ANTONIO MACHADO
CHANT XXIX PROVERBIOS Y CANTARES
CAMPOS DE CASTILLA, 1917

SAMENVATTING

De Hanzehogeschool profileert zich als kennisinstelling en wil daarmee binnen het onderwijs, de beroepspraktijk, de kennisgemeenschap en de maatschappij zichtbaar zijn. Zij brengt al veel onderzoek voort en deelt dit op uiteenlopende manieren, van een systematische aanpak is echter nog geen sprake en daardoor blijft het bereik van deze kennisproducten achter.

Daarnaast ontstaat er steeds meer regel- en wetgeving rondom het delen van kennisproducten door het hoger onderwijs en heeft de Hanzehogeschool prestatieafspraken gemaakt met het ministerie van OCW en een verdrag tot Open Access ondertekend.

Om hieraan te kunnen voldoen heeft de HanzeMediatheek voor de Hanzehogeschool een publicatiebeleid ontwikkeld. Voor kennisproducten van lectoren en docenten is hiervoor tevens een implementatieplan ontwikkeld, dit ontbreekt nog voor kennisproducten van studenten.

DOEL VAN HET ONDERZOEK

Doel van het onderzoek is het doen van een aanbeveling aan de manager van de HanzeMediatheek, Marjan Bonink, om meer kennisproducten van studenten openbaar te maken, door te inventariseren wat de meningen, bereidheid en behoeften zijn van de betrokken partijen (alumni, studenten, medewerkers van de mediatheek en de verschillende schools) aangaande het openbaar maken van kennisproducten van studenten.

Om deze doelstelling te realiseren zijn drie centrale vragen geformuleerd:

1. Wat is er vanuit de theorie en een kort vooronderzoek bekend over het openbaar maken van kennisproducten en behoeften en bereidheid hiervoor onder studenten en medewerkers?
2. Wat zijn de meningen, bereidheid en behoeften van de vier betrokken partijen over het openbaar maken van kennisproducten door studenten, op basis van de analyseonderwerpen?
3. Wat valt er te zeggen over de implementatie van het publicatiebeleid op grond van toetsing bij de onderzoeksobjecten?

METHODE

In de eerste fase van het onderzoek is een literatuurstudie en een vooronderzoek uitgevoerd. Op basis van deze eerste resultaten zijn de analyseonderwerpen vastgesteld die tot uiting komen in de topiclijst van dit onderzoek. Deze onderwerpen zijn voorgelegd aan de onderzoeksobjecten (Studenten, alumni, medewerkers van de HanzeMediatheek en medewerkers van opleidingen) in de vorm van interviews.

Dit is een vorm van kwalitatief onderzoek waarbij er op basis van onderzoeksgegevens van een relatief kleine groep onderzoeksobjecten, uitspraken

gedaan kunnen worden over een specifiek verschijnsel. Om de grote hoeveelheid verzamelde gegevens te verwerken is gebruik gemaakt van coderen.

THEORETISCH KADER

Er is sprake van publiceren wanneer een kennisproduct beschikbaar wordt gesteld voor een publiek. Gebeurt dit zonder dat de lezer daarvoor moet betalen, dan wordt dit Open Access genoemd. Om te voldoen aan gestelde eisen van (Open Access) publiceren, kan de HBO Kennisbank gebruikt worden.

Door te publiceren draagt een kennisinstelling bij aan kenniscirculatie en kan deze zo iets bijdragen aan de beroepspraktijk. Voor organisaties is het toe kunnen passen van kennis (kennisproductiviteit) een van de belangrijkste manieren om waarde toe te voegen aan producten of diensten.

Om het rendement op de factor kennis te vergroten wordt kennismanagement ingezet. Om hiervoor nieuw beleid te implementeren, kan het veranderkracht model gebruikt worden. Daarnaast is het voor een implementatie ook essentieel dat hiervoor motivatie bestaat onder medewerkers.

BELANGRIJKSTE RESULTATEN VAN HET VOORONDERZOEK

- + Geplande invoering van een uploadfunctionaliteit en viewerfunctie binnen Sharekit in 2014.
- + Het grootste deel van de gevraagde studenten had wel eens van de HBO Kennisbank gehoord.
- + Het grootste deel van de gevraagde studenten was niet bekend met de mogelijkheid om te publiceren, dit geldt ook voor reeds afgestudeerde studenten.
- + De publicatie van studenten kennisproducten stagneert nog binnen het huidige proces. Daarnaast grote verschillen in de uitvoering van de workflow en het verzamelen van scripties per instituut.

BELANGRIJKSTE RESULTATEN EN CONCLUSIES

- + Positieve houding ten opzichte van het publicatiebeleid onder studenten, medewerkers van de HanzeMediatheek en medewerkers van de opleidingen.
- + Meeste studenten zijn bereid hun kennisproduct te delen, maar er bestaan wel twijfels, bijvoorbeeld over vertrouwelijkheid en de angst om online verbonden te zijn aan de geschreven scriptie.
- + Er is onder studenten een sterke behoefte aan meer informatie en communicatie door de Hanzehogeschool.
- + De studenten zijn bereid om hun scriptie te uploaden zoals gesteld in het workflow schema.

- + Medewerkers van de Hanzehogeschool zien voordelen in de nieuwe workflow en de respondenten van de opleidingen zijn eveneens positief.

AANBEVELINGEN

- + Informatie over de HBO Kennisbank en publiceren vroegtijdig opnemen in opleidingen.
- + Voor de start van het afstuderen opnieuw de mogelijkheid tot publiceren en meerwaarden van de HBO Kennisbank onder de aandacht brengen bij studenten.
- + Belang bij opleidingen onder de aandacht brengen, mede door argumenten als kennisstapeling, prestatieafspraken en verantwoord archiveren
- + Inzetten op een communicatiebeleid namens de HanzeMediatheek, waarbij ingezet wordt op meerwaarden die van belang zijn voor de student.

VOORWOORD

Met het schrijven van dit voorwoord komt er officieel een einde aan mijn afstudeerperiode en daarmee aan mijn opleiding. Deze scriptie is de afsluiting van mijn Bachelor opleiding Informatiedienstverlening & -management aan de Hanzehogeschool te Groningen.

De afgelopen jaren heb ik mij met veel plezier ingezet voor de diverse onderdelen van mijn studie. Naast de theoretische kennis heb ik veel over mijzelf en mijn eigen toekomstidealen geleerd. Dit komt ook naar voren in mijn afstudeertraject, waarin ik mijzelf een aantal keer ben tegengekomen, maar waar ik ook veel overwonnen en geleerd heb. Daarnaast heb ik gedurende dit onderzoek een groot deel van mijn theoretische kennis toe kunnen passen, doordat het onderzoek vele verschillende onderwerpen behelsde.

Mijn grote dank gaat hierbij uit naar mijn twee begeleiders tijdens dit traject. Allereerst gaat mijn dank uit naar Gerlien Klein, voor alle zinvolle en informatieve gesprekken, alle aangereikte tips en informatie en bovenal voor de gegeven motivatie. Daarnaast een woord van dank voor Josef Sennekool, die mij steeds de juiste kritische vragen en feedback aangereikt heeft en mij een duwtje in de rug gaf wanneer ik dat nodig had.

Verder wil ik graag Marjan Bonink bedanken voor de geïnvesteerde tijd en alle extra informatie en steun. Binnen de HanzeMediatheek wil ik daarnaast alle medewerkers bedanken voor de medewerking aan mijn interviews en de fijne gesprekken die daar uit voortgekomen zijn.

Verder wil ik nog een woord van dank uiten aan alle studenten, alumni en medewerkers van de Hanzehogeschool die de tijd hebben genomen om mijn vragen te beantwoorden en daarmee mijn onderzoek mede mogelijk hebben gemaakt.

Ik hoop dat u mijn onderzoeksrapport met evenveel plezier zal lezen als waarmee ik het geschreven heb!

Anouk Westendorp
Groningen, juni 2014

INHOUD

Inleiding	7
1. Projectkader	9
2. De organisatie	10
3. Theoretisch kader	11
3.1 Publiceren	11
Open Access	11
3.2 Delen van kennis	14
Kennisproductiviteit	14
Kennismangement	14
Veranderkracht	15
Motivatie	17
4. Vooronderzoek	19
4.1 De HBO Kennisbank en SURF	19
In gesprek bij SURF	19
Bekendheid van de HBO Kennisbank onder studenten	21
4.2 Het publiceren van scripties	23
Huidige workflow binnen de Hanzehogeschool	23
5. Methode	26
5.1 Het onderzoeksmodel	26
Verantwoording van het onderzoeksmodel	26
Doelstelling en onderzoeksfase	27
5.2 Centrale vraag 1	27
Deel van het onderzoeksmodel	28
5.3 Centrale vraag 2	28
Deel van het onderzoeksmodel	28
5.4 Centrale vraag 3	28
5.5 Gegevensverzameling	28
Design	28
Instrumenten	30
Populatie en steekproef	30
5.6 Gegevensverwerking	33
6. Resultaten	34
6.1 Terugblik	34
6.2 Meninge	34

Het openbaar maken van scripties	34
Het publicatieproces	39
6.3 Bereidheid	42
Het delen van de scriptie	42
6.4 Behoeften	45
Informatie	45
Trainingen	45
6.5 Advies namens studenten	46
7. Conclusie en discussie	47
8. Aanbevelingen	50
Literatuurverantwoording.....	52
Bijlagen.....	1
Bijlage I – Document gegevensverwerking	1
Bijlage 1 – Gesprek met Diny in 't Groen	2
Bijlage 2 – Uploadfunctionaliteit Sharekit	3
Uploadfunctionaliteit voor scripties en andere studentproducten	3
De student.....	3
De admin binnen Sharekit.....	3
De departmentbeheerder	4
Bijlage 3 – Bekendheid van de HBO Kennisbank	5
Bijlage 4 – Promotiemateriaal	7
Bijlage 5 – Formulieren bij het huidige proces	10
Het metadata formulier	10
Het toestemmingsformulier.....	11
Upload mogelijkheid intranet	12
Bijlage 6 – Verdeling van scripties in Sharekit binnen de Hanzehogeschool.....	13
Bijlage 7 – Topiclijst	15
Bijlage 8 – Methode van gegevensverwerking.....	16
Bijlage 9 – Resultaten empirisch onderzoek	18
Respondentengroep	18
Onderwerpen	19
Bijlage 10 – Workflow schema.....	34
Bijlage 11 – Beslisboom	35

INLEIDING

In een digitaliserende kennissamenleving die steeds transparanter wordt, is het delen van kennis en informatie steeds belangrijker geworden. Het is in de huidige samenleving van belang dat kennis vrij kan stromen. Van onderzoeker naar professional, van kennisinstelling naar beroepspraktijk en andersom. Dankzij de komst van ICT en internet is het distribueren van kennis makkelijker geworden.

De Hanzehogeschool brengt veel onderzoek voort en heeft een goede relatie met de beroepspraktijken waar ze voor opleidt. Dankzij vrije kenniscirculatie en het openbaar maken van onderzoeksresultaten door Open Access publiceren, kan deze verbinding versterkt worden en worden er mogelijkheden geboden voor verdere verdieping van kenniscirculatie.

Niet alleen is het zeer waardevol voor de Hanzehogeschool om in te zetten op publicatie, het is daarnaast ook noodzakelijk. Afgelopen maart heeft de minister voor Economische Zaken gesteld dat binnen het hoger onderwijs in 2024 een volledige omslag gemaakt dient te zijn richting Open Access publiceren. Indien de ontwikkelingen onvoldoende vorderen, zal in 2016 voorgesteld worden om de verplichting tot Open Access publiceren op te nemen in de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (WHW). (Kamp, 2014)

Daarnaast heeft de Hanzehogeschool de Berlin Declaration on Open Access ondertekend, waarmee zij aangeeft zich te willen inspannen voor het publiek toegankelijk maken en verspreiden van onderzoeksresultaten. De Hanzehogeschool heeft ook prestatieafspraken gemaakt met het ministerie van OCW over de hoeveelheid vrij toegankelijke publicaties en presentaties (Eggink, 2013). Om aan deze afspraken te kunnen voldoen, is het van belang om een systematische en controleerbare aanpak te hebben rondom publiceren.

Er bestaat binnen de Hanzehogeschool een verschil tussen kennisproducten van docenten en lectoraten, en studenten. Op dit moment is er een publicatiebeleid voor zowel docenten en lectoraten als studenten geschreven, waarmee getracht wordt de hoeveelheid gedeelde kennisproducten te vergroten. Dankzij een verhoogde hoeveelheid gedeelde kennisproducten, vergroot de Hanzehogeschool het bereik van haar onderzoek. Op die manier zijn er individuen, onderzoekers en bedrijven die gebruik kunnen maken van onderzoek dat door maatschappelijk geld is gefinancierd.

Om het publicatiebeleid uit te voeren, is er een implementatieplan geschreven voor het verhogen van publicaties door docenten en onderzoekers: *Het Taksforce Publiceren*. Er is echter momenteel nog geen implementatiebeleid om de hoeveelheid kennisproducten geschreven door studenten te verhogen. De Hanzemediatheek ziet hier voor zichzelf een rol in en heeft daarom hulp gevraagd om een onderzoek uit te voeren, zodat de kennis van studenten meer gedeeld kan worden. In het kader van mijn afstudeeronderzoek is hiertoe in overleg met de HanzeMediatheek de volgende doelstelling geformuleerd:

Doel van het onderzoek is het doen van een aanbeveling aan de manager van de HanzeMediatheek, Marjan Bonink, om meer kennisproducten van studenten openbaar te maken, door te inventariseren wat de meningen, bereidheid en behoeften zijn van de betrokken partijen (alumni, studenten, medewerkers van de mediatheek en de verschillende schools) aangaande het openbaar maken van kennisproducten van studenten.

Om dit doel te bereiken zijn drie centrale vragen geformuleerd:

1. Wat is er vanuit de theorie en een kort vooronderzoek bekend over het openbaar maken van kennisproducten en behoeften en bereidheid hiervoor onder studenten en medewerkers?
2. Wat zijn de meningen, bereidheid en behoeften van de vier betrokken partijen over het openbaar maken van kennisproducten door studenten, op basis van de analyseonderwerpen?
3. Wat valt er te zeggen over de implementatie van het publicatiebeleid op grond van toetsing bij de onderzoeksobjecten?

Om antwoorden te vinden op de geformuleerde centrale vragen, wordt gebruik gemaakt van literatuuronderzoek en kwalitatief, empirisch onderzoek. Door middel van literatuur wordt kennis gezocht die de basis vormt voor het empirische onderzoek. Dit onderzoek bestaat vervolgens uit interviews met studenten, alumni, medewerkers van de diverse opleidingen binnen de Hanzehogeschool en medewerkers van de Hanzemediatheek.

Als basis voor dit onderzoek schetst hoofdstuk één eerst het projectkader en geeft hoofdstuk twee meer inzicht in de organisatie waarbinnen het onderzoek zich afspeelt. Hier opvolgend beschrijft hoofdstuk drie het theoretisch kader, waarin de resultaten van het literatuuronderzoek beschreven worden. De resultaten van het vooronderzoek worden beschreven in hoofdstuk vier. Hoofdstuk vijf behandelt vervolgens de onderzoeksstrategie en de methodologie, waarna hoofdstuk zes de resultaten van dit kwalitatieve onderzoek beschrijft. Hoofdstuk zeven bevat de conclusie en discussie, die samen de basis vormen voor de aanbevelingen aan de HanzeMediatheek in hoofdstuk acht.

1. PROJECTKADER

Het onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van de HanzeMediatheek, in de context van een breder project. Dit hoofdstuk beschrijft het kader waarbinnen dit onderzoek wordt uitgevoerd en beschrijft vervolgens de doelstelling en fase van het onderzoeksproject.

De Hanzehogeschool Groningen is een kennisinstelling die veel onderzoek voortbrengt. Kenniscentra, lectoraten, docenten en studenten delen hun onderzoeksresultaten op uiteenlopende manieren en in verschillende *schools*. Van een systematische Hanzehogeschool aanpak is nog geen sprake.

De indruk bestaat nu dat het bereik van deze kennisproducten groter zou kunnen zijn. Het is voor de Hanzehogeschool belangrijk om dit bereik te vergroten, om daarmee binnen het onderwijs, de beroepspraktijk, de kennisgemeenschap en de maatschappij als kennisinstelling zichtbaar te zijn. Daarnaast heeft de Hanzehogeschool afspraken gemaakt met het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over de hoeveelheid publicaties en presentaties. Dankzij deze afspraken is het van belang om een systematische en controleerbare aanpak te hebben, met betrekking tot het openbaar maken van publicaties (Eggink, 2013).

Voor de prestatieafspraken worden alleen producten meegeteld die zijn opgenomen in de repository van de Hanzehogeschool (Sharekit, een digitale opslagplaats) en die zijn ontsloten naar de HBO-kennisbank of een ander platform. Uit een analyse in de zomer van 2013 blijkt dat het aantal publicaties en presentaties in Sharekit sterk achterblijft bij de gewenste hoeveelheid (namelijk, alle kennisproducten van kenniscentra en lectoraten in de repository) (Bonink, Dijk & Miedema, 2013). De Hanzemediatheek is daarom gevraagd om de kenniscentra en lectoraten van de Hanzehogeschool te ondersteunen bij het bereiken van de benodigde hoeveelheid ontsloten publicaties en presentaties.

De Hanzemediatheek heeft daarom een project Taskforce publiceren opgericht om daarmee het aantal ontsloten publicaties van docenten en lectoren te verhogen. Er wordt in dit project geen aandacht besteed aan producten die ontwikkeld worden door studenten (Bonink, Dijk & Miedema, 2013). Er wordt echter in de Visie Kennismanagement HG uit 2012 gesteld dat 50% van de als goed beoordeelde afstudeerproducten Open Access beschikbaar zouden moeten zijn, mits er geen zwaarwegende redenen (zoals geheimhouding) zijn om dit niet te doen (Eggink, 2013). Om aan dit streven te voldoen, zal ook nagedacht moeten worden over een beleid om het aantal vrij beschikbaar gemaakte publicaties van studenten te verhogen.

De Hanzemediatheek zou graag zien dat er tevens een implementatieplan ontwikkeld wordt om het openbaar maken van kennisproducten van studenten te bevorderen.

2. DE ORGANISATIE

In 2013 vierde de Hanzehogeschool haar indrukwekkende 215-jarig jubileum en zij behoort hiermee tot de oudste hogescholen van Nederland (Geschiedenis Hanzehogeschool, z.d.). In 2012 ontving de Hanzehogeschool 25.246 nieuwe inschrijvingen van studenten en had het 2.888 medewerkers in dienst, verdeeld over 19 *schools* en ruim 80 opleidingen.

Verder profileert de Hanzehogeschool zich als een kennisinstelling door haar 50 lectoraten en 6 kenniscentra, voor toegepast onderzoek in samenwerking met het bedrijfsleven en non-profit instellingen (Jaarverslag, 2012).



Figuur 2.1. Organogram Hanzehogeschool Groningen (Jaarverslag, 2012)

In deze zes kenniscentra werken lectoren, docenten, (master-)studenten en externen samen aan diverse praktijkgerichte opdrachten. De kenniscentra creëren hiermee samenhang tussen onderwijs en onderzoek (Kenniscentra, 2014). Deze kenniscentra leveren een grote bron aan publicaties.

Deze kenniscentra worden daarin mede geholpen door de Hanzemediatheek. De Hanzemediatheek ziet het als haar taak om de onderwijs- en leerstrategie, praktijkgericht onderzoek en het kennismanagement binnen de Hanzehogeschool te ondersteunen. De Hanzemediatheek heeft dit vastgelegd in de volgende missie:

“De Hanzemediatheek is een integraal onderdeel van de leer-, onderwijs- en onderzoeksgemeenschap van studenten en medewerkers. We dragen bij aan het opleiden van onze studenten tot onderzoekende professionals in een ambitieuze leer- en onderzoekomgeving en versterken de onderwijs- en onderzoekspraktijk. We stimuleren kennisontwikkeling door het beschikbaar stellen van hoogwaardige informatie in een inspirerende, ontwikkelingsgerichte leeromgeving. We verzamelen, selecteren en valideren, ordenen, bewaren, verspreiden en bieden toegang tot essentiële informatiebronnen en optimaliseren het gebruik ervan. We doen dit als expert en samenwerkingspartner van onderwijs, onderzoek en werkveld.”

(Hanzemediatheek, 2013)

3. THEORETISCH KADER

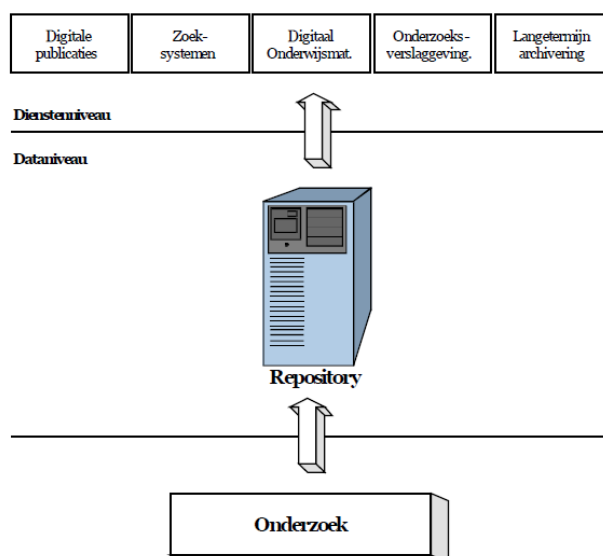
Dit hoofdstuk bespreekt het kader waarin het onderzoek wordt verricht. Er wordt ingegaan op theoretische achtergronden rondom publiceren en het delen van kennis.

3.1 PUBLICEREN

Binnen de Hanzehogeschool wordt een publicatie gezien als een kennisproduct, dat via een bepaald kanaal beschikbaar is gesteld voor een publiek. Onder kennisproducten vallen niet alleen geschreven teksten, maar ook software, beeld, tentoonstellingen, films of games (Bonink, Dijk & Miedema, 2013).

Kennisproducten kunnen beschikbaar worden gesteld voor een publiek op verschillende wijzen. Zo kan er bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van een traditionele manier van publiceren, door middel van een uitgever van wetenschappelijke tijdschriften. Daarnaast kan er ook digitaal gepubliceerd worden, waarbij een uitgever niet langer zonder meer benodigd is (Mackenzie Owen, 2003).

Digitaal publiceren is mogelijk door middel van een repository. Een repository is een digitale opslagplaats, waar kennisproducten worden opgeslagen, zodat deze openbaar kunnen worden gemaakt op diverse plaatsen, zoals bijvoorbeeld de HBO Kennisbank.



Figuur 3.1: Publiceren onderzoek middels een repository (Mackenzie Owen, 2003)

OPEN ACCESS

Een steeds groter deel van de kennisproducten binnen de HBO Kennisbank worden Open Access gepubliceerd. Open Access betekent in essentie dat het 'vrije' wetenschappelijke literatuur is, die kan worden benaderd, gelezen en verkregen via het internet, zonder dat daar een vergoeding tegenover staat (Lyons & Booth, 2011).

OPEN ACCESS IN WETENSCHAPPELIJKE LITERATUUR

Er kan binnen peer reviewed wetenschappelijke literatuur een onderscheid worden gemaakt tussen Groene en Gouden Open Access. Bij gouden Open Access wordt een

uitgever betaald om bepaalde content gratis beschikbaar te maken. Deze betaling kan worden gedaan door de auteur zelf, het instituut waar hij/zij voor werkt of door een fonds. Bij groene Open Access worden er geen betalingen gedaan en wordt een kopie van het artikel in gratis publieke repositories openbaar gemaakt (Morgan, Campbell & Teleen, 2012).

