

# Hinweise zur Gestaltung mediengestützter Forschungsprojekte von Studierenden<sup>1</sup>

## 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.<sup>2</sup>

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 ist auch die 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, Erfahrungen auch untereinander auszutauschen und zu reflektieren? Hier sind sowohl Präsenzphasen als

---

<sup>1</sup> Der folgende Textauszug ist aus dem Buch von Horst Niesyto, Peter Holzwarth und Björn Maurer: Interkulturelle Kommunikation mit Foto und Video. München 2007, Verlag kopaed.

<sup>2</sup> 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 und Fotografie in der Volkskunde, ästhetische Repräsentationen von universitären Fachkulturen oder der Gebrauch von Dingen im Kontext von Migration.

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 <sup>3</sup> (Medieneinsatz durch Forschende oder/und Informanten)
<b>Lebenswelten ohne direkten medialen Focus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teilnehmende Beobachtung im Jugendhaus</li> <li>- Forschung über Jugendgangs (z. B. Tertilt 1996)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediengestützte Forschung über Rituale in der Schule</li> <li>- Forschung über Skater-Jugendkultur (mit Produktion eines dokumentarischen Films)</li> <li>- Medienethnographische Fotoerkundung zum Thema „Migration“ in einer Stadt</li> </ul>
<b>Produktanalysen von professionellen Medien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inhaltsanalyse von HipHop Videos (z. B. Beller 2006)</li> <li>- Analyse von Zeitschriften unter Genderaspekten</li> </ul>	
<b>Rezeptive Medienwelten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teilnehmende Beobachtung in Diskotheken und Clubs (z. B. Thornton 1995)</li> <li>- Befragungen am Kinoausgang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediengestützte Forschung über die Aneignung von Videoclips (Analyse der Körpersprache beim Anschauen anhand videographierter Szenen)</li> <li>- Videoumfrage zu Soap-opera</li> <li>- Forschung zu Lan-Partys (mit Interviews und Aufnahmen aus der Lanparty-Situation)</li> </ul>
<b>Produktive Medienwelten I</b> (ohne pädagogische Inszenierung)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Begleitung einer Gruppe von Graffiti-Sprayern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Film <i>über</i> Graffiti-Sprayer</li> <li>- Film <i>von</i> Graffiti-Sprayern über sich selbst</li> </ul>
<b>Produktive Medienwelten II</b> (Medienpädagogisch inszenierte mediale Erfahrungsräume: Evaluation medienpädagogischer Projekte)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teilnehmende Beobachtung bei einem Medienclub in einer Hauptschule</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Videogestützte Analyse von Interaktionen und kreativen Prozessen bei schulischen Medienprojekten</li> </ul>
<b>Produktive Medienwelten III</b> (Medienpädagogisch inszenierte mediale Erfahrungsräume: medienpädagogische Praxisforschung)		<p>Inszenierung von medienpädagogischen Lernräumen im Rahmen von Forschungsprojekten (Reflexion und Entwicklung medienpädagogischer Konzepte, z. B. CHICAM oder VideoCulture; Niesyto 2003)</p>

<sup>3</sup> 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.

(...)

### *2.3 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 ange-regt, die der Forscher gemacht hat (vgl. Harper 2000, S. 414).	Vgl. die historisch angelegