

# Methodegids voor onderzoek bij kinderen en jongeren

Een onderzoeksrapport in het kader van het AdLit SBO project



Deze methodegids werd ontwikkeld in het kader van het Vlaams onderzoeksproject AdLit dat wordt gefinancierd door het IWT. AdLit is een vierjarig interdisciplinair onderzoeksproject dat gecoördineerd wordt door de Universiteit Gent. In het project werken zes onderzoeksgroepen van vier universiteiten (UGent, KU Leuven, UA en VUB) en heel wat stakeholders samen om na te gaan hoe ze de reclamewijsheid van minderjarigen kunnen verhogen.

Dat gebeurt onder andere door het uitvoeren van een risicoanalyse, het ontwikkelen van educatieve pakketten en games, het opzetten van sensibiliseringscampagnes en het ontwikkelen en implementeren van reclamecues waardoor kinderen en jongeren reclame sneller gaan herkennen. Tot slot formuleert AdLit ook aanbevelingen voor beleid en zelfregulering.

AdLit streeft ernaar om de relevantie van deze tools niet te beperken tot kinderen en jongeren, maar wilt ook hun ouders, leerkrachten, opvoeders, de media- en reclame-industrie en beleidsmakers bereiken.

Voor meer informatie over het project, surf naar onze website ([www.AdLit.be](http://www.AdLit.be)), of bezoek ons op Facebook ([www.facebook.com/reclamewijs](http://www.facebook.com/reclamewijs)) of Twitter (@AdLitSBO).

*De inhoud van de gids werd grotendeels gebaseerd - met goedkeuring van de auteurs - op de twee rapporten van EU Kids Online. Deze werden geschreven in het kader van het Europees Kids Online onderzoeksproject ([www.eukidsonline.net](http://www.eukidsonline.net)). In deze gidsen vind je ook meer uitleg over het uitvoeren van onderzoek in het algemeen en een gedetailleerde beschrijving van elke onderzoeksmethode. In deze gids wordt alleen gefocust op tips en tricks eigen aan onderzoek bij kinderen en jongeren.*

Naast deze methodegids heeft AdLit ook een methodegids uitgewerkt voor onderzoek bij sociaal kwetsbare kinderen en jongeren. Deze gids vormt een aanvulling op voorliggende methodegids en kan geraadpleegd worden wanneer men heel specifiek onderzoek wenst te doen bij sociaal kwetsbare kinderen en jongeren (<http://www.adlit.be/rapporten>).

# INHOUDSTAFEL

<b>Inleiding</b> .....	<b>5</b>
1. Is onderzoek bij kinderen zo verschillend als bij volwassenen? .....	5
2. Welke onderzoeksmethode hanteer je best? .....	6
2.1. Welke kwantitatieve methoden zijn geschikt voor onderzoek bij kinderen? .....	6
2.2. Welke kwalitatieve methoden zijn geschikt voor onderzoek bij kinderen? .....	7
2.3. Wat zijn de voordelen van kwalitatief en kwantitatief onderzoek? .....	8
2.4. Welke onderzoeksmethode is geschikt vanaf welke leeftijd? .....	8
3. Hoe ontwikkel je het meetinstrument? .....	9
3.1. Wat is het belang van een pretest? .....	9
3.2. Tips bij het ontwikkelen van een meetinstrument voor interviews .....	9
3.3. Tips bij het ontwikkelen van een meetinstrument voor focusgroepen .....	10
3.4. Tips bij het ontwikkelen van een meetinstrument voor survey en experimenteel onderzoek .....	11
3.5. Hoe bevaag je gevoelige informatie? .....	12
3.6. Hoe bevaag je de sociaaleconomische situatie van kinderen? .....	13
3.7. Hoe ga je om met ondoordachte en sociaal wenselijke antwoorden bij kinderen? .....	13
3.8. Hoe houd je kinderen geïnteresseerd en aandachtig tijdens het onderzoek? .....	14
4. Steekproef en rekrutering .....	15
4.1. Hoe kan je kinderen rekruteren voor onderzoek? .....	15
4.2. Welke instanties moet je op de hoogte brengen van onderzoek bij kinderen? .....	16
4.3. Heb je toestemming nodig om onderzoek uit te voeren bij kinderen? .....	16
4.4. Hoe verkrijg je geïnformeerde toestemming? .....	17
4.5. Rekruteer je best kinderen én ouders? .....	18
4.6. Moeten kinderen beloofd worden voor hun deelname aan het onderzoek? .....	18
5. Dataverzameling .....	19
5.1. Waar neem je het onderzoek best af? .....	19
5.2. Concrete tips m.b.t. dataverzameling bij kinderen .....	19
5.3. Waar moet je rekening mee houden wanneer je gesprekken opneemt? .....	21
6. Rapportering .....	22

6.1.	Wat met de privacy van de kinderen? .....	22
6.2.	Hoe koppel je de onderzoeksresultaten terug naar de participanten? .....	23
	<b>Referentielijst .....</b>	<b>24</b>

# INLEIDING

De methodegids wil een praktische leidraad zijn voor iedereen die onderzoek wil doen bij kinderen en jongeren<sup>1</sup>. We geven *tips en tricks* om mogelijke hindernissen te vermijden die eigen zijn aan onderzoek bij deze doelgroep.

De gids is opgebouwd rond de verschillende stappen die binnen sociaalwetenschappelijk onderzoek doorlopen worden:

1. Keuze onderzoeksmethode
2. Steekproef en rekrutering
3. Dataverzameling
4. Rapportering

Aan de hand van concrete vragen en antwoorden trachten we verscheidene vragen en bedenkingen duidelijk aan te pakken die aan bod kunnen komen wanneer men onderzoek doet met kinderen.

## Aandachtspunt

*“Ways of seeing children affects ways of listening to children”*

Kinderen zijn nog in volle ontwikkeling (bv. wat betreft hun cognitieve capaciteiten), wat zeker in rekening moet worden gebracht bij de voorbereiding en uitwerking van het onderzoek. Dit betekent echter niet dat kinderen geen eigen mening hebben of hun ervaringen niet kunnen delen. Als onderzoeker is het daarom noodzakelijk om zowel in te spelen op de capaciteiten van het kind, als het te beschouwen als een individu met een eigen mening en gedachtegang. Daarom is het belangrijk als onderzoeker om steeds een reflexieve houding aan te nemen doorheen het onderzoeksproces, d.w.z. alles binnen het onderzoek te bekijken door de bril van het kind.

## 1. Is onderzoek bij kinderen zo verschillend als bij volwassenen?

De cognitieve, affectieve en sociale ontwikkeling van kinderen evolueert razendsnel gedurende hun eerste levensjaren. Naarmate kinderen ouder worden, ontwikkelen hun cognitieve vaardigheden: hun denken wordt logischer, hun redeneervermogen ontwikkelt zich en het geheugen wordt uitgebreider. Het vermogen om te spreken, lezen en schrijven neemt toe. De sociale vaardigheden, zoals de morele ontwikkeling, het erkennen en begrijpen van andere perspectieven en meningen naast die van zichzelf, en het vormen van impressies worden ontwikkeld. Vanaf de leeftijd van 16 jaar kan het kind als een volwassene worden beschouwd in het onderzoeksproces.

We kunnen dus niet spreken over de doelgroep “dé kinderen”. Afhankelijk van de specifieke leeftijd van het kind zal het onderzoek aangepast moeten worden.

We kunnen vijf leeftijdscategorieën onderscheiden (o.m. o.b.v. de cognitieve ontwikkelingstheorie) binnen de ontwikkeling van kinderen:

- *Jonger dan 5 jaar*: Taal- en cognitieve vaardigheden zijn heel beperkt. Ook motorisch zijn er bij deze groep nog heel wat beperkingen (bv. grijpen of swipen op een tablet is voor heel jonge kinderen niet

<sup>1</sup> Om modeloos herhalen te vermijden zullen we steeds spreken over ‘kinderen’, maar weet dat hier alle minderjarigen worden bedoeld, tenzij de leeftijdscategorie er bij wordt vermeld.

gemakkelijk). De geheugencapaciteit is nog heel beperkt. De kinderen zijn sociaal zeer beïnvloedbaar (dus ook door de onderzoeker, ze zullen alles doen om te behagen en meegaand te zijn).

- *Tussen 5 en 8 jaar:* Taal- en cognitieve vaardigheden zijn in volle ontwikkeling, maar geheugencapaciteit is echter beperkt. Kinderen zijn ook erg gevoelig voor de verwachtingen van de onderzoeker en hebben een sterke neiging om te behagen.
- *Tussen 8 en 12 jaar:* Lees- en schrijfvaardigheden worden verworven en de woordenschat wordt uitgebreid. Ook de geheugencapaciteit is uitgebreider. Vanaf 10 jaar neemt de neiging om te behagen en sociaal wenselijk te antwoorden af.
- *Tussen 12 en 16 jaar:* De taalontwikkeling van de jongere is bijna op punt. De geheugencapaciteit is volgroeid, maar de geheugensnelheid nog niet. De invloed van de sociale omgeving – en dan voornamelijk hun leeftijdsgenoten – van kinderen wordt belangrijk en ze zijn zeer contextgevoelig.
- *Tussen 16 en 18 jaar:* Het individu kan (met enige voorzichtigheid) beschouwd worden als volwassene m.b.t. taal- en cognitieve vaardigheden. Alleen de weerbaarheid tegen groepsdruk blijft nog laag, dus de sociale context heeft een belangrijke invloed.