Met een verschuiving van traditionele uitgevers naar Open Access, komen er ook veranderingen in het auteursrecht. Binnen de oorspronkelijke uitgeverijstructuur ligt het auteursrecht bij de uitgever, waardoor de mogelijkheden om wetenschappelijke literatuur te hergebruiken vaak beperkt zijn. Voor een grote verscheidenheid aan wetenschappers die juist een brede verspreiding van hun werk willen, is dit een beperking. Creative Commons is een organisatie die een verzameling licenties heeft ontwikkeld, die deze verspreiding wel mogelijk maken.

Er zijn vier variaties op deze licenties, waarbij de licentie 'naamsvermelding' (CC BY) steeds meer gebruikt wordt door Open Access uitgevers. Deze licentie maakt het mogelijk om wetenschappelijke literatuur te distribueren, vertalen, mixen of in je eigen werk te verwerken, mits je de oorspronkelijke auteur noemt (Carroll, 2013).

Door ontwikkelingen in Open Access mogelijkheden is een onoverzichtelijke situatie ontstaan voor auteurs, lezers en uitgevers. Staatssecretaris Dekker wil daarom Open Access versneld reguleren. Zijn uitgangspunt is dat resultaten van publiek en publiek/privaat gefinancierd onderzoek altijd vrij beschikbaar moeten zijn. Volgens Dekker moet de overheid richting geven, waardoor partijen weten waar ze aan toe zijn en onderling afspraken kunnen maken. De staatssecretaris heeft daarbij een voorkeur voor de Gouden Open Access manier (NWO, 2013).

Niet alleen binnen Nederland wordt aanstalten gemaakt voor een beleid rondom Open Access, ook binnen Europa staat kennisdeling op de agenda. Dankzij het EU-kaderprogramma Horizon 2020 zal de EU in de periode 2014-2020 ruim 70 miljard euro investeren in wetenschap en innovatie. Hierbij worden het bedrijfsleven en kennisinstellingen uitgedaagd om oplossingen te bedenken voor maatschappelijke vraagstukken die in heel Europa spelen. De Europese Commissie stelt verplicht dat publicaties uit onderzoeken, welke door het Horizon 2020 project zijn gefinancierd, Open Access worden gepubliceerd (SURF, 2013)(KNAW, 2013).

Naast publicaties en presentaties, kan ook ruwe data Open Access gepubliceerd worden. Hierbij worden onderzoeksgegevens in elektronische vorm beschikbaar gemaakt voor derden, waardoor gegevens hergebruikt of geverifieerd kunnen worden. Deze datasets kunnen opgeslagen en gepubliceerd worden in data-archieven als DANS en het 3TU Datacentrum.

Steeds meer onderzoeksfinanciers (zoals Horizon 2020 en het NWO) eisen dat de onderzoeksdata van een publiek gefinancierd onderzoeksproject openbaar moeten zijn. Vaak worden deze eisen opgenomen in richtlijnen voor het opstellen van datamanagementplannen. Een datamanagementplan is een document waarin beschreven wordt hoe data verzameld, beheerd, opgeslagen en beschikbaar worden gesteld (datamanagementplan, z.d.) (DANS, 2013).

OPEN ACCESS BINNEN HET HBO

De vereniging van Hogescholen heeft reeds in 2009 een kwaliteitsagenda opgesteld voor de komende jaren, om beter bij te kunnen dragen aan het versterken van de kenniseconomie in Nederland en in de eigen regio. Het hoger beroepsonderwijs ziet het belang van Open Access, mede door de noodzaak om de onderwijskwaliteit (aantoonbaar) te verbeteren. De onderwijskwaliteit en het studiesucces moeten verbeterd worden, het onderwijs en onderzoek geprofileerd en de aansluiting met het bedrijfsleven en de regio versterkt. Hogescholen moeten de komende jaren gaan bewijzen op welke wijze ze dit doen (HBO-raad, 2009). Om de kwaliteitsdoelstelling in te vullen, zien hogescholen het als een belangrijk onderdeel om kennis aan particulieren, bedrijven, instellingen en overheden beschikbaar te stellen.

Dit betekent concreet dat onderzoeksresultaten vrij beschikbaar zouden moeten zijn voor onder andere het beroepsveld. Door kennis toegankelijk te maken voor innovatieve toepassingen in bedrijven en instellingen, kan de dagelijkse beroepspraktijk profiteren. Praktijkgericht onderzoek is immers een samenwerking met de beroepspraktijk, waarin een interactieve samenwerking tussen kennisinstellingen en beroepspraktijk plaatsvindt.

Hieraan gerelateerd is de ondertekening van de Berlin Declaration on Open Access, waarin hogescholen aangeven dat zij zich willen inspannen voor het publiek toegankelijk maken en verspreiden van onderzoeksresultaten (HBO-raad, 2010).

Ook de Nederlandse politiek ziet het belang van Open Access in het HBO zoals blijkt uit het kamerstuk van minister Kamp over zelfstandig ondernemerschap (2014). Afgelopen maart heeft de minister voor Economische zaken gesteld dat binnen het hoger onderwijs in 2024 een volledige omslag gemaakt dient te zijn richting Open Access publiceren. Hij wil er daarmee voor zorgen dat alle gepubliceerde artikelen en boeken onmiddellijk, dus zonder embargo-periode, vrij beschikbaar zijn. Indien de ontwikkelingen onvoldoende vorderen, zal in 2016 voorgesteld worden om de verplichting tot Open Access publiceren op te nemen in de Wet op het hoger onderwijs en wetenschappelijk onderzoek (WHW).

De minister vindt deze maatregelen noodzakelijk, omdat de toegang tot kennis voor ondernemers cruciaal is. Toegepast onderzoek van universiteiten en hogescholen spelen daarbij een grote rol. Het doel van minister Kamp is om te realiseren dat ondernemers op laagdrempelige wijze toegang kunnen krijgen tot kennis.

Op deze wijze snijdt het mes aan twee kanten. Ondernemers kunnen de meest recente wetenschappelijke kennis gebruiken om innovatief te blijven en het onderwijs kan vervolgens geld verdienen met deze kennis. Kamp (2014) verwijst in zijn brief naar de lopende prestatieafspraken tussen OCW en de instellingen voor hoger onderwijs om valorisatie en ondernemerschapsonderwijs blijvend aandacht te geven. Valorisatie is het verzilveren van wetenschappelijke kennis en techniek, waarbij deze kennis wordt aangewend ten gunste van de maatschappij om zo te kunnen leiden tot innovatie (www.valoriseren.nl). Minister Kamp wil in 2015 een set

indicatoren ontwikkeld en getest hebben, waarmee de resultaten van valorisatie-inspanningen kunnen worden gemeten en beschreven.

De Open Access beweging binnen het onderwijs is niet nieuw. SURF spant zich samen met NWO (De Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek), VSNU (vereniging van universiteiten), samenwerkende universiteitsbibliotheken (UBK) en DANS (Data Archiving and Networked Services) al tien jaar in om Open Access te bevorderen in Nederland. Staatssecretaris Dekker stelt in een brief aan de Tweede Kamer dat DANS en SURF grote vooruitgang hebben geboekt in hun gebruik van elektronische archieven, maar dat de bruikbaarheid nog kan worden verbeterd. Verder verwacht de staatssecretaris dat de betrokken partijen hun samenwerking zullen intensiveren, om daarmee Open Access te realiseren. SURF zegt deze uitdaging graag aan te gaan. (SURF, 2013)

3.2 DELEN VAN KENNIS

KENNISPRODUCTIVITEIT

In de huidige kenniseconomie is het toepassen van kennis een van de belangrijkste manieren om waarde toe te voegen aan producten of diensten. Doorslaggevend voor het succes van organisaties is hierbij de mate waarin zij in staat zijn hun kennis productief te maken; kennisproductiviteit (Stam e.a., 2004).

Kennis is hierbij een geheel van persoonsgebonden kundigheid (vaardigheden en ervaring) en vastgelegde gegevens en informatie (zoals documenten en procedures). Kennis wordt daarmee vaak weergegeven middels de volgende formule:

“Kennis = Informatie x Ervaringen, Vaardigheden en Attitude ($K = I \times EVA$)”

In deze formule is de informatie expliciete kennis (bijvoorbeeld documenten en procedures) en staat EVA voor het geheel aan impliciete kennis (kennis die verweven is met een individu) (Weggeman, 1997).

KENNISMANAGEMENT

Om kennisproductiviteit te verhogen, is het van belang om de kennishuishouding te ontwerpen, inrichten en onderhouden door middel van kennismanagement. Kennismanagement is daarom een strategie, een geheel aan maatregelen, dat bedoeld is om het rendement op de factor kennis te vergroten (Weele & Lugt, 2008).

Op basis van diverse kennismanagement theorieën en methodes, kunnen een drietal basisprincipes onderscheiden worden:

1. Het belang van strategische verankering.
Om kennismanagement succesvol te laten zijn, dient het bij te dragen aan de strategische doelstellingen.
2. De inrichting van efficiënte en effectieve kennisprocessen.
Kennisprocessen zijn samengesteld uit opeenvolgende en met elkaar samenhangende activiteiten. Het resultaat van een dergelijk kennisproces dient tevens als input voor een nieuwe cyclus op een hoger kennisniveau.

Dit spiraalvormig verlopend proces benadrukt het belang van het lerende vermogen van organisaties.

3. Kennisvriendelijke organisatiefactoren.

Zaken als management, structuur en cultuur binnen een organisatie, beïnvloeden het kennisverwerkingsproces. Een eenvoudige organisatiestructuur bijvoorbeeld, levert een positieve bijdrage terwijl formele omgangsvormen een belemmering kunnen vormen.

Bij het inrichten van kennismanagement, dient daarom eerst voorwerk gedaan te worden. Wanneer de strategie van de onderneming, de kennisprocessen en de organisatiefactoren bekend en geanalyseerd zijn, kunnen deze pas aangepast worden. Op deze manier kan een zo optimaal mogelijke situatie gecreëerd worden.

Dit proces kan samengevat worden in de volgende vijf stappen:

1. Het analyseren van de huidige situatie.
2. Het formuleren van kennismanagement doelstellingen
3. Het selecteren van verbetermaatregelen en instrumenten.
4. Het implementeren van de gekozen oplossingen, instrumenten en maatregelen.
5. Het evalueren en meten van de effecten.

Bij het selecteren van verbetermaatregelen en instrumenten zijn er verschillende kennismanagement oplossingen waaruit gekozen kan worden. Hierbij worden globaal twee strategieën onderscheiden. Enerzijds kan een organisatie kiezen voor de personalisatie strategie, waarbij kennis persoonsgebonden is en voornamelijk wordt gedeeld tussen mensen. Anderzijds kan er gekozen worden voor de codificatie strategie, waarbij kennis vastgelegd wordt binnen systemen, waardoor deze door werknemers kan worden geraadpleegd.

Stap vier behelst meer dan enkel het invoeren van gekozen oplossingen of maatregelen. Om een gekozen strategie succesvol te maken, moet er ingezet worden op verandermanagement en motivatie onder werknemers. Verandering in strategie leidt namelijk tot een nieuwe werkwijze en hier moeten medewerkers mee om leren gaan (Stam, 2004).

VERANDERKRACHT

Veel organisaties ervaren problemen bij de relatie tussen strategie en implementatie. Dit fenomeen wordt omschreven als *implementation gap* of de *execution factor*. Om deze *implementation gap* te verkleinen, heeft het organisatieadviesbureau TEN HAVE change management (2013) een veranderkracht model opgesteld.

In dit model worden vijf factoren genoemd (rationale, focus, energie, effect en verbinding), die in samenhang moeten opereren om verandering te bewerkstelligen. Ze vullen elkaar aan en iedere factor heeft consequenties voor de andere factoren. Binnen deze factoren is er een tweedeling tussen de verandervisie en de verandercapaciteit .

Een goede start van een verandering vergt een sterke visie en een duidelijk verhaal. Deze verandervisie wordt gevormd door een groot verhaal – de Rationale – en een klein verhaal – het Effect -. Naast een duidelijke visie op wat er moet gebeuren, dient een organisatie ook het vermogen te hebben om zich aan te passen aan veranderde en veranderende omstandigheden. Dit is de verandercapaciteit, die samengesteld wordt door de factoren Focus en Energie.

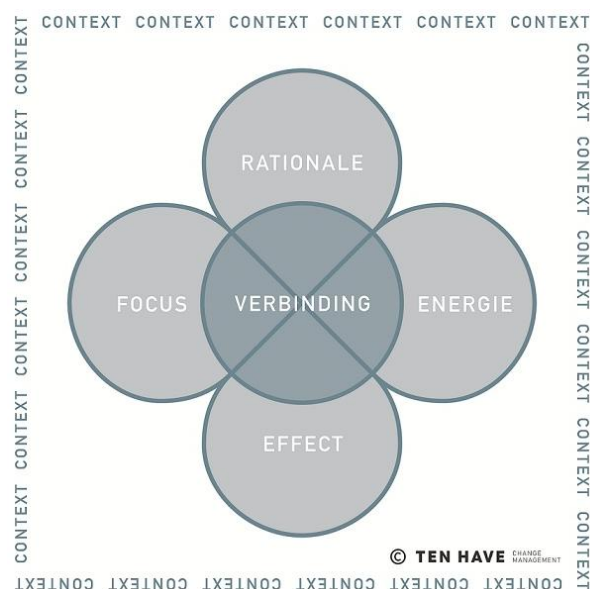
De Rationale bestaat uit de visie en logica waarop de verandering gebaseerd wordt, het idee achter de verandering. Volgens Ten Have moet deze reden om te veranderen vervolgens niet alleen in logische en rationele zin kloppen, maar moet deze ook in gevoelsmatig en emotioneel opzicht aanspreken.

Het Effect wordt vervolgens omschreven als de concrete gevolgen van de verandering in termen van resultaten, kosten en opbrengsten, gevoelens en percepties. Het Effect geldt met name voor individuele betrokkenen en specifieke groepen die een rol spelen bij de verandering.

Focus staat voor de richting van de verandering. De beweegreden (Rationale), dient omgezet te worden in een beweegrichting. Hier kunnen gedragskaders, vormgegeven door duidelijke keuzes, structuren, voorbeeldgedrag en taakomschrijvingen, bij helpen.

Energie is het vermogen om te veranderen. Dit vermogen wordt mede bepaald door de bereidheid van werknemers om te veranderen en de vraag of ze voldoende toegerust zijn (juiste kennis, vaardigheden en ervaring) op de verandering.

De vier factoren, Rationale, Effect, Focus en Energie worden weergegeven in het veranderkrachtmodel. Binnen dit model staat er een vijfde factor in het midden, de verbinding. De verbinding zorgt voor samenhang, sturing en laat de factoren samenwerken.



Figuur 3.2: Het veranderkrachtmodel. (Have e.a., 2013)

Samen met de verbinding moeten deze factoren in samenhang functioneren. Om dit tot uiting te laten komen in het veranderkrachtmodel, heeft Ten Have gekozen voor het gebruik van een symbool; het lemniscaat. Dit Griekse woord betekent hangend koord en wordt gebruikt voor een achtvormige kromme (bijvoorbeeld binnen de wiskunde). De lemniscaat symboliseert terugkerende bewegingen en dynamiek. Een verandering wordt door Ten Have gezien als zowel actie als reactie en zowel oorzaak als gevolg.

In het model worden twee lemniscaten en een verbindende cirkel gebruikt. De verticale lemniscaat lijkt op een staande acht. Binnen de getallenleer staat de acht voor harmonie, totaliteit en een staat van volkomenheid. De verticale lemniscaat omringt de bovenste lus, De Rationale en de onderste lus, het Effect. Hiermee worden zowel de reden om te veranderen als de resultaten die bereikt moeten worden, verbonden door de lemniscatische vorm. Hiermee komt tot uitdrukking dat de twee factoren niet los van elkaar gezien kunnen worden. De bovenste en onderste lus ontmoeten elkaar in de Verbinding, daar waar binnen het veranderproces het omslagpunt ligt.

De tweede lemniscaat, de horizontale acht, kan bekeken worden als het oneindigheidsteken. Hiermee symboliseert het model dat een veranderingstraject geen begin of eind heeft; het eind betekent het begin van een nieuwe verandering.

Om te verduidelijken dat een verandering altijd in de relevante context gezien moet worden, is er een zesde factor toegevoegd aan het model: de context. Deze factor is geen onderdeel van de verandering zelf, maar omkadert deze wel.

Deze factoren kunnen naast het model ook weergegeven worden in een formule, als:

$$\text{Veranderkracht} = (\text{Rationale} \times \text{Effect} \times \text{Focus} \times \text{Energie})^{\text{Verbinding}}$$

Is de waarde van één van deze factoren nul of negatief, dan is daarmee direct de veranderkracht te weinig om daadwerkelijk te veranderen (Have e.a., 2013).

MOTIVATIE

Om een verandertraject door te voeren, is het niet alleen nodig om de visie duidelijk te krijgen en de medewerkers bereid en voorbereid te hebben. Er dient daarnaast ook motivatie aanwezig te zijn onder medewerkers.

Motivatie is een eigenschap waarover alleen het individu zelf de controle heeft, net als emoties en attitudes. Buitenstaanders kunnen een individu niet motiveren, er kan enkel een poging ondernomen worden een sfeer te creëren waardoor een goede motivatie opgewekt en ondersteund wordt.

Er kan aangenomen worden dat mensen van nature goed werk willen leveren. Dit kan tot uiting komen in motivatie, wanneer de juiste vorm van ondersteuning geboden wordt. Onderdeel van deze ondersteuning, is het kiezen van een juiste beloning. Er is hierbij geen garantie dat een gekozen beloning daadwerkelijk tot

vergrote motivatie leidt. Over het algemeen reageren mensen echter positiever op een beloning wanneer:

- + Het individu de beloning in verhouding vindt staan met de benodigde hoeveelheid werk;
- + Het individu vooraf weet hoe hij de beloning kan verdienen;
- + Het individu de beloning bereikbaar vindt;
- + Het individu het beloningssysteem rechtvaardig vindt. (Banks, 2002)

4. VOORONDERZOEK

Als aanvulling op het theoretisch kader is een vooronderzoek uitgevoerd. Dit vooronderzoek gaat in op de HBO Kennisbank en bekendheid hiervan, het publiceren van scripties binnen de Hanzehogeschool en de connectie tussen informatievaardigheden en de mediatheek. Hieronder worden de resultaten van het vooronderzoek besproken.

4.1 DE HBO KENNISBANK EN SURF

In het vooronderzoek is er informatie gezocht rondom de HBO Kennisbank en SURF. Er is gekeken naar de projecten van SURF en het ontstaan van de HBO Kennisbank. Daaruit volgend is ook gekeken naar de toekomstplannen rondom de HBO Kennisbank. Verder is er gekeken in hoeverre studenten van de Hanzehogeschool bekend zijn met de HBO Kennisbank en hoe deze bekendheid eventueel verhoogd zou kunnen worden.

Toen Nederland in de jaren tachtig achterliep op ICT-gebied, richtten de Nederlandse universiteiten, de HBO-raad en de onderzoeksinstituten samen SURF op, om daarmee de achterstand weg te werken. SURF is een samenwerkingsverband tussen universiteiten, hogescholen en onderzoeksinstituten. Deze samenwerking maakt het mogelijk om samen te innoveren op ICT-gebied.

SURF faciliteert innovaties en realiseert basisvoorzieningen in het hoger onderwijs en het onderzoeksveld, zoals infrastructuur, tools en kennis. Dankzij SURF is er nu bijvoorbeeld een infrastructuur om publicaties openlijk toegankelijk te maken en is het mogelijk om software goedkoper te verstrekken binnen het onderwijs. Dit zijn ontwikkelingen die door individuele instellingen niet gerealiseerd kunnen worden, dankzij de samenwerking lukt het de instellingen wel om kosteneffectiever op te treden en deze ontwikkelingen te realiseren (SURF, 2010).

Eén van de producten van dit samenwerkingsverband, is de HBO Kennisbank. Naar voorbeeld van de universitaire Narcis (voorheen DAREnet), werd vanuit zeven HBO-instellingen een landelijke toegangspoort tot kennisproducten van het hoger beroepsonderwijs opgezet. Hoewel aanvankelijk de focus voornamelijk op afstudeerscripties van studenten lag, biedt het platform nu ook ruimte aan artikelen van medewerkers, onderzoeksresultaten van lectoraten, leermiddelen van docenten en andere documenttypes (Bierens en Van den Bergh, 2009).

Om als hogeschool van de HBO Kennisbank gebruik te kunnen maken, biedt SURF de repositorydienst Sharekit aan. Via Sharekit kunnen hogescholen automatisch publiceren op de HBO Kennisbank. Iedere hogeschool kan hiermee een eigen repository gebruiken, die voldoet aan internationaal geldende standaarden voor het duurzaam opslaan en vrij uitwisselen van kennisproducten.

IN GESPREK BIJ SURF

Om meer inzicht te krijgen in de HBO Kennisbank, Sharekit en de ontwikkelingen die hiervoor op de planning staan, is gesproken met Diny in 't Groen, coördinator van de HBO Kennisinstructuur binnen SURF. Daarnaast is gebruik gemaakt van interne

documenten die door haar beschikbaar zijn gesteld. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de belangrijkste informatie, de overige resultaten uit het gesprek zijn te vinden in bijlage 1.

Om een publicatiebeleid te implementeren, is het belangrijk om te weten wat de toekomst brengt. Voor de HBO Kennisbank staan er momenteel geen ingrijpende veranderingen op de planning. Eventueel komt er een verbetering in de gebruikersvriendelijkheid van de user interface. Voor de repository Sharekit staan er echter wel een aantal grote veranderingen op de agenda.

DE INVOERING VAN NIEUWE FUNCTIONALITEITEN

De invoering van een uploadfunctionaliteit binnen Sharekit

Nadat diverse hogescholen aangegeven hebben een uploadfunctionaliteit te willen hebben, staat invoering hiervan voor 2014 op de agenda. Met deze uploadfunctionaliteit wordt een functie bedoeld waarmee de auteur van een kennisproduct deze zelf kan uploaden in de repository. Voor invoering van deze functionaliteit gebeurde dit allemaal door één of twee beheerders binnen een hogeschool.

Na invoering van deze uploadfunctionaliteit zal een student zelf zijn of haar kennisproduct kunnen invoeren. De werking hiervan staat beschreven in bijlage 2.

De invoering van een viewerfunctie binnen Sharekit

Er bestaat bij een aantal hogescholen een behoefte om ook toegang tot publicaties te krijgen binnen de eigen intranetomgeving. Dit kan zinvol zijn voor interne kennisdeling en voor de beschikbaarheid voor accreditatiecommissies. Daarnaast is er een wens om publicaties die publiek toegankelijk zijn ook te delen op de website van de Hogeschool.

OVERIGE RESULTATEN

Op basis van gesprekken met de HanzeMediatheek en eigen onderzoek naar de HBO Kennisbank ontstonden praktische vragen over Sharekit, de HBO Kennisbank of processen daaromheen, die in het gesprek met Diny beantwoord zijn. Hieronder een overzicht van de belangrijkste antwoorden.

Naamgeving opleidingen

Op de HBO Kennisbank en binnen Sharekit is te zien dat er nog geen consistentie is rondom naamgeving van opleidingen of instituten. Dit leidt soms tot dubbele naamgevingen binnen het systeem. Dit wordt met de nieuwe uploadfunctionaliteit verholpen, doordat er dan drop-down menu's komen. De hogeschool voert hiervoor zelf de benamingen in, waardoor de verantwoordelijkheid voor consistente naamgeving bij de school ligt. De student hoeft enkel de juiste benaming uit de lijst te kiezen.

Zichtbaarheid cijfers

Momenteel zijn er geen cijfers zichtbaar in de HBO Kennisbank, mede dankzij privacyredenen. De cijfers kunnen echter optioneel wel ingevoerd worden in Sharekit. Tussen Sharekit en de HBO Kennisbank zit een filter dat deze informatie tegenhoudt. De cijfers staan hierdoor nooit online, maar kunnen bijvoorbeeld wel naar voren komen op het intranet.

Intern delen lagere cijfers

Met de invoering van de viewerfunctionaliteit kunnen scripties intern gedeeld worden via het intranet. Dit betekent echter niet bij voorbaat dat hierdoor de scripties met een cijfer beneden een zeven op het intranet wel gedeeld kunnen worden.

Deze viewer kan namelijk niet zien of een scriptie niet op de HBO Kennisbank staat vanwege het cijfer of vanwege de vertrouwelijkheid. Er kan hierdoor dus geen scheiding aangebracht worden.

Andere bestandstypes

Momenteel kan in de repository ieder bestandstype geupload worden. Dit is echter nog niet zaligmakend aangezien er bestandstypes tussen zitten die niet standaard geopend kunnen worden door gebruikers van de HBO Kennisbank (bijvoorbeeld het architectuur programma AutoCat).

Verder komt er misschien een functie in Sharekit waardoor films geupload kunnen worden in een tool zoals Kaltura, alvorens terug te keren naar Sharekit waar dan een verwijzing naar Kaltura staat. Op deze wijze is het bestandsonafhankelijk en vanaf iedere plek te openen.

BEKENDHEID VAN DE HBO KENNISBANK ONDER STUDENTEN

Onder de groep respondenten die gebruikt is voor het kwalitatieve deel van het onderzoek, is ook een deel van het vooronderzoek uitgevoerd. Een beschrijving van de respondentengroep is te vinden in hoofdstuk 5. Er is aan reeds afgestudeerde en huidige studenten gevraagd in hoeverre zij bekend zijn of waren met de HBO Kennisbank. Dit is een samenvatting van de resultaten, de volledige resultaten zijn te vinden in bijlage 3.

Van de vijftien studenten aan wie gevraagd is of ze bekend zijn met de HBO Kennisbank, hebben er tien instemmend geantwoord, vijf hadden er nog nooit van gehoord. Deze studenten hebben van de HBO Kennisbank gehoord via de Hanze, bijvoorbeeld via een begeleider of gedurende een les of workshop.

De studenten die bekend zijn met de HBO Kennisbank, weten dat hier veel informatie opgeslagen wordt of kennen de HBO Kennisbank als een plek waar voorbeelden in te zien zijn. De reeds afgestudeerde respondent 205 geeft aan dat ze de HBO Kennisbank kent dankzij een tip.

“Ja ik had van de HBO Kennisbank gehoord voor aanvang van mijn afstuderen, als tip dat je scripties van andere studenten kon inzien als hulp.”
– 205

Niet iedere student is goed geïnformeerd. Zo denkt de vierdejaarsstudent 101 bijvoorbeeld dat de HBO Kennisbank ook artikelen, journals en e-books bevat.

“Als ik het goed heb onthouden van de workshop van laatst, is dat een database met allemaal afstudeerscripties, artikelen, journals en volgens mij ook e-books.” - 101

Twee van de vijftien studenten geven aan gehoord te hebben van de HBO Kennisbank via een workshop of een les. Dit is een specifiekere wijze van communicatie dan bijvoorbeeld persoonlijk via een begeleider. Dit wijst er namelijk op dat de rest van hun klas vermoedelijk ook op de hoogte is van de HBO Kennisbank. Er zijn geen studenten die aangeven dat zij de HBO Kennisbank zelf hebben gevonden, bijvoorbeeld op de intranetpagina van de HanzeMediatheek. Dit doet vermoeden dat actieve communicatie belangrijk is om studenten bekend te maken met de HBO Kennisbank.

VERHOGEN BEKENDHEID

In de afgelopen jaren zijn er meerder initiatieven rondom de HBO Kennisbank geweest om de bekendheid te verhogen. Zo is er door de werkgroep communicatie werkgroep HBO Kennisbank een communicatiekit ontwikkeld. Hierin staan per doelgroep (de student, de docent, de lectoren en het bedrijf en de organisatie) voorlichting- en communicatiematerialen verzameld (wiki.surfnet.nl/display/hbokenniscommkit).

Voor het verhogen van bekendheid onder studenten zijn er promotiefilmpjes, folders en presentaties beschikbaar (zoals de PRkaart HBO Kennisbank, zie bijlage 4). Daarnaast bevat de communicatiekit praktische tools, zoals een toestemmingsformulier, een folder met anonimiseertips en een link naar de website van Creative Commons.

Een ander voorbeeld van promotiemateriaal is te vinden bij de Haagse hogeschool die inzet op de etalagefunctie van de HBO Kennisbank. De Haagse hogeschool hanteert daarvoor de slogan ‘*Sla een slaatje uit je scriptie*’ en heeft hiervoor een folder ontwikkeld (zie bijlage 4).

In Los Angeles is te zien hoe gebruik kan worden gemaakt van digitale mogelijkheden om het publiceren van kennisproducten te stimuleren. Het Occidental College heeft een interactieve muur ingezet, waarop studenten werk en projecten kunnen delen. Doel van deze muur is om voorbijgangers te stimuleren het werk van hun medestudenten te bekijken en hieruit inspiratie op te doen. Studenten kunnen door middel van een app de projecten downloaden die ze interessant vinden (Klein Koerkamp, 2014).

4.2 HET PUBLICEREN VAN SCRIPTIES

Het tweede deel van het vooronderzoek gaat over het publiceren van scripties. Dit deel van het vooronderzoek richt zich specifiek op de Hanzehogeschool, waarbij gekeken is hoe momenteel de workflow is, hoe bekend studenten zijn met de publicatiemogelijkheid en hoeveel de alumni gemerkt hebben van het proces. Daarnaast is er gekeken of er al iets te zeggen valt over de bereidheid van studenten om te publiceren.

HUIDIGE WORKFLOW BINNEN DE HANZEHOGESCHOOL

Op dit moment is het publiceren van afstudeerproducten een proces waarbij drie partijen betrokken zouden moeten zijn: De student, de opleiding en de mediatheek.

Dit proces ziet er nu volgens de verwachtingen van de HanzeMediatheek als volgt uit:

De student

- + Zet de scriptie om naar PDF formaat;
- + Vult het metadata formulier (bijlage 5) in;
- + Vult het toestemmingsformulier (bijlage 5) in en laat dit ondertekenen;
- + Levert dit digitaal (PDF) aan bij de opleiding.

De opleiding

- + Beoordeelt of de scriptie alleen wordt bewaard of ook gepubliceerd (bijvoorbeeld afhankelijk van het cijfer, alleen publiceren bij een 7.0 of hoger);
- + Levert de scriptie aan bij de mediatheek:
 - Samen met het metadata formulier en eventueel het toestemmingsformulier;
 - Via de upload mogelijkheid op het intranet (bijlage 5), hiermee wordt de informatie opgeslagen op de Sharepoint omgeving van de Hanzehogeschool.

De Mediatheek

- + Voert de scriptie in bij de Hanzehogeschool repository, Sharekit (kopieert dus de informatie vanuit het intranet naar Sharekit) en controleert daarbij de toegevoegde metadata;
- + Zorgt ervoor dat de scriptie binnen 10 dagen zichtbaar is op www.HBOkennisbank.nl, mits publiceren staat aangevinkt. (Intranet Hanzehogeschool, z.d.)

Binnen de mediatheek draagt de backoffice de verantwoordelijkheid voor het invoeren van de scripties en het openbaar maken via de HBO kennisbank.

Het opnemen van een afstudeerproduct in Sharekit betekent niet automatisch publiceren. Binnen de repository zijn er vier mogelijkheden waarop de scripties beschikbaar kunnen zijn:

1. *Niet publiceren – niet vertrouwelijk*
Het wordt wel opgeslagen en bewaard, maar niet vrij toegankelijk beschikbaar gemaakt.
2. *Niet publiceren – wel vertrouwelijk*
Het wordt bewaard in Sharekit, maar is niet inzichtelijk voor derden. Het kan alleen ingezien worden door beheerders van de Hanzemediatheek.
3. *Publiceren – onder embargo*
De publicatie wordt openbaar beschikbaar gemaakt, maar pas na een bepaalde datum. Deze datum dient vermeld te worden bij het aanleveren van het product.
4. *Publiceren*
De publicatie wordt zichtbaar in de HBO Kennisbank en is door iedereen te raadplegen op het internet, zonder restricties. (Intranet Hanzehogeschool, z.d.)

DE PRAKTIJK

Niet ieder instituut werkt volgens deze workflow als het om publicatie van kennisproducten door studenten gaat. Dit blijkt al uit het feit dat niet alle instituten vertegenwoordigd zijn in Sharekit of doordat er maar een aantal scripties online staan (zie hiervoor bijlage 6).

Daarnaast blijkt uit gesprekken met senior mediathecarissen van de HanzeMediatheek dat er inderdaad grote verschillen zijn. Zo zijn er instituten die helemaal geen scripties aanleveren, hierbij wordt waarschijnlijk ook niets door studenten aangeleverd. Daarnaast zijn er ook instituten die wel scripties aanleveren, maar niet via het intranet (bijvoorbeeld losse CD-roms). Bij deze opleidingen is er een extra schakel binnen het proces, meestal in de vorm van de (senior) mediathecaris die de scripties alsnog aanlevert aan de back-office (volledige gesprekken zijn te vinden in bijlage I).

Weer anders werkt het bij de Academie voor Sociale Studies. Zij maakt geen gebruik van Sharekit, binnen dit instituut is een eigen database ontwikkeld. Dit is twee jaar geleden gestart vanuit een behoefte aan kennisstapeling. Er bestond destijds nog niet iets dat voldeed aan de eisen vanuit het instituut. De belangrijkste reden hiervoor is dat er destijds nog geen optie was om binnen de Hanze te delen, alleen extern via de HBO Kennisbank. Zij hebben daarom een eigen database ontwikkeld die voldoet aan al hun eisen. Deze database wordt momenteel gebruikt door de opleidingen SPH en MWD.

Deze database biedt een meerwaarde voor zowel studenten als docenten, met als rode draad kenniscirculatie. Studenten kunnen het gebruiken om ideeën op te doen, maar voornamelijk om door te kunnen gaan op eerder uitgevoerd onderzoek. Docenten kunnen informatie halen uit alle beschikbare scripties.

De insteek van het proces is dat het zo min mogelijk werk is. Er is daarom een koppeling ontwikkeld met de antiplagiaat scanner Ephorus. Wanneer een student een product inlevert via Ephorus, wordt deze automatisch doorgezet naar de database. Na beoordeling wordt vervolgens het cijfer van de student toegevoegd. Alle scripties met een voldoende zijn daarna zichtbaar (Respondent 501, persoonlijke communicatie, 23 april 2014).

VERANTWOORD ARCHIVEREN

Er is een wettelijk kader voor het archiveren van scripties, daarnaast wordt er ook gearcheveerd in het kader van accreditatie. Uit gesprekken met de HanzeMediatheek en de opleidingen is meerdere malen het onderwerp archiveren naar voren gekomen. De HanzeMediatheek ziet een meerwaarde in een dubbelfunctie van Sharekit, waarbij deze ook als archief gebruikt wordt. Gezien de mogelijkheid van Sharekit om ieder bestandsformaat op te slaan, zou Sharekit deze functie kunnen vervullen. Dit wordt versterkt door de koppeling van Sharekit met SURFconext, waardoor leden van een accreditatiecommissie geautoriseerd toegang kunnen krijgen.

In de gesprekken met medewerkers van SASS en SIBK blijkt tevens dat er grote verschillen bestaan. Zoals hierboven beschreven is heeft SASS een eigen database, waar alle scripties opgeslagen worden. Dit wordt echter niet specifiek gedaan vanwege de archieffunctie, het is meer een bij effect. Bij SIBK daarentegen, wordt nog grotendeels gewerkt met hard-copy scripties in een archiefkast en digitale bestanden op de G-schijf, waar alleen de medewerker toegang toe heeft.

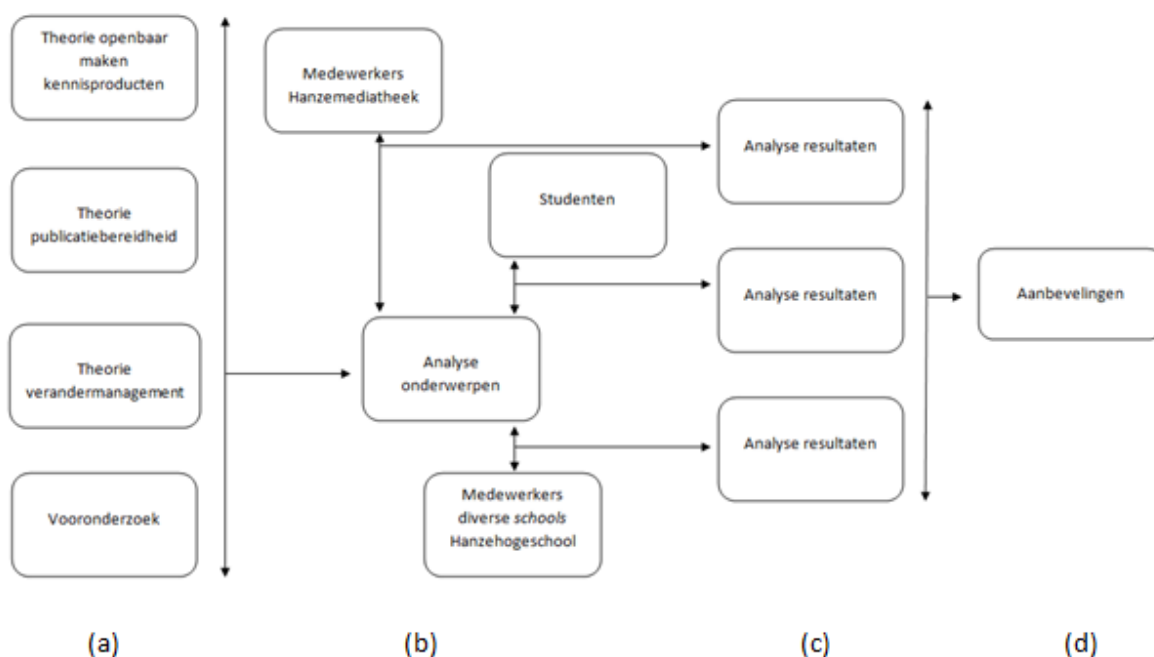
De senior mediathecarissen bevestigden dat er grote verschillen bestaan tussen de archivering van instituten en hun wens om te digitaliseren. Er is momenteel dan ook een project gaande waarin geïnventariseerd wordt hoe er binnen de diverse instituten gearcheveerd wordt. In een gesprek met Hugo Lijding, onderzoeker binnen dit project, werd nogmaals bevestigd dat er grote verschillen bestaan.

Dit betekent ook dat de aanpak voor de invoering van een workflow voor publiceren per instituut zal verschillen, evenals de invoering van een Hanzebreed beleid voor archiveren. Er bestaat een relatie tussen beide onderzoeken.

5. METHODE

In dit hoofdstuk wordt de methode van onderzoek besproken aan de hand van het onderzoeksmodel. Er wordt beschreven welke onderzoeksmethoden zijn gekozen en welke betrokken partijen zijn onderzocht tijdens dit afstudeeronderzoek. Er wordt daarmee uitgelegd hoe antwoord is gevonden voor de drie hoofdvragen, welke ieder een ander deel van het onderzoeksmodel vertegenwoordigen.

5.1 HET ONDERZOEKSMODEL



VERANTWOORDING VAN HET ONDERZOEKSMODEL

- (a) Een bestudering van theorieën over het delen van kennisproducten, publicatiebereidheid en verandermanagement, alsmede een vooronderzoek*, leveren de analyseonderwerpen op,
- (b) waarmee de meningen, bereidheid en behoeften worden geïnventariseerd van betrokken partijen (medewerkers HanzeMediatheek, studenten, alumni en de medewerkers van diverse opleidingen van de Hanzehogeschool) aangaande het delen van kennisproducten van studenten.
- (c) Een vergelijking van deze analyses resulteert in
- (d) aanbevelingen aan de HanzeMediatheek om meer kennisproducten van studenten openbaar te maken.

* Het vooronderzoek onderzoekt onder andere de huidige processen omtrent afstudeerproducten, de verantwoordelijke medewerkers binnen de opleidingen en de HanzeMediatheek en de organisatie SURF en de HBO kennisbank.

DOELSTELLING EN ONDERZOEKSFASE

Het doel van het onderzoek is het doen van aanbevelingen aan de manager van de Hanzemediatheek, Marjan Bonink, om de hoeveelheid gepubliceerde kennisproducten van studenten te verhogen

door

te inventariseren wat de meningen, bereidheid en behoeften zijn van de betrokken partijen (studenten, medewerkers van de mediatheek en de verschillende opleidingen) aangaande van het openbaar maken van kennisproducten van studenten.

Het lage aantal gepubliceerde kennisproducten is in dit geval een handelingsprobleem. Bij het oplossen van een handelingsprobleem is er een reeks fasen die moet worden doorlopen; de interventiecyclus. In deze cyclus worden de vijf fasen probleemanalyse, diagnose, ontwerp, interventie/verandering en evaluatie onderscheiden (Verschuren en Doorewaard, 2007). Iedere fase vraagt om een andere wijze van onderzoek doen.

Dit onderzoek zal plaatsvinden in de diagnosefase. Het gaat hierbij om een opinieonderzoek, waarbij er gekeken wordt hoe de verschillende betrokken partijen tegen het openbaar maken van studentenpublicaties aankijken en wat hun behoeften zijn.

Om de onderzoeksdoelstelling te realiseren zijn drie centrale vragen geformuleerd, die ieder een eigen deel van het onderzoeksmodel beantwoorden.

5.2 CENTRALE VRAAG 1

Wat is er vanuit de theorie en het vooronderzoek bekend over het openbaar maken van kennisproducten door studenten en de behoeften en bereidheid hiervoor onder studenten en medewerkers?

Deelvragen bij centrale vraag 1:

- + Welke literatuur is relevant in het kader van het publicatieproces, zoals repositories, auteursrechten en Open Access?
- + Welke literatuur over de bereidheid van studenten om hun onderzoeksresultaten te delen, is relevant voor dit onderzoek?
- + Welke relevante literatuur over het doorvoeren van een verandering is beschikbaar?
- + Wat kan er vanuit de theorie over verandering verwacht worden met betrekking tot de behoeften van medewerkers en studenten in een nieuw implementatiebeleid?
- + Wat kan er vanuit een kort vooronderzoek verondersteld worden over de behoeften en bereidheid van studenten en medewerkers?

DEEL VAN HET ONDERZOEKSMODEL

Deze centrale vraag met bijbehorende deelvragen hebben betrekking op de theorie in het (a)-gedeelte van het model en de analyseonderwerpen in het (b)-gedeelte. Dit is de theoretische vraagstelling.

5.3 CENTRALE VRAAG 2

Wat zijn de meningen, bereidheid en behoeften van de vier betrokken partijen over het openbaar maken van kennisproducten van studenten, op basis van de analyseonderwerpen?

Deelvragen bij centrale vraag 2:

- + Wat vinden de betrokken partijen van de mogelijkheid om kennisproducten van studenten openbaar te maken?
- + Wat is er voor de betrokken partijen nodig om deze kennisproducten daadwerkelijk te delen?
- + In hoeverre zeggen de betrokken partijen bereid te zijn tijd te steken in het openbaar maken van deze kennisproducten?

DEEL VAN HET ONDERZOEKSMODEL

Deze vragen hebben betrekking op het (b)-gedeelte van het onderzoeksmodel. Hier worden de analyseonderwerpen voorgelegd aan de onderzoeksobjecten. Dit is de empirische vraagstelling.

5.4 CENTRALE VRAAG 3

Wat valt er te zeggen over de implementatie van het publicatiebeleid op grond van toetsing bij de onderzoeksobjecten?

Deelvragen bij centrale vraag 3:

- + Wat zijn de belangrijkste overeenkomsten en verschillen tussen de analyseresultaten van de verschillende onderzoeksobjecten?
- + Wat kan er geconcludeerd worden op basis van de analyseresultaten van de verschillende onderzoeksobjecten?

Deel van het onderzoeksmodel

Deze vragen hebben betrekking op het (c)-gedeelte en het (d)-gedeelte van het onderzoeksmodel. Deze centrale vraag is de analytische vraagstelling.

5.5 GEGEVENSVERZAMELING

DESIGN

Het doel van de gegevensverzameling binnen dit onderzoek is het verkrijgen van inzichten. Er is weinig voorkennis over de mening van studenten en medewerkers over het publiceren of over hun bereidheid daartoe. De gegevens in dit onderzoek zijn daarom verzameld door middel van kwalitatief onderzoek.

Kwalitatief onderzoek betreft alle vormen van onderzoek die zijn gericht op het verzamelen en interpreteren van talig materiaal, om op basis daarvan uitspraken te doen over een verschijnsel in de werkelijkheid. De intensiteit van deze vorm van dataverzameling kost relatief veel tijd, maar levert rijk materiaal op (Bleijenbergh, 2013). Deze rijkheid van het materiaal zorgt ervoor dat op basis van een relatief klein aantal objecten uitspraken gedaan kunnen worden over een specifiek verschijnsel. Hoewel de resultaten niet generaliseerbaar zijn voor de populatie, kan kwalitatief onderzoek wel hele waardevolle inzichten over een bepaalde situatie opleveren.

In dit onderzoek is als onderzoeksstrategie de casestudy gebruikt. Bij een casestudy probeert de onderzoeker een diepgaand en compleet beeld te krijgen van één of enkele objecten of processen: een case.

In het geval van dit onderzoek, gaat het om een specifieke casestudy, waarbinnen meerdere subcases zijn. De case is het inventariseren van meningen binnen de Hanzehogeschool over de implementatie van een publicatiebeleid voor studenten, waarbij de subcases (of onderzoeksobjecten) bestaan uit de medewerkers van de Hanzemediatheek, de medewerkers van verschillende *schools* op de Hanzehogeschool en (afgestudeerde) studenten.

Een casestudy heeft als voordeel dat het een integraal beeld geeft, dit maakt het mogelijk om verandering van een bepaalde situatie te bewerkstelligen. Kenmerkend voor een casestudy zijn een klein aantal onderzoekseenheden (cases), diepteonderzoek en het verzamelen van kwalitatieve gegevens door dito onderzoeksmethoden (Verschuren en Doorewaard, 2007).

In het eerste deel van het onderzoek is er gebruik gemaakt van literatuuronderzoek. Er is literatuuronderzoek gedaan naar theorie over:

- + Publiceren;
- + Open Access;
- + Kennismanagement en kennisdeling;
- + Verandermanagement;
- + Motivatie.

Daarnaast is er vooronderzoek gedaan naar de huidige stand van zaken en over de HanzeMediatheek. Hierbij zijn voornamelijk documenten van de HanzeMediatheek en van de opdrachtgever gebruikt, naast gesprekken met deskundigen binnen de HanzeMediatheek, de Hanzehogeschool en SURF.

Doordat het een onderzoek betreft naar attitudes en opinies, is er voor het empirische gedeelte gebruik gemaakt van interviews. Dit is een vorm van kwalitatief onderzoek, waarbij veel diepte informatie verkregen kan worden. De interviews waren semigestructureerd. Dit betekent dat er gebruik is gemaakt van een vooraf vastgestelde vragen (zie bijlage I), maar dat tijdens het interview doorgevraagd kan worden op bepaalde antwoorden.

Behalve dieptevragen naar meningen, bestonden de interviews ook uit gesloten vragen om zicht te krijgen op de stand van zaken. Deze vragen konden kwantitatief verwerkt worden.

De resultaten van het empirisch onderzoek zijn naast elkaar gelegd, geanalyseerd en vergeleken met de eerder gevonden resultaten uit de literatuur en het vooronderzoek. Op basis hiervan konden de aanbevelingen geschreven worden.

INSTRUMENTEN

Op basis van literatuuronderzoek en het vooronderzoek zijn de analyseonderwerpen vastgesteld (deel '(a)' van het onderzoeksmodel). Deze vormen de basis voor de interview topiclijst. Deze topiclijst bevat de onderwerpen die naar voren moeten komen in het interview.

Bij dit onderzoek stond een aantal onderwerpen van de topiclijst al vast. Zo stond in de doelstelling bijvoorbeeld al vast dat de mening over publiceren en de bereidheid tot publiceren onderzocht moest worden. Daarnaast zijn uit het vooronderzoek en de literatuur onderwerpen naar voren gekomen die interessant kunnen zijn in het totale publicatieproces. Deze zijn verwerkt in de topiclijst, welke te vinden is in bijlage 7. Voor iedere subgroep is op basis van de topiclijst een aparte vragenlijst gemaakt, zie bijlage I.

Deze topiclijst is vervolgens ook gebruikt als leidraad voor de verwerking van de onderzoeksresultaten.

POPULATIE EN STEEKPROEF

Medewerkers van opleidingen en de HanzeMediatheek vormen samen met (afgestudeerde) studenten de populatie. Er is sprake van een steekproef, de populatie is namelijk te groot om in zijn geheel te onderzoeken. Er is hierbij gebruik gemaakt van een selecte steekproef op basis van quota (*quota sampling*). Dit betekent dat er gebruik is gemaakt van diverse doelgroepen binnen de steekproef, namelijk studenten, alumni, medewerkers van de HanzeMediatheek en medewerkers van de opleidingen. Binnen deze doelgroepen is vervolgens een quotum gehanteerd dat er zoveel mogelijk verschillende instituten gerepresenteerd moesten worden.

Om te bepalen hoe groot de steekproef moet zijn, is binnen kwalitatieve gegevensverzameling verzadiging een belangrijk begrip. Dit houdt in dat wanneer er binnen een steekproef geen nieuwe resultaten meer naar voren komen, er sprake is van verzadiging (Baarda, 2009). Er wordt hieronder per subgroep beschreven in hoeverre er voldaan is aan het begrip verzadiging.

De keuze voor een selecte steekproef heeft gevolgen voor het generaliseren. De steekproef is namelijk, afgezien van de quota, vrij onsystematisch samengesteld. De steekproef bestaat uit juist die mensen die reageerden op een oproep om mee te werken of mensen die beschikbaar waren dankzij contactpersonen. Zoals eerder gezegd, is het niet erg dat de steekproef niet generaliseerbaar is. Dat is momenteel ook niet het doel van het onderzoek, er wordt gezocht naar meningen die bestaan

onder studenten en medewerkers. Deze meningen hoeven niet voor iedereen te gelden.

STUDENTEN VAN DE HANZEHOGESCHOOL

Binnen de subgroep studenten zijn acht individuen geïnterviewd. Zij zijn allemaal student aan de Hanzehogeschool, binnen de hoofdfase (er zijn dus geen eerstejaars geïnterviewd). Zij variëren in leeftijd van 18 tot 23 jaar. Hun opleidingen vallen onder verschillende instituten, te weten:

- + SIBS – de opleiding International Business & Management
- + SASS – de opleiding Toegepaste Psychologie
- + SIMM – de opleiding Commerciële Economie
- + SIFE – de opleiding Accountancy
- + SIBK – de opleiding Bedrijfskunde/MER
- + SCMI – de opleiding communicatie

Vier van de acht studenten bevinden zich in hun afstudeerperiode, één in het derde jaar en twee studenten in hun tweede jaar. Er zijn drie mannen en vier vrouwen geïnterviewd.

De studenten zijn geselecteerd op basis van een quotum, namelijk hun opleiding. Er is gezocht naar studenten met een verschillende achtergrond, uit diverse opleidingen en verschillende leerjaren. Er is gekozen voor leerjaren binnen de hoofdfase, omdat men hier wordt klaargestoomd voor de afstudeerfase. De propedeusefase richt zich meer op het behalen van de propedeuse.

Deze studenten zijn onderdeel van de steekproef dankzij het principe van gemakkelijke bereikbaarheid (*accessibility sampling*). Het waren studenten waar ik al contactgegevens van had en van wie ik wist welke studie ze deden. Op deze wijze kon ik garanderen dat er verschillende instituten vertegenwoordigd werden, maar is niet gegarandeerd dat ze de representatief zijn voor de gehele studentenpopulatie binnen de Hanzehogeschool.

Bij het zevende en achtste interview kwamen weinig nieuwe meningen naar voren, binnen de subgroep studenten is daarom voldaan aan het punt van verzadiging.

ALUMNI VAN DE HANZEHOGESCHOOL

Naast studenten zijn ook reeds afgestudeerde studenten van de Hanzehogeschool verzameld voor dit onderzoek. Deze alumni kunnen namelijk hun mening geven over het openbaar maken van kennisproducten zoals zij dit ervaren hebben. Hierbij is geprobeerd studenten te verzamelen met verschillende achtergronden, die in de afgelopen drie jaar zijn afgestudeerd.

Er zijn negen afgestudeerde studenten geïnterviewd, drie mannen en zes vrouwen. Zij zijn allen in 2011, 2012 of 2013 afgestudeerd. Ze komen uit de volgende instituten:

- + SCMI, met de opleiding Communicatiesystemen
- + SCMI, met de opleiding Business IT & Management
- + SCMI, met de opleiding Communicatie
- + SIFE, met de opleiding Bedrijfseconomie
- + SCMI, met de opleiding Communicatiesystemen
- + SCMI, met de opleiding Informatiedienstverlening & -management
- + SACM, met de opleiding Docent Beeldende Kunst en Vormgeving
- + SIOE, met de opleiding Engineering
- + SIMM, met de opleiding Small Business & Retail Management

Deze studenten zijn onderdeel van de steekproef dankzij het principe van vrijwillige reactie (*voluntary respons sampling*). Ik heb hiervoor een oproep geplaatst op LinkedIn, in een groep voor alumni van de Hanzehogeschool. De methode van vrijwillige reactie geeft vaak een vertekend beeld, hier dient ook in dit geval rekening mee gehouden te worden.

Alumni die een positieve attitude hebben tegenover de Hanzehogeschool of zich hiermee verbonden voelen, zullen sneller geneigd zijn zich aan te melden bij een dergelijke LinkedIn groep. Daarnaast zullen alumni die op LinkedIn zitten vaker online georiënteerd zijn. Dit blijkt ook uit de oververtegenwoordiging van studenten uit het instituut voor Communicatie, Media & IT – een instituut waarvan verwacht wordt dat de professionals op LinkedIn aanwezig zijn.

Er bestaat dus een kans dat de mensen die meegewerkt hebben aan mijn interviews, positiever staan tegenover processen binnen de Hanzehogeschool en eerder bereid zijn om informatie online te delen. De resultaten uit deze interviews zijn dus niet generaliseerbaar naar de gehele populatie. Wel geldt bij deze subgroep dat eveneens voldaan is aan het fenomeen verzadiging, de laatste drie interviews bevestigden de eerder gehoorde meningen en gaven weinig nieuwe feiten.

MEDEWERKERS VAN DE HANZEMEDIATHEEK

Onder medewerkers van de HanzeMediatheek zijn er zeven personen geïnterviewd. Zij vertegenwoordigen verschillende functies binnen de HanzeMediatheek, namelijk:

- + Medewerker HanzeMediatheek
- + Senior Mediathecaris
- + Mediathecaris, voor de instituten:
 - SIFE en SIBK
 - SAVK
 - SASS

Hierbij is opnieuw gebruik gemaakt van het principe van gemakkelijke bereikbaarheid (*accessibility sampling*). Doordat er drie verschillende functies

binnen deze groep vallen, is het een zeer heterogene groep. Dit maakt het lastiger om binnen enkele interviews verzadiging te verkrijgen. Er is in deze groep dan ook nog niet voldaan aan het begrip verzadiging.

MEDEWERKERS BIJ OPLEIDINGEN VAN DE HANZEHOGESCHOOL

Binnen deze subgroep zijn er drie medewerkers geïnterviewd. Zij waren werkzaam voor de volgende instituten:

- + SCMI, met de opleidingen IDM en Communicatiesystemen
- + SASS, met de opleidingen MWD en SPH
- + SIBK, met de opleiding Bedrijfskunde/MER

Ook hier is gebruik gemaakt van het principe van gemakkelijke bereikbaarheid (*accessibility sampling*). Doordat de bereikbaarheid van de medewerkers bij opleidingen vrij lastig was en er slechts een beperkte hoeveelheid tijd beschikbaar was, is deze subgroep vrij klein. Er is dan ook nog niet voldaan aan het begrip verzadiging.

5.6 GEGEVENSVERWERKING

Door het houden van interviews is een grote hoeveelheid informatie verzameld. Om dit te verwerken heb ik gebruik gemaakt van coderen. Door tekstfragmenten te coderen, wordt het makkelijker om uit de grote hoeveelheid tekstmateriaal relevante fragmenten te kiezen en uiteen te rafelen. Door tekstfragmenten met dezelfde of vergelijkbare codes te combineren, kan de tekst vervolgens geïnterpreteerd worden.

Binnen de kwalitatieve inhoudsanalyse bestaan er twee vormen, de inductieve en deductieve benadering. Bij de deductieve benadering is de analyse theoriegestuurd, de onderzoeker laat zich leiden door theoretische verwachtingen die voorafgaand aan de dataverzameling zijn vastgesteld. Bij de inductieve benadering daarentegen, worden theoretische uitspraken afgeleid uit het empirische materiaal. Deze vorm van analyse is gebaseerd op de Grounded Theory-benadering (Bleijenbergh, 2013).

Ik heb gebruik gemaakt van inductief coderen. Bij deze vorm van analyseren, is het belangrijk om dicht bij het empirische materiaal te blijven. De basis voor de codes wordt gevormd door de begrippen die de respondenten zelf noemen. Deze codes worden vervolgens steeds abstracter gemaakt, om daarmee de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden.

Deze stappen van abstraheren zijn open coderen, axiaal coderen en selectief coderen (Baarda, 2009). Het is echter niet mijn bedoeling theorie te vormen, ik doe geen Grounded Theory onderzoek, er is daarom enkel gebruik gemaakt van open en axiaal coderen. Gedurende de fase van open coderen zijn de tekstfragmenten gelabeld. Vervolgens zijn deze labels in categorieën ondergebracht: het axiaal coderen. Een uitgebreide beschrijving van de gegevensverwerking is te vinden in bijlage 8.

6. RESULTATEN

Dit hoofdstuk beschrijft de resultaten van het kwalitatieve onderzoek. Niet alle resultaten zijn te vinden in dit hoofdstuk, alleen de voor de doelstelling relevante resultaten worden hier naar voren gebracht. Het complete overzicht van resultaten is te vinden in bijlage I en bijlage 9.

In gesprekken met medewerkers en studenten is geïnventariseerd wat hun meningen, bereidheid en behoeften zijn aangaande het openbaar maken van kennisproducten van studenten. De resultaten zijn daarom verdeeld in meningen, bereidheid en behoeften.

6.1 TERUGBLIK

Voor het onderzoek dat is uitgevoerd voor de HanzeMediatheek, zijn interviews afgenomen onder studenten van de Hanzehogeschool, alumni van de Hanzehogeschool, medewerkers bij opleidingen van de Hanzehogeschool en medewerkers van de HanzeMediatheek. Dit is het kwalitatieve deel van het onderzoek, waarbij de volgende hoofdvraag centraal stond:

Wat zijn de meningen, bereidheid en behoeften van de vier betrokken partijen over het openbaar maken van kennisproducten van studenten, op basis van de analyseonderwerpen? – Centrale vraag 2, de empirische vraagstelling.

Er zijn hiervoor 27 personen geïnterviewd, met achtergronden in diverse *schools* (zie ook bijlage I). De steekproef is te klein om de resultaten te kunnen generaliseren voor de gehele populatie. Doordat het een case study betreft, is dit echter ook niet de bedoeling. De meningen die in de resultaten naar voren komen zullen niet voor iedere student of medewerker gelden. Wel geven deze resultaten een indicatie van de heersende mening onder studenten en geeft het inzicht voor het invoeren van een implementatieplan.

Middels de interviews is er aan studenten en medewerkers gevraagd wat hun meningen zijn, waar zij behoefte aan hebben en in hoeverre zij bereid zijn bij te dragen aan het publicatieproces. Terugkijkend op de hoofdvraag van dit onderzoek, is er datgene gemeten, wat in eerste instantie de bedoeling was. Daarmee is voldaan aan de interne validiteit. De betrouwbaarheid daarentegen is klein, het onderzoek is zeker afhankelijk van toeval. Dit komt opnieuw mede door het karakter van het onderzoek, een kwalitatief onderzoek is vaak minder betrouwbaar en generaliseerbaar (Baarda, 2009) (Bleijenberg, 2013).

6.2 MENINGEN

HET OPENBAAR MAKEN VAN SCRIPTIES

De respondenten zien veel positieve kanten van het openbaar maken. Een groot deel geeft aan de meerwaarde wel in te zien, één afgestudeerde student ziet geen meerwaarde. Één van de genoemde meerwaarden, is dat je zichtbaar bent en bekendheid kan genereren door te publiceren.

“Je kunt er zeker meer bekendheid mee genereren en het is hartstikke goed als bedrijven je scriptie kunnen bekijken.” – Respondent 203

Dit wordt voornamelijk aangegeven door reeds afgestudeerde studenten en medewerkers van de HanzeMediatheek.

Huidige studenten zien vooral veel meerwaarde in de voorbeeldfunctie van publiceren, evenals de afgestudeerde studenten. Het grootste deel van beide groepen geeft aan dat ze het positief vinden dat scripties gedeeld worden, doordat ze anderen dan kunnen helpen.

“Ik vind het een goed idee, omdat andere mensen dan een goed voorbeeld hebben. [...] Ik weet uit eigen ervaring dat ik het toch heel moeilijk vond om te zien hoe het er ongeveer uitzag en ik zag dat er bij mijn opleiding vrij weinig tot niets inzat. Ik had daardoor absoluut geen idee en ben daardoor eigenlijk in het diepe gegooid met mijn hele scriptie.” – Respondent 101

Wanneer een scriptie openbaar wordt gemaakt, kunnen andere studenten daar gebruik van maken. Daar staat tegenover dat de studenten zelf ook voordeel zien in het kunnen gebruiken van andere onderzoeken.

“Als je een gelijkwaardig onderzoek hebt en je kunt bijvoorbeeld daar een idee op doen hoe je het zelf zou willen doen, dan kan het je wel helpen in je eigen onderzoek. Je kunt dan wel ervaring van andere mensen meenemen.” – Respondent 204

Voor huidige studenten zijn de voorbeeldfunctie en de etalagefunctie duidelijk het meest belangrijk, verder geven zij geen andere functies of meningen aan. Er is wel één vierdejaarsstudent die aangeeft dat hij het positief vindt dat hij door zijn scriptie te delen, iets terug kan doen voor de Hanzehogeschool.

“Ik kan er dan andere studenten mee helpen. Ik vind het ook heel fijn dat ik de stukken van studenten in kan zien, dus dan wil ik de Hanzehogeschool ook wat teruggeven.” – Respondent 107

Medewerkers van de HanzeMediatheek vinden het publiceren van kennisproducten goed voor de kennisdeling. Verder geven zij, samen met afgestudeerde studenten, aan dat een gepubliceerd onderzoek tot input voor een nieuw onderzoek kan leiden. Dit wordt door hen gezien als een voordeel van het publiceren.

Een reeds afgestudeerde studente geeft aan dat zij het prettig vindt dat door scripties te publiceren, deze gedownload kunnen worden. Dit maakt het mogelijk om een scriptie te lezen wanneer het uitkomt, in tegenstelling tot de scripties uit archiefkasten uit haar ervaring.



Figuur 6.1: Meningen over het openbaar maken van scripties

Terwijl studenten vooral een meerwaarde zien in het publiceren door zelf zichtbaarheid te genereren, zien medewerkers van de HanzeMediatheek hier ook een meerwaarde in voor de Hanzehogeschool.

“[Het is] toch een stukje publiciteit natuurlijk, landelijk, je wilt toch [...] je product laten zien.” - Respondent 303

Over deze etalagefunctie en kwaliteitseisen verschillen de meningen onder de respondenten sterk. Zo geeft een deel van de mediatheekmedewerkers bijvoorbeeld aan dat cijfers beneden een zeven ook gepubliceerd zouden moeten worden. Zij geven daarbij wel aan dat de kwaliteit hiervoor inhoudelijk verhoogd zou mogen worden.

“Ik denk dat het beter is voor de hogeschool als je alle scripties erop zet. Maar ook als het dan allemaal zesjes zijn, dat je kijkt hoe gaan we de kwaliteit wat verhogen, inhoudelijk.” – Respondent 303

Daar staat tegenover dat één van de medewerkers binnen de opleidingen juist aangeeft dat zij het goed vindt dat er alleen gepubliceerd wordt bij een zeven of hoger, omdat hierdoor enkel kwalitatief betere scripties worden gedeeld.

Binnen de HanzeMediatheek wordt aangegeven dat ze het belangrijk vinden om de beperking op publicatie door vertrouwelijke gegevens te verminderen. Zo is er één medewerker die aangeeft dat ze het goed zou vinden als *schools* hier meer bij betrokken worden. Deze zouden aan bedrijven kunnen aangeven waarom ze publiceren belangrijk vinden en hierdoor zou misschien meer gepubliceerd mogen worden. Een andere medewerker ziet een oplossing in embargo periodes:

“Het zou wel mooi zijn als ze dan [na een jaar of twee] wel openbaar gemaakt kunnen worden. Ik denk dat daar nog wel iets in zit. Dat ze bijvoorbeeld twee jaar geheim zijn, daarna gewoon Open Access.” – Respondent 304

PLAGIAAT NA PUBLICATIE

Uit het vooronderzoek blijkt dat er binnen opleidingen en de HanzeMediatheek nog wat angst heerst voor plagiaat. Onder de huidige studenten is daarom gevraagd naar hun mening ten opzichte van plagiaat in relatie tot hun gepubliceerde scripties. Er is één student die hier bang voor is, aangezien dit volgens haar heel gemakkelijk is.

Een andere student geeft juist aan hier absoluut niet bang voor te zijn, omdat hier plagiaatscanners voor zijn. Twee studenten zien plagiaat wel gebeuren, maar vinden dit niet erg.

“Mensen kunnen wel jatten, maar daar leren ze zelf niets van.” – Respondent 101

ETALAGEFUNCTIE VAN DE HBO KENNISBANK

Aan de huidige en afgestudeerde studenten is gevraagd wat zij ervan vinden dat hun scriptie op de HBO Kennisbank door bedrijven gevonden kan worden. Uit de antwoorden blijkt dat de meningen hierover verschillen. De ene helft staat positief ten opzichte van deze functie, de andere helft vindt het twijfelachtig.

Door de positief gestemde studenten wordt genoemd dat het mooi meegenomen is en dat het een mooie aanvulling op het CV is. De studenten die twijfelachtig van mening zijn, zien de voordelen wel, maar worden hierdoor voorzichtiger met hun voornemen om te publiceren.

“Als je net begint met solliciteren is het een goede aanvulling op je CV, maar als je tien jaar verder bent. Ik bescherm best wel mijn privacy, ik wil niet zoveel gevonden worden, beetje mysterieus blijven. Ik ben bang dat ze me dan op dat moment gaan peillen, hoe ik toen was en niet hoe ik nu ben. [...] Als het voor een bepaalde periode maar zou zijn, zou het wel handig zijn, als je het er maar weer af kan halen.” – Respondent 105

Een afgestudeerde student geeft aan dat hij anders met zijn keuze om eventueel te publiceren was omgegaan, als hij op de hoogte was gesteld van de mogelijkheid om door bedrijven gevonden te worden.

“Dan was ik er wel iets voorzichtiger mee geweest. Ik was niet heel tevreden over het resultaat, dus dan wil je niet dat hij meteen online komt. Dus dan was ik er wel anders mee omgegaan.” – Respondent 204

INTERN DELEN VAN SCRIPTIES BINNEN DE HANZEHOGESCHOOL

Aan de huidige studenten en de medewerkers is gevraagd wat zij vinden van de mogelijkheid om scripties ook intern te delen, bijvoorbeeld via het intranet. Er wordt hier zowel positief als vertwijfelend op gereageerd door de respondenten.

Een derdejaarsstudente geeft aan dat zij het een positieve optie vindt, met een meerwaarde ten opzichte van gewoon publiceren:

“Tweedejaars studenten die op stage moeten kunnen bijvoorbeeld wel wat hebben aan een wat minder goede of minder uitgebreide scriptie. Dus ondanks dat het dan geen acht is, kunnen mensen er wel wat aan hebben. Zonder dat je er zelf mee te vinden bent op het internet. Ik vind dan wel dat er bij vermeld moet worden wat het cijfer is. Dan kun je daarop oordelen.” – Respondent 104

Een medewerker binnen de Academie voor Sociale Studies heeft echter haar twijfels over het toevoegen van een cijfer en het delen via het intranet.

“Je merkt ook bij onze studenten wel dat ze het [database voor scripties binnen SASS] ook gebruiken om een beetje te kijken, wat is nu de bedoeling. We geven namelijk ook een grove indicatie, was het een voldoende, ruim voldoende of een goed. Daar hangen ze heel veel aan op. Als je tussen instituten dat gaat doen, dan heb je misschien net weer andere formulering van de opdracht, andere eisen. Ik weet niet of dat wenselijk is voor andere instituten.” – Respondent 402



Figuur 6.2: Meningen over intern publiceren

Als meerwaarde wordt verder genoemd dat publicatie op het intranet gebruikt kan worden als intervisie mogelijkheid voor docenten. Op die wijze kan er bekeken worden hoe iets beoordeeld is en wat bijvoorbeeld doorslaggevend was om een herkansing nu wel als voldoende te beoordelen.

Volgens medewerkers van de HanzeMediatheek ligt er voornamelijk een meerwaarde in de dubbelfunctie; als er toch ingevoerd wordt, kan dit net zo goed ook doorgeplaatst worden naar het intranet.

Niet iedereen ziet de meerwaarde echter. Zo benoemt een vierdejaarsstudent bijvoorbeeld dat intern delen niet voldoet aan het doel:

“[Dat vind ik] niet goed, dan voldoet het niet aan het doel. Op die manier hebben alleen Hanzehogeschool studenten er iets aan, maar het kan ook van belang zijn voor studenten van andere hogescholen.” – Respondent 107

Een andere vierdejaarsstudent ziet ook geen meerwaarde, omdat ze zelf haar stuk niet onder een zeven zou willen delen. Zij benoemt dat bij het delen je naam eraan verbonden wordt, waarna mensen je naam kunnen associëren met die scriptie.

HET PUBLICATIEPROCES

HET HUIDIGE PROCES

Over het huidige vorm van het invoeren van scripties wordt door medewerkers aangegeven dat zij dit veel werk vinden. Een medewerker bij het Instituut voor Communicatie, Media en IT geeft aan dat zij het veel werk vindt, omdat het dubbel invoeren is. Zij moet alles overnemen wat de student ingevuld heeft. Een medewerker van de HanzeMediatheek vindt het vervolgens ook werk om het werk, omdat zij de gegevens die ingevuld zijn door de opleiding, over moet typen in de repository.

Medewerkers van de HanzeMediatheek geven bijna allemaal aan dat het een probleem is dat er weinig aangeleverd wordt door opleidingen.

“Er komt ook weinig los van bepaalde opleidingen, die al jaren niks aanleveren en soms toch weer beloven na gesprekken en dan gaat het even goed, maar het jaar erop zit er misschien weer iemand anders en dan kun je eigenlijk weer overnieuw beginnen.” – Respondent 301

Daarnaast wordt aangegeven dat bepaalde opleidingen weinig aanleveren, omdat het vertrouwelijke gegevens betreft.

Één medewerker van de HanzeMediatheek geeft gedurende het gesprek aan dat ze het proces niet toereikend genoeg vindt, omdat het eindproduct niet altijd een PDF is. Soms is een kennisproduct van een student verwerkt in een film, een game of een bouwtekening.

NIEUWE WORKFLOW

Op basis van het vooronderzoek naar het huidige proces rondom publiceren en de ontwikkelingen binnen Sharekit, is een nieuwe workflow ontwikkeld (bijlage 10). Hierin is de nieuwe uploadfunctionaliteit en de viewerfunctie opgenomen. Dit workflow schema is voorgelegd aan studenten van de Hanzehogeschool, medewerkers van de HanzeMediatheek en medewerkers van de opleidingen.



Figuur 6.3: Meningen over de nieuwe workflow

De gevraagde studenten vinden dit een goed proces, maar geven wel aan dat zij hier niet te veel tijd in willen steken.

“Ik vind niet dat je veel moeite moet doen om het online te zetten, vooral omdat ik het vooral zie als hulpmiddel voor andere studenten.” –

Respondent 101

Er is één student die opmerkt dat ze wel graag voldoende informatie wil krijgen over dit proces, omdat ze het niet zelf op zou zoeken. Een andere student geeft aan dat hij graag hulp zou ontvangen in relatie tot dit schema:

“Hulp met betrekking tot het begrip afbakening, wat mensen eventueel kunnen doen met mijn scriptie en het afdragen van verantwoordelijkheid wanneer de scriptie voor andere doeleinden wordt gebruikt dan waarvoor bedoeld (bijvoorbeeld fraude)” – Respondent 106

Er zijn twee studenten die na het zien van dit schema opmerken dat ze het goed vinden dat de opleiding controle houdt en een minimum cijfer als eis voor publicatie hanteert.

Bij de HanzeMediatheek daarentegen, wordt opnieuw aangegeven door een respondent dat alles gedeeld moet worden, ook de lagere cijfers.

“Als Hanzehogeschool is je slogan ‘share your talent’, dan moet je ook boter bij de vis doen en alles delen.” – Respondent 305

Er is één medewerker van de HanzeMediatheek die twijfelt of opleidingen wel zo genegen zullen zijn om de student de vrije hand te geven in dit proces, omdat opleidingen daardoor geen grip meer hebben.

Een ondervraagde mediathecaris voert zelf alle scripties aan vanuit de opleiding. Na het zien van dit processchema benoemt ze dat ze het erg fijn zou vinden als het op deze manier sneller zou gaan, omdat het nu nog erg stagneert.

Een medewerker van het instituut SIBK denkt dat dit proces best zou kunnen werken voor haar opleidingen, met name voor kennisdeling. Ze vindt eigenlijk wel dat dit er moet zijn.

De medewerker van SCMI geeft aan dat ze het een vooruitgang zou vinden als dit proces wordt ingevoerd. Daarnaast zou ze het erg fijn vinden als er na het uploaden een soort bewijsje uitkomt voor de student, zodat zij kan controleren of de student het daadwerkelijk heeft geupload.

GEBRUIK VAN EEN BESLISBOOM

Om studenten een leidraad te bieden tijdens het invullen van de publicatiestatus, is naar aanleiding van het vooronderzoek de beslisboom ontwikkeld (bijlage 11). Van de gevraagde studenten, vond iedereen de beslisboom duidelijk en behulpzaam. Er werd wel door een groot deel van de respondenten gevraagd naar de betekenis van ‘embargo’.

Verder benoemt een medewerker van de HanzeMediatheek dat deze beslisboom geldt voor de toestemming van de opdrachtgever en dat dit verschilt van de toestemming door de student.

DE ROL VAN DE HANZEMEDIATHEEK

Aan medewerkers van de HanzeMediatheek is gevraagd hoe zij de rol van de mediatheek zien met betrekking tot het publicatieproces en kennisproducten van studenten. De meeste medewerkers antwoorden hierop dat zij een rol zien voor de mediatheek op het vlak van informatievaardigheden, al zien zij de verantwoordelijkheid hiervoor wel bij opleidingen.

Daarnaast wordt door de medewerkers aangegeven dat ze een rol zien voor de mediatheek in metadata en trefwoorden. Volgens deze medewerkers heeft mediatheekpersoneel meer zicht op metadata en trefwoorden en waarborgt dit een bepaalde standaardisering. Zij vinden het eng om dit uit handen te geven aan

studenten. Onderstaande medewerker vindt dit ook eng, maar ziet tevens voordelen:

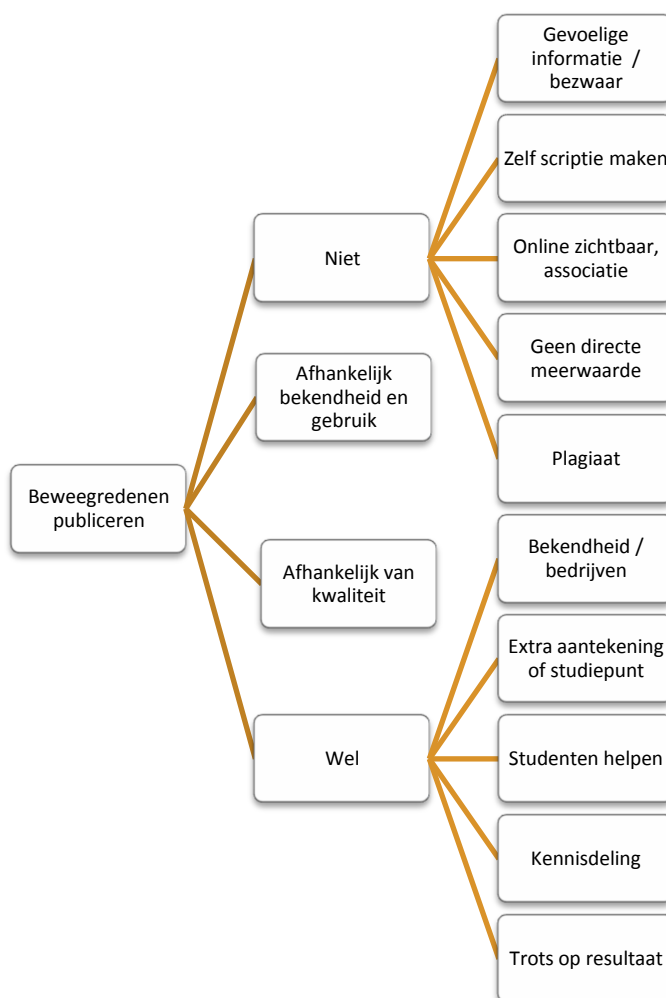
“Laat je het de student doen, dan krijg je allerlei trefwoorden. Kan misschien een nadeel zijn, maar ook een voordeel. Dat is ook hoe je zoekt op Google. Dat is misschien een beetje mijn ouderwetse manier van die trefwoorden, terwijl een student zelf heel anders zoekt. Het is dus niet zozeer een nadeel, maar meer een bedenking van mijzelf, omdat we dat altijd volgens een vast stramien toegekend hebben. Dat gaan we dan nu helemaal loslaten.” –

Respondent 301

6.3 BEREIDHEID

HET DELEN VAN DE SCRIPTIE

Het grootste deel van de gevraagde respondenten geeft aan bereid te zijn om zijn of haar scriptie te publiceren. Wanneer er echter doorgevraagd wordt naar beweegredenen, blijkt dat er toch nog wel veel twijfels bestaan bij de (afgestudeerde) studenten.



Figuur 6.4: Bereidheid tot publiceren onder studenten

Zowel afgestudeerde als huidige studenten geven aan dat ze graag andere studenten helpen door hun scriptie openbaar te maken. Dit komt mede doordat ze zelf ervaren hebben hoe lastig het is om een scriptie te schrijven zonder voorbeeld of juist omdat ze weten dat het fijn is om voorbeelden in te kunnen zien.

Twee afgestudeerde studenten geven aan dat een beweegreden voor hun bereidheid de etalagefunctie van de HBO Kennisbank is. Ze kunnen op die manier bekendheid genereren of bedrijven kunnen je benaderen op basis van je gepubliceerde scriptie.

Twee respondenten geven aan dat zij bereid zouden zijn om hun scriptie te delen vanwege kennisdeling.

“Tijdens mijn opleiding is het belang van kennisdeling meerdere malen behandeld. Veel kennis wordt niet vastgelegd en al helemaal niet digitaal gedeeld. Zonde, want deze kennis gaat zo verloren en mensen gaan onderzoeken doen waarvan de uitkomsten bij iemand anders al bekend zijn. Aangezien toch alle kennis schriftelijk wordt vastgelegd (eis vanuit school) zou het zonde zijn om dit niet met anderen te delen. Als mijn rapport andere studenten kan helpen bij hun afstudeerproject, waarom niet?” –

Respondent 206

Verder is er nog een reeds afgestudeerde studente die aangeeft dat ze bereid zou zijn geweest haar scriptie te delen, mits zij hiervoor een extra aantekening of een studiepunt zou hebben ontvangen.

Een andere gehoorde beweegreden voor het publiceren onder studenten is de trots op de scriptie:

“Je hebt een lange periode aan zo’n verslag gewerkt. Als je er dan trots op bent, waarom zou je hem dan niet publiceren.” – Respondent 104

Niet iedereen is zonder meer bereid te publiceren. Er zijn meerdere studenten die aangeven dat ze alleen bereid zijn om te publiceren als ze echt tevreden zijn, als ze de kwaliteit hoog genoeg vinden. Daarnaast is er een afgestudeerde student die aangeeft dat haar bereidheid tot publiceren afhangt van de bekendheid van de website en het gebruik hiervan.

Ondanks dat veel studenten in eerste instantie positief leken over de mogelijkheid van publiceren, geven zij veel redenen aan waarom zij niet bereid zouden zijn te publiceren. Zo wordt er voornamelijk onder de alumni studenten geen meerwaarde gezien van het publiceren.

“Ik zie er de meerwaarde nog niet direct van in. Dan had ik er eerst meer informatie over willen ontvangen.” – Respondent 202

Verder geeft een groot deel van de respondenten aan dat ze het eng vinden om hun scriptie online te zetten, doordat hun naam eraan verbonden is.

“Ik zou het ook wel eng vinden. Je verbindt toch je naam eraan en je naam is dan zichtbaar op het internet.” – Respondent 203

Er is in de interviews ook meerdere malen naar voren gekomen dat studenten niet bereid zijn om te publiceren wanneer het onderzoek vertrouwelijke informatie van de opdrachtgever bevat.

Andere genoemde redenen om niet te willen publiceren zijn de angst voor plagiaat en de mening dat iedereen zelf zijn of haar scriptie moet schrijven. Door deze respondent worden voorbeelden gezien als een mogelijke beperking van de vindingrijkheid van studenten.

“Nee dit [meerwaarde publiceren] zie ik eigenlijk niet. Aangezien ik vind dat je zelf je scriptie moet maken. Met voorbeeldscripties word je mogelijk beperkt in je eigen vindingrijkheid.” – Respondent 202

HET ANONIMISEREN VAN DE SCRIPTIE

Van de gevraagde studenten geeft bijna iedereen aan dat zij niet bereid zijn om de scriptie te anonimiseren, mocht de scriptie vertrouwelijke informatie bevatten. Als reden hiervoor wordt gegeven dat zij de scriptie schrijven voor hun diploma en er verder niet meer werk voor willen doen.

Er is één student die aangeeft dat ze best bereid is om een geanonimiseerde versie te schrijven, mits dit een paar uur extra werk is en geen dagen.

HET TOEVOEGEN VAN EEN E-MAILADRES AAN DE SCRIPTIE

De optie om een e-mailadres toe te kunnen voegen aan de scriptie op de HBO Kennisbank leidt niet direct tot enthousiasme bij de studenten. Zij geven over het algemeen dan ook aan dat zij dit niet willen toevoegen of dat zij bereid zijn dit toe te voegen, mits er voorwaarden gesteld kunnen worden.

De volgende voorwaarden worden hiervoor aangegeven:

- + Wanneer het e-mailadres enkel voor bedrijven zichtbaar is;
- + Wanneer er in te stellen is dat het e-mailadres slechts een bepaalde periode online staat;
- + Wanneer er een limiet ingesteld kan worden voor de hoeveelheid e-mails of wanneer er een FAQ-sectie geplaatst kan worden.

Deze laatste voorwaarde komt overeen met de gegeven redenen van studenten die niet bereid zijn een e-mailadres toe te voegen. Zij zijn bang dat dit te tijdconsumerend is of zitten gewoonweg niet te wachten op vragen van studenten.

HET INVULLEN VAN FORMULIEREN

Alle gevraagde studenten geven aan dat zij bereid zijn om formulieren in te vullen, zoals het toestemmingsformulier of het metadataformulier. Zij zijn er allen echter wel heel duidelijk in, dat ze niet bereid zijn hier veel tijd in te steken. De genoemde tijd varieert van een uurtje werk tot maximaal vijf minuten werk.

6.4 BEHOEFTE

INFORMATIE

Om de behoefte aan informatie onder studenten te inventariseren is aan huidige studenten gevraagd wat voor informatie ze graag zouden willen ontvangen vanuit de Hanzehogeschool over het openbaar maken van hun scripties. Aan reeds afgestudeerde studenten is gevraagd wat voor informatie ze graag hadden willen ontvangen gedurende hun afstudeerperiode.

Vrijwel alle studenten en alumni zijn het met elkaar eens dat ze informatie willen over procedures en voorwaarden rondom het publiceren en dat ze duidelijke communicatie wensen over het bestaan van de optie tot publiceren.

“Wat het allemaal precies inhoudt en dat mensen weten dat het überhaupt bestaat. En hoe het gaat, hoe je het moet invullen bijvoorbeeld. En dat je er rekening mee kan houden als je gaat schrijven.” – Respondent 102

“Sowieso de optie dat het er was, dat hebben ze namelijk helemaal niet gecommuniceerd. Dat hadden ze wel mogen doen.” – Respondent 204

Twee van de afgestudeerde studenten geven aan dat zij graag informatie zouden willen over privacy en vertrouwelijkheid. In hoeverre vertrouwelijke gegevens geanonimiseerd worden en hoe het bijvoorbeeld zit met de zichtbaarheid van je naam.

Door vier respondenten (studenten en alumni) is aangegeven dat zij graag informatie zouden willen ontvangen over de toegang tot de scriptie en hoe het met het eigendom van de scriptie geregeld is (auteursrecht).

Andere wensen zijn:

- + Informatie over het schrijven van een scriptie;
- + Informatie over de voordelen voor de student en de voordelen voor degene die op de HBO Kennisbank zoekt;
- + Een reminder rond de inlevertijd van de scriptie, bijvoorbeeld in een e-mail met een link naar de uploadfunctionaliteit.

In het interview met een medewerker van de HanzeMediatheek benoemt ze dat ze de informatie rond het publicatieproces graag heel duidelijk zou zien. Daarnaast zou ze graag zien dat deze informatie vanuit iedere plek te benaderen is.

TRAININGEN

Aan studenten en afgestudeerden is gevraagd of zij trainingen in schrijfvaardigheid of informatievaardigheden gedurende de afstudeerscriptie behulpzaam zouden vinden of hadden gevonden.

Vrijwel alle studenten antwoorden hierop dat zij dit zinvol vinden, al voegt een groot gedeelte daaraan toe dat ze dit niet specifiek vanwege het publiceren wensen.

“Sowieso lijkt het me nuttig om studenten goed te trainen in het schrijven van een goede scriptie, ongeacht publicatie of niet.” – Respondent 209

Andere studenten vinden de hoeveelheid geboden trainingen en informatie al voldoende of zien het nut er wel van in, maar meer voor andere studenten.

6.5 ADVIES NAMENS STUDENTEN

Bij de interviews met studenten en alumni is aan het eind van de interviews gevraagd of zij nog adviezen hebben aan de Hanzehogeschool met betrekking tot publiceren.

Hieronder volgt een overzicht, op basis van de gegeven adviezen.

- + Bereid studenten eerder voor op de afstudeerperiode.
- + Besteed meer aandacht aan het controleren of de juiste versie online staat bij publicatie.
- + Laat het minimumcijfer los, dit is niet bepalend voor de beoordeling van waardevolle kennis.
- + Geef meer communicatie en voorlichting over de mogelijkheid tot publiceren, de voorwaarden en procedures.
- + Moedig het publiceren aan.
- + Voer maatregelen in om de kwaliteit van scripties te publiceren, zoals bijvoorbeeld het instellen van een beloning bij publicatie.
- + Laat de beslissing om te publiceren bij de student liggen.
- + Zorg ervoor dat alle opleidingen intern toegankelijk zijn, zodat er ook scripties van andere opleidingen ingezien kunnen worden.
- + Kijk samen met bedrijven wat ze met gegevens willen en hoe dit afgeschermd kan worden.

7. CONCLUSIE EN DISCUSSIE

Nu de resultaten van het uitgevoerde onderzoek bekend zijn, kan er een conclusie getrokken worden. Deze conclusie heeft betrekking op de drie centrale vragen. In dit hoofdstuk wordt per centrale vraag een conclusie getrokken en wordt er gekeken naar de betekenis van deze resultaten voor het onderzoek.

7.1 CENTRALE VRAAG 1

Wat is er vanuit de theorie en het vooronderzoek bekend over het openbaar maken van kennisproducten door studenten en de behoeften en bereidheid hiervoor onder studenten en medewerkers?

HET OPENBAAR MAKEN VAN KENNISPRODUCTEN DOOR STUDENTEN

Dankzij recente ontwikkelingen rondom Open Access publiceren en nieuwe Europese en Nederlandse wet- en regelgeving, wordt de noodzaak om Open Access te publiceren steeds groter. Er klinken steeds meer geluiden om publiek gefinancierd onderzoek vrij beschikbaar te maken voor het publiek. Onder andere Staatssecretaris Dekker (OCW), Minister Kamp (Economische zaken) en het Europese project Horizon 2020 pleiten voor verplichtingen rondom Open Access publiceren.

Dit betekent dat het voor de Hanzehogeschool, naast de reeds gemaakte prestatieafspraken met het OCW en de ondertekende Berlin Declaration of Open Access, onvermijdelijk wordt om in te zetten op Open Access publiceren. Dit is voor de Hanzehogeschool daarnaast een manier om de onderwijskwaliteit inzichtelijk te maken en om iets terug te geven aan de beroepspraktijk door middel van toegepast onderzoek. Voor organisaties is het toe kunnen passen van kennis (kennisproductiviteit) namelijk een van de belangrijkste manieren om waarde toe te voegen aan producten of diensten.

Om het rendement op de factor kennis te vergroten wordt kennismanagement ingezet. Kennismanagement kan alleen slagen wanneer het belang strategisch verankerd is, er efficiënte en effectieve kennisprocessen zijn en de organisatiefactoren kennisvriendelijk zijn. De Hanzehogeschool is een kennisinstelling, waar sterk ingezet wordt op kennisprocessen en zij is als organisatie kennisvriendelijk. Dit betekent dat de Hanzehogeschool haar kennisproductiviteit kan verhogen en daarmee bij kan dragen aan een waardevolle kenniscirculatie binnen het beroepsveld. Voor deze kenniscirculatie wordt kennis volgens de codificatie strategie vastgelegd binnen systemen; de HBO Kennisbank.

Hoewel de Hanzehogeschool kennisvriendelijk is, bestaat er alsnog kans op een *implementation gap*: problemen bij de relatie tussen de gestelde strategie en implementatie hiervan. Om de kans hierop te verkleinen kan het veranderkracht model ingezet worden. Dit model maakt duidelijk dat een organisatie niet alleen een sterke visie moet hebben op wat er dient te gebeuren, maar ook het vermogen moet hebben om zich aan te passen aan veranderende en veranderde omstandigheden.

Dit is echter niet voldoende om een verandertraject door te voeren, er moet daarnaast ook motivatie aanwezig zijn onder medewerkers. Motivatie is een

eigenschap waarover alleen het individu zelf controle heeft. Buitenstaanders kunnen een individu niet motiveren, er kan alleen geprobeerd worden een sfeer te creëren waarin een goede motivatie opgewekt en ondersteund wordt.

7.2 CENTRALE VRAAG 2

Wat zijn de meningen, bereidheid en behoeften van de vier betrokken partijen over het openbaar maken van kennisproducten door studenten, op basis van de analyseonderwerpen?

OPENBAAR MAKEN VAN KENNISPRODUCTEN DOOR STUDENTEN

Studenten en alumni staan positief ten opzichte van het openbaar maken van scripties, voornamelijk doordat andere studenten ermee geholpen kunnen worden en je zelf bekendheid kan genereren door zichtbaarheid (etalagefunctie). Dit zijn meerwaarden die dicht bij de student staan en daarom goed ingezet kunnen worden om studenten te motiveren meer te publiceren.

Dit betekent echter niet dat er zonder meer gepromoot kan worden door de etalagefunctie van de HBO Kennisbank te noemen. Hoewel dit voor sommige studenten heel positief overkomt, schrikt het anderen juist af. Zij worden extra voorzichtig met publiceren, omdat ze de kwaliteit wel heel belangrijk vinden wanneer ze zichtbaar zijn voor bedrijven.

Hoewel vrijwel alle studenten zeer positief staan ten opzichte van het openbaar maken van scripties, is niet iedereen bereid zelf zijn of haar scriptie te delen. Dit komt voornamelijk doordat ze rekening houden met de eventuele vertrouwelijkheid van een scriptie en studenten het eng vinden om online geassocieerd te worden met een kennisproduct. Daar staat tegenover dat er ook studenten zijn die aangeven juist te willen publiceren omdat ze trots zijn op hun eindresultaat of omdat ze bij willen dragen aan kennisdeling.

Medewerkers van zowel de HanzeMediatheek als de opleidingen staan positief ten opzichte van het publiceren van kennisproducten door studenten. Zij zien hierin een meerwaarde voor de presentatie van de Hanzehogeschool naar buiten. Daarnaast wordt door hen gezien dat het delen van kennisproducten ervoor zorgt dat er kan worden voortgegaan op reeds uitgevoerd onderzoek. Dat dit nog weinig door studenten wordt aangegeven, betekent dat de Hanzehogeschool hiermee een extra meerwaarde heeft om naar studenten te communiceren.

Er is een duidelijke grote behoefte aan informatie onder studenten van de Hanzehogeschool. Zij willen graag weten wat er mogelijk is met betrekking tot het publiceren en hoe dit proces werkt.

WORKFLOW VAN PUBLICEREN

Studenten zijn bereid om gebruik te maken van de uploadfunctionaliteit om zo hun scripties te publiceren. Zij geven daarbij wel aan hier niet veel tijd in te willen steken. Daarnaast zijn de studenten positief gestemd over het gehele proces, waarbij zij zelf

controle hebben en de opleiding de kwaliteit waarborgt door middel van een minimum cijfer.

Medewerkers van de HanzeMediatheek zijn ook zeer positief gestemd over de nieuwe workflow. Zij geloven dat dit een impuls kan geven aan de hoeveelheid gepubliceerde kennisproducten doordat het initiatief hierdoor bij de student ligt. Daarnaast wordt het hierdoor voor opleidingen makkelijker om scripties aan te leveren, doordat zij van een actieve functie naar een controlerende functie gaan.

De gesproken medewerkers van de opleidingen zijn ook positief over deze nieuwe workflow en geloven dat dit binnen hun instituut zou kunnen werken.

7.3 CENTRALE VRAAG 3

Wat valt er te zeggen over de implementatie van het publicatiebeleid op grond van toetsing bij de onderzoeksobjecten?

De betrokken partijen staan positief ten opzichte van het publicatiebeleid. Toch zal het implementeren hiervan niet zonder slag of stoot gaan. Hoewel studenten wel bereid zijn te publiceren, moeten zij hiervoor wel de juiste communicatie en hulp aangereikt krijgen vanuit de opleiding. Doordat er momenteel nog geen eenduidige lijn is in communicatie tussen opleidingen en de HanzeMediatheek, kan dit nog niet geïmplementeerd worden.

8. AANBEVELINGEN

In dit afsluitende hoofdstuk worden op basis van de conclusies aanbevelingen gegeven aan de HanzeMediatheek om de hoeveelheid gedeelde kennisproducten door studenten te verhogen. Hiermee wordt de vooraf vastgestelde doelstelling uitgevoerd.

“Doel van het onderzoek is het doen van aanbevelingen aan de manager van de HanzeMediatheek, Marjan Bonink, om meer kennisproducten van studenten openbaar te maken, door te inventariseren wat de meningen, bereidheid en behoeften zijn van de betrokken partijen (studenten, medewerkers van de mediatheek en de verschillende schools) aangaande het openbaar maken van kennisproducten van studenten.”

Uit de resultaten blijkt dat studenten en opleidingen wel bereid zijn om mee te werken aan een publicatiebeleid, maar dat zij hier onvoldoende informatie over hebben. Gezien de prominente taak die de student binnen de nieuwe workflow krijgt, is het aan te raden in te zetten op communicatie richting studenten.

Daarom is mijn advies om informatie over de HBO Kennisbank en het publiceren vroegtijdig in de opleidingen op te nemen. Op deze manier leert de student de optie om te publiceren en de HBO Kennisbank tijdig kennen en gebruiken, waarna de kans groter is dat hij de HBO Kennisbank ook nog in gedachten heeft gedurende het afstuderen. Dit heeft als bijkomend voordeel dat de communicatie over publicatie makkelijker wordt, omdat de student dan reeds een beeld heeft bij de HBO Kennisbank. Persoonlijke beweegredenen zoals andere studenten helpen, worden hierdoor versterkt.

Daarnaast raad ik aan om voor de start van het afstuderen opnieuw informatie te verstrekken aan studenten. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren bij de afstudeervoorlichting. Op deze manier kunnen studenten een weloverwogen keuze maken om te willen publiceren en hier in hun onderzoek rekening mee houden. De kans is hierdoor groter dat de student een betere kwaliteit levert en eerder bereid is dit te delen.

Om dit te realiseren kan de HanzeMediatheek het belang van communicatie vanuit de opleiding duiden in bijeenkomsten met de opleidingen. Hiervoor kunnen argumenten als kennisstapeling, prestatieafspraken en verantwoord archiveren gebruikt worden.

Verder ligt dit niet in handen van de HanzeMediatheek, maar in die van de opleidingen. Ik adviseer daarom om hiernaast in te zetten op een eigen communicatiebeleid omtrent de HBO Kennisbank en het publiceren. Hiervoor zijn verschillende opties:

- + Prominentere plaats van de HBO Kennisbank op het intranet;
- + Het tonen van gepubliceerde scripties op schermen in de gebouwen van de Hanzehogeschool, in de trant van de post-it walls;
- + Duidelijke aandacht voor de HBO Kennisbank in voorlichtingen vanuit de Mediatheek;
- + Gebruik van promotiemateriaal zoals bijvoorbeeld het tonen van promotiefilmpjes binnen de gebouwen van de Hanzehogeschool of het gebruik van posters.

Binnen dit communicatiebeleid adviseer ik om de nadruk te leggen op de meerwaarden die van belang zijn voor de student:

- + Het kunnen helpen van medestudenten door informatie te delen;
- + Jezelf profileren en zichtbaarheid realiseren binnen de beroepspraktijk;
- + Onderzoek verdwijnt niet in een stoffige lade, kan opgepakt worden door andere studenten om verder te onderzoeken;
- + Hard gewerkt voor scriptie, kans om dit onder de aandacht te brengen van geïnteresseerden.

LITERATUURVERANTWOORDING

Baarda, D. B. (2009). *Dit is onderzoek!: Richtlijnen voor het opzetten, uitvoeren en evalueren van kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Groningen: Noordhoff.

Banks, L., (2002). *Motivatie*. Velp: TFC.

Bierens, G. & Bergh van den, D. (2009). HBO kennisbank: Schatkamer gevuld met waardevolle kennisproducten. Digitale Bibliotheek Dib, (2), 20-23.

Bleijenbergh, I. (2013). *Kwalitatief onderzoek in organisaties*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Bonink, M., Dijk, S. & Miedema, J. (september 2013). *Project Taskforce Publiceren*.

Boonstra, J., (2013). *Verandermanagement in 28 lessen*. Amsterdam [etc.]: Business Contact.

Carroll, M. W. (2013). Creative commons and the openness of open access. New England Journal of Medicine, 368(9), 789-791. Doi:10.1056/NEJMp1300040

DANS (november 2013) Datamanagementplan voor wetenschappelijk onderzoek. Tips voor onderzoekers. Geraadpleegd via

<http://www.dans.knaw.nl/sites/default/files/file/Datamanagementplan%20NL%20def%20web.pdf>

Datamanagementplan (z.d.). Website 3TU Datacentrum. Geraadpleegd op 23 mei 2014, via <http://datacentrum.3tu.nl/wat-wij-bieden/datamanagementplan/>

Eggink, J. (November 2013) *Publicatiebeleid Hanzehogeschool*. Versie 1.0

Have, S. ten, Have, W.D. ten, Huijsmans, A. & Eng, N. van der., (2013). *Veranderkracht : Succesvol doelen realiseren*. Amsterdam: Mediawerf.

HBO-raad (augustus 2009) Kwaliteit als opdracht. Geraadpleegd via http://www.vereniginghogescholen.nl/standpunten/doc_view/1013-kwaliteit-als-opdracht

HBO-raad (februari 2010) Naar een duurzaam onderzoeksklimaat. Ambities en succesfactoren voor het onderzoek aan hogescholen. Geraadpleegd via http://www.vereniginghogescholen.nl/standpunten/doc_view/1212-naar-een-duurzaam-onderzoeksklimaat-ambities-en-succesfactoren-voor-het-onderzoek-aan-hogescholen

Intranet Hanzehogeschool (z.d.) *Kennis delen en publiceren*. Geraadpleegd op 11 maart 2014, via <https://intranet.hanze.nl/organisatie/facilitairbedrijf/fbstudentenzaken/hanzemediatheek/hanzemediatheek/kennisdelen/Pages/Onderwijs.aspx>

Kamp, H.G.J. (17 maart 2014) Kamerstuk. *Ambitieuze Ondernemerschap: Een agenda voor startups en groeiers*. Tweede Kamer, vergaderjaar 2013–2014, 31 311, nr. 104. Geraadpleegd via:

http://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail.jsp?id=2014Z04843&did=2014D09575

Klein Koerkamp, S. (2 april 2014) *Digitale post-it wall op universiteit toont scripties van studenten*. Via numrush.nl, geraadpleegd van:

<http://numrush.nl/2014/04/02/digitale-post-it-wall-op-universiteit-toont-scripties-van-studenten/>

KNAW (23 juli 2013) Horizon 2020 biedt Nederlandse onderzoekswereld veel kansen.

Geraadpleegd via <https://www.knaw.nl/nl/actueel/nieuws/horizon2020-biedt-nederlandse-onderzoekswereld-veel-kansen>

Lyons, C. & Booth, H. A. (2011). An overview of open access in the fields of business and management. *Journal of Business & Finance Librarianship*, 16(2), 108-124.

Mackenzie Owen, J. (2003). E-publishing voor wetenschappers: Digitaal vastleggen, publiceren en distribueren van onderzoeksinformatie. *Handboek informatiewetenschap* (pp. 1-32). Alphen a/d Rijn: Kluwer.

Morgan, C., Campbell, B. & Teelen, T. (2012). The role of the academic journal publisher and open access publishing models. *INSP International Studies Perspectives*, 13(3), 228-234.

NWO (25 november 2013) Staatssecretaris Dekker: Snelle overstap naar Open Access. Geraadpleegd via <http://www.nwo.nl/actueel/nieuws/2013/staatssecretaris-dekker-snelle-overstap-naar-open-access.html>

Stam, C. (2004). *Productiviteit van de kenniswerker : Wegwijzer in kennismanagement*. Noordwijk: de Baak, Managementcentrum VNO-NCW.

Stam, C. e.a., (2004). *Kennisproductiviteit : Het effect van investeren in mensen, kennis en leren*. [Amsterdam etc.]: FT Prentice Hall.

SURF (Juni 2010). *Samen excelleren. SURF meerjarenplan 2011-2014*.

SURF (22 november 2013) SURF omarmt voornemen staatssecretaris Sander Dekker om haast te maken met open access. <http://www.surf.nl/nieuws/2013/11/surf-omarmt-voornemen-staatssecretaris-sander-dekker-om-haast-te-maken-met-open-access.html>

Verschuren, P. J. M., & Doorewaard, H. (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Den Haag: LEMMA.

Weggeman, M. (1997). *Kennismanagement: Inrichting en besturing van kennisintensieve organisaties*. Schiedam: Scriptum.

BIJLAGEN

BIJLAGE I – DOCUMENT GEGEVENSVERWERKING

Bijlage I vormt de fundering van mijn kwalitatieve onderzoek. Alle kwalitatieve resultaten zijn verkregen op basis van de informatie die zich in dit document bevindt. Allereerst wordt beschreven hoe de gegevens verkregen en verwerkt zijn. Hoofdstuk twee bevat een tabel met alle respondenten en hun achtergronden en hoofdstuk drie bevat de topiclijst, welke de basis vormt voor de interviews.

In de daaropvolgende hoofdstukken zijn de interviewschema's per doelgroep uitgewerkt, gevolgd door uitwerkingen van ieder interview. Deze interviews zijn verwerkt in tabellen en voorzien van labels. Ieder hoofdstuk wordt gevolgd door een hoofdstuk waarin de resultaten axiaal verwerkt zijn. Dit vormt gezamenlijk de basis voor hoofdstuk 12, waarin alle onderwerpen van de topiclijst uitgewerkt zijn. Per onderwerp zijn hier de resultaten van alle vier de doelgroepen gecombineerd.

Het complete document kan bekeken worden in het onderstaande bijgevoegde SD-kaartje of kan opgevraagd worden via: anoukwestendorp@gmail.com.

BIJLAGE 1 – GESPREK MET DINY IN 'T GROEN

- + Geen grote veranderingen op de planning bij de HBO Kennisbank, hoogstens meer gebruikersvriendelijkere UI
- + HBO Kennisbank communicatiekit
<https://wiki.surfnet.nl/display/hbokenniscommkit/Home>
- + Hogeschool Inholland heeft informatiepakket klaar en wil weblecture in Sharekit, nog niet openbaar. Fontys Hogescholen heeft al informatie beschikbaar, maar nog niet toegankelijk gemaakt.
- + Waarborging naamgeving: dropdown menu's. De hogeschool kan dit zelf invoeren, waarbij het dus zelf voor consistentie in naamgeving kan zorgen. De student hoeft vervolgens enkel de juiste benaming uit de lijst te kiezen.
- + Niemand kan toestemmingstatus nog muteren na de student, hierdoor kan de admin niet alsnog per ongeluk publiceren. Admin kan wel muteren naar lagere status, daardoor kan gewaarborgd worden dat er geen cijfers onder een zeven of acht gepubliceerd worden.
- + Cijfers worden wel ingevoerd, wordt alleen niet doorspeeld naar HBO Kennisbank. Er zit een filter tussen dat alle metadata die optioneel is, tegenhoudt. Op deze manier staan de cijfers (optioneel, keuze van opleiding) wel op Sharekit, maar nooit online.
- + Delen naar intranet is al mogelijk, via een widget. Hierbij echter het moeilijke dat scripties die vertrouwelijk zijn, ook niet op intranet mogen. Verder kan de widget niet zien of een scriptie niet openbaar mag vanwege vertrouwelijkheid of vanwege het cijfer, waardoor de opleiding het niet online wil. Er kan dus geen onderscheid gemaakt worden. Daardoor is momenteel de inhoud op intranet gelijk aan die van de HBO Kennisbank. Zou eventueel opgevangen kunnen worden met extra statussen, bijvoorbeeld niet vertrouwelijk en niet vertrouwelijk, maar enkel studenten.
- + Er komt misschien een functie waardoor bijvoorbeeld films, binnen sharekit, geupload kunnen worden op een tool zoals Kaltura, alvorens terug te keren naar Sharekit waar dan een verwijzing naar Kaltura staat.
- + Verder is het momenteel gewoon mogelijk om links naar Kaltura te plaatsen of om muziekstukken / films / games up te loaden. Enige probleem hierbij is dat het vaak bestandstypen zijn die niet door iedereen te openen zijn (bijvoorbeeld AutoCat), dit maakt het moeilijk i.v.m. de HBO Kennisbank.
- + Optie: studenten verplichten te uploaden in gestandaardiseerde bestandstypes, op die manier archieffunctie.
- + Deze archieffunctie wordt versterkt door de mogelijkheid van Sharekit toegang met SURF Conext. Hiermee kan de accreditatie commissie geautoriseerd inloggen. Er is hierbij terug te halen wie welke handeling heeft uitgevoerd binnen Sharekit.

BIJLAGE 2 – UPLOADFUNCTIONALITEIT SHAREKIT

UPLOADFUNCTIONALITEIT VOOR SCRIPTIES EN ANDERE STUDENTPRODUCTEN

DE STUDENT

- + Ontvangt in de eigen elektronische leeromgeving informatie over de uploadfunctionaliteit, publiceren op HBO Kennisbank etc. Bij deze informatie wordt de URL voor de uploadfunctionaliteit (URL van de repository van de *eigen hogeschool!*) vermeld;
- Deze informatie is momenteel nog niet beschikbaar -
- + Klikte de URL aan en logt in via SURFconext;
- SURFconext is een dienst waarmee met één inlog voor verschillende diensten kan worden ingelogd -
- + Komt rechtstreeks in een ‘studentinvoerscherm’ van Sharekit. Hij kan geen andere schermen gebruiken en niet zoeken. Hij kan alleen zijn eigen gegevens zien. Het invoerscherm is duidelijk en eenvoudig in te vullen:
 - Er zijn verplichte velden en niet-verplichte velden, volgens Edustandaard.
 - Er is een helpfunctie.
 - De student heeft keuze uit 3 publicatietypen: ‘*bachelorThesis*’, ‘*masterThesis*’ en ‘*anders*’.

Er is een verplicht veld ‘toestemmingstatus’ waarin de student op juridisch juiste wijze aangeeft:

- + Wat de status van de scriptie e.d. is:
 - Publiceren
 - Alleen intern toegankelijk voor medewerkers van de hogeschool
 - Alleen toegankelijk voor beoordelaars
- + Dat de medeauteurs akkoord zijn met de aangegeven status.
- + Een record kan alleen verzonden worden als de verplichte velden ingevuld zijn en er een bestand geüpload is.
- + Er komen geen voorzieningen voor het opslaan van gedeeltelijk ingevoerde schermen. Ook zal het voor de student niet mogelijk zijn om later nog verbeteringen in het record aan te brengen.

DE ADMIN BINNEN SHAREKIT

Admin Sharekit muteert – na selectie op status ‘in behandeling’ en ‘department’ - het eigenaarschap naar de departmentbeheerder.

Hiervoor is een juiste schrijfwijze in het veld department van wezenlijk belang!

DE DEPARTMENTBEHEERDER

- + De departmentbeheerder controleert de metadata van de uploadrecords van het eigen department;
 - Hij kan hierbij zoeken op studentnaam, titel etc.
 - Hij kan eenvoudig de gekoppelde bestanden controleren via 'preview huidige versie'
 - Hij kan de metadata zo nodig aanpassen. Dit met uitzondering van het veld 'toestemmingsstatus'.
- + De departmentbeheerder muteert de status van het record naar:
 - Publiceren
 - Alleen intern toegankelijk voor medewerkers van de hogeschool
 - Alleen toegankelijk voor beoordelaars
- + Deze status moet gelijk of lager zijn (minder publiceermogelijkheden bieden) dan de toestemmingstatus die de student reeds ingevuld heeft.
- + De departmentbeheerder kan onjuist ingevulde records (laten) verwijderen.

BIJLAGE 3 – BEKENDHEID VAN DE HBO KENNISBANK

BEKENDHEID HBO KENNISBANK

Bekend HBO Kennisbank	Niet bekend HBO Kennisbank
11	5
(101.1) (104.1) (105.1) (106.1) (107.1) (201.1) (205.2) (206.1) (207.1) (208.1) (209.1)	(102.1) (103.1) (202.1) (203.1) (204.1)

Eerste ordening	Tweede ordening
Database met afstudeerscripties, artikelen, journals en e-books (101.2)	Verkeerde informatie (101.2)
Voorbeelden andere studenten inzien (201.1)	Als voorbeeld (104.2) (106.1) (201.1) (205.2)
Tip HBO Kennisbank om scripties in te zien als hulp (205.2)	
Onderzoeken van anderen bekeken (104.2)	
Gebruikt tijdens onderzoek (106.1)	
Tijdens een les informatie over HBO Kennisbank (207.1)	Via Hanze geïnformeerd (101.2) (207.1)
Via een workshop (101.2)	
Dat er informatie op staat (107.3)	Opslagplaats met informatie (107.3) (105.2)
Opslagplaats om verslagen te raadplegen (105.2)	

BEKENDHEID MOGELIJKHEID PUBLICEREN

Bekend mogelijkheid publiceren	Niet bekend mogelijkheid publiceren
7	9
(103.2) (104.4) (105.3) (106.2) (201.1) (206.2) (208.2)	(101.4) (102.2) (107.4) (202.2) (203.2) (204.3) (205.1) (207.2) (209.2)

Eerste ordening	Tweede ordening
Via begeleider (201.2)	
Op de hoogte dankzij stagedocent (206.2)	Via Hanze geïnformeerd (106.2) (201.2) (206.2) (208.2)
Bekend via docent (208.2)	
Gehoord via docenten en SLB'er (106.2)	
Tip voor projecten (106.2)	

Dacht alleen te delen met studiegenoten binnen HG (206.3)	Verkeerde informatie (105.4) (206.3)
Dacht dat het verplicht was (105.4)	
Niet helemaal bekend mee, scriptie wel online (205.1)	Niet via Hanze geïnformeerd (103.3) (104.5) (205.1) (204.3) (209.2)
Vanuit school niet (204.3)	
Wist vaag dat je zelf scriptie kon publiceren, niet vanuit opleiding gecommuniceerd (209.2)	
Via via gehoord over optie publiceren (103.3)	
Nooit echt informatie gehad (104.5)	
Kreeg alleen te horen dat scriptie op HBO Kennisbank gezet zou worden (208.3)	Deels geïnformeerd (206.3) (207.3) (208.3)
Bekend dat het een 7 of hoger moest zijn (206.3)	
Scripties in het magazijn, niet online (207.3)	

Toestemmingsformulier ingevuld	Niets in hoeven vullen
2	2
(204.5) (205.6)	(201.5) (208.6)

Scriptie vertrouwelijk	Scriptie niet vertrouwelijk
1	2
(204.5)	(205.1) (206.6)

Daadwerkelijk gepubliceerd	Niet gepubliceerd
1	2
(205.1)	(204.5) (206.6) (208.7)

BIJLAGE 4 – PROMOTIEMATERIAAL





www.hbo-kennisbank.nl

De Nederlandse toegangspoort tot:

- artikelen van lectoren en docenten
- scripties
- onderzoeksrapporten

EEN KAPITAAL AAN KENNIS

WAARDEER EN RECENSEER

Ca. 20.000 kennisproducten van hogescholen

Gemiddeld 40.000 bezoekers per maand

Inspiratie en (vak)kennis voor

- lectoren
- docenten
- studenten
- bedrijfsleven
- professionals
- maatschappij

Het meeste materiaal is **Open Access**: open toegankelijk op internet



www.hbo-kennisbank.nl

Sla een slaatje uit je scriptie!

Altijd gedacht dat het schrijven van een scriptie vooral nuttig is voor je **schoolcarrière**? Dan ben je niet helemaal up to date! Je scriptie is je beste concurrentietool op een arbeidsmarkt vol slimmeriken. Je moet 'em alleen wel even verstandig inzetten.

Waar hebben we het over?

Je scriptie is een kennisdocument dat aan jouw brein is ontsproten. Jij hebt er onderzoek voor gedaan, de boel geanalyseerd, interessante conclusies getrokken, en er ook nog eens een goed verhaal van gemaakt. Met je scriptie laat je zien waar je toe in staat bent. Logisch dus dat je scriptie (of afstudeeropdracht) een belangrijke link is naar een mooie plek op de arbeidsmarkt.



Hoezo link?

Je hebt vast een weloverwogen portfolio, een interessante Hyvespagina, een mooi profiel op Facebook en misschien zelfs een professioneel LinkedIn-account. Je twittert er bovendien lustig op los om een beetje aandacht te krijgen voor jouw gevatte kijk op de wereld. Dat **potentiële werkgevers** dit soort bronnen ook raadplegen, hoeven we je hopelijk niet uit te leggen. Zou het dan niet mooi zijn als ze al surfend ook op jouw scriptie stuiten?

"We zouden graag in contact komen met de auteur van deze scriptie. We willen het gebruiken voor een reader van een postdoctorale opleiding. Kunt u mij vanwege het auteursrecht de contactgegevens van de auteur bezorgen?"

Hoe?

Door slim te zijn en je scriptie op de HBO-Kennisbank te zetten. De kwaliteit is gewaarborgd door de 18 onderwijsinstellingen die er aan meedoen. De Haagse Hogeschool is er een van. Maak dus handig gebruik van onze bijzondere positie en haal het maximale rendement uit je geesteskind. Via de HBO-Kennisbank kan de hele wereld kennis nemen van jouw scriptie. Dus ook je potentiële werkgevers!

"Aanleiding voor deze mail is de overeenkomst die ik ga sluiten met een bekende uitgever. Ze zijn zeer geïnteresseerd in mijn scriptie en willen die in boekvorm uitgeven!"

Niet overtuigd?

Denk aan het euforische gevoel dat je krijgt als jouw scriptie ontdekt wordt door derden. De auteursrechten liggen tenslotte bij jou. En hoe klinkt: 'kijk maar op de HBO-Kennisbank' in plaats van 'zal ik 'em even mailen'? Daarnaast is een **actueel** scriptie-aanbod op de HBO-Kennisbank erg prettig voor de studenten die na jou komen. Zo zorg je dus meteen voor een mooie nalatenschap.

Doen dus!

De procedure is eenvoudig: aanmeldingsformulier opzoeken op de HHs-site, gegevens invullen, scriptie toevoegen en op 'versturen' klikken. Als je stage-instelling of opdrachtgever akkoord is, en je scriptie aan de voorwaarden van de opleiding voldoet, zorgt de bibliotheek voor de plaatsing op de HBO-Kennisbank. Makkelijk toch?

Nóg niet overtuigd?

Hou je scriptie voor jezelf, leg 'em in



een la waar die stof kan verzamelen en wees er zuinig op! Je concurrenten zullen je **dankbaar** zijn.

Aanmelding en plaatsing

Ga naar een van de plekken op de HHs-portal (bv. de startpagina van de studentenportal onder 'Andere applicaties'), vul het aanmeldingsformulier in en voeg je scriptie toe. Vergeet niet je toestemming te geven voor het plaatsen van je scriptie op de HBO-Kennisbank en klik op 'versturen'. De **aanmelding** wordt, samen met je scriptie, verstuurd naar de mailbox van je opleiding (of van de bibliotheek, afhankelijk van de voorkeur van je opleiding; check dit even bij je stagebegeleider). De opleiding archiveert vervolgens je scriptie en zorgt er - als is voldaan aan alle voorwaarden - via de bibliotheek voor dat je scriptie op de HBO-Kennisbank wordt geplaatst.

Belangrijk weetje!

De HBO-Kennisbank heeft nu uitgebreide mogelijkheden voor contactgegevens. Je kunt bijvoorbeeld de link naar je eigen website of je LinkedIn-pagina er meteen bij zetten.

BIJLAGE 5 – FORMULIEREN BIJ HET HUIDIGE PROCES

HET METADATA FORMULIER

HanzeMediatheek

Facilitair Bedrijf

 **Hanzehogeschool
Groningen**
University of Applied Sciences

Metadata-formulier

Voor invoer scriptie in HG repository

Het ingevulde formulier als apart pdf bestand bij de scriptie aanleveren.

Titel

Auteur(s)

Begeleider(s)

School

Opleiding/lectoraat

Datum afstuderen of publicatie

Niveau

Trefwoorden

Samenvatting (max. 250 woorden)

Mag deze scriptie gepubliceerd? ☒ Ja ☐ Nee

Is deze scriptie vertrouwelijk? ☐ Ja ☒ Nee

Pas publiceren na (datum)

Opmerkingen

Niet publiceren + vertrouwelijk =
bewaren in repository, alleen toegankelijk
voor beheerders HanzeMediatheek, niet
zichtbaar binnen of buiten HG.

Niet publiceren + niet vertrouwelijk =
bewaren in repository, alleen toegankelijk
voor beheerders HanzeMediatheek, tevens
zichtbaar voor aangewezen personen
binnen scholen en kenniscentra.

Publiceren + niet vertrouwelijk =
Open Access toegang voor iedereen via
HBO Kennisbank.

HET TOESTEMMINGSFORMULIER

HanzeMediatheek

Facilitair Bedrijf



Toestemmingformulier afstudeerscriptie¹

Voor opname en beschikbaarstelling in een digitale kennisbank

Onderstaande personen geven met dit formulier wel of geen toestemming aan de Hanze Hogeschool Groningen om de afstudeeropdracht digitaal toegankelijk te maken voor derden via de HBO kennisbank zoals omschreven in de toelichting bij dit formulier.

Door opname en beschikbaarstelling in de digitale kennisbank wordt het auteursrecht niet overgedragen.

Naam student	
Studentnummer	
Email adres	
Naam Instituut	
Opleiding	
Afstudeerrichting	☐ Bachelor ☐ Master ☐ anders naamelijk:
Naam begeleider	
Instelling / Bedrijf	
Adres	
Naam begeleider	
Titel	
Toestemming	☐ Ja ☐ Nee

Dit formulier moet bij de opleiding worden ingeleverd, gelijk met een digitale versie van de scriptie. Hierbij moet aan de volgende voorwaarden zijn voldaan:

- De afstudeeropdracht betreft één PDF-bestand, incl. bijlagen.
Uitzondering: formaten die niet naar een PDF kunnen worden overgezet.
- De afstudeeropdracht bevat:
 - Naam en studentnummer
 - Datum van afstuderen
 - Opleiding
 - Trefwoorden (minimaal 3) die de afstudeeropdracht karakteriseren
 - Titel

Handtekening student



Plaats Datum

Handtekening opdrachtgever



Plaats Datum

¹ Of vergelijkbaar afstudeerproduct als bachelorthesis of multimedialproduct.

UPLOAD MOGELIJKHEID INTRANET

Scripties uploaden - Nieuw item

BEWERKEN			
			
Optilaan	Annuleren	Plakken	Kopiëren
			
Doorvoeren		Klembord	Acties
			
		Beitand bijvoegen	Spelling +
			Spelling

Home > Organisatie > Facilitair Bedrijf > FB-Studentenzaken > HanzeMediatheek > HanzeMediatheek > Kennis delen en publiceren

Title *	
Auteur(s)	
Begeleider(s)	
School *	
Opleiding/lectorat	
Datum afstuderen of publicatie	
Vetrouwelijk?	☐
Publiceren	☒
Embargo tot	
Trefwoorden/tags	
Opmerkingen	
Niveau	Bachelor
Samenvatting	

BIJLAGE 6 – VERDELING VAN SCRIPTIES IN SHAREKIT BINNEN DE HANZEHOGESCHOOL

+	<i>Instituut voor Communicatie, Media & IT</i>	(617)
	• Communicatiesystemen (309) • Communicatie (293) • Informatiedienstverlening & -management (48) • International Communication (7)	
+	<i>Academie voor Gezondheidsstudies</i>	(152)
	• Voeding & diëtetiek (80) • Medisch Beeldvormende en Radiotherapeutische Technieken (33) • Fysiotherapie (19) • Logopedie (19)	
+	<i>Academie voor Verpleegkunde</i>	(61)
+	<i>Instituut voor Engineering</i>	(122)
	• Werktuigbouwkunde (44) • Elektrotechniek (35) • Human Technology (16) • Technische Bedrijfskunde (12)	
+	<i>Academie voor Architectuur, Bouwkunde & Civiele Techniek</i>	(45)
	• Civiele techniek (4)	
+	<i>Instituut voor Life Science & Technology</i>	(33)
	• Biologie en Medisch Laboratoriumonderzoek (27) • Chemie (4) • Bio-informatieca (1) • Chemische Technologie (1)	
+	<i>Instituut voor Rechtenstudies</i>	(37)
	• Sociaal Juridische Dienstverlening (20) • HBO-rechten (17)	
+	<i>Academie voor Sociale Studies</i>	(15)
	• Maatschappelijk Werk en Dienstverlening (7) • Sociaal Pedagogische Dienstverlening (6) • Toegepaste psychologie (1)	
+	<i>Instituut voor Bedrijfskunde</i>	(21)
	• Vastgoed & Makelaardij (9) • Personeel en Arbeid (6) • Management, Economie & Recht (3) • Personeelsmanagement (3)	
+	<i>Instituut voor Facility Management</i>	(5)
+	<i>Academie Minerva</i>	(4)
	• Vormgeving (2) • Autonome Beeldende Kunst (2)	

- + *Instituut voor Sportstudies* (1)
- + *Hanze Institute of Technology* (5)
- + *Prins Claus Conservatorium* (2)
 - Docent Muziek (2)

BIJLAGE 7 – TOPICLIJST

Op basis van de literatuur en het vooronderzoek zijn onderwerpen vastgesteld om te behandelen in de interviews. Dit is verdeeld over vragen die betrekking hebben op verdieping van het vooronderzoek en vragen die betrekking hebben op het inventariseren van de meningen, bereidheid en behoeften van de betrokken partijen.

VOORONDERZOEK

- + Bekendheid van de HBO Kennisbank onder studenten
- + Bekendheid van de mogelijkheid tot publiceren onder studenten
- + Het geven van trainingen door de HanzeMediatheek
- + Het huidige proces binnen opleidingen met betrekking tot scripties

KWALITATIEF ONDERZOEK

Meningen

- + Het openbaar maken van kennisproducten door studenten
- + Plagiaat na publicatie
- + Etalagefunctie van de HBO Kennisbank
- + Intern delen van kennisproducten binnen de Hanzehogeschool
- + Het huidige proces
- + Nieuwe workflow
- + Gebruik van een beslisboom
- + De rol van de HanzeMediatheek

Bereidheid

- + Het delen van de scriptie
- + Het anonimiseren van de scriptie
- + Het toevoegen van een e-mailadres aan de scriptie
- + Het invullen van formulieren

Behoeften

- + Informatie over het openbaar maken van kennisproducten door studenten
- + Trainingen met betrekking tot informatievaardigheden en schrijfvaardigheid
- + Advies aan de Hanzehogeschool namens studenten

BIJLAGE 8 – METHODE VAN GEGEVENSVERWERKING

Door het houden van interviews is een grote hoeveelheid informatie verzameld. Om dit te verwerken heb ik gebruik gemaakt van coderen. Door tekstfragmenten te coderen, wordt het makkelijker om uit de grote hoeveelheid tekstmateriaal relevante fragmenten te kiezen en uiteen te rafelen. Door tekstfragmenten met dezelfde of vergelijkbare codes te combineren, kan de tekst vervolgens geïnterpreteerd worden.

Binnen de kwalitatieve inhoudsanalyse bestaan er twee vormen, de inductieve en deductieve benadering. Bij de deductieve benadering is de analyse theoriegestuurd, de onderzoeker laat zich leiden door theoretische verwachtingen die voorafgaand aan de dataverzameling zijn vastgesteld. Bij de inductieve benadering daarentegen, worden theoretische uitspraken afgeleid uit het empirische materiaal. Deze vorm van analyse is gebaseerd op de Grounded Theory-benadering (Bleijenbergh, 2013).

Ik heb gebruik gemaakt van inductief coderen. Bij deze vorm van analyseren, is het belangrijk om dicht bij het empirische materiaal te blijven. De basis van de codes wordt gevormd door de begrippen die de respondenten zelf noemen. Deze codes worden vervolgens steeds abstracter gemaakt, om daarmee de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden. Deze stappen van abstraheren zijn open coderen, axiaal coderen en selectief coderen. Het is echter niet mijn bedoeling theorie te vormen, ik doe geen Grounded Theory onderzoek, er is daarom enkel gebruik gemaakt van open en axiaal coderen.

Voordat begonnen kan worden aan het coderen, moet er eerst geordend worden. Tekstfragmenten worden ingedeeld op stukken tekst die bij elkaar passen, ingekaderd en genummerd. De interviewvragen en –antwoorden zijn hiervoor in een tabel geplaatst. Vervolgens heeft ieder antwoord een nummer gekregen, waarbij ook duidelijk is bij welke respondent een bepaald fragment hoort. Deze tabel opgesplitst in ja/nee-antwoorden en uitgebreide tekstfragmenten. De ja/nee-antwoorden konden op deze wijze kwantitatief verwerkt worden, door te tellen hoeveel respondenten ergens ja of nee op hebben geantwoord.

Vervolgens is gestart met de datareductie door de tekstfragmenten te labelen, dit is de fase van *open coderen*. Hierbij is zo min mogelijk afgeweken van de begrippen die de respondenten zelf noemen in de antwoorden (Baarda, 2009). Sommige fragmenten zijn niet te vatten in een label en zijn daarom leeg gelaten. Dit komt bijvoorbeeld omdat het een heel kort antwoord is of doordat het een onderwerp is dat niet direct op een bepaald gespreksonderwerp betreft.

	Denk je dat deze mogelijkheid om je scriptie te delen een meerwaarde biedt voor studenten?	
201.4	<i>"Ja dat denk ik wel. Het geeft je een stukje zichtbaarheid. Daarnaast wordt voor andere studenten inzichtelijk gemaakt hoe scripties zijn opgebouwd en het kan zo een bron van info zijn."</i>	- Zichtbaarheid - Bron info voor andere studenten

Figuur 1: Voorbeeld open coderen

In de tweede fase worden de labels in categorieën ondergebracht, het **axiaal coderen**. Hierbij zijn alle relevante labels ondergebracht in onderwerpen, gebaseerd op de interviewvraag, en vervolgens gesorteerd op het type antwoord.

De gewenste informatie over publiceren

Eerste ordening	Tweede ordening
De voorwaarden voor publicatie (203.4)	
Procedures omtrent publiceren (210.8)	Procedures en voorwaarden (203.4) (210.8) (211.5)
Hoe het in z'n werk gaat (211.5)	
Het auteursrecht (203.4)	Privacy en vertrouwelijkheid (203.4) (202.4) (211.5)
De zichtbaarheid van je naam (203.4)	
Beleid met privacy (203.4)	
Wie toegang heeft (211.5)	
In hoeverre vertrouwelijke gegevens geanonimiseerd worden (202.4)	
Voordelen student en voordeel zoekenden op kennisbank (211.5)	Voordelen (211.5)
De optie dat online zetten er was (206.9)	
Vooraf zeggen, dan erop ingesteld (209.6)	Vooraf communiceren (206.9) (209.6)



Figuur 2: Voorbeeld axiaal coderen

Zoals in figuur 2 te zien is, betreft dit een ordening rondom het onderwerp 'gewenste informatie over publiceren'. Alle labels van antwoorden die betrekking hadden op een interviewtopic waarbij gevraagd werd naar de mening van de respondent over informatie die ze hadden willen ontvangen, zijn verwerkt in deze tabel. Vervolgens zijn deze ondergebracht in categorieën. Per categorie staat er omschreven welke antwoordnummers hieronder vallen, zodat dit teruggezocht kan worden in de oorspronkelijke tekstfragmenten. De gevormde categorieën zijn vervolgens gevisualiseerd in een boomdiagram.

De volledige uitwerking van alle interviews kan bekeken worden in het bijgevoegde SD-kaartje of kan opgevraagd worden via: anoukwestendorp@gmail.com.

BIJLAGE 9 – RESULTATEN EMPIRISCH ONDERZOEK RESPONDENTENGROEP

Respondent nummer	Studie	jaar	jaar afstuderen	instituut	functie
101	IBM	4		SIBS	
102	Toegepaste Psychologie	3		SASS	
103	Toegepaste Psychologie	4		SASS	
104	Commerciële Economie	2		SIMM	
105	Accountancy	4		SIFE	
106	Bedrijfskunde	2		SIBK	
107	Communicatie	4		SCMI	
201	Communicatiesystemen		2011	SCMI	
202	Business IT & Management		2013	SCMI	
203	Communicatie		2011	SCMI	
204	Bedrijfseconomie		2013	SIFE	
205	Communicatiesystemen		2012	SCMI	
206	IDM		2013	SCMI	
207	Minerva		2011	SACM	
208	Engineering		2013	SIOE	
209	Small Business & Retail management		2013	SIMM	
301					Medewerker HanzeMediatheek
302					Medewerker HanzeMediatheek
303				SIFE/SIBK	Mediathecaris
304					Senior mediathecaris
305					Senior mediathecaris
306				SAVK	Mediathecaris
307				SASS	Mediathecaris
401				SCMI	
402				SASS	
403				SIBK	

ONDERWERPEN

Meningen

- + Het openbaar maken van kennisproducten door studenten
- + Plagiaat na publicatie
- + Etalagefunctie van de HBO Kennisbank
- + Het huidige proces
- + Nieuwe workflow
- + Gebruik van een beslisboom
- + De rol van de HanzeMediatheek

Bereidheid

- + Het delen van de scriptie
- + Het anonimiseren van de scriptie
- + Het toevoegen van een e-mailadres aan de scriptie
- + Het invullen van formulieren

Behoeften

- + Informatie over het openbaar maken van kennisproducten door studenten
- + Trainingen met betrekking tot informatievaardigheden en schrijfvaardigheid
- + Advies aan de Hanzehogeschool namens studenten

1. HET OPENBAAR MAKEN VAN KENNISPRODUCTEN DOOR STUDENTEN

Meerwaarde voor studenten	Geen meerwaarde voor studenten
5	1
(106.6) (203.7) (206.5) (208.5) (209.8)	(202.8)

Eerste ordening	Tweede ordening
Zichtbaarheid (201.4)	Etalagefunctie voor studenten (102.9)(201.4) (203.7) (209.8) (303.5) (305.1)
Bekendheid genereren (203.7)	
Bedrijven kunnen scriptie bekijken (203.7)	
Bedrijven kunnen op die manier studenten werven (209.8)	
Mooi meegenomen als een toekomstige werknemer het ziet (102.9)	
Meerwaarde op een sollicitatiegesprek (303.5)	
Voor student presenteren naar buitenwereld (305.1)	

Bron van informatie voor andere studenten (201.4)	Voorbeeld (101.6) (102.9) (106.6) (106.14) (107.8) (201.4) (207.10) (208.4) (204.10) (206.5)
Kunnen afkijken (207.10)	
Graag voorbeeld, (techniek)studenten zijn weinig 'talig' (208.4)	
Idee op doen hoe je zelf zou willen doen (204.10)	
Ervaring van andere studenten meenemen (204.10)	
Afkijken om de vorm van het rapport (206.5)	
Levert aanzienlijke bijdrage voor studenten die onderzoek doen naar soortgelijk onderwerp (106.6)	
Studenten/docenten kunnen gebruik maken van eerder verrichte onderzoeken (106.14)	
Kan anderen verrijken (102.9)	
Zelf fijn om stukken in te zien (107.8)	
Goed voorbeeld (101.6)	
Waardevolle en valide bron (106.6)	
Hanze iets teruggeven (107.8)	Hanze iets teruggeven (107.8)
Andere studenten verder gaan op aanbeveling eerder onderzoek (204.10)	Input nieuw onderzoek (204.10) (206.5) (304.8)
Kennis uit eerder onderzoek kan als input voor huidig onderzoek dienen (206.5)	
Dat studenten verder kunnen gaan op wat al gepubliceerd is (304.8)	
Door scripties te kunnen downloaden, lezen wanneer het uitkomt (207.4)	Scripties lezen wanneer het uitkomt door downloaden (207.4)
Informatie is alleen iets waard als ingezien kan worden (302.11)	Kennisdeling (302.11) (302.8) (306.8)
Studenten moeten erbij kunnen komen (306.4)	
Informatie is geen informatie als niet beschikbaar is (302.8)	
Stukje publiciteit als Hanze (303.5)	Etalage Hanzehogeschool (303.5) (305.1)
Als hogeschool laten zien dit hebben we gedaan (305.1)	
Beter voor hogeschool als je alle scripties erop zet (301.11)	Niet alleen hoge cijfers (301.6) (301.11) (305.3)
Zes ook kennisbank, diploma mee behaald (301.6)	

Jammer dat zulke hoge cijfers moeten zijn (305.3)	
Door zeven of hoger kwalitatief betere scripties gepubliceerd (401.4)	Wel alleen hoge cijfers (401.4)
Kwaliteit inhoudelijk verhogen (301.11)	Kwaliteit verhogen (301.11) (303.6)
Studenten bewust maken, mooie producten (303.6)	
School meer betrekken, aan bedrijven aangeven waarom ze publiceren belangrijk vinden (305.5)	Werken aan beperking op vertrouwelijkheid (304.7) (305.5)
Twee jaar geheim, daarna open access (304.7)	



2. PLAGIAAT NA PUBLICATIE

Bang voor plagiaat	Niet bang voor plagiaat
1	1
(102.10)	(107.9)

Eerste ordening	Tweede ordening
Gaat wel vrij makkelijk (102.10)	Gaat makkelijk (102.10)
Plagiaatscanners (107.9)	Plagiaatscanners (107.9)
Maakt me niet veel uit (104.9)	Niet erg (101.9) (104.9)
Mensen kunnen wel jatten, maar leren ze niets van (101.6)	

3. ETALAGEFUNCTIE VAN DE HBO KENNISBANK

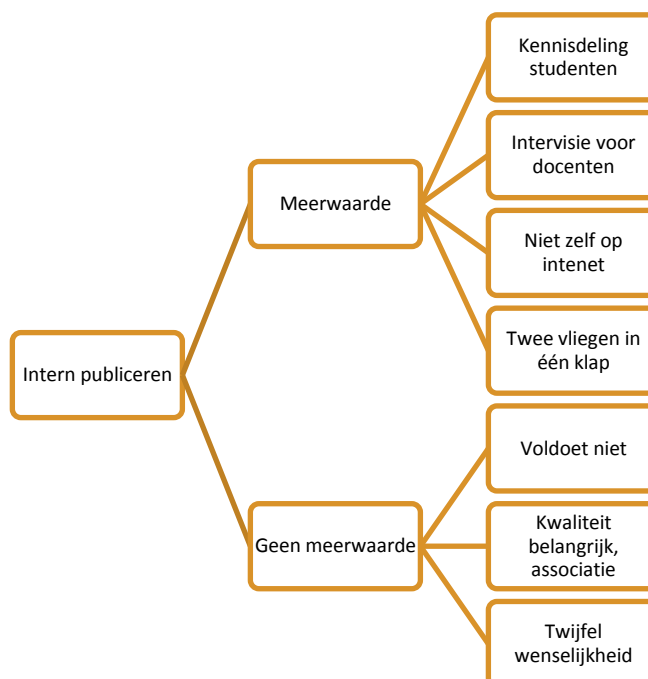
Positief over etalagefunctie	Twijfelachtig over etalagefunctie
3	1
(103.8) (107.11) (205.7)	(204.8)

Eerste ordening	Tweede ordening
Voorzichtiger, niet tevreden over het resultaat (204.8)	Kwaliteit nog belangrijker (101.8) (107.11) (204.8)
Alleen als minimaal acht is, werk op goed niveau (101.8)	
Misschien meer werk voor doen (107.11)	
Mooi meegenomen (205.8)	Positieve functie (103.8) (105.11) (107.11) (205.8)
Goed dat bedrijven mij kunnen vinden (107.11)	
Mooie scriptie staat mooi bij sollicitatie (103.8)	
Goede aanvulling op CV (105.11)	
Als je het er maar weer af kan halen (105.11)	Weer af kunnen halen (105.11)

4. INTERN DELEN VAN KENNISPRODUCTEN BINNEN DE HANZEHOGESCHOOL

Eerste ordening	Tweede ordening
Alleen zeven of hoger (101.12)	Kwaliteit belangrijk, associatie (101.12)
Je naam erbij onthouden (101.12)	
Zelf niet ermee te vinden op het internet (104.13)	Niet zelf op internet (104.13)
Cijfer zou vermeld moeten worden voor	Cijfer vermelden (104.13)

beoordeling (104.13)	
Vertrouwelijke info ook niet verspreid onder leerlingen/docenten Hanze (106.13)	Voldoet niet (106.13) (107.16)
Voldoet niet aan doel (107.16)	
Kan ook van belang zijn voor studenten van andere hogescholen (107.16)	
Twee vliegen in één klap (301.7)	Twee vliegen in één klap (301.7) (302.9)
School of opleiding op eigen intranet iets (302.9)	
Zie geen meerwaarde (302.9)	Geen meerwaarde (302.9)
Strikte beveiliging, anders alsnog bedrijfsgegevens op straat (304.5)	Strikte beveiliging (304.5)
Kennisdelen voor studenten (402.3)	Kennisdeling studenten (104.3) (402.3)
Studenten kunnen ook iets hebben aan een minder goede scriptie (104.13)	
Intervisie voor docenten (402.3)	Intervisie voor docenten (402.3)
Tussen instituten andere formulering van de opdracht, is delen dan wenselijk (402.4)	Twijfel wenselijkheid (402.4)



