



Band 2 der Reihe
Medienpädagogische Praxisforschung
herausgegeben von Horst Niesyto

Interkulturelle Kommunikation mit Foto und Video

Ergebnisse des EU-Projekts (CHICAM)
„Children In Communication About Migration“

Mit einem Methodenteil für mediengestützte
Forschungsprojekte von Studierenden

Horst Niesyto / Peter Holzwarth / Björn Maurer

kopaed (muenchen)
www.kopaed.de

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86736-050-0

Druck: Kessler Druck + Medien, Bobingen

© kopaed 2007

Pfälzer-Wald-Str. 64, 81539 München

Fon: 089.68890098 Fax: 089.6891912

e-mail: info@kopaed.de Internet: www.kopaed.de

Inhalt

Vorwort	7
<i>Liesbeth de Block & David Buckingham</i> Introduction	9
<i>Horst Niesyto</i> Interkulturelle Kommunikation und Medienbildung	13
<i>Peter Holzwarth & Horst Niesyto</i> Idee, Konzeption und Verlauf des EU-Projekts CHICAM	21
<i>Björn Maurer</i> Projektaktivitäten des CHICAM-Clubs in Deutschland	29
<i>Peter Holzwarth</i> Projektergebnisse und Empfehlungen zu den Bereichen Mediennutzung, Schule, Familie und Peergroup im Überblick	49
<i>Horst Niesyto</i> Medienpädagogische Erfahrungen im EU-Projekt CHICAM	57
<i>Peter Holzwarth & Horst Niesyto</i> Hinweise zur Gestaltung mediengestützter Forschungsprojekte von Studierenden	81
<i>Peter Holzwarth</i> Rezeptive und produktive Formen interkultureller Medienpädagogik	101
Literaturverzeichnis	117
Anhang	123
Autor/innen	133
Hinweise zur Schriftenreihe „Medienpädagogische Praxisforschung“	135

Peter Holzwarth & Horst Niesyto

Hinweise zur Gestaltung mediengestützter Forschungsprojekte von Studierenden

1. Spektrum von Forschungsmöglichkeiten

Im Rahmen der Aus- und Weiterbildung ist es sinnvoll, Studierenden einen Rahmen anzubieten, in dem sie selbst forschend tätig werden. Durch die Entwicklung einer forschenden Haltung können sie lernen, eigene Fragestellungen zu bearbeiten, ihre Wahrnehmung zu schulen und Beobachtung, Analyse und Bewertung zu trennen. Auch für die pädagogische Praxis ist eine forschende Grundhaltung bzw. ein forschender Habitus zentral, um als Pädagoge/in in kritischer Distanz zu (routinisierten) Alltagshandlungen Situationen und Prozesse reflektieren zu können.

Studierende können auf unterschiedlichen Wegen Forschungserfahrungen machen:

- 1) Studierende werden im Rahmen von Lehrveranstaltungen, Abschlussarbeiten oder gegen Bezahlung (als Tutoren oder wissenschaftliche Hilfskräfte) an „offiziellen“ Forschungsprojekten beteiligt (vgl. z. B. Held & Sauer 2005).
- 2) Studierende bekommen die Möglichkeit, an offiziellen Forschungsprojekten mit eigenen Fragestellungen anzuknüpfen bzw. Sekundäranalysen von Projektmaterialien durchzuführen (vgl. z. B. Holzwarth & Maurer 2003).
- 3) Studierende entwickeln im Rahmen von Lehrveranstaltungen oder Abschlussarbeiten eigenständige kleine Projekte.¹

Dabei ist zu bedenken, dass der wissenschaftliche Anspruch nicht in allen Kontexten gleich sein kann. Bei Variante 3 können in der Regel nicht die gleichen Standards erwartet und erreicht werden wie bei den Varianten 1 und 2. Entscheidend für die Qualität der Forschung und die Intensität der Forschungserfahrungen sind auch Vorbereitung und Beratung der Studierenden. Wie werden Forschungsmethoden vermittelt und angeeignet? Auf welche Weise bekommen die Studierenden während des Forschungsprozesses Feedback und Beratung? Haben Studierende die Möglichkeit, Er-

¹ Am Ludwig Uhland Institut für empirische Kulturwissenschaft an der Universität Tübingen werden regelmäßig Forschungsseminare durchgeführt, die über zwei Semester laufen und mit einer gemeinsamen Publikation und einer Ausstellung abgeschlossen werden. Ein gemeinsames Themenfeld wird arbeitsteilig von Studierenden bearbeitet, z. B. Tanz, Fotografie in der Volkskunde, ästhetische Repräsentationen von universitären Fachkulturen oder der Gebrauch von Dingen im Kontext von Migration. An der Pädagogischen Hochschule Zürich durchlaufen Studierende eine Veranstaltung, in der sie über zwei Semester eigene kleine Forschungsprojekte verwirklichen können („Forschung und Entwicklung in der Ausbildung“).

fahrungen auch untereinander auszutauschen und zu reflektieren? Hier sind sowohl Präsenzphasen als auch computergestützte Kommunikationsmöglichkeiten denkbar. Wichtig ist auch die Frage der Präsentation und Publikation. Soll am Ende eine schriftliche Arbeit stehen, ein Film, eine Powerpoint-Präsentation oder eine Ausstellung?

Die folgende Darstellung veranschaulicht ein Spektrum von unterschiedlichen Forschungsmöglichkeiten anhand von Beispielen:

Forschungsgegenstand	Klassische Forschungsmethoden ohne mediale Unterstützung	Mediengestützte Forschungsmethoden (Medieneinsatz durch Forschende oder/und Informanten)
Lebenswelten ohne direkten medialen Fokus	<ul style="list-style-type: none"> - Teilnehmende Beobachtung im Jugendhaus - Forschung über Jugendgangs (z. B. Tertilt 1996) 	<ul style="list-style-type: none"> - Mediengestützte Forschung über Rituale in der Schule - Forschung über Skater-Jugendkultur (mit Produktion eines dokumentarischen Films) - Medienethnographische Fotoerkundung zum Thema "Migration" in einer Stadt
Produktanalysen von professionellen Medien	<ul style="list-style-type: none"> - Inhaltsanalyse von HipHop Videos (z. B. Beller 2006) - Analyse von Zeitschriften unter Genderaspekten 	
Rezeptive Medienwelten	<ul style="list-style-type: none"> - Teilnehmende Beobachtung in Diskotheken und Clubs (z. B. Thornton 1995) - Befragungen am Kinoausgang 	<ul style="list-style-type: none"> - Mediengestützte Forschung über die Aneignung von Videoclips (Analyse der Körpersprache beim Anschauen anhand videographierter Szenen) - Videoumfrage zu Soap-Opera - Forschung zu Lan-Partys (mit Interviews und Aufnahmen aus der Lanparty-Situation)
Produktive Medienwelten I (ohne pädagogische Inszenierung)	<ul style="list-style-type: none"> - Begleitung einer Gruppe von Graffiti-Sprayern 	<ul style="list-style-type: none"> - Film über Graffiti-Sprayer - Film von Graffiti-Sprayern über sich selbst
Produktive Medienwelten II (Medienpädagogisch inszenierte mediale Erfahrungsräume: Evaluation medienpädagogischer Projekte)	<ul style="list-style-type: none"> - Teilnehmende Beobachtung bei einem Medienclub in einer Hauptschule 	<ul style="list-style-type: none"> - Videogestützte Analyse von Interaktionen und kreativen Prozessen bei schulischen Medienprojekten
Produktive Medienwelten III (Medienpädagogisch inszenierte mediale Erfahrungsräume: medienpädagogische Praxisforschung)		<ul style="list-style-type: none"> - Inszenierung von medienpädagogischen Lernräumen im Rahmen von Forschungsprojekten (Reflexion und Entwicklung medienpädagogischer Konzepte, z. B. CHICAM oder VideoCulture; Niesyto 2003)

2 Mediengestützte Forschung bezieht sich in diesem Kontext auf die Erhebung und Generierung von Daten (z. B. Foto- und Videodokumentation, Forschung mit Eigenproduktionen). Nicht gemeint ist beispielsweise die computergestützte Auswertung von verbalen oder (audio-)visuellen Texten.