### Aandachtspunt

Deze opdeling bevat echter geen scherp afgelijnde categorieën. Er kunnen heel veel individuele verschillen optreden, en er kan overlap zijn tussen de groepen

## 2. Welke onderzoeksmethode hanteer je best?

Of je beter kwantitatief of kwalitatief onderzoek uitvoert hangt in de eerste plaats af van de doelstelling van je studie, en niet van de doelpopulatie. Toch zijn bepaalde methoden meer aangewezen bij kinderen. In wat volgt zullen de verschillende onderzoeksmethoden worden besproken die vaak gebruikt worden in onderzoek bij kinderen. Verder wordt ook aangegeven welke onderzoeksmethoden geschikt zijn vanaf welke leeftijd.

### 2.1. Welke kwantitatieve methoden zijn geschikt voor onderzoek bij kinderen?

Kwantitatieve methoden worden gebruikt wanneer je gegevens op een systematische wijze wil vergelijken bij specifieke en grote groepen of tussen groepen, de resultaten wil kunnen veralgemenen voor de populatie en/of wanneer men theoretische hypothesen wil testen.

Twee kwantitatieve onderzoeksmethoden die vaak gebruikt worden voor onderzoek bij kinderen zijn survey en experimenteel onderzoek:

- **Survey onderzoek** wordt gebruikt om fenomenen te beschrijven of verbanden na te gaan tussen bepaalde constructen. Meninge, attitudes, kennis, motivaties, gedragsintenties zijn voorbeelden van deze constructen. Gebruik vragenlijsten voornamelijk om data te verzamelen over datgene dat het kind het beste weet (bv. gevoelens en andere subjectieve zaken; of zaken die buiten het kennisveld van ouders/opvoeders vallen). Dit survey onderzoek kan cross-sectioneel worden uitgevoerd (op 1 moment in de tijd) of longitudinaal (op verschillende momenten doorheen de tijd). Bij survey onderzoek wordt een gestructureerde en gestandaardiseerde vragenlijst voorgelegd aan een groep respondenten.
- **Experimenteel onderzoek** wordt gebruikt om oorzaak-gevolg relaties te onderzoeken. Hierbij gaat men de oorzaak (of de onafhankelijke variabele) manipuleren om na te gaan wat de impact is op het gevolg (de afhankelijke variabele). Bij experimenteel onderzoek worden de afhankelijke variabelen (en mediators en controlevariabelen) vaak gemeten aan de hand van een gestructureerde en

gestandaardiseerde vragenlijst. Daarnaast kunnen ook bepaalde gedragingen meteen gemeten worden (bv. keuze voor een gezond of ongezond tussendoortje na het zien van een reclame).

## 2.2. Welke kwalitatieve methoden zijn geschikt voor onderzoek bij kinderen?

Een kwalitatieve benadering wordt aangeraden om een bepaald onderwerp te bestuderen waar men op voorhand nog niet veel over weet, of om meer diepgaande informatie te verkrijgen (bv. meningen, motivaties, redeneringen, patronen, etc.) die men vaak niet kan opsporen aan de hand van een gestandaardiseerde aanpak zoals bij survey onderzoek. Deze methoden laten toe om de gedachtegang van het kind te verkennen, kaderen en verdiepen.

Kwalitatieve methoden die vaak gebruikt worden bij kinderen zijn:

- **Observatie** van een specifieke groep of plaats voor een langere periode wordt gebruikt om inzicht te krijgen in hoe meningen, representaties en gedragingen ontstaan. Observatie kan deel uitmaken van een focusgroep of interview, of apart staan als methode (bv. het bestuderen van gedragingen op de speelplaats). Dit is een goede methode voor heel jonge kinderen aangezien de andere methoden te kort kunnen schieten of nog te moeilijk zijn voor hen.
- **Interviews** kunnen gebruikt worden bij een kind om op een specifiek onderwerp dieper in te gaan. Dit is vooral aan te raden wanneer je individuele ervaringen, meningen, percepties en/of gevoelens wenst te bevragen en te weten wil komen hoe deze gevormd werden. Voor gevoelige onderwerpen is dit ook zeker een aanrader. Uiteraard moeten kinderen over voldoende verbale capaciteiten beschikken om hier zinvolle resultaten uit te halen. Interviews zijn ofwel gestructureerd (set vastliggende vragen waar niet van wordt afgeweken) of semigestructureerd (interviewgids met reeks vragen, met mogelijkheid om af te wijken van de lijst vragen wanneer de interviewer meer wil weten over een bepaald antwoord of een ander onderwerp dat door de geïnterviewde zelf wordt opgeworpen).
- **Focusgroepen** worden gebruikt wanneer je naast het verkrijgen van de eigen mening van het kind, ook zicht wilt krijgen op hoe hun mening (niet) past in de groep, en hoe bepaalde meningen zich verhouden tot andere meningen. De rol van de onderzoeker binnen een focusgroep is beperkt, je stelt slechts een beperkt aantal vragen om het gesprek op gang te krijgen. Je let vooral op de groepsdynamiek en je zorgt er voor dat alle participanten evenveel kunnen participeren. Modereren is dus noodzakelijk, maar je probeert zoveel mogelijk de kinderen zelf aan het woord te laten, en een spontaan gesprek te laten groeien.
- **Co-creatie sessies** kunnen gebruikt worden om informatie van kinderen te verkrijgen door ze in groep allerlei taken en creatieve opdrachten te laten uitvoeren. De verkregen informatie kan dan verder besproken worden in groep. Volgende technieken kunnen worden aangewend:
  - **Customer journey** is een techniek die in onderzoek bij kinderen toegepast kan worden als men hun gedrag, gevoelens, attitudes en motivaties wil onderzoeken doorheen een dag. De dag kan gevisualiseerd worden door deze uit te tekenen op papier vanaf het tijdstip dat het kind ontwaakt tot wanneer het kind gaat slapen. Vervolgens kan elk moment met het kind worden overlopen, alsook hun specifieke attitudes, gevoelens, gedragingen en motivaties. Om ervoor te zorgen dat de kinderen vrij nadenken kan men allerlei creatieve en speelse taken (tekenen, knippen, plakken, toneel spelen, stimulikaarten linken aan specifiek dag moment...) koppelen aan de bespreking per dag moment.
  - **Sticky-dot voting** is een techniek om alle verkregen informatie te structureren en klasseren in volgorde van belangrijkheid. Er kan gebruik gemaakt worden van stickers, stiften en emoticons om de deelnemers te laten aanduiden aan welke informatie zij het meeste belang hechten. Op deze manier wordt een gestructureerd overzicht verkregen van welke informatie het belangrijkste is, of welke gevoelens er ervaren worden bij bepaalde informatie.
  - **Gamification** is het gebruik van spelelementen in een niet-spelcontext. Deze techniek wordt vaak gebruikt in onderzoek met kinderen om hun creativiteit nog verder te stimuleren en hun te laten nadenken over hun ervaringen. Een mogelijkheid is het creëren van een spel dat

betrekking heeft tot het onderzoeksonderwerp en de onderzoeksvragen om op die manier de noodzakelijke informatie te verkrijgen.

## 2.3. Wat zijn de voordelen van kwalitatief en kwantitatief onderzoek?

Voordelen kwantitatief onderzoek	Voordelen kwalitatief onderzoek
Veralgemeenbaarheid van de resultaten	Meer inzicht in de onderliggende factoren die de antwoorden kunnen verklaren
Mogelijkheid om een grote groep respondenten te bereiken	Mogelijkheid om vragen aan te passen, door te vragen, andere onderwerpen aan te snijden
Mogelijkheid tot kwantitatieve analyses	Ruimte voor ad hoc aanpassingen tijdens het onderzoek
Minder tijdsintensief	Mogelijk nieuwe inzichten aangezien alle onderwerpen en antwoorden mogelijk zijn

### Aandachtspunt

Vaak is een combinatie van verschillende methoden optimaal, om zo mogelijke nadelen op te vangen met een andere methode. Daarnaast kunnen de resultaten van kwalitatief onderzoek ook op een kwantitatieve manier geanalyseerd worden en kan er binnen het kwantitatief onderzoek ruimte zijn voor open vragen waardoor je kan peilen naar de gedachten van respondenten.

## 2.4. Welke onderzoeksmethode is geschikt vanaf welke leeftijd?

	Observatie	Gebruik maken van proxy (ouder of leerkracht)	Focus-groepen	Interview	Experimenten	Survey
< 5 jaar	X	X			X	
< 8 jaar	X		X	X	X *	X
< 12 jaar	X		X	X	X **	X **
> 12 jaar	X		X	X	X ***	X ***

\* Wanneer heel eenvoudige vragen worden afgenomen door de onderzoeker

\*\* Vanaf 8 jaar kunnen kinderen zelf vragenlijsten invullen. De moeilijkheidsgraad dient wel aangepast te worden aan hun taalontwikkeling.

\*\*\* Vanaf 12 jaar is de taalontwikkeling genoeg ontwikkeld om een gestandaardiseerde vragenlijst te gebruiken (dus waar geen grote aanpassingen m.b.t. taal moeten gebeuren).



## Aandachtspunt

Deze adviezen zijn echter niet in alle situaties en overall geldend. Dit omwille van twee redenen:

- Elk kind ontwikkelt zich op een verschillend tempo en deze ontwikkeling niet los kan worden gezien van de context waarin het kind opgroeit.
- Er zijn vaak oplossingen te vinden om bepaalde hindernissen te overbruggen bij een specifieke onderzoeksmethode. Twee voorbeelden:
  - Een vragenlijst met Likertschaal (waarbij de mate van instemming met een bepaalde uitspraak aangeduid wordt door middel van een meerkeuze antwoordmodel, bv. gaande van helemaal niet akkoord (1) tot helemaal akkoord(5)) kan niet worden afgenomen bij kinderen die nog niet goed kunnen lezen en schrijven, maar dit kan wel wanneer je als onderzoeker de vragen stelt en kaartjes (bv. met emoticons) gebruikt om hun mening te laten uitdrukken.
  - Interviews zijn niet altijd ideaal bij heel jonge kinderen (4-5 jaar) door het gebrek aan verbale vaardigheden. Maar wanneer de interviews niet te gestructureerd zijn of verrijkt worden met visuele hulpmiddelen (laten kiezen tussen twee kaartjes, etc.), kunnen deze wel hun meerwaarde hebben omdat de kinderen hun attitudes, overtuigingen, en waarden in hun eigen woorden en uit zichzelf kunnen beschrijven.

## 3. Hoe ontwikkel je het meetinstrument?

### 3.1. Wat is het belang van een pretest?

Het is belangrijk om steeds na te gaan of het kind de opdracht kan uitvoeren, de juiste reacties kan geven, de stimuli, vragen en mogelijke antwoordopties begrijpt, in de mogelijkheid is om een situatie te beschrijven, zich zaken te herinneren, zich verbaal uit te drukken, etc.

Daarom is het belangrijk om systematisch een onderzoek dat voorbereid wordt af te toetsen bij enkele kinderen alvorens de effectieve dataverzameling van start gaat. Op basis van deze pretesten kan je je vragen bijsturen, en mogelijks aanpassingen doorvoeren aan het onderzoeksdesign.

Er zijn verschillende methoden om te pretesten:

- *Luidop nadenken*: Vraag het kind om luidop na te denken tijdens de opdracht, tijdens het invullen van de vragenlijst of het bekijken van de stimulus.
- *Non-verbale interacties*: Hier bekijk je het gedrag dat kinderen stellen tijdens het onderzoek. Je kan dit ook achteraf bekijken via video-opnames.
- *Peilen naar verbale vaardigheden* (vooral belangrijk bij kinderen jonger dan 12 jaar): Discussieer met hen over een gekend en tof onderwerp. Wanneer blijkt dat het moeilijk is om over leuke zaken te praten, zoals bijvoorbeeld een verjaardag, dan is de kans klein dat ze je studievragen zullen kunnen beoordelen.
- *Debriefingsgesprek*. Nadat een kind heeft deelgenomen aan het onderzoek kan je vragen wat het vond van het onderzoek, welke moeilijkheden het heeft ondervonden, etc.

### 3.2. Tips bij het ontwikkelen van een meetinstrument voor interviews

- Bouw het gesprek geleidelijk aan op, start niet meteen met de meest centrale, prominente vragen.

- Splits het interviewproces op in subsecties, met korte introducties. Wissel af door hen andere taakjes te laten uitvoeren (afgestemd op de leeftijd) zoals iets tekenen over het onderwerp, spelen met poppen of dieren als rollenspel, games, knutselen of andere pen-en-papier oefeningen.
- Om kinderen te wapenen en voldoende vertrouwen te geven om hun gedachten te vertellen, vermijd je beter juist of fout vragen. Geef het kind dan ook altijd de indruk dat er geen juiste of foute antwoorden bestaan, en dat wat ze ook antwoorden mag verteld worden (al is het gevoelige informatie).
- Stel steeds wie, wat, waar en waarom vragen i.p.v. ja/nee vragen.
- Vermijd metaforen, al klinken deze heel gangbaar. Kinderen tot 12 jaar nemen informatie heel feitelijk en letterlijk op (bv.: *“Hoe vond je het feestje?”*, *“Mijn mama heeft me gebracht, ik moest het niet vinden”*).
- Vermijd sturende vragen. Dus niet: *“Vind je dit spel leuk?”*, maar wel *“Wat vind je van dit spel?”*.
- Stel vragen op die manier dat kinderen het gevoel hebben dat zij de onderzoeker iets aan het leren zijn i.p.v. geëvalueerd te worden door een volwassene. Kleine motivaties zoals: *“Echt? Hoe dan?”* of *“Echt? Waarom?”* helpen heel wat om te tonen dat je als onderzoeker geïnteresseerd bent in wat de kinderen je te vertellen hebben, en zal hen nog meer motiveren om meer doordachte antwoorden te geven.
- De kans bestaat dat wanneer volwassenen kinderen interviewen, er misleidende informatie verzameld wordt omwille van sociale wenselijkheid (bijvoorbeeld: kinderen kunnen zich verplicht voelen om het antwoord te weten wanneer ze tegen een volwassene praten. Daardoor gaan ze antwoorden geven over zaken waar ze het antwoord niet op weten). Een mogelijkheid is om tieners het kind te laten interviewen, zodat de sfeer informeler wordt. Kinderen uit dezelfde leeftijdscategorie delen ook dezelfde leefwereld. In de praktijk wordt dit echter weinig toegepast aangezien het veel methodologische vragen met zich meebrengt die verband houden met onderzoeksethiek, training van de interviewers, en dergelijke meer.

#### Aandachtspunten voor kinderen jonger dan 12 jaar:

- Bij **kinderen van 4 à 5 jaar** is een interview heel moeilijk, maar ze kunnen wel tonen hoe ze bijvoorbeeld een spel spelen op een tablet. Zo krijg je als onderzoeker zicht op hoe ze spelen, welke mediatoestellen ze gebruiken, in welke ze geïnteresseerd zijn, wat ze zelf interessant vinden, etc. Hier kan je als onderzoeker enkele vragen stellen, maar de meeste informatie zal verkregen worden via het observeren van het kind.
- Bij gesprekken met **kinderen jonger dan 7 jaar** wordt best voorzien dat kinderen even kunnen weglopen, spelen, terug komen en andere zaken doen tijdens het interview. Dus reken op meer tijd.
- Houd rekening bij interviews met **kinderen jonger dan 7 jaar** dat ze de neiging hebben om te behagen, en dus heel gevoelig zijn voor wat de onderzoeker van hen denkt. Hierdoor zullen ze alle vragen willen beantwoorden, ook al houden de vragen geen steek (bv. *“Is rood zwaarder dan geel?”*) of wordt de vraag niet begrepen. Zeker bij gesloten vragen die niet worden begrepen zijn kinderen geneigd om *“neen”* te antwoorden. Wees dus op je hoede bij het interpreteren van antwoorden op gesloten vragen en probeer zoveel mogelijk open vragen te gebruiken.

### 3.3. Tips bij het ontwikkelen van een meetinstrument voor focusgroepen

- Het allerbelangrijkste om een focusgroep te laten slagen is door een sfeer van vertrouwen te creëren tussen de kinderen onderling en de kinderen en de onderzoeker. Daarom is het aan te raden om met opwarmingsvragen te starten of met een activiteit waar ze zelf hun naamkaartje mogen maken.

- Aangezien kinderen een lage ‘attention span’ hebben, is het ook belangrijk dat de omgeving rustig is, zonder ruis. Voorzie daarom ook voldoende pauzes met drankjes en/of versnaperingen zodat de aandacht niet volledig wegzakt.
- De rol van de assistent moderator (het nemen van notities, en het welbevinden van de kinderen in de gaten houden) wordt best uitgelegd om te vermijden dat de kinderen zich geobserveerd voelen.
- Gebruik bijvoorbeeld kleurenkaarten om over gevoelens te praten, waarbij elke kleur een gevoel oproept, om het gesprek te vergemakkelijken. Dit kan voor alle leeftijden een handige tool zijn.
- Ook de groepsdynamiek is van cruciaal belang en kan een grote impact hebben op de onderzoeksresultaten (bv. kinderen die conformeren met anderen). Belangrijk hierbij is om te voorkomen dat vlotte sprekers de bovenhand nemen, elk kind moet de kans krijgen zijn/haar mening te formuleren.
- Vermijd grote leeftijdsverschillen. Wanneer je focusgroepen wil organiseren bij een grote leeftijdsgroep, nodig dan de kinderen uit met dezelfde leeftijd (bv. 8–9, 10–11, 12–13, etc.) om in dezelfde groep te zitten, tenzij het net het doel van de studie is om verschillen te exploreren.
- Het **aantal** kinderen per focusgroep hangt af van de leeftijd:
  - Voor kinderen tussen de 6 en 10 jaar bestaat de focusgroep best uit 4 à 6 kinderen
  - Voor oudere kinderen kan dit aantal toenemen tot 8 of meer kinderen
- **Duur** van het focusgroepgesprek:
  - Het gesprek duurt best niet langer dan 45 minuten bij kinderen onder de 10 jaar
  - Bij oudere kinderen kan dit tot 60 minuten duren.

### 3.4. Tips bij het ontwikkelen van een meetinstrument voor survey en experimenteel onderzoek

- Maak van de vragenlijst een coherent geheel, met een inleidende tekst, en ook verbindingsteksten om de overgang van een deel naar een ander te verduidelijken.
- Houd de vragenlijst kort bij kinderen aangezien het vermoeiend kan zijn, en daardoor de kwaliteit van antwoorden naar het einde toe kan zakken.
- Leg de instructies van het onderzoek duidelijk, helder en eenvoudig uit aan de kinderen. Wanneer de vragenlijsten worden afgenomen in groep (bijvoorbeeld in een klas) kunnen de instructies ook mondeling gegeven worden.
- Zorg ervoor dat de eerste vragen gemakkelijk zijn om te beantwoorden.
- Houd zinnen eenduidig, eenvoudig en kort. Gebruik verschillende korte zinnen i.p.v. lange zinnen.
- Stel steeds één vraag per keer.
- Vermijd voegwoorden, negaties, gedepersonaliseerde, suggestieve of indirecte vragen.
- Gebruik alleen het schaalmiddelpunt (“neutraal”) wanneer het duidelijk kan gelabeld worden of kan gevisualiseerd worden met bijvoorbeeld een smiley.
- Zorg altijd voor de optie “ik weet het niet” om de validiteit van de data te verhogen. Dit vermindert namelijk de kans op gokken.
- Zorg ervoor dat alle vragen in dezelfde richting worden geformuleerd (maak dus geen gebruik van ‘omgekeerde schaling’).
- Open vragen in een vragenlijst zijn vaak moeilijk te beantwoorden door kinderen en vergen veel codeerwerk nadien (zeker bij een grote dataset).
- Vermijd vragen met een ambigue boodschap want kinderen hebben het moeilijk om het verschil te maken tussen wat er gezegd wordt, en wat er bedoeld wordt.

- Gebruik de taal, de woordenschat en de uitdrukkingen per leeftijdsgroep en relevant taalgebruik van hun leefwereld.
- Heb aandacht voor het feit of de kinderen de vraag begrepen hebben. Door de nood om te behagen en meegaand te zijn zullen kinderen alle vragen willen beantwoorden, al wordt de vraag niet begrepen. Zeker bij gesloten vragen die niet worden begrepen zijn kinderen geneigd om “neen” te antwoorden.
- Vermijd retrospectieve vragen aangezien kinderen de situatie of gebeurtenis zich niet altijd herinneren, waardoor ze overgaan tot het beschrijven van vertrouwde routines.
- Het kan helpen om een vraag te starten met: “Sommige kinderen gaan hier mee akkoord, anderen niet. Wat denk jij?”

#### Aandachtspunten voor kinderen jonger dan 12 jaar:

- Gevalideerde schalen om constructen te meten zullen aangepast moeten worden aan de vaardigheden van kinderen.
- Vanaf 7 jaar kunnen kinderen zelf vragenlijsten invullen . Maar hun taalvaardigheden zijn nog in volle ontwikkeling. Houd hier rekening mee bij het ontwikkelen van de vragen.
- Hoe ouder de kinderen, hoe beter ze kunnen begrijpend lezen en dus hoe beter de kwaliteit zal zijn van de data verzameld via vragenlijsten
- Stel geen tijdsgebonden vragen aan kinderen jonger dan 9 jaar. Dit kunnen ze moeilijk correct inschatten.
- Bij jonge kinderen is het belangrijk te onthouden dat kleine gebeurtenissen met weinig impact moeilijker te herinneren zijn dan belangrijke events. Ook recente gebeurtenissen zijn gemakkelijker te herinneren.

#### Aandachtspunten:

Let er steeds op dat de vragen of opdrachten niet te moeilijk zijn, gezien de kinderen ook moeilijke vragen zullen beantwoorden of aanduiden op een vragenlijst vanuit de wil om te behagen. Te gemakkelijke vragen of opdrachten vermijd je beter ook, aangezien ze zich dan kunnen vervelen en dan mogelijk ook het onderzoek gaan ridiculiseren en onbruikbare antwoorden geven.

### 3.5. Hoe bevraag je gevoelige informatie?

Wanneer gevoelige informatie bevraagd moet worden (bijvoorbeeld online ongepast gedrag gericht naar kinderen, zoals grooming, cyberpesten of seksuele intimidatie) is het heel belangrijk om de privacy van het kind te respecteren en discretie van het onderzoek te benadrukken.

Kinderen zijn niet steeds van alles op de hoogte of zijn zich niet bewust van het feit dat iets gevoelige informatie bevat en hoe dit wordt benoemd. Het kan bijvoorbeeld zijn dat jonge kinderen niet weten dat pornografische websites bestaan, en dit ook niet begrijpen. Om dit toch te bevragen kan men spreken over ‘naaktfoto’s’. Een andere manier om te peilen naar gevoelige onderwerpen is door het onderwerp sociaal en cultureel te kaderen als taboe, risicovol of ongepast.

Interviews of vragenlijsten (indien de kinderen oud genoeg zijn) zijn het meest aangeraden om gevoelige informatie te bevragen.

De groepsdruk bij jongeren vanaf 12 jaar speelt een heel grote rol. Voor hen is het geven van persoonlijke informatie heel moeilijk, zeker wanneer vrienden of leden van het gezin aanwezig zijn. Het kan zijn dat hun

antwoorden hierdoor beïnvloed worden of niet helemaal oprecht zijn. Daarom wordt afgeraden om focusgroepen te organiseren over gevoelige en persoonlijke thema's. Ook interviews worden best in een gesloten setting georganiseerd zonder andere aanwezigen.

De vragenlijsten, interviews of zelfs focusgroepen kunnen ook online ingevuld worden of plaatsvinden. Dit zorgt voor meer anonimiteit, wat helpt om persoonlijke of emotioneel gevoelige ervaringen te delen. Dit kan echter afremmend werken wanneer het gaat om gevoelige informatie en de daden vonden 'online' plaats.

Tenslotte kan de onderzoeker nuttige feedback ontvangen, maar het kind ook gerust stellen door op het einde van het onderzoek te peilen naar hoe het kind stond tegenover de hele procedure.

### 3.6. Hoe bevraag je de sociaaleconomische situatie van kinderen?<sup>2</sup>

Het is niet evident om de sociaaleconomische situatie (SES) te achterhalen wanneer alleen kinderen bevraagd worden. Doorgaans wordt de SES bepaald aan de hand van drie indicatoren: (1) het opleidingsniveau van de ouders en de moeder in het bijzonder, (2) de tewerkstelling van de ouders en de moeder in het bijzonder, (3) het inkomen van het gezin. Informatie over SES via kinderen verkrijgen is een erg moeilijke opdracht. Kinderen hebben vaak geen idee hoe lang hun ouders school liepen en welk diploma ze behaald hebben, of wat het werk of de functie van hun ouders precies inhoudt.

Omdat kinderen en jongeren veelal nauwelijks of niet op de hoogte zijn over het inkomen van hun ouders, voorziet het onderzoek naar armoede bij kinderen en jongeren in verschillende items die peilen naar het gemis van bepaalde consumptiegoederen en consumptie-ervaringen in hun dagelijks leven. Daarnaast is het mogelijk om scholen per buurt te samplen. Op basis van formele cijfers kan je zicht krijgen op de buurt en of deze een arme, gemiddelde of rijke buurt is. Men kan ervan uitgaan dat dit dan ook van toepassing is op de school, maar daarom zeker niet op ieder individueel kind.

Ook het aantal GOK-uren (Gelijke Onderwijskansen) per school kan een indicator zijn van de sociaal economische situatie van de kinderen in het algemeen op deze school. Dit kan geraadpleegd worden via volgende website:

[http://www.ond.vlaanderen.be/onderwijsstatistieken/leerlingenaantallen\\_bao\\_so/leerlingenaantallen\\_bao\\_so.htm](http://www.ond.vlaanderen.be/onderwijsstatistieken/leerlingenaantallen_bao_so/leerlingenaantallen_bao_so.htm).

#### Aandachtspunt:

Vanaf 12 jaar kan je kinderen bevragen naar het opleidingsniveau van de ouders. Een belangrijke nuance is echter dat in een gezin waar de ouders hoger opgeleid zijn, het sneller kan gaan over verder studeren, op kot zitten,... wat minder het geval kan zijn bij lager opgeleiden.