5. HET HUIDIGE PROCES

Eerste ordening	Tweede ordening
Werk om het werk (301.1)	Veel werk (301.1) (401.1)
Veel werk, dubbel invoeren (401.1)	
Komt weinig los van bepaalde opleidingen (301.2)	Wordt niet aangeleverd door opleidingen (301.2) (303.1) (304.3) (306.3) (305.5)
Veel scripties met vertrouwelijke gegevens (303.1)	
Vertrouwelijke bedrijfsgegevens (304.3)	
Van veel partijen afhankelijk (306.3)	
Je moet ze toegeleverd krijgen, is probleem (306.3)	
Crux ligt voor opleidingen bij auteursrecht en plagiaat (305.5)	
Probleem dat eindproduct niet altijd PDF is (305.4)	Niet toereikend genoeg (305.4)

6. NIEUWE WORKFLOW

Eerste ordening	Tweede ordening
Hulpmiddel anderen, dus niet veel moeite (101.11)	Student niet te veel inspanning (101.11) (103.9) (402.5)
Moeten mij benaderen (103.9)	
Bij extra handeling, kans groot dat studenten het niet doen (402.5)	
Moet genoeg informatie over komen (103.9)	Informatie voorzien (103.9)
Kwaliteit waarborg door minimum cijfer (104.12)	Eens met minimum cijfer (104.12) (105.8)
Terecht zeven of hoger (105.8)	
Hulp m.b.t. afdragen verantwoordelijkheid (106.9)	Hulp bieden m.b.t. afdragen verantwoordelijkheid (106.9)
Opleidingen niet genegen student vrije hand te geven, geen grip (304.4)	Opleidingen niet genegen student vrije hand te geven, geen grip (304.4)
Slogan share your talent, dan ook alles delen (305.6)	Alles gaan delen (305.6)
Zou fijn dat sneller gaat, stagneert nu (306.6)	Graag sneller (306.6)
Alles op één plek bewaard (305.2)	Archief functie (305.2)

Bewijsje student na uploaden (401.5)	Graag bewijs na uploaden (401.5)
Zou best kunnen werken, voor kennisdeling met name (403.9)	Goed voor kennisdeling (403.9)
Vind eigenlijk wel dat dit er moet zijn (403.10)	Moet er zijn (403.10)



7. GEBRUIK VAN EEN BESLISBOOM

Beslisboom duidelijk	Beslisboom niet duidelijk
5	0
(102.15) (103.12) (104.16) (106.12) (107.15)	

Eerste ordening	Tweede ordening
Waarom in repository als intern niet gedeeld mag worden (101.16)	Onduidelijkheden (101.16) (102.15) (103.12) (104.16)
Betekenis embargoperiode (102.15)	
Inhoud embargo (103.12)	
Embargo periode (104.16)	

**Geldt voor toestemming opdrachtgever,
student anders (301.6)**

Geldt voor opdrachtgever, niet student (301.6)

8. DE ROL VAN DE HANZEMEDIATHEEK

Eerste ordening	Tweede ordening
Mediatheekpersoneel meer zicht op metadata en trefwoorden, door student allerlei trefwoorden (301.9)	Kunde in metadata en trefwoorden (301.9) (302.4)
Bepaalde mate standaardisering nodig in metadata en trefwoorden (302.4)	
Training verantwoordelijkheid opleiding (304.9)	Training verantwoordelijkheid opleiding (304.9) (305.7)
Een rol voor mediatheek in trainingen, verantwoordelijkheid bij opleiding (305.7)	
Grote rol mediatheek informatievaardigheden (301.10)	Rol in informatievaardigheden (301.10) (305.7) (305.8)
Producten ontwikkelen die door schools worden afgenomen (305.7)	
Meer doen met kwaliteitscontrole (305.7)	
Uitleg over Refworks hoger nemen (305.8)	
Hulp bij analyseren van artikelen (305.8)	

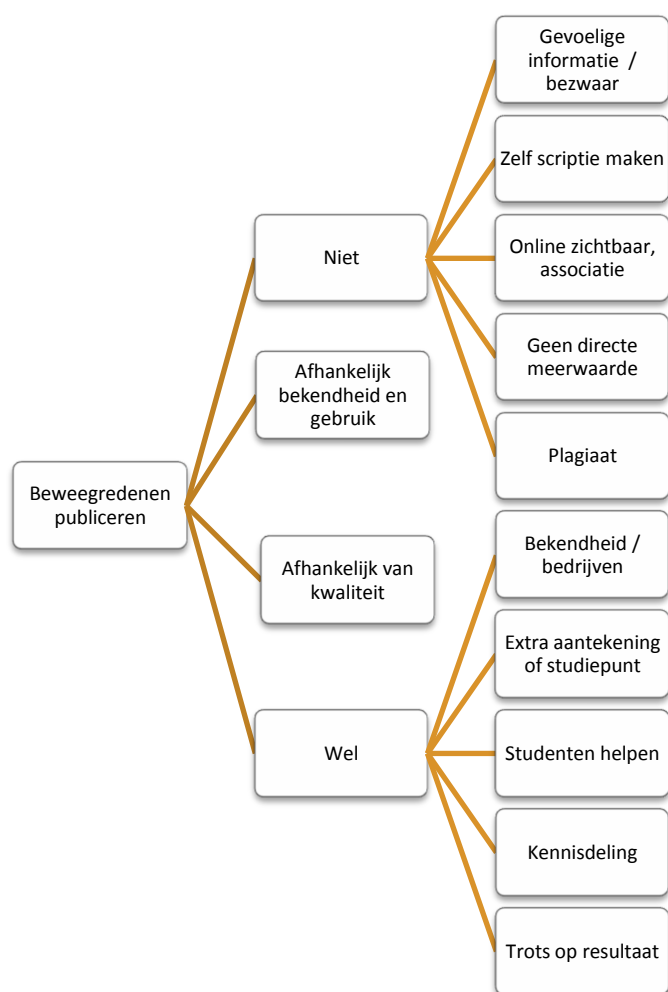
9. HET DELEN VAN DE SCRIPTIE

Bereid te publiceren	Niet bereid te publiceren
7	0
(102.8) (103.6) (105.6) (107.7) (203.3) (204.6) (206.6)	

Eerste ordening	Tweede ordening
Gevoelige informatie (201.6)	Gevoelige informatie / bezwaar (101.6) (103.6) (201.6) (209.4)
Niet delen bij bezwaar opdrachtgever (209.4)	
Niet confidential (101.6)	
Eerst overleggen (103.6)	
Zelf je scriptie maken (202.8)	Zelf scriptie maken (202.8)
Voorbeelden zijn mogelijk beperking vindingrijkheid (202.8)	
Nadeel zichtbaar online (203.3)	Online zichtbaar, associatie scriptie (104.7) (203.3) (207.5) (207.8)

Eng, naam verbinden (203.3)	
Naam staat erbij (207.5)	
Zelf scriptie delen is eng (207.5)	
Mensen die meegewerkt hebben zien scriptie dan ook, kan verkeerd opgevat of veranderd zijn (207.8)	
Iedereen ziet naam erbij (104.7)	
Alleen als je echt tevreden bent (207.5)	Afhankelijk van kwaliteit (101.6) (104.7) (207.5) (208.9)
Afhankelijk van cijfer, de trots op scriptie (208.9)	
Als zesje is, laat maar zitten (101.6)	
Zelf goed en bevestiging bedrijf en begeleider (104.7)	
Een interessant onderzoek (103.7)	Trots op resultaat (103.7) (104.8)
Lang gewerkt aan verslag, trots (104.8)	
Afhankelijk van bekendheid en gebruik website (202.5)	Afhankelijk bekendheid en gebruik (202.5)
Zelf niet veel aan hebben (204.7)	Geen directe meerwaarde (105.7) (204.7) (202.3) (205.7)
Niet direct meerwaarde (202.3)	
Verder geen meerwaarde (205.7)	
Zelf verder geen voordeel (105.7)	
Bekendheid genereren (203.3)	Bekendheid/bedrijven (203.3) (209.4)
Wanneer bedrijven je kunnen benaderen op basis van gepubliceerde scriptie (209.4)	
Link naar scriptie in CV (203.3)	
Bij extra aantekening of studiepunt (209.4)	Extra aantekening of studiepunt (209.4)
Handig voor andere studenten (204.6)	Studenten helpen (101.6) (101.7) (103.7) (104.8) (105.4) (105.6) (107.6) (204.6) (205.7) (206.8)
Kan andere studenten helpen (205.7)	
Kan andere studenten helpen bij hun afstudeerproject (206.8)	
Andere studenten helpen (107.6)	
Uit eigen ervaring moeilijk hoe het er ongeveer uit zag (101.6)	
Als voorbeeld voor andere studenten (101.7)	
Anderen helpen (103.7)	
Anderen helpen (104.8)	

Voor andere studenten om te raadplegen (105.4)	
Wel zo eerlijk (105.6)	
Plagiaat (102.4)	Plagiaat (102.4)
Kennis wordt al schriftelijk vastgelegd, zonde om niet te delen (206.8)	Kennisdeling (104.8)(206.8) (206.12)
Elk rapport bevat waardevolle kennis (206.12)	
Stom om iets te onderzoeken dat al is uitgezocht (104.8)	



10. HET ANONIMISEREN VAN DE SCRIPTIE

Bereid anonieme versie te schrijven	Niet bereid anonieme versie te schrijven
1	3
(102.11)	(104.10) (107.10) (201.7)

Eerste ordening	Tweede ordening
Diploma behaald, geen extra werk voor publiceren (201.7)	Diploma halen, geen extra werk (107.10) (201.7)
Gewoon diploma halen, niet te veel tijd insteken (107.10)	
Wel paar uur extra werk, geen dagen (102.11)	Wel paar uur extra werk, geen dagen (102.11)

11. HET TOEVOEGEN VAN EEN E-MAILADRES AAN DE SCRIPTIE

Bereid e-mailadres toe te voegen	Niet bereid e-mailadres toe te voegen
2	1
(102.12) (104.11)	(107.12)

Eerste ordening	Tweede ordening
Enkel voor bedrijven (101.15)	Akkoord op voorwaarde (101.15) (105.13) (106.7)
Alleen voor bepaalde periode (105.13)	
Instellen van een limiet voor e-mails/vragen of FAQ-sectie (106.7)	
Zit niet te wachten op vragen van studenten (101.15)	Tijdrovend (101.15) (106.7)
Tijdconsumerend om alle e-mails te beantwoorden (106.7)	

12. HET INVULLEN VAN FORMULIEREN

Bereid formulieren in te vullen	Niet bereid formulieren in te vullen
6	0
(102.13) (103.9) (104.12) (105.8) (106.8) (107.13)	

Eerste ordening	Tweede ordening
Onzin veel invullen (101.10)	Niet tijdrovend maken (101.10) (104.12) (106.7) (107.8)
Veel werk schrikt studenten af (101.10)	
Niet langer dan een uur werk (106.7)	
Niet langer dan vijf minuutjes (104.12)	
Niet veel tijd in willen steken (107.8)	

13. INFORMATIE OVER HET OPENBAAR MAKEN VAN KENNISPRODUCTEN DOOR STUDENTEN

Hoeveelheid informatie voldoende	Hoeveelheid informatie niet voldoende
1	3
(201.3)	(205.3) (106.4) (208.4)

Eerste ordening	Tweede ordening
De voorwaarden voor publicatie (203.4)	Procedures en voorwaarden (105.5) (106.5) (107.5) (102.19)(203.4) (208.8) (209.5)
Procedures omtrent publiceren (208.8)	
Hoe het in z'n werk gaat (209.5)	
Wat het inhoudt (105.5)	
Hoe het gaat, hoe in te vullen (102.19)	
Wat je er mee kan (105.5)	
Hoe je het kan raadplegen (105.5)	
Hoe het beoordeeld wordt (106.5)	
Consequenties (107.5)	
Eisen om te plaatsen (107.5)	
In hoeverre vertrouwelijke gegevens geanonimiseerd worden (202.4)	Privacy en vertrouwelijkheid (203.4) (202.4)
De zichtbaarheid van je naam (203.4)	
Beleid met privacy (203.4)	
Reminder met linkje (104.17)	Reminder (104.17)
Reminder sturen, zodat andere mensen wat aan hebben (104.6)	
Schrijven scriptie (106.5)	Schrijven scriptie (106.5)
Wie toegang heeft (209.5)	Toegang en eigendom (106.5) (106.9) (203.4) (209.5)
Hoeveel scriptie ingezien zou worden (106.5)	
Wat andere mensen met scriptie kunnen (106.9)	
Het auteursrecht (203.4)	
Voordelen student en voordeel zoekenden op kennisbank (209.5)	Voordelen (209.5)
De optie dat online zetten er was (204.9)	Duidelijke communicatie bestaan (102.18) (102.19) (204.9) (206.4) (207.6) (209.8) (301.4)
Voraf zeggen, dan erop ingesteld (207.6)	
Verantwoordelijkheid school om belang publicatie duidelijk te maken (206.4)	
Moet meer vanuit opleiding gecommuniceerd worden (209.8)	
In derde jaar introduceren (102.18)	
Dat het bestaat (102.19)	
Rekening kunnen houden als je gaat schrijven (102.19)	

Moet heel duidelijk zijn (301.4)	
Vanuit elke plek te benaderen (301.4)	Overal te verkrijgen (301.4)

14. TRAININGEN MET BETREKKING TOT INFORMATIEVAARDIGHEDEN EN SCHRIJFVAARDIGHEID

Trainingen behulpzaam	Trainingen niet behulpzaam
7	3
(101.14/16) (104.14) (105.10) (106.10/11) (201.8/9) (203.5/6) (209.6/7)	(202.6/7) (206.12/13) (208.10/11)

Eerste ordening	Tweede ordening
Training schrijven fijn (201.8)	Zinvol (101.14) (105.10) (201.8) (201.9)
APA regels vergeet je direct weer (201.9)	
Training is belangrijke service naar studenten (101.14)	
Scriptie schrijven is heel lastig, extra hulp mooi meegenomen (105.10)	
Niet specifiek voor publicatie (202.6)	Niet specifiek om publiceren (101.14) (202.6) (206.11) (209.6) (206.13)
Niet specifiek om rapport te publiceren (206.11)	
Nuttig om studenten goed te trainen, ongeacht publicatie (209.6)	
Rapport waarin iets mis is met bronvermelding mag sowieso niet goedgekeurd en gepubliceerd worden (206.13)	
Sowieso aanbieden, niet per se vanwege publiceren (101.14)	
Eerder begeleiden door te schrijven in stijl van beoordeling scriptie (202.6)	Eerder begeleiden (202.6)
Vanaf het begin, dan niet zo'n struikelblok (303.6)	
Voldoende informatie beschikbaar (202.7)	Al voldoende (102.16) (103.11) (202.7) (208.10) (209.6) (209.7)
Voldoende training geweest (208.10)	
Wat is de meerwaarde op alle informatie vanuit opleiding (209.6)	
Al training vanuit opleiding (209.7)	
Doodgegooid met trainingen over bronvermeldingen/gebruik (102.16)	
Veel workshops aangeboden (103.11)	

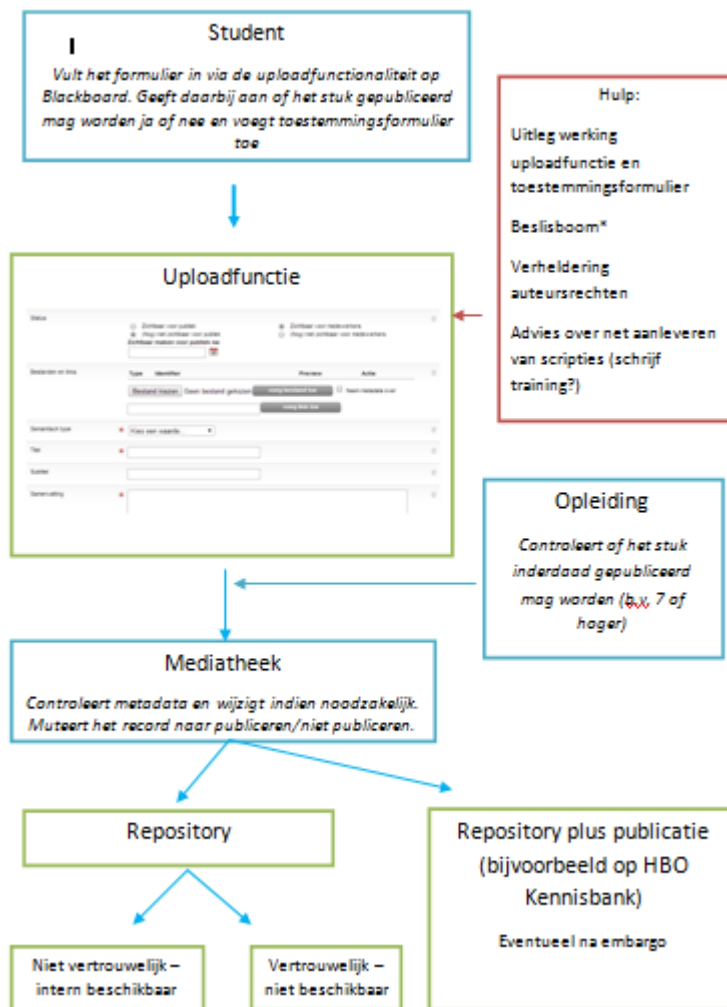
Eigen verantwoordelijkheid student (206.13)	Eigen verantwoordelijkheid student (206.13)
Handig voor anderen (102.16)	Voor anderen (102.16) (103.10)
Voor sommigen best handig (103.10)	
Tijd van een training liever in schrijven scriptie steken (107.14)	Tijd liever in schrijven (107.14)

15. ADVIES AAN DE HANZEHOGESCHOOL NAMENS STUDENTEN

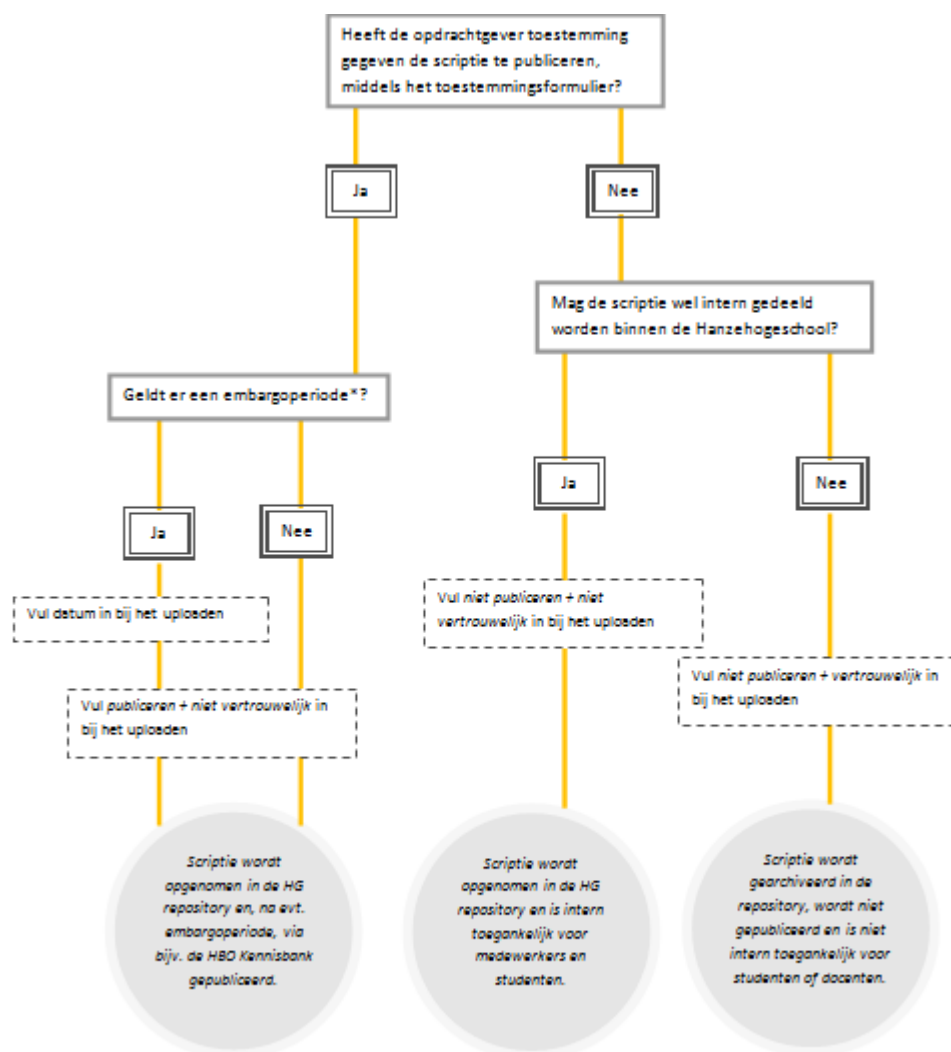
Eerste ordening	Tweede ordening
Training schrijven en bronvermelding in te voeren (201.10)	Eerder voorbereiden (201.10) (202.9)
Alles toetsen als zijnde een scriptie (202.9)	
Checken juiste versie online (205.10)	Extra aandacht online versie (205.10)
Interessant aparte versie online, minder ICM-standaard (205.10)	
Cijfer niet bepalend voor waardevolle kennis (206.14)	Cijfer niet bepalend voor waardevolle kennis (206.14)
Betere voorlichting procedures delen scriptie (208.12)	Communicatie en voorlichting (101.17) (103.13) (106.14) (208.12) (209.9) (206.14) (205.10)
Meer communicatie vanuit de opleiding over mogelijkheid scriptie publiceren en te raadplegen voor eigen scriptie (209.9)	
Standaard in afstudeerhandleiding of blokboek (209.9)	
Maak belang kennisdeling m.b.t. afstudeerrapport duidelijker aan student (206.14)	
Mensen meer wijzen op door bedrijven gevonden kunnen worden (205.10)	
Leerlingen informeren of automatisch gaat of dat er keuze is (101.17)	
Meer publiciteit geven aan delen scripties (103.13)	
Publiceren inhoudelijk goede scripties aanmoedigen (106.14)	
Publiceren zou beloning moeten krijgen, verhoogt misschien motivatie goed werk af te leveren (209.9)	Maatregelen om kwaliteit te verhogen (209.9)
Publiceren zou drempel moeten krijgen om de kwaliteit van gepubliceerde scripties te garanderen (209.9)	
Ons werk dus onze beslissing (101.17)	Beslissing bij student (101.17)

Alle opleidingen in één database, meer inzien dan alleen SASS (102.20)	Alle opleidingen in één database (102.20)
Lastig met privacy (105.14)	Privacy en vertrouwelijkheid (105.14)
Kijken met bedrijven wat ze met gegevens willen hoe kunnen afschermen (105.14)	

BIJLAGE 10 – WORKFLOW SCHEMA



BIJLAGE 11 – BESLISBOOM



* Een embargoperiode is de periode waarin bepaalde informatie niet gepubliceerd mag worden, na verstrijken van de embargoperiode mag deze informatie gepubliceerd worden.