2. Datenerhebung mit qualitativen Forschungsmethoden

Die Produktion von Wissen im Kontext von Forschung unterscheidet sich von Erkenntnisgewinnung im Alltag. Im Kontext alltäglicher Wirklichkeitskonstruktion werden persönliche Erfahrungen, die kommunizierte Erfahrung von anderen und medial vermittelte Erfahrungen gesammelt. Vergleiche und Verallgemeinerungen vollziehen sich nicht regelgeleitet und systematisch, sondern gemäß persönlichen Bedürfnissen und Funktionalitäten, beispielsweise dienen unreflektierte Vorstellungen, Bilder und Alltagstheorien der Reduktion von Komplexität und der Selbstwertsteigerung. Wissenschaft dagegen beruht auf der systematischen Anwendung anerkannter Forschungsmethoden und auf dem Prinzip der Nachprüfbarkeit und Nachvollziehbarkeit. Der Prozess der Erkenntnisgewinnung wird transparent gemacht, so dass andere Menschen die Möglichkeit haben, den Erkenntnisweg nachzuvollziehen. Man spricht in diesem Zusammenhang von so genannten Gütekriterien (vgl. Moser 2003, S. 18-22).

Zu Beginn jeder Forschung steht eine Fragestellung bzw. ein Erkenntnisinteresse. Da für eine bestimmte Fragestellung nicht alle relevanten Personen oder Phänomene untersucht werden können (z. B. alle Jugendlichen in Deutschland) muss eine Auswahl getroffen werden. Im Rahmen *quantitativer* Forschung werden aus der zu untersuchenden Grundgesamtheit Stichproben gezogen, die stellvertretend untersucht werden und für das Ganze stehen sollen³. Die Stichprobe sollte möglichst repräsentativ für die zu untersuchende Gesamtgruppe sein. Diese Strategie bezieht sich auf die Breite. Es sollen allgemeine Aussagen über große Gruppen gemacht werden. *Qualitative* Forschung dagegen setzt nicht auf Breite und Repräsentativität, sondern auf Tiefe, Alltags- und Kontextnähe. Es werden wenige Phänomene oder Personen besonders intensiv untersucht. Aussagen sind meistens weniger allgemein, dafür jedoch detailreich und subjektiv. Ergebnisse werden kontextnah gewonnen und dargestellt und es geht um subjektive Bedeutungen, die Menschen den Phänomenen zuschreiben. Häufig wird im Rahmen qualitativer Forschung betont, dass Wirklichkeiten – auch wissenschaftliche Wirklichkeit – soziale und kulturelle Konstruktionen darstellen und dass der Forschende selbst Teil des Ganzen ist und nicht unabhängig von außen deuten und analysieren kann (vgl. Flick 2003). Beide Zugänge – der qualitative und der quantitative Ansatz – haben ihre Berechtigung und können sich wechselseitig ergänzen; häufig werden in Forschungsprojekten auch beide Ansätze angewandt wie z. B. in der Shell-Jugendstudie 2000 (vgl. Deutsche Shell 2000). Quantitative Verfahren dienen meistens der Überprüfung bereits bestehender Hypothesen, qualitative Methoden dagegen werden oft eingesetzt, um relativ unbekannte Phänomene zu erschließen und um Hypothesen zu gewinnen. Im Folgenden werden einige qualitative Verfahren vorgestellt.

3 Für das Schließen von Stichprobe auf Grundgesamtheit stehen statistische Verfahren sowie computergestützte Auswertungsprogramme zur Verfügung (z. B. SPSS – Statistic Package for the Social Sciences).

2.1 Feldforschung und teilnehmende Beobachtung

Teilnehmende Beobachtung ist die Hauptmethode der Feldforschung. Menschen werden nicht in ein Hochschulinstitut eingeladen, um Experimente oder Befragungen mitzumachen, sondern die Forschenden begeben sich ‚ins Feld‘, d.h. in die alltägliche Lebenswelt der Informanten (z. B. in Jugendclubs, in Bars, in Clubs, in Klassenzimmer etc.). Wie ein Ethnologe, der in Indonesien mit den Bewohnern eines Dorfes zusammenlebt, versucht der teilnehmende Beobachter in das Leben seiner Informanten einzutauchen und bis zu einem gewissen Grad teilzunehmen. Dies erfordert Zeit. Ein ganz zentrales Element der teilnehmenden Beobachtung im Feld ist Selbstreflexion und die Reflexion von Nähe und Distanz: Bin ich als Forschender nahe genug an den Informanten und gleichzeitig distanziert genug, um aus der Fremdperspektive heraus wahrnehmen zu können?

Das Geschehen im Feld kann auf verschiedene Weise dokumentiert werden:

- Die Beobachtungen werden in ein Feldtagebuch geschrieben. Dies kann in der Beobachtungssituation selbst geschehen oder später.
- Das Geschehen wird auf Kasette oder Mini-Disk mitgeschnitten und später zur Ergänzung der Feldtagebuchaufzeichnungen abgehört (Kassette, Mini-Disc oder digitale Audio-Recorder).
- Das Geschehen wird mit einem Fotoapparat dokumentiert.
- Das Geschehen wird mit Hilfe einer fest installierten Videokamera oder per Hand geführten Kamera aufgenommen (Videografie).

Es besteht auch die Möglichkeit, die Subjekte selbst und eigenständig ihre Lebenswelt dokumentieren zu lassen, indem man ihnen

- ein leeres Buch gibt mit der Bitte, ein Tagebuch zu führen;
- eine Fotokamera gibt mit der Bitte, ihr Leben fotografisch zu dokumentieren (vgl. Photo-elicitation);
- eine Videokamera gibt mit der Bitte, ihr Leben und das Leben anderer in Ton und Bild festzuhalten.

Die entstandenen Dokumente können später zusammen mit den Produzenten diskutiert bzw. analysiert werden. Eine weitere Variante besteht darin, mit den Informanten zusammen *Medienprodukte* zu erstellen. Dabei werden Fotoapparate und Videokameras nicht nur ausgeteilt und später wieder eingesammelt; es gibt unterschiedliche Formen, Medienproduktionen zu erstellen (vgl. Kap. 3).

Der Forscher kann verschiedene Subjektstandpunkte einnehmen, die jeweils mit spezifischen Vorteilen und Nachteilen verbunden sind:

Subjektstandpunkt	Beispiele	Besonderheiten
Partielle und zeitweilige Einnahme der Innenperspektive	Sarah Thornton (1995): "Club Cultures": Forscherin, die nicht im engeren Sinne Mitglied der Jugendkultur ist, geht auf Raves und forscht über die House und Techno-Szene. Forscher ohne Migrationshintergrund arbeiten und forschen mit Menschen mit Migrationserfahrung (CHICAM).	Es kann Nähe zur Lebenswelt der Informanten aufgebaut werden. Das Spannungsverhältnis von Nähe und Distanz muss immer wieder reflektiert und neu bestimmt werden.
Forscher ohne Migrationshintergrund arbeiten und forschen mit Menschen mit Migrationserfahrung (CHICAM).	Marc Calmbach (2007): Ehemaliges Mitglied der Hard-Core Musikszene forscht über Hard-Core Jugendkultur. Paul Mecheril (2003): Forscher mit dunkler Hautfarbe arbeitet über Mehrfachzugehörigkeit und ethnisch-kulturelle Kategorisierungen.	Die eigene Erfahrung eröffnet Empathie und Verständnismöglichkeiten; es besteht jedoch die Gefahr, bestimmte Aspekte als selbstverständlich zu behandeln.

Pierre Bourdieu (1997) hat darauf hingewiesen, dass es oft Sinn macht, Personen aus dem eigenen Bekanntenkreis für die Forschung zu gewinnen. So kann leichter ein Vertrauensverhältnis aufgebaut werden. Auch für studentische Projekte erscheint diese Strategie praktikabel. Oft haben Studierende über jüngere Geschwister, Bekannte und Freunde privilegierte Zugänge zu Mitgliedern von Jugend- und Medienkulturen.

2.2 Interviews

Je nach Fragestellung und Vorwissen bieten sich unterschiedliche Typen von Interviews an, z. B. das narrative Interview, das Leitfadeninterview, das biographische Interview, das Experteninterview (vgl. Flick 2003). Wenn es darum geht, ein relativ neues und unbekanntes Gebiet zu erschließen, ist es sinnvoll, offene Formen zu wählen. Sollen hingegen konkretere Vorannahmen überprüft werden, sind stärker strukturierte Methoden angebracht.⁴

Narrative Interviews sind offen angelegt, es geht darum, dem Subjekt ein relativ freies Erzählen zu ermöglichen. Der Interviewer sollte versuchen, den Erzählfluss am Laufen zu halten. *Leitfadeninterviews* sind stärker strukturiert, ein Katalog von Fragen wird nacheinander gestellt. Die folgenden Hinweise zur Interviewführung (Leitfadeninterview) dienen der Optimierung des Interviews (vgl. Bell 1997; Moser 1995; 2003):

⁴ Mayring (1999, S. 49) unterscheidet die Offenheit und Freiheit für den Interviewten einerseits und die Freiheit des Interviewers andererseits.

- Brechen Sie Ihre Forschungsfragen auf konkrete Fragen im Interview herunter.
- Erstellen Sie gegebenenfalls einen Interviewleitfaden.
- Spielen Sie das Interview zur Übung mit einem Freund oder einem Bekannten durch.
- Suchen sie einen ruhigen Ort für die Interviews aus; es besteht auch die Möglichkeit, die Informanten den Ort selbst aussuchen zu lassen.
- Stellen Sie sich vor und erklären Sie das Vorhaben.
- Bieten Sie an, offene Fragen zu klären.
- Machen Sie transparent, was mit den Interviewdaten geschieht.
- Erklären Sie das Prinzip der Anonymisierung.
- Sagen Sie dem Interviewpartner, wie lange das Gespräch in etwa dauern wird.
- Sprechen Sie so, dass Sie für die Zielgruppe verständlich sind.
- Stellen Sie Ihre Fragen im Spannungsfeld von Offenheit und Strukturierung so, dass es für Ihre Fragestellung geeignet ist.
- Vermeiden Sie Fragen, die bereits eine Antwort enthalten oder nahe legen.
- Versuchen Sie Verzerrungen zu vermeiden, indem Sie sich mit starken Wertungen zurückhalten (vor allem bei negativen Wertungen).
- Versuchen Sie nonverbal eine offene Gesprächsatmosphäre zu schaffen (Aufmerksamkeit geben, Blickkontakt, Kopfnicken als Zeichen des Verstehens etc.).
- Vermeiden Sie Fragen, die bereits bestimmte Aspekte implizieren (z. B. „Wie haben Sie bemerkt, dass es Konflikte gab?“ besser: „Haben Sie irgendwelche Konflikte bemerkt?“)
- Vermeiden Sie es, mehrere Teilfragen in eine Frage zu integrieren.
- Seien Sie offen für die Themen des Interviewten, auch wenn es zunächst in eine andere Richtung geht.
- Fragen Sie am Ende, ob es noch irgendetwas Wichtiges zu sagen gibt, das vergessen wurde.
- Bedanken Sie sich.
- Bieten Sie an, dem Interviewten Ergebnisse rückzumelden.

2.3 Photo-elicitation mit Einwegkamera-Fotos

Photo-elicitation bezeichnet eine Forschungsstrategie, bei der verbale Äußerungen in Interviews nicht nur durch Fragen angeregt werden, sondern auch durch Fotos oder Bilder.

Banks nennt folgende Vorteile (Banks 2001, 88 f.):

- Über das Vorhandensein von Fotografien können Gefühle der Unsicherheit minimiert werden.
- Augenkontakt muss nicht gehalten werden, da man auf die Fotos blicken kann.
- Stille, die normalerweise als peinlich empfunden werden würde, kann durch das Betrachten der Bilder als legitim erscheinen.
- Status- und Machthierarchien können als weniger stark empfunden werden.

- Fotografien als gemeinsam geteiltes Drittes geben Sicherheit, weil es immer einen niedrigschwelligen Redeanlass gibt. Sie ermöglichen auch den Aufbau einer persönlichen Beziehung zwischen Forscher und Subjekt.

Ein ganz entscheidender Vorteil ist die Tatsache, dass visuelles Material das Sprechen erleichtert. Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund, die gerade dabei sind, die neue Sprache zu lernen, fällt es viel leichter sich in Interviews zu äußern, wenn von konkret anschaulichem Material wie Fotos ausgegangen wird. Auch für Kinder ist diese Form der Befragung attraktiv. Hurworth zählt für das Arbeiten mit Fotointerviews folgende Vorteile auf:

„It can challenge participants, provide nuances, trigger memories, lead to new perspectives and explanations, and help to avoid researcher misinterpretation. In addition, the technique can: be used at any stage of the research, provide a means of ‘getting inside’ a program and its context, bridge psychological and physical realities, allow the combination of visual and verbal language, assist with building trust and rapport, produce unpredictable information, promote longer, more detailed interviews in comparison with verbal interviews, provide a component of multi-methods triangulation to improve rigour, form a core technique to enhance collaborative/participatory research and needs assessments, be preferable to conventional interviews for many participants.“ (Hurworth 2003, S. 3)

Im Zusammenhang mit dem zeitlichen Bezug der Bilder und dem Produktionskontext lässt sich bei Photo-elicitation folgende Unterscheidung vornehmen:

	Von den <i>Subjekten</i> selbst produzierte Fotos	Von Forschern <i>und</i> Subjekten zusammen produzierte Fotos	Von den <i>Forschern</i> produzierte Fotos	Fotos, die <i>vorgefunden</i> wurden (found photos)
Fotos beziehen sich auf die <i>Gegenwart</i>	Interviews stützen sich auf Einwegkamera-Fotos, die junge Migrantinnen und Migranten über ihr Leben produziert haben (vgl. CHICAM).	Interviews über Integration beziehen sich auf Fotos von einem Stadtviertel, die Forschende und Subjekte zusammen produziert haben (vgl. Banks 2001, S. 91ff. und Harper 2000, S. 415).	Ein Interview über das praktische Wissen eines Bastlers wurde durch Fotos von Werkzeugen, Maschinen und Arbeitsabläufen angeregt, die der Forscher gemacht hat (vgl. Harper 2000, S. 414).	Vgl. die historisch angelegten Fotoanalysen von Pilarczyk & Mietzner 2005.
Fotos beziehen sich auf die <i>Vergangenheit</i>	Ein Interview über dörfliche Festtagstraditionen basiert auf alten Erinnerungsfotos des Subjekts (vgl. Banks 2001, S. 89).			Ein Interview über Modernisierung stützt sich auf alte Fotos, die die Stadt der Subjekte in einem früheren Zustand zeigen (vgl. Banks 2001, S. 89f.).

Einwegkameras sind einfache, analoge Fotoapparate, die man nur einmal benutzen kann (in der Regel ca. 36 Aufnahmen, auch mit Blitz erhältlich). Sie sind sehr preisgünstig und eignen sich deshalb für Projekte, in denen alle Teilnehmenden ihr eigenes Gerät haben und es auch über Nacht mitnehmen dürfen. Im Rahmen von Projekten zum Thema Migration eignen sie sich auch für die Mitnahme bei Besuchen ins Ursprungsland. Aus ökologischer Perspektive sind Einwegkameras problematisch, auch die Qualität ist im Vergleich zu teureren Kameras geringer (beispielsweise sind keine Makro-Aufnahmen möglich).

In Projekten, bei denen Einwegkameras eingesetzt werden, lassen sich idealtypisch folgende *Phasen* differenzieren:

- Die Forschungssubjekte erhalten Einwegfotokameras und werden gebeten, zu einem bestimmten Thema Aufnahmen zu machen. Die Aufgabenstellung sollte sehr gut durchdacht sein, da sie den Aufmerksamkeitsfokus und den thematischen Bezug der Fotografierenden strukturiert. Ist die Aufgabenstellung zu eng, können sich die Subjekte unter Umständen nicht authentisch äußern, ist sie zu breit, fühlen sich manche überfordert.
- Die Forschungssubjekte fotografieren eigenständig gemäß den Aufgabenstellungen und bringen die vollen Einwegkameras zum verabredeten Treffen mit.
- Die Einwegkameras werden eingesammelt und beim Fotohändler entwickelt. Es ist zu empfehlen, die Abzüge in zweifacher Ausfertigung zu machen, eine Serie für den Fotografierenden und die andere für den Forschenden. Es ist zu empfehlen, die Fotos beim Händler gleich auf CD-ROM brennen zu lassen.
- Die Subjekte werden zu Interviews eingeladen, bei denen die Fotos einer Kamera auf dem Tisch ausgebreitet werden. Die Kinder/Jugendlichen kommentieren und erklären die Bilder. Der Forscher kann zu bestimmten Aspekten nachfragen. Je nach Motivation und Redebedürfnis wird die Situation stärker durch die Interviewten strukturiert (sie bestimmen, zu welchen Fotos sie etwas sagen wollen) oder durch den Interviewer (Nachfragen zu bestimmten Fotos). Man kann entweder alle Fotos besprechen oder sich auf einige wenige Fotos konzentrieren. Die zweite Variante verspricht dichtere Daten, doch wer soll die Auswahl treffen? Ist es legitim, wenn der Forscher die Bilder vorselektiert, oder sollte die Auswahl vom Fotografen selbst getroffen werden? Wie so oft ist auch hier keine allgemeingültige Antwort möglich. Es muss je nach Forschungskontext entschieden werden.

2.4 Video-elicitation

Auch Videos und Filme können als Stimulus für Interviews verwendet werden (video-elicitation). Analog zu photo-elicitation kann auch das audio-visuelle Material bei video-elicitation aus unterschiedlichen Kontexten stammen (vgl. Tabelle in Kap. 2.3). So erstellte beispielsweise ein professioneller Filmemacher im Rahmen des EU-

Forschungsprojekts *Care work in Europe*⁵ in verschiedenen Ländern dokumentarische Filme über die Arbeitspraxis von Kindergärtnerinnen und Altenpflegerinnen. Diese Filme wurden Praktikern in verschiedenen Ländern gezeigt, um Diskussionen über Carework zu stimulieren. In ihrer Studie *Puzzling Gender: Re- und Dekonstruktionen von Geschlechterverhältnissen im und beim Musikfernsehen* zeigte Bechdorf (1999) jungen Menschen Musikvideos und befragte sie zu ihren Meinungen und Orientierungen. Vorstellbar wäre auch, Jugendlichen aktuelle TV Werbeclips zu zeigen und sie zu medial konstruierten Bildern von Weiblichkeit und Männlichkeit zu befragen. Wegener stellte auf einer Fachtagung Erfahrungswerte zum Einsatz visuellen Materials im Rahmen von Interviews und Gruppendiskussionen vor und analysierte unterschiedliche Modi der Verwendung visueller Materialien in kontextbezogenen Medienaneignungsstudien.⁶

2.5 Kollagen

Kollagen aus Fotos und Zeitschriftenbildern eignen sich hervorragend dafür, ein Thema auf kreative und nonverbale Weise zu erschließen. Auch für eine Vorstellung in der Gruppe sind Kollagen sehr hilfreich. Eine Vielzahl unterschiedlichster Zeitschriften (z. B. *Bravo*, *Yam*, *Mädchen*, *Spiegel*, *Auto-Motor-Sport* etc.) wird den Teilnehmern samt Schere und Klebstoff und Karton zur Verfügung gestellt. Die Kinder/Jugendlichen durchsuchen die Zeitschriften gemäß der Aufgabenstellung (z. B. „Stelle dich mit Bildern vor“; „Zeige was du magst und nicht magst“; „Zeige welche Medien du magst“), schneiden passende Bilder aus und arrangieren auf großen farbigen Blättern bzw. Kartons eine persönliche Kollage. Die fertige Kollage kann im Rahmen eines Photo-elicitation-Interviews als Grundlage benutzt werden. Oft erschließen sich die Bildarrangements und Bedeutungsneuschöpfungen erst in einem Gespräch.

2.6 Zeichnungen

Auch Zeichnungen können für die Datenerhebung genutzt werden. Gauntlett (2005a; 2005b) bat Jugendliche, „celebrity-drawings“ (Zeichnungen von Berühmtheiten) zu erstellen und diese zu kommentieren. Im Rahmen dieser Aufgabenstellung können Hinweise für mediale Identifikationen und Identitätskonstruktionen gewonnen werden. Wichtig ist auch in diesem Kontext, die gezeichneten Produkte nicht immanent, sondern zusammen mit den Selbstaussagen der Produzenten zu analysieren (vgl. Gauntlett / Holzwarth 2006).

5 Vgl. http://ioewebsserver.ioe.ac.uk/ioe/cms/get.asp?cid=470&470_0=1688 (Peter Moss, Claire Cameron und Thomas Coram; Research Unit, Institute of Education, University of London).

6 Fachtagung „Qualitative Forschung in der Medienpädagogik“, veranstaltet von der Kommission Medienpädagogik der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft am 22./23.03.2007 an der PH Ludwigsburg; siehe www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/1b-mpxx-t-01/user_files/DGfE-Tagung07/Abstract-prg-mikos-wegener.pdf [Zugriff: 30.11.2007].

2.7 Reflektierte Selbstbeobachtung

Um fremde Lebenswelten und Erfahrungsräume zu erschließen, kann es auch Sinn machen, reflektierte Selbstbeobachtungen durchzuführen. Ist man beispielsweise am Thema „Computerspielnutzung von Kindern und Jugendlichen“ interessiert, bietet es sich an, neben der Beobachtung und Befragung spielender junger Menschen auch selbst eigene Erfahrungen mit Computerspielen zu machen. Die Erfahrungen können verschriftlicht und analysiert werden. Diese Methode sollte als Ergänzung zu anderen Erhebungsmethoden gesehen werden. Besonders emotionale Dimensionen können auf diese Weise thematisiert und erschlossen werden.

3. Visuelle Methoden gewinnen in der Forschung an Bedeutung

Während es in der Visuellen Anthropologie und in der Visuellen Soziologie seit langem Erfahrungswerte und methodische Reflexionen über den *forschungsbezogenen* Einsatz visueller Medien gibt, besteht im pädagogischen Bereich noch Handlungsbedarf. Die „Bildvergessenheit“ der Erziehungswissenschaft hat eine lange Tradition und die Kluft zwischen der Sprach- und Symbolsozialisation vieler Wissenschaftler/innen und medienbezogenen Wahrnehmungsweisen und Ausdrucksformen bei Kindern und Jugendlichen ist beträchtlich. In den letzten Jahren nahm allerdings die Bereitschaft zu, sich mit visuellen und audiovisuellen Medien auseinanderzusetzen. Insbesondere *subjektorientierte* Forschungsansätze integrierten Bildmedien in Forschungsdesigns und gaben Kinder und Jugendlichen die Möglichkeit, eigene Gefühle, Erfahrungen, Phantasien mittels Medien auszudrücken. Die Palette der Möglichkeiten wurde im vorigen Kapitel skizziert und reicht vom Einbeziehen von Fotos in Interviews und Gruppendiskussionen über foto- und videografische Dokumentationen bis hin zu Video-Eigenproduktionen und multimedialen Produktionen. Der Forschung bietet sich die Gelegenheit, in der Begleitung, Dokumentation und Auswertung von Medienproduktionen, die von Kindern und Jugendlichen *selbst* erstellt wurden, neue Forschungszugänge zu erhalten (Überblick: Niesyto 2007; Witzke 2005).

Unabhängig von zielgruppen- und themenspezifischen Überlegungen liegt die besondere Qualität des Einsatzes der *Fotografie* vor allem in der Konzentration auf Momenteindrücke, in der emotional starken Wirkung einzelner Bilder, in der Darstellung räumlicher Kontexte, in projektiven Verfahren (z. B. Fotobefragung). Im Unterschied zur Fotografie ermöglicht die *videografische* Dokumentation und Gestaltung besonders das Darstellen von Bewegungs- und Handlungsabläufen in Bild und Ton, die Dokumentation komplexer non-verbaler Ausdrucksformen (Mimik, Gestik, Haptik, z.B. in Gruppensituationen), die symbolische Verarbeitung von Erfahrungen und den Ausdruck von Gefühlen und Stimmungen im Zusammenspiel von Bildern, Musik und Sprache.

3.1 Medienvermittelte Wahrnehmung – Konsequenzen für die Forschung

Die Brisanz, nicht-sprachgebundene Methoden stärker einzubeziehen, ergibt sich vor allem Veränderungen im *Gegenstandsbereich* der Forschung selbst. Zahlreiche Medienrezeptions- und Mediensozialisationsstudien der letzten zehn bis 20 Jahre konnten belegen, dass die Medienförmigkeit der Wahrnehmung und damit verbundene Weltbildkonstruktionen bei Kindern und Jugendlichen deutlich zugenommen haben (Überblick: Pause-Haase & Schorb 2000; Bachmair 2005). Gleichzeitig ist zu beobachten, dass sich immer mehr Kinder und Jugendliche mittels visueller und audiovisueller Medien ausdrücken und kommunizieren – die digitale Revolution der letzten fünf bis 10 Jahre brachte in diesem Bereich einen enormen Innovationschub (Handyfotos und -videos; Einstellen ins Internet; vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund 2006). Zwar stehen hier systematische Erhebungen, die auch nach Faktoren wie Alter, Geschlecht, Bildungsstand etc. differenzieren, noch am Anfang; dennoch gibt es erste Befunde, die auf soziokulturelle Unterschiede im aktiv-kreativen Umgang mit den digitalen Medien hindeuten (u. a. Wagner & Eggert 2007). Die handlungsorientierte Medienarbeit entwickelte in den vergangenen 20 bis 30 Jahren zahlreiche Aktivitäten und Projekte, um Kinder und Jugendliche im medialen Selbstausdruck zu unterstützen. Dabei wurde deutlich, dass „passives“ Medienwissen nicht automatisch in aktive Medienproduktion dergestalt umgesetzt werden kann, dass Kinder und Jugendliche gleichsam in einem natürlichen Prozess medialer Selbstsozialisation sich sämtliche medialen Kodes, Zeichen- und Symbolisierungsformen aneignen können. Studien zeigten z. B. auf, in welchen Bereichen mediale Kompetenzvermittlung vor allem nötig ist und welche soziokulturellen Unterschiede es in der aktiven Medienarbeit gibt (u. a. Niesyto 2000). Trotz dieser Einschränkungen ist festzuhalten, dass Kinder und Jugendliche in der Lage sind, mit Medien zu gestalten und zu kommunizieren. Ihre Ausdrucksformen, z. B. in Form von Fotos und kleinen Filmen, können aber nicht an professionellen Standards gemessen werden. Es geht um subjektive Ausdrucksformen, um selbst produzierte Symbolisierungen, die in Forschungskontexten andere Interpretationszugänge als klassische bild- und filmwissenschaftliche Analysemodelle erfordern.

Gerade die Erfahrungen im EU-Projekt CHICAM zeigten, dass über mediale Eigenproduktionen Zugänge zum Welterleben der Kinder möglich wurden, die ansonsten aufgrund von Sprach- und Kommunikationsbarrieren oft versperrt bleiben. Werden den Kindern z. B. Einwegkameras mitgegeben, können sich neue Zugänge zum Erleben von Migration eröffnen. Dies gilt sowohl für fotografische Annäherungen an lebensweltliche Umgebungen in Deutschland als auch für etwaige Besuche im Herkunftsland. Die CHICAM-Projektpraxis verdeutlichte zugleich, dass es den Kindern leichter fiel, über ihre eigene Lebenswelt zu sprechen, wenn sie an den selbst erstellten Medienprodukten anknüpfen konnten.

Als weitere Vorteile erwiesen sich im CHICAM-Projekt:

- Im Kontext der Medienarbeit ergeben sich verschiedene informelle Gesprächssituationen, die eine Erhebung von Daten außerhalb des offiziell als ‚Interview‘ gerahmten Settings ermöglichen;
- Kinder/Jugendliche können weitgehend autonom über das Medium Einwegkamera bzw. Digitalkamera verfügen und unabhängig von pädagogischen Kontexten Bilder aus Bereichen ihrer Lebenswelten erstellen, die normalerweise Forschungspersonen nur schwer zugänglich sind (z. B. Familie, eigenes Zimmer der Kinder/Jugendlichen).

Bedeutung medialer Eigenproduktionen	
für die Forschung	für die beteiligten Kinder/Jugendlichen
Indirekte Einblicke in Lebenswelten: Kinder/Jugendliche können bis zu einem gewissen Grad selbst entscheiden, was sie aus ihrer Lebenswelt zeigen möchten.	Selbstinszenierung, Selbstaussdruck und Spiel mit "impression management".
Kindern/Jugendlichen wird in besonderem Maße der Status aktiver selbst auswählender Subjekte ermöglicht.	Dokumentation und Demonstration von Freundschaftsbeziehungen.
Gegenstand von Bildinterpretation	Ausdruck von Sympathie im Moment des Fotografierens ("Ich fotografiere dich und zeige dir damit, dass ich dich mag").
Einwegfotos als Erleichterung für Interviews (photo-elicitation).	Ausdruck von Macht (z.B. im Unterricht fotografieren).
Material für das Öffentlichmachen von Themen ("Give them a voice!").	
Heuristische Funktion: Hinweise auf bedeutsame Aspekte der Lebenswelt (Themen, Menschen, Objekte etc.)	

3.2 Eigenproduktionen mit Medien: Methodische Grundformen

Bezüglich des Forschungsansatzes „Eigenproduktionen mit Medien“ lassen sich differenzierend drei Grundformen unterscheiden (vgl. Niesyto 2001, S. 90f.):

- a) Medien werden von Kindern/Jugendlichen für eigene kulturelle und kommunikative Praxisaktivitäten genutzt, die *ohne Unterstützung* durch Medienpädagogen oder andere Berater zustande kommen. Forscher analysieren und interpretieren die erstellten Zeitungen, Fanzines, Hör-, Foto- und Videoproduktionen. Die Projekte verdeutlichen, dass es vor allem bezüglich der Kontexte Unterschiede gibt. So ist es bei historisch angelegten Auswertungen von Eigenproduktionen nur sehr eingeschränkt möglich, den Entstehungsprozess der Pro-

duktionen zu rekonstruieren. Im Fotobereich haben insbesondere Pilarczyk & Mietzner eine seriell-ikonografische Methode entwickelt, die auch bei solchen Rahmenbedingungen aussagekräftige Analysen ermöglichen (Pilarczyk & Mietzner 2005). Ganz anders stellt sich die Situation dar, wenn Forscher beim Erstellen der Eigenproduktionen zumindest phasenweise dabei sind und insbesondere im Rahmen ethnografischer Feldforschung und teilnehmender Beobachtung Einblicke in Gruppenprozesse und Entstehungskontexte erhalten und diese dokumentieren können.

- b) Medien werden von Kindern/Jugendlichen für Eigenproduktionen genutzt, die sie *mit Unterstützung* von Medienpädagogen oder anderen Beratern erstellen. In diesem Fall ist es besonders wichtig, dass seitens der Forschung die Entstehungsbedingungen genau dokumentiert und reflektiert werden. Viele Erfahrungen aus Projekten videopädagogischer Jugendforschung zeigen, dass die ästhetische und pädagogische Qualifikation der Mitarbeiter für das Gelingen der Projekte sehr wichtig ist, um subjektive Ausdrucksformen kompetent zu fördern. Je nach konkreter Fragestellung und Darstellungsform bedarf es Anregungen und Hilfestellungen, die nicht direktiv, sondern in einfühlsamer Form zu geben sind (vgl. Maurer 2004).
- c) Forscher erstellen *zusammen* mit Jugendlichen und Filmemachern Medienproduktionen in einem *dialogischen* Verfahren. Kinder/Jugendliche sind in Teilbereichen, z. B. bei den Aufnahmen, aktiv beteiligt und artikulieren ihre Vorstellungen zur Auswahl und zur Montage der Aufnahmen. Dieser Ansatz kann sich u. a. auf Forschungstraditionen in der Visuellen Anthropologie und Soziologie stützen (vgl. Chiozzi 1984).

Diese Formen von Eigenproduktionen mit Medien sind als Möglichkeitstypen zu verstehen. Auch ist es wichtig zwischen Produktionen zu unterscheiden, die auf öffentliche Präsentation angelegt bzw. nicht auf eine solche Präsentation angelegt sind. In der Forschungspraxis gibt es Mischformen, die in unterschiedlicher Intensität z. B. ethnografisch-explorative mit medienpädagogischen Intentionen verbinden. Nach unserem Verständnis gehören Forschungsprojekte des Typs a) zum Kernbereich *ethnografischer*, subjektorientierter Forschung (vgl. auch Vogelgesang 1991; Moser 2005). Bei Forschungsarbeiten, die sich im Wesentlichen auf die erstellten Produkte beziehen, besteht das Problem mangelnder Kontextdaten über den Entstehungsprozess. Dennoch können auch solche Eigenproduktionen Einblicke in das Welterleben von Kindern/Jugendlichen geben, wenn es gelingt, die eigenen Analysen und Interpretationen in einem Prozess der kommunikativen Validierung zu überprüfen. Hierzu gehört nicht nur das Einbeziehen und die Reflexion weiterer „Lesarten“ durch andere Forscher, sondern auch die Berücksichtigung von Kommentaren der Produzent/innen zu ihren Eigenproduktionen (vgl. Gauntlett 2005b).

Forschungsprojekte des Typs b) können ethnografische Elemente enthalten, sind jedoch im Kern Projekte *mediendidaktischer* Forschung. Bei diesem Forschungstyp, den wir in den Ludwigsburger Projekten bislang präferierten, ist die systematische Erhebung und Reflexion von *Kontextinformationen* während des Produktionsprozesses unerlässlich. Subjektorientierte Forschung erfüllt nur dann ihren Zweck, wenn Kinder/Jugendliche durch Medien Ausdrucksmöglichkeiten für *ihre* Themen, Erfahrungen, Phantasien erhalten. Es ist zwar notwendig, dass die Forschung entsprechend Fragestellung und Definition des Gegenstandsbereichs einen gewissen Rahmen vorgibt. Die Ausgestaltung dieses Rahmens liegt jedoch bei den Kindern/Jugendlichen und darf nicht durch pädagogische „Zwänge“ eingeengt und strukturiert werden.

4. Datenauswertung und Analyse

Das Thema qualitative Datenanalyse ist ein weites Feld, so dass in diesem Rahmen nur ein relativ knapper Überblick gegeben werden kann. Zur weiterführenden Lektüre seien folgende Autoren empfohlen: Moser 2003; Mayring 1999; Schalberger 2005.

Zunächst zur Auswertung von Daten, die auf der Basis *verbaler* Erhebungsmethoden entstanden. Die auf Kassette, Mini-Disc oder digitalem Audio-Recorder aufgezeichneten Interviews werden transkribiert und gemäß den Forschungsfragen kodiert. Dies ist ein wichtiger Teilschritt in der Analyse. Moser (2003, S. 128-139, S. 150ff.) erklärt das *Kodieren* sehr anschaulich anhand eines Beispiels. Immer wenn in einem Text beispielsweise Aktivitäten negativ bewertet werden, wird an den Rand „- Aktivität“ geschrieben, das heißt die Textstelle wird mit „- Aktivität“ kodiert. Immer wenn Aktivitäten positiv bewertet werden wird der Textabschnitt mit „+ Aktivität“ kodiert. So kann ein Text anhand verschiedener Codes strukturiert werden. Am Ende kann man sich für jeden Code die entsprechenden Textstellen zurechtlegen (z. B. mit der Suchfunktion in *Word* und der Funktion ‚Kopieren‘ und ‚Einfügen‘. Stehen nun alle Textstellen zum Thema ‚positiv bewertete Aktivitäten‘ untereinander aufgelistet, lassen sich Häufungen, zentrale Tendenzen und Variationen herausarbeiten.⁷ Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede weisen beispielsweise die Textstellen mit negativen Aussagen auf? Beziehen sie sich tendenziell auf die gleichen Aspekte? (Weitere und detaillierte Hinweise zu den regelgeleiteten Analyseschritten siehe Mayring 1999).

7 Im Kontext der Analyse einer Jugendzeitschrift kann die Frage beispielsweise lauten: Wie häufig sind Männer abgebildet? Wie häufig sind Frauen abgebildet? Welche Spannbreite an Frauentypen wird abgebildet (z. B. Mutter, Vamp, Prostituierte, Businessfrau, ‚Mauerblümchen‘, Model etc.)? Welche Spannbreite an Männertypen ist zu sehen (z. B. Macho, Intellektueller, ‚Grünschnabel‘, Naturbursche, Geschäftsmann, Familienvater etc.)? Geschlechtertypen lassen sich induktiv aus dem Material heraus entwickeln oder aber auch deduktiv aus dem Vorwissen der Forschenden. Eine weitere Fragen könnten lauten: In welchen Kontexten werden welche Geschlechtertypen dargestellt?

Bezüglich der Analyse visueller Materialien gab es lange Zeit im Bereich der Pädagogik und der Sozialwissenschaft wenig ernsthafte Versuche der Methodenentwicklung. Dies änderte sich im Laufe der letzten Jahre. So erschienen Publikationen wie *Bildinterpretation und Bildverstehen* (Marotzki & Niesyto 2006), *Das reflektierte Bild* (Pilarczyk & Mietzner 2005), *Handbuch Foto- und Filmanalyse in der Erziehungswissenschaft* (Ehrenspeck & Schäffer 2003), die Tagungsdokumentation *Selbstaussagen mit Medien* (Niesyto 2001) sowie Themenschwerpunkte in wissenschaftlichen Fachzeitschriften.⁸ Methodologisch zeichnen sich im Spannungsfeld von bild- und kontextbezogenen Aspekten unterschiedliche Analyse- und Verstehenskonzepte ab (vgl. die verschiedenen Beiträge in Marotzki & Niesyto 2006). Im Rahmen des hier vorgestellten Ansatzes „Eigenproduktionen mit Medien“ präferieren wir ein mehrschichtiges Modell, das bild- mit kontextbezogenen Analyseschritten verknüpft (vgl. Holzwarth 2006, S. 180; Niesyto 2006b, S. 280ff.):

1. Dokumentation und Auswahl der zu interpretierenden Fotos (je nach Forschungsfrage);
2. Erstverstehen und Ersteindrucksanalyse (auf der Basis spontaner Assoziationen);
3. Deskriptive und formale Analyse: detailgenaue Beschreibung und Analyse aller Personen, Gegenstände und formalen Gestaltungs- und Strukturelemente eines Fotos;
4. Symbolverstehen: Generierung von Lesarten und Deutungen (zunächst unter Ausklammern, später auch unter Einbezug von Kontextinformationen);
5. Differenzierung nach plausiblen und wenig plausiblen Deutungen anhand zugänglicher Kontextinformationen.

Im Kontext der Forschung mit Eigenproduktionen betonen viele Autoren, dass es wichtig ist, Selbstaussagen der Produzenten einzubeziehen (Niesyto 2003, Gauntlett & Holzwarth 2006). Die Außenperspektive der Forschenden und die Innenperspektive der Produzierenden sollten auf möglichst fruchtbare Art und Weise zusammengebracht werden. Häufig werden sowohl verbale als auch visuelle Daten erhoben, so dass bei der Analyse beide Textsorten aufeinander bezogen werden können. Für Analyseprozesse im Rahmen kleinerer Forschungsprojekte eignet sich eine fallorientierte Auswertung. „Fall“ kann in diesem Kontext eine Person oder eine Produktion bedeuten.

Je nach dem, welche Funktion die Fotos im Projekt haben, kann unterschiedlich verfahren werden (eigenständige Forschungsdaten oder lediglich Mittel der Erleichterung von Interviewgesprächen). Die verbalen Äußerungen können als Kontextmaterial der Interpretation der Fotos hinzugezogen werden, denn Fotos eignen sich nicht nur unterstützend für die Erhebung weiteren verbalen Materials, sondern sie

8 Vgl. die Themenschwerpunkte zu „Methodologische Forschungsansätze“ (Ausgabe 3/2001), zu „Visuelle Methoden in der Forschung“ (Ausgabe 9/2004) und zu „Qualitative Forschungsmethoden in der Medienpädagogik“ (Ausgabe 14/2007) in der Online-Zeitschrift *Medienpädagogik* sowie der Themenschwerpunkt „Methoden der Bildinterpretation“ in der Zeitschrift für Qualitative Bildungs-, Beratungs- und Sozialforschung (Heft 1/2004).

können auch als eigenständige Daten behandelt und gedeutet werden. Die Art der Analyse hängt von der Fragestellung ab. Das Datenmaterial kann personenbezogen oder themenbezogen ausgewertet werden. Wichtig ist, alle vorhandenen Daten und Kontextinformationen aufeinander zu beziehen.

Für die Analyse der Fotos sollten alle *Kontextinformationen* genutzt werden (vgl. Holzwarth 2006). Zu *projektinternen* Kontextinformationen gehören z. B. Daten über den Entstehungszusammenhang der Fotos, Alter, Geschlecht, Herkunft und Milieu der Produzierenden sowie Informationen über weitere Eigenproduktionen und Dokumentationsmaterial aus dem Produktionsprozess, inklusive von Selbstaussagen der Produzentinnen und Produzenten. Zu *projektexternen* Kontextinformationen gehören z. B. ein allgemeines Wissen über Milieus und Lebenswelten, ein Wissen über verschiedene Musik- und Jugendkulturen, Informationen aus der Fachliteratur, Aussagen von externen Experten oder Recherchen in globalen Bildspeichern wie *Google-Bildsuche* und *Altavista-Videosuche* bzw. YouTube.

Interpretationen sollten in jedem Fall mit Bedacht formuliert und Aussagen zu ihrer *Plausibilität* erst nach intersubjektiver Prüfung, nach Vergleich mit weiteren Fotoanalysen aus demselben Bestand und Berücksichtigung von Kontextwissen gemacht werden. Faktoren wie die Mehrdeutigkeit, die vielen bildsprachlichen Ausdrucksformen innewohnt, oder begrenzte Bildkompetenzen bei Bildproduzenten, sind gewichtige Gründe, die gegen eine kontextfreie Fotoanalyse sprechen. Zu Überinterpretationen kann es auch kommen, wenn formale bildbezogene Analysen ein zu großes Gewicht erhalten und/oder wenn zu schnell von einzelnen formal-ästhetischen Gestaltungselementen auf Kohärenzen im Bereich generalisierter Wissensbestände geschlossen wird.

Auch ein Blick in die internationale Forschungslandschaft, insbesondere in die traditionsreichen Bereiche der Visuellen Anthropologie und der Visuellen Soziologie, unterstreicht die Kontextrelevanz bei Fotointerpretationen. Stellvertretend sei auf das von Jon Prosser (2001) editierte Buch *Image-based Research* hingewiesen, in dem namhafte Autorinnen und Autoren wie Marcus Banks, Douglas Harper, Howard S. Becker, Jon Prosser und Dona Schwartz Beiträge veröffentlichten. Banks betont z. B. den Entstehungskontext als einen wichtigen Schlüssel zum Verständnis von Fotos; Harper verweist am Beispiel der Methode „photo elicitation“ auf das gewinnbringende Zusammenspiel von Bild und Wort. Jon Prosser und Donna Schwartz formulieren zusammenfassend:

„The initial problem for the interpreter of photographs is how to ensure their plausibility and believability. Because cameras do not take pictures (...) the fallibility and selectivity of the picture maker must be scrutinized. Full contextual details (if this is ever possible) enables the trustworthiness and limitations of photographs to be assessed and this means having an understanding of both

the external and internal photo-context (...) Any analysis of photographs without information elaborating the macro and micro contexts is generally unacceptable since image production and image reception informs our understanding of those photographs“ (Prosser & Schwartz 2001, S. 125/6).

Was gehört bei Prosser & Schwartz zum Kontextwissen? Unter *external context* verstehen sie Aspekte wie den Forschungsansatz und den ganzen theoretischen Hintergrund des Forschungsprojekts, die Größe der Unterschiede zwischen der Kultur der Bildproduzenten und dem ethnischen, geschlechtsbezogenen, sozial- und bildungsbezogenen Hintergrund der Bildinterpretenden; unter *internal context* fallen bei ihnen Aspekte wie die Situation beim Zustandkommen der Aufnahmen, Beziehungen und Unterschiede zwischen Bild und Text, intermediäre Bezüge von Fotos oder die kommunikative Beziehung zwischen Bildproduzent und aufgenommenen Personen.

Pilarczyk & Mietzner (2003, S. 29f.) halten für die Klassifikation von Fotografien im Hinblick auf serielle Fotoanalysen für *unverzichtbar*, dass folgende Kontextinformationen vorliegen: a) Entstehungskontext (Zeit, Ort, Region etc.), b) Herkunft der Fotografie (zumindest Information über den Status/Fotokompetenz des Fotografen) und c) Verwendungskontext der Fotografie (soziale Funktion der Fotografie – öffentlich, privat etc.). Möglichst vollständige Kontextinformationen verbessern die Möglichkeiten, entwickelte Lesarten zu überprüfen.

Hierzu gehören Detailinformationen

- zum Entstehungskontext, z. B. zur kommunikativen Situation, zu den handlungsleitenden Themen und Selbstpräsentations-Motiven der Bildproduzenten bzw. der Gruppe;
- zum (eventuellen) pädagogischen Beratungs- und zum (wissenschaftlichen) Projektkontext;
- zur Bildkompetenz der Produzenten, ihren Vorerfahrungen;
- zur Qualität der Aufnahme, z. B. Art und Qualität der Kamera und des verwendeten Filmmaterials (digital, analog, Fotopapier); verwendetes Objektiv, Blendenwahl, Einsatz von Kunstlicht/Blitz etc.;
- zum Verwendungszweck der Fotografien, für wen sie gemacht wurden, wem sie gezeigt wurden, welche Resonanz die Fotos hatten;
- über zusätzliches visuelles, schriftliches und verbales Material, das in Zusammenhang mit den Foto-Eigenproduktionen entstand, z. B. weitere Fotografien, Tonaufnahmen und Transkriptionen von Einzelgesprächen und Gruppendiskussionen, Aufzeichnungen von teilnehmenden Beobachtungen.

Kontextwissen ersetzt keine bildimmanenten Analysen und erübrigt auch keine vergleichenden, fallinternen und fallexternen Analysen. Fotos können aber ohne die „Geschichte hinter dem Bild“ nur begrenzt verstanden werden. Kontextwissen dient

dem tieferen Verständnis von Bild-Interpretationen und trägt wesentlich dazu bei, bestimmte Lesarten zu bestätigen und andere einzuklammern bzw. zu verwerfen. Die Verknüpfung von formalen Fotoanalysen, symbolbezogenen Fotodeutungen und situativem Kontextwissen ermöglicht „*dichte Beschreibungen*“ (Geertz 1987) von kinder- und jugendkulturellen Symbolmilieus. Dichte Beschreibungen sind das Ziel bei der Darstellung der Forschungsergebnisse. Es geht darum, über eine Oberflächenbeschreibung hinauszugehen und dichte Bedeutungsnetze zu spinnen, d. h. die je subjektiven Weltdeutungen und Interpretationsmuster darzustellen und so weit wie möglich anhand von Kontextinformationen nachvollziehbar zu machen. Auch die Entwicklung gegenstandsbezogener Theorien kann Ziel der Arbeit sein. Dabei sollten die Informanten persönlich in Form von Interviewzitatzen zu Wort kommen.

Was zuvor über Fotos ausgeführt wurde, gilt bezüglich der Kontextrelevanz grundsätzlich auch für audiovisuelle sowie für komplexe multimediale Materialien im Internet. Um Film- und Videoanalysen zu erstellen, bedarf es allerdings spezifischer Kenntnisse zu filmischen Codes, Zeichen, Symbolisierungen, Dramaturgien. „Multimediale Kommunikationsarchitekturen“ (Marotzki 2008) im Internet bringen neue methodische Herausforderungen im Kontext einer Online-Ethnographie mit sich – Multimedia Blogs sind als multimediale und multimodale Symbolmedien (Verknüpfung von schriftsprachlichen, bildhaften, musikalischen u. a. Ausdrucksformen) anders zu analysieren als beispielsweise Filmsequenzen.

5. Ethische Dimensionen der Forschung

Ethische Fragen im Kontext von Forschung stellen sich auf verschiedenen Ebenen:

- Verantwortung des Wissenschaftlers für die Einhaltung professioneller Standards;
- Schutz der Privatsphäre und Anonymität der Forschungssubjekte;
- Transparenz und Offenheit in Bezug auf Forschungsziele und Veröffentlichung von Informationen;
- Verantwortlicher Umgang bei der Aufbewahrung und Weitergabe von Daten;
- Schutz vor seelischer Verletzung im Prozess der Datenerhebung (bei sehr persönlichen Themen wie Tod, Sexualität, Beziehungen, Krankheit etc.);
- Verantwortung in Bezug auf die Produktion sozialer Wirklichkeit: Wie kann z. B. vermieden werden, Stereotype und Vorurteile auf wissenschaftlicher Ebene zu reproduzieren und zu legitimieren? Wie kann verhindert werden, dass Menschen durch Forschung auf bestimmte Merkmale reduziert und als Sondergruppe konstruiert werden?

Bei der Arbeit mit visuellen Materialien im Kontext von Forschung stellt sich das ethische Problem vor allem bei der *Anonymisierung*. Während bei Textmaterial das Wiedererkennen einer speziellen Person leicht durch die Änderung von Namen und

Orten verhindert werden kann, ist der Schutz der Privatsphäre bei Bild und Film weitaus schwieriger. In manchen Kontexten kann es sinnvoll sein, die Gesichter von Personen unkenntlich zu machen. Oft sind jedoch gerade Gesichtsausdruck, Mimik und Blicke für die Interpretation von Bedeutung.

Zu unterscheiden ist die Ebene der formalen Einwilligung für die Veröffentlichung von Bildmaterial, die Forschungssubjekte oder Erziehungsberechtigte durch Unterschriften geben einerseits und die Ebene der Forschungsethik andererseits. Beide Ebenen sind zu berücksichtigen.

Forschende sollten ein Höchstmaß an Transparenz gewährleisten und die Forschungssubjekte über die Ziele der Forschung informieren. Diese Forschungshaltung wird unter dem Schlagwort ‚*informed consent*‘ diskutiert. Vor allem bei Praxisforschungsprojekten, die Impulse in verschiedene politische, pädagogische und soziale Kontexte geben wollen, stehen sich zwei konkurrierende Prinzipien gegenüber: Schutz der Privatsphäre und Anonymität einerseits und Forschung, Dokumentation und Öffentlichkeit andererseits. Die am Forschungsprozess Beteiligten sollten so präzise wie möglich abschätzen, ob die Forschung Subjekten in irgendeiner Form schaden könnte und in welchem Fall dem einen oder dem anderen Prinzip Vorrang einzuräumen ist. Für solche Entscheidungen sind Kenntnisse über den sozialen und kulturellen Kontext von großer Bedeutung. Nicht immer können alle Daten für die Auswertung und Publikation genutzt werden. In bestimmten Kontexten ist es notwendig, zu persönliche oder zu private Informationen (sprachliche oder bildliche) auszuklammern. Teilweise kann es Sinn machen, den Forschungssubjekten Einblicke in geplante Veröffentlichungen zu geben (als eine Form kommunikativer Validierung) oder in adäquater Form Ergebnisse zurückzuspiegeln (mündliche Vermittlung bzw. Projektergebnisse in Schriftform zugänglich machen).

6. Ausblick

Neben der Weiterentwicklung gegenstandsadäquater Analyse- und Interpretationsmethoden im Bildbereich (u. a. Marotzki & Niesyto 2006), der Entwicklung computergestützter Auswertungsverfahren (u. a. Kommer & Biermann 2004), einer genrespezifischen Ausdifferenzierung des Methodeneinsatzes im Bereich Film/Video (u. a. Niesyto 2001) sowie der Entwicklung neuer Analysemethoden für multimediale und multimodale Angebote im Internet (Marotzki 2008) wird es vor allem darum gehen, medienethnografische Erkundungen und medienpädagogische Praxisforschung zu intensivieren. Ethnografische Explorationen sind wichtig, um Einblicke zu bekommen, wie sich Kinder und Jugendliche *unabhängig* von pädagogischen Arrangements mittels selbst erstellter Medien die Welt aneignen. Die neuen technischen Möglichkeiten und Nutzungsformen, die aktuell entlang der Schlagworte „Web 2.0“ und

„Social Software“ diskutiert werden (Weblogs, Foto-Communities, Podcasts, Up- und Download von Video- und Audiodateien), verweisen auf neue Untersuchungsfelder.

Gleichzeitig zeigt sich, dass nach wie vor Kinder und Jugendliche aus sozial und bildungsmäßig *benachteiligten Milieus* am wenigsten mediale Eigenproduktionen erstellen (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2005, S. 56). Auf dem Hintergrund der positiven Erfahrungen mit dem Forschungsansatz „Eigenproduktionen mit Medien“ erscheint es besonders wichtig, gerade mit dieser Zielgruppe weitere Projekte in medienpädagogischen Kontexten zu realisieren. Künftige Forschungsvorhaben sollten dabei den praktischen Verwendungszweck von Forschung noch stärker beachten, um konkrete, lebensweltbezogene Situationen und Probleme von Kindern und Jugendlichen besser verstehen und Handlungsalternativen entwickeln zu können. Last but not least: Ergebnisse aus Forschungsprojekten, die sich auf mediale Eigenproduktionen beziehen, sollten im Sinne intersubjektiver Überprüfbarkeit auch den Gegenstand der Forschung – die Medienproduktionen – Dritten zugänglich machen. Dies bedeutet, nicht nur in Schriftform Projekte zu dokumentieren, sondern zugleich präsentativ-symbolische Materialien zu veröffentlichen – wie dies bei den Projekten *VideoCulture* und *CHICAM* bereits praktiziert wurde.⁹

⁹ Der Abschlussdokumentation von *VideoCulture* wurde ein CD-ROM beigelegt (Niesyto 2003). Die internationalen (englischsprachigen) Abschlussberichte von *CHICAM* sowie alle im Projekt entstandenen *Video*produktionen sind im Internet zugänglich (www.chicam.org). In diesem Zusammenhang ist auch der Aufbau von Archiven zu filmischen Jugendkulturen als „Fundstelle“ für forschungsbezogene Studien zu erwähnen (u. a. www.ph-ludwigsburg.de/2531.html sowie www.talent-film.net).