### 3.7. Hoe ga je om met ondoordachte en sociaal wenselijke antwoorden bij kinderen?

Het kind kan zich tijdens het onderzoek ongemakkelijk voelen en druk ervaren om op een ondoordachte en/of sociaal wenselijke manier te antwoorden. Daarom is het belangrijk om te benadrukken dat er geen juiste of foute antwoorden zijn, maar dat het hun mening is die telt. Benadruk tevens dat hun mening zeer waardevol is en dat het daarom heel belangrijk is dat ze aandachtig zijn tijdens het onderzoek. Daarnaast kan ook het waarborgen van de anonimiteit van hun antwoorden zorgen voor minder sociaalwenselijke antwoorden.

<sup>2</sup> Voor meer informatie hieromtrent raadpleeg het rapport 'Hoe onderzoek doen bij sociaal kwetsbare jongeren en kinderen' beschikbaar via <http://www.adlit.be/rapporten>

Een mogelijkheid om sociaalwenselijke antwoorden te vermijden tijdens het afnemen van interviews kan zijn door gebruik te maken van **creatieve opdrachten** (bv. maken van een tekening of een vorm uit klei). Op deze manier heeft het kind tijd om dieper na te denken en te reflecteren over zijn/haar antwoord, of over de manier waarop hij/zij zijn mening wil uitdrukken. Dit kan aangezien het kind dan met iets anders bezig is terwijl hij/zij aan het nadenken is, waardoor hij/zij zich minder opgejaagd voelt om te antwoorden.

#### Aandachtspunt:

Focus niet alleen op wat ze gemaakt hebben, maar ook op waarom ze het gemaakt hebben en wat de tekening of vorm betekent voor hen (zodat het creatief object juist geïnterpreteerd wordt). Deze creatieve methode vraagt ook een creatieve onderzoeker. Voorzie vele opties in het creatief proces. Sta open voor plotse veranderingen, voor eventuele afwijkingen van het oorspronkelijk plan, en voor subonderwerpen die meer informatie kunnen bezorgen.

### 3.8. Hoe houd je kinderen geïnteresseerd en aandachtig tijdens het onderzoek?

**Gamificatie** van het onderzoek, of het gebruik van game-elementen, game design en game denken in niet-game omgevingen, kan kinderen meer geïnteresseerd en aandachtig houden. Spelelementen helpen aangezien ze als minder saai worden ervaren door de fun-, competitie- en beloningselementen.

#### Voorbeelden van gamificatie:

- Wanneer je verschillende focusgroepen organiseert, kan je elke focusgroep laten strijden voor de eerste plaats dankzij het geven van de meeste ideeën. Je kan dan een rangschikking meebrengen, en ze ook gedurende de dataverzameling via een gesloten groep of mail op de hoogte houden over de tussenstand.
- Binnen de focusgroep kan je subgroepen maken, en hun output aan elkaar laten presenteren volgens bepaalde spelregels. Zo kan men de opbrengst van een groepsinspanning verhogen. Dit spelelement is vaak een extra stimulans omdat men de beste wil zijn, en niet wil onderdoen voor de andere groep.
- Bij vragenlijsten kan je gebruik maken van visuele expressies (emoticons) en andere creatieve technieken (bv. vragen aan respondenten om geld uit een virtuele portefeuille te halen in plaats van op een likert schaal aan te duiden hoeveel ze zouden willen betalen voor een bepaald product).

#### Aandachtspunt:

Houd het simpel. Wanneer de spelelementen te ingewikkeld worden, of te lastig om te volgen, dan kunnen de kinderen afhaken.

Daarnaast is het gebruik van spelelementen niet voor alle kinderen en alle topics geschikt gezien sommige kinderen hierdoor kunnen worden afgeremd. Daarnaast kan het kinderen net overhalen om te antwoorden, ook al kennen ze het antwoord niet, bv. enkel en alleen om het spel te winnen.

**Creatieve opdrachten** die leuk zijn kunnen stimulerend werken en het gesprek tussen onderzoeker en kind vereenvoudigen.

#### Voorbeelden bij kwalitatief onderzoek:

- “Teken wat in je opkomt als je denkt aan x”
- Collages maken

- Knutselen met klei
- Dagboeken laten maken met video/fotocamera
- Foto's en video's laten maken
- Mapping – het in kaart brengen van bijvoorbeeld de eigen omgeving met Playmobil, tekeningen, blokken, etc.
- Rangschikken (van de belangrijkste spelletjes, de tofste programma's, etc.)
- Story games (in groep kinderen lijn per lijn een verhaal laten verzinnen)
- Toneel (kinderen in groep een toneeltje laten maken over een bepaald topic)

#### Voorbeelden bij kwantitatief onderzoek:

- Rangschikkingsvraag
- Reactietijd methoden (vb. antwoord binnen 5 seconden)
- Gebruik maken van visuele stimuli

#### Aandachtspunt:

Houd in het achterhoofd dat niet iedereen zich even comfortabel voelt wanneer ze iets creatief moeten maken of uitvoeren. Zorg daarom dat er voldoende keuze is over wat ze kunnen maken, en zorg voor verschillende vormen en materialen.

## 4. Steekproef en rekrutering

### 4.1. Hoe kan je kinderen rekruteren voor onderzoek?

De gemakkelijkste manier om een grote groep kinderen te bereiken is via scholen en organisaties (sportclubs jeugdwerkingen, Kind en Gezin, etc.). Andere manieren zijn oproepen plaatsen op internetfora, ouders (maar zeker ook oudere kinderen) aanspreken via mailing of sociale media.

Zoals eerder aangehaald kan je ook online via bijvoorbeeld internetfora oproepen om deel te nemen aan onderzoek. Hier moet je natuurlijk wel nadenken over de manier waarop je toestemming zal vragen van zowel de ouder als het kind. Dit komt aan bod in de volgende vragen.

#### Aandachtspunt:

Kinderen rekruteren via scholen en organisaties levert niet altijd een representatief beeld op van de populatie, tenzij er een aselechte steekproef werd getrokken. De sociaaleconomische situatie van de buurt waar de organisaties of scholen zich bevinden kan een impact hebben op de bevindingen. Ook het feit of de organisatie zich bevindt in stedelijk of niet-stedelijk gebied, en de onderwijskoepel (bv. gemeenschapsonderwijs, katholiek onderwijs) kunnen een impact hebben op de representativiteit en dus ook de datakwaliteit. Dit is voornamelijk van belang bij kwantitatief onderzoek. Maar ook bij kwalitatief onderzoek zal een interview met kinderen uit slechts één klas leiden tot weinig diversiteit.

## Aandachtspunt:

Het is niet altijd evident om scholen en organisaties warm te maken voor je onderzoek aangezien zij vaak al overbevraagd zijn. Hieronder vind je enkele tips om de leidinggevende van deze organisaties gemakkelijker te betrekken:

- Benadruk dat geen statements zullen gemaakt worden over de resultaten van individuele participanten, noch over de resultaten binnen een school/organisatie. De anonimiteit en privacy van de antwoorden moet gewaarborgd worden.
- Erken de beperkingen van de studie, en overdrijf niet over de mogelijke implicaties van de studie.
- Stel voor om iets in de plaats te doen (bv. de resultaten komen presenteren op de school, korte educatieve workshops rond het onderzoeksonderwerp). Dit wordt geapprecieerd door scholen en stimuleert hun bereidheid om deel te nemen aan de studie.
- Houd je aan een strak schema en communiceer duidelijk. Dit verhoogt de kans dat scholen je zullen contacteren indien er zich een probleem voordoet rond de dataverzameling.

## 4.2. Welke instanties moet je op de hoogte brengen van onderzoek bij kinderen?

Wanneer je van plan bent om audio- of videomateriaal, of persoonsgegevens zoals naam en geboortjaar te verzamelen, is het bij wet (de wet ter bescherming van de persoonsgegevens) verplicht om de [Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer](#) (de Privacycommissie), hiervan op de hoogte te brengen. Wanneer de data anoniem verzameld wordt (zoals bijvoorbeeld bij een vragenlijst) is dit niet noodzakelijk. Zodra je gegevens verzamelt die kunnen gekoppeld worden aan een persoon, moet je de Privacycommissie op de hoogte brengen. Dus ook wanneer je de data anonimiseert bij de rapportering<sup>3</sup>.

De meeste organisaties hebben **ethische richtlijnen** die gerespecteerd moeten worden. Universiteiten hebben zelf ethische adviescommissies die zullen oordelen of het onderzoek ethisch toelaatbaar is. Het ethisch luik is dus niet wettelijk vastgelegd, maar het is belangrijk om na te gaan of je eigen organisatie een ethische commissie of ethische richtlijnen heeft (deze richtlijnen zijn vaak gebaseerd op de richtlijnen van de Privacycommissie).

## 4.3. Heb je toestemming nodig om onderzoek uit te voeren bij kinderen?

Wanneer je onderzoek wil doen bij kinderen, start je met het vragen van toestemming aan de ethische commissie van je instelling (indien van toepassing).

De volgende stap is toestemming vragen aan de scholen of de organisaties waar het onderzoek zal plaatsvinden.

Daarna wordt de toestemming van de ouders en/of het kind gevraagd, afhankelijk van het 'onderscheidingsvermogen' van het kind. Kinderen beschikken over onderscheidingsvermogen wanneer ze de

<sup>3</sup> Meer informatie over privacy en onderzoek vind je in het "Vademecum voor de onderzoeker" op [www.privacycommission.be](http://www.privacycommission.be) bij publicaties.



gevolgen van hun handelingen kunnen inschatten, wat volgens de Privacy commissie geacht wordt vanaf 12 à 14 jaar. Bijgevolg geldt dat:

- bij kinderen onder de 12 jaar altijd de toestemming van de ouders verkregen moet worden (kinderen die bijna 12 jaar zijn kunnen wel geconsulteerd worden);
- bij kinderen tussen 12-14 jaar waarbij het onderscheidingsvermogen niet helemaal duidelijk is, de toestemming van zowel de ouder als het kind verkregen moet worden;
- bij kinderen tussen 12-14 jaar met duidelijk onderscheidingsvermogen of kinderen ouder dan 14 jaar toestemming van het kind voldoende is.

De toestemming die verkregen wordt, dient te gebeuren op basis van een geïnformeerde keuze om al dan niet deel te nemen aan het onderzoek. Alleen dan kan er sprake zijn van een geïnformeerde toestemming. In de volgende vraag wordt hier dieper op in gegaan.

#### 4.4. Hoe verkrijg je geïnformeerde toestemming?

Om geïnformeerde toestemming te verkrijgen moet het onderzoek aan de ouders en het kind uitgelegd worden, alsook het doel van de studie en gebruik van eventueel audio- en filmapparatuur. Het is hierbij belangrijk het kind goed te informeren naargelang zijn of haar cognitieve capaciteiten, maar hen niet te overladen met informatie. Een informatieve video of brochure kan hierbij helpen.

De toestemming van de ouders en - indien van toepassing - het kind moet op een expliciete manier plaats vinden. Mondelinge toestemming kan in principe wel, maar hier moet je de afweging maken hoe je zal aantonen dat je toestemming gekregen hebt indien zich een probleem voordoet. Schriftelijke toestemming is daarom aangeraden aan de hand van een **actieve toestemming**. Hierbij ontvangen de ouders en/of de kinderen een formulier waarin de onderzoeksprocedure wordt uitgelegd, en waar expliciet gevraagd wordt om aan te geven akkoord te gaan met de deelname (van hun kind) aan het onderzoek. Dit formulier wordt bij akkoord dan ondertekend en terugbezorgd.

Houd in het achterhoofd dat kinderen vaak niet goed weten wat onderzoek inhoudt tot ze er effectief mee worden geconfronteerd. Het is dus aangewezen om de goedkeuring te vragen aan het kind, telkens wanneer het onderzoek zich in een nieuwe fase bevindt (bv.: bij de start van een nieuwe opdracht in het interview, of bv. wanneer een tweede interview plaats vindt na een focusgroep).

Om meer jonge kinderen te kunnen overtuigen om deel te nemen aan het onderzoek is het goed om het belang van de studie grondig uit te leggen aan de ouders, zodat ze begrijpen en appreciëren waarom hun kind gevraagd wordt om deel te nemen aan de studie. De volgende aanbevelingen kunnen hierbij helpen:

- Stuur ouders een individuele brief waar het doel van de studie duidelijk wordt uitgelegd.
- Wees kort en to-the-point.
- Het helpt wanneer de leerkrachten en directeur positief tegenover het onderzoek staan om de ouders te overtuigen van de meerwaarde van de studie en het belang van de deelname van hun kind.

##### Aandachtspunt:

Geïnformeerde toestemming is vrijwillig en kan altijd, ook na initiële goedkeuring, worden herzien. Als onderzoeker moet je blijven benadrukken dat de deelname aan het onderzoek vrijwillig is en dat deelnemers het recht hebben om zich terug te trekken uit de studie, in welke fase het onderzoek zich ook bevindt.

## 4.5. Rekruteer je best kinderen én ouders?

Wanneer je ouders (of andere proxy's zoals opvoeders of leerkrachten) ook bevaart kunnen mogelijke verschillen aan het licht komen tussen de perspectieven van de ouders en het kind wat interessante informatie is om mee te nemen in het onderzoek.

Door de data van zowel de ouders als kinderen te analyseren breng je meerdere perspectieven in rekening en kan de situatie van het kind het best in kaart worden gebracht.

Wanneer beide partijen niet uitgebreid kunnen bevaart worden (bijvoorbeeld door financiële beperkingen van het onderzoek) kan je ook enkele sleutelvragen stellen aan de ouders.

Als algemene regel geldt: hoe jonger het kind, hoe meer je je op de ouders baseert als informant, en de antwoorden van kinderen gebruikt als aanvullende informatie. Ouders bevragen als proxy is vooral interessant om het effectieve gedrag van het kind te bevragen. Om attitudes te bevragen richt je je beter tot het kind zelf.

### Aandachtspunt:

Wanneer je beide partijen bevaart is het van belang om bij de participant te benadrukken dat de informatie die kinderen geven niet tot bij de ouders zal komen, en vice versa.

Ga voorzichtig om met de antwoorden van ouders over zaken waar ze zelf minder toegang tot hebben, aangezien deze minder betrouwbaar kunnen zijn (bv. wat kinderen doen op school, de speelplaats of in hun kamer).

### Aandachtspunt:

Het blijft een afweging tussen de hoeveelheid informatie die je geeft aan de ouders en eventueel de kinderen, en de validiteit van het onderzoek. Het kan namelijk zijn dat resultaten beïnvloed worden door deze uitleg om geïnformeerde toestemming te verkrijgen (dit is zeker zo bij experimenteel onderzoek).

In dit geval kan je een korte, algemene uitleg geven voor het onderzoek. Na de dataverzameling kan een – uitgebreidere – debriefing plaats vinden waar het volledig onderzoek wordt uitgelegd, met een mogelijkheid om hun geïnformeerde toestemming terug te trekken.

## 4.6. Moeten kinderen beloond worden voor hun deelname aan het onderzoek?

Dit is een vraag waar geen eenduidig antwoord op kan worden gegeven. Sommige onderzoeken stellen dat een beloning het kind net motiveert, anderen zeggen dat het belangrijk is dat het onderzoek vrijwillig gebeurt en dat dit niet mogelijk is wanneer je beloningen aanbiedt. Enkele richtlijnen rond beloningen:

- Omdat een beloning de keuze van het kind om al dan niet mee te doen aan het onderzoek kan beïnvloeden alsook zijn/haar antwoorden (bv. wil om te behagen vergroten), kan je ervoor opteren om pas na het onderzoek mee te delen dat het kind een beloning krijgt.
- Verschillende beloningen zijn mogelijk: een symbolisch item zijn (bv. een diploma voor deelname), een gezond tussendoortje, of een gadget. Vermijd heel waardevolle beloningen aangezien dit hun deelname kan overstimuleren wat de datakwaliteit niet altijd ten goede komt.

- Een alternatief voor een individuele beloning is een compensatie voor de school of organisatie (bv. waardebon voor de aankoop van groepsmateriaal voor een jeugdorganisatie, een korte les over de inhoud van het onderzoek). Deze compensatie mag dan niet afhankelijk zijn van het deelnemersaantal.

## 5. Dataverzameling

### 5.1. Waar neem je het onderzoek best af?

Kinderen zijn het meestal niet gewoon om deel te nemen aan een onderzoek. Laat de gesprekken daarom doorgaan op locaties die herkenbaar zijn, waar ze zich op hun gemak voelen, zichzelf durven zijn en hun mening durven geven. Dat kan thuis zijn, op school, bij de jeugdorganisatie of op een neutrale locatie die speciaal hiervoor wordt ingericht. Het onderzoek kan ook online afgenomen worden. Het interview kan plaats vinden via online chatsoftware zoals ICQ, Skype chat of WhatsApp. Onderzoek via chat kan ook meer controle bieden aan de geïnterviewde aangezien hij/zij bijvoorbeeld zelf nog kan beslissen om, bij het uittypen van een antwoord, het al dan niet te verzenden. Ook 'Camera off' en 'audio-only' Skype interviews hebben hun meerwaarde, aangezien de respondenten geen oogcontact moeten maken met de interviewer, van thuis uit (eigen kamer) kunnen communiceren met de onderzoeker, en ze gemakkelijker het interview kunnen stoppen of zich terugtrekken als respondent. Dit laatste heeft echter als nadeel dat je als onderzoeker weinig controle hebt over de interview setting. Je weet dus niet zeker of ouders of vrienden de conversatie al dan niet beïnvloeden met suggesties. Daarnaast ben je ook niet 100% zeker zijn van de identiteit van het kind en valt het non-verbaal gedrag weg wat vaak nuttige info biedt m.b.t. de emoties van kinderen. Survey of experimenteel onderzoek kan afgenomen worden via survey software zoals Qualtrics, SurveyMonkey, etc.

#### Aandachtspunt:

Op school, in een klaslokaal, kan het zijn dat kinderen zich verplicht voelen om het "juiste" antwoord te geven aangezien ze op school verwacht worden om alert en "slim" over te komen. Benadruk dan ook dat het onderzoek niet gelijk staat aan een examen afleggen. Probeer een lokaal binnen de school te vinden waar deze effecten minder doorwegen (bv. turnzaal, computerklas).

Wanneer het over gevoelige, private informatie gaat is het belangrijk dat het gesprek plaatsvindt in een gesloten setting, zonder andere aanwezigen. Dit kan op de jongere hun kamer, of in een klaslokaal waar niemand anders aanwezig is. De dataverzameling online laten plaatsvinden, is ook een methode om gevoelige informatie te verzamelen.

Er zijn enkele nadelen verbonden aan online interviews:

- Het is niet altijd even gemakkelijk om een vertrouwensband op te bouwen.
- Het verkrijgen van geïnformeerde toestemming van zowel de ouder als het kind is minder evident.

### 5.2. Concrete tips m.b.t. dataverzameling bij kinderen

#### 5.2.1. Algemene tips

- Houd rekening met de beperkte aandachtsspanne van het kind, zeker bij kinderen jonger dan 12 jaar. Het is daarom ook van groot belang om het onderzoek af te nemen op een moment dat het kind niet te moe is (bv. net na een toets of een les wiskunde) en zich voldoende kan concentreren.

- Kinderen (zeker min 12-jarigen) zitten niet graag lang stil. Zorg voor voldoende afwisseling en beweging, en las regelmatig een pauze in.
- Vergeet niet om vaak te herhalen dat het onderzoek anoniem is en dat ze op elk moment mogen stoppen. Dat helpt hen om te ontspannen omwille van het vertrouwelijke karakter van het gesprek.
- Leg de stappen van het onderzoek steeds goed uit zodat ze niet verrast worden tijdens het verloop van het onderzoek.
- Neem steeds genoeg tijd om een goede verstandshouding met de kinderen te creëren. Dus houd in je planning rekening met een tijdslot voor de “opwarming”.
- Leg uit dat “ik weet het niet”, ook een goed antwoord is, zo vermijd je dat de kinderen zomaar iets zullen zeggen of antwoorden omdat ze denken dat het zo hoort.
- Lach hen nooit uit wanneer ze iets fout doen/zeggen.
- Denk na over je kledij. Té formeel kan het moeilijk maken om een vertrouwensband op te bouwen met het kind. Té informeel of trendy kan dan weer lijken op te hard je best doen om het kind te imponeren. Het is niet de bedoeling deel uit te maken van de leefwereld van de kinderen, maar tonen dat je hierin inzicht wilt verwerven.

## 5.2.2. Concrete tips bij dataverzameling via interviews

- Probeer te vermijden dat de ouders of leerkrachten aanwezig zijn bij het gesprek aangezien zij een impact kunnen hebben op de spontane reacties van het kind.
- Laat het kind, niet de interviewer, de snelheid en de toon van de interactie bepalen.
- Koppel steeds terug, paraphraseer, om zeker te zijn dat je het kind goed begrepen hebt, en het kind kan bijsturen indien nodig.
- Ga er niet te snel van uit dat je de leefwereld van kinderen volledig begrijpt. Vraag aan de kinderen om het je te tonen, te beschrijven, uit te leggen,... (“Waarom vind je dit leuk?”, “Wat is er dan zo goed aan?”).
- Wanneer gevoelige informatie bevestigd wordt, en het kind zich niet goed of comfortabel voelt, is het best om het onderzoek stil te leggen of het onderwerp waardoor het kind zich oncomfortabel voelt te veranderen.
- Let op praktische zaken om zeker te zijn dat de dynamiek juist zit. Bijvoorbeeld, zorg dat je even hoog zit als het kind/de kinderen.
- Een handpop kan een perfect medium zijn om te verbinden met jongere kinderen en om aan te passen en zijn/haar taalgebruik.
- Hou de vragen kort, zeker wanneer het gestructureerde interviews betreft (met antwoordopties). Jonge kinderen kunnen namelijk slechts een beperkte set antwoordmogelijkheden (max. 2 à 3) onthouden. Het gebruik van Likertschalen is hierdoor niet evident, aangezien die minstens uit 4 antwoordcategorieën bestaan. Mogelijke oplossingen om toch kinderen aandachtig te houden en bedachtzame antwoorden los te krijgen:
  - Toon het kind geheugensteuntjes zoals bijvoorbeeld antwoordkaarten met de verschillende antwoordopties visueel (bv. emoticons of foto’s) voorgesteld.
  - Je kan ook elke vraag afprinten op een kleine kaart. Voorzie vier stapels met de opties (bv. helemaal niet akkoord – helemaal akkoord) en laat vervolgens de kinderen elke kaart plaatsen op een van deze vier stapels.
  - Wanneer je merkt dat het moeilijk is voor de kinderen om te kiezen uit de verschillende antwoordcategorieën kan je eerst vragen of ze bijvoorbeeld akkoord of niet akkoord gaan, om van daaruit door te vragen hoe sterk ze dit voelen (helemaal akkoord of akkoord). Dit neemt natuurlijk meer tijd in, en is een afweging die je als onderzoeker zal moeten maken.

### 5.2.3. Concrete tips bij dataverzameling via focusgroepen

- Zorg dat iedereen van de groep elkaar kan zien (bv. in een cirkel plaatsnemen), op gelijke hoogte zit en samen kan praten.
- Wanneer het gesprek doorgaat in scholen, zorg dan dat de stoelen niet staan in e.
- Het gebruik van naamkaartjes is aan te raden, zeker wanneer je gebruik maakt van video-opnames.
- Als moderator is het belangrijk dat je er op toeziet dat alle kinderen aan bod komen, zodat dominante kinderen het gesprek niet domineren.
- Bij gevoelige of genderspecifieke onderwerpen worden de meisjes en jongens beter gesplitst.
- Vanaf de leeftijd van 7 à 8 jaar is het aan te raden om jongens en meisjes te splitsen omdat ze zich dan meer comfortabel voelen en daardoor ook meer open zijn. Vanaf de adolescentie kan het andere geslacht ook afleidend zijn. Bij homogene groepen ben je ook zeker dat beide perspectieven aan bod zullen komen, en het ene geslacht het andere geslacht niet domineert. Dit betekent echter niet dat je geen heterogene groepen kan gebruiken, maar wees je dan bewust van de mogelijke impact van jongens en meisjes op elkaar.

### 5.2.4. Concrete tips bij dataverzameling via vragenlijsten

- Zorg voor anonimiteit bij het invullen van de vragenlijsten wanneer dit in een klaslokaal gebeurt (bv. voldoende afstand voorzien tussen de kinderen).
- Voorzie een activiteit/opdracht (bv. tekening inkleuren, woordpuzzels,...) voor kinderen die vroeger klaar zijn met het invullen van de vragenlijst.
- Je kan vraag per vraag overlopen in een klaslokaal en de kinderen elke vraag dan meteen laten invullen zodat bij eventuele onduidelijkheden een vraag kan gesteld worden. Dit is zeker aan te raden bij jongere kinderen (onder de 8 jaar). Weet echter wel dat kinderen elkaar dan kunnen beïnvloeden door de (non-verbale) reacties die ze geven op een vraag. Een alternatieve oplossing is dat je bij de kinderen benadrukt dat ze moeten aangeven wanneer iets onduidelijk is of er twijfels zijn.
- Voorzie voldoende tijd voor het invullen van de vragenlijst, want de geheugencapaciteit is wel volgroeid, maar de geheugensnelheid nog niet. Zorg ervoor dat 'trage' kinderen geen stuk van hun speeltijd of middagpauze kwijt zijn.
- Bij experimenteel onderzoek wordt vaak stimulusmateriaal getoond. Het is belangrijk om goed na te denken hoe je de verschillende stimuli zal tonen aan de kinderen. Dit kan bijvoorbeeld door:
  - de kinderen in verschillende lokalen te zetten per stimulus.
  - de stimulus aan de vragenlijst toe te voegen (online, op computer of geprint) en ervoor te zorgen dat kinderen niet bij elkaar kunnen kijken.

## 5.3. Waar moet je rekening mee houden wanneer je gesprekken opneemt?

Focusgroepen en interviews worden vaak opgenomen als evaluatie of om extra informatie in te winnen.

Een **video-opname** van een interview of focusgroep is de beste manier om alle input (verbale en non-verbale reacties) op te kunnen nemen en te bewaren. Kinderen kunnen zich echter anders gedragen wanneer ze zich bewust zijn van de camera. Enkel **audio-opnames** maken, kan hiervoor een oplossing zijn.

Een andere mogelijkheid om kinderen comfortabel te laten voelen over het feit dat ze worden opgenomen, kan zijn door hen eerst even gewoon te laten worden aan het materiaal en bijvoorbeeld zichzelf even laten opnemen en het dan afspelen zodat ze weten wat het precies is.

Wanneer je liever niets opneemt kan je eventueel **notities** nemen. Leg dan steeds goed uit wat en waarom je zaken zal opschrijven, en probeer voldoende aandacht te houden op het kind. Zelf notities nemen is echter niet mogelijk bij focusgroepen, deze rol kan opgenomen worden door de assistent moderator die steeds aanwezig is bij focusgroepen.

#### Aandachtspunt:

Leg steeds goed uit aan de kinderen waarom je opnames maakt, en wat er mee zal gebeuren.

## 6. Rapportering

### 6.1. Wat met de privacy van de kinderen?

Als vuistregel geldt dat de **anonimiteit van de respondenten altijd moet gegarandeerd worden**. De vertrouwelijkheid van de data, en het respecteren en beschermen van de privacy is uitermate belangrijk. Daarom is het heel belangrijk om de data goed te controleren en te beschermen:

- Laat nooit transcripties, foto's, video's, usb-sticks, externe harde schijven of eender welk medium waarop verzamelde data zijn opgeslagen liggen op publieke plaatsen.
- Maak geen nodeloze kopieën, en houd goed bij waar alle kopieën zich bevinden (zowel elektronisch als op een ander formaat).
- Geef je materiaal aan niemand door zonder duidelijke afspraken te maken over hoe met dit materiaal wordt omgegaan.
- Als je je gegevens digitaal opslaat zorg dan voor voldoende beveiliging, bijvoorbeeld door encryptie en wachtwoordbeveiliging.

Bij de rapportering is het belangrijk om te onthouden:

- De respondenten blijven bij regel anoniem. Persoonlijke informatie, zoals naam, adres, geboortedatum, worden weggelaten in de rapportering.
- Bij quotes gebruik je best pseudoniemen, tenzij toestemming (door de ouder en/of het kind vanaf 12-14 jaar) werd gegeven om de echte naam te gebruiken. Een pseudoniem of code die een combinatie is van onder meer gender en leeftijd, bijvoorbeeld, kan basisinformatie geven over het profiel van de respondent waarvan een quote wordt weergegeven.
- Bij kwalitatief onderzoek is het goed om feedback te vragen over de rapportering zodat de quotes zeker juist verwoord zijn, zeker bij de oudere kinderen (vanaf 12+).
- Bij kwantitatief onderzoek laat je de gegevens van de deelnemende scholen en/of organisaties achterwege. Ook geef je alleen algemene informatie zoals de gemiddelde leeftijd, aantal jongens en meisjes, maar geen specifieke individuele informatie. Wis ook gegevens zoals IP-adres of locatie uit het databestand wanneer het onderzoek online wordt afgenomen via survey-software.

### Aandachtspunt:

Vergeet de Privacycommissie niet vooraf op de hoogte te brengen wanneer je persoonlijke gegevens zal verzamelen.

### Aandachtspunt:

Het garanderen van anonimiteit kan weliswaar niet worden gewaarborgd wanneer het kind zich in een moeilijke situatie bevindt (e.g., misbruik, verwaarlozing). In België is er geen meldingsplicht, maar je kan veroordeeld worden voor schuldig verzuim. Wanneer er dus een vermoeden van mishandeling is, neem dan contact op met justitie (bv. Politie) of gespecialiseerde hulpverlening (bv. Vertrouwenscentrum Kindermishandeling of de huisarts)

## 6.2. Hoe koppel je de onderzoeksresultaten terug naar de participanten?

Als algemene regel geldt: hoe meer je terugkoppelt naar de participanten, hoe meer je toont dat je hun bijdrage apprecieert.

- Breng iedereen die op een of andere manier heeft meegewerkt aan de studie op de hoogte over de resultaten, en waar deze resultaten kunnen gevonden worden. Bijvoorbeeld: wanneer resultaten verzameld werden via de school, breng je niet alleen de leerlingen en hun ouders op de hoogte maar ook de directie en leerkrachten.
- Om de kinderen ook op de hoogte te brengen van de resultaten is het aan te raden om een rapport op te stellen met enkele sleutelbevindingen op maat van het kind. Dit kan via een toffe, begrijpbare infographic of PowerPoint.

### Aandachtspunt:

Wees zeker dat de vraag voor feedback bij kwalitatief onderzoek meteen bij het kind terecht komt. Zo kan het bijvoorbeeld zijn dat wanneer je de rapportering met quotes per post doorstuurt, de brief eerst geopend wordt door de ouders.

# REFERENTIELIJST

## Boeken en rapporten:

- Baarda, D.B. (2009). Dit is onderzoek! Noordhoff Uitgevers.
- Baarda D.B. e.a. (1995). Basisboek kwalitatief onderzoek. Noordhoff Uitgeverij.
- Baarda, D.B., de Goede, M. & van der Meer-Middelburg, J. (2007). Basisboek Interviewen. Plantyn.
- Barbovschi, M., Green, L. & Vandoninck, S. (eds) (2013). Innovative approaches for investigating how children understand risk in new media. Dealing with methodological and ethical challenges. London: EU Kids Online, London School of Economics and Political Science.
- Boeije, H. (2005). Analyseren in kwalitatief onderzoek. Amsterdam: Boom Onderwijs.
- Bosch, J.D. (1997). Leren observeren, een introductie in het gebruik van systematische gedragsobservaties. Bussum: Coutinho.
- Christensen, P. & James, A. (2008). Research with Children: Perspectives and Practices. 2<sup>nd</sup> edition. New York and London: Routledge.
- Collins, A., Bronte-Tinkew, J., & Burkhauser, M. (2008). Using incentives to increase participation in out-of-school time programs. Washington, DC: Child Trends.
- De Leeuw, E. (2011). Improving Data Quality when Surveying Children and Adolescents: Cognitive and Social Development and its Role in Questionnaire Construction and Pretesting. Report prepared for the Annual Meeting of the Academy of Finland, May 10-12.
- Dieussart, K., Smits, D., & Goubin, E. (2011). Onderzoek in de praktijk. Een gids voor praktijkgericht onderzoek. Leuven: Acco.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). *From game design elements to gamefulness: defining gamification*. Paper presented at the Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments.
- Fischer, T. & Julsing, M. (2009). Onderzoeksvaardigheden. Noordhoff Uitgeverij.
- Foss, E., Druin, A., & Guha, M. L. (2013). Recruiting and Retaining Young Participants: Strategies From Five Years of Field Research. In Proceedings of the 2013 International Conference on Mobile and Ubiquitous Multimedia, pages 313–316, New York, New York, USA. ACM Press.
- Freeman, M. & Mathison, S. (2009). Researching Children's Experiences. New York: The Guilford Press.
- Gosling, L. (2003). Toolkits: A Practical Guide to Monitoring, Evaluation and Impact Assessment. Save the children.
- Gray, D., Brown, S., & Macanufo, J. (2010). Gamestorming: A playbook for Innovators, Rulebreakers and, Changemakers. Sebastopol: O'Reilly.
- Green, S. & Hogan, D. (2005). Researching Children's experiences. Methods and approaches. London: Sage.
- Harinck, F. (2009). Basisprincipes praktijkonderzoek. Antwerpen: Garant.
- Maso, I. & Smaling, A. (1998). Kwalitatief onderzoek: praktijk en theorie. Amsterdam: Boom.
- Ólafsson, Livingstone, & Haddon (2013). How to research children and online technologies? Frequently asked questions and best practice. London: EU Kids Online, LSE. Green and Hogan, 2005, Researching Children's experiences. Methods and approaches
- Punch, S. (2002). Research with Children: The same or different from reserach with adults? London: Sage.
- Segers, J.H.G. (1987). Methoden voor de sociale wetenschappen. Assen: Van Gorcum.
- Swanborn, P.G. (2006). Basisboek sociaal onderzoek. Amsterdam: Boom.
- Vaajakallio, K., Lee, J.-J., & Mattelmäki, T. (2009). *It has to be a group work!: co-design with children*. Paper presented at the Proceedings of the 8th International Conference on Interaction Design and Children.
- Wester, F. (1987). Strategieën voor kwalitatief onderzoek. Muiderberg: Coutinho.
- Zomerdijk, L. G., & Voss, C. A. (2010). Service design for experience-centric services. *Journal of Service Research*, 13(1), 67-82.



*Nuttige weblinks:*

- EU Kids online: via [www.eukidsonline.net](http://www.eukidsonline.net) kom je terecht op de website van de London School of Economics and Political Science. Alle informatie over EU Kids Online en de link naar de toolkit kan je daar vinden.
- “Privacy: vademecum voor de onderzoeker” door de Privacy commissie: [https://www.privacycommission.be/sites/privacycommission/files/documents/vademecum-voor-de-onderzoeker\\_0.pdf](https://www.privacycommission.be/sites/privacycommission/files/documents/vademecum-voor-de-onderzoeker_0.pdf)
- <http://childethics.com/>
- Vertrouwenscentrum Kindermishandeling: [www.kindermishandeling.be](http://www.kindermishandeling.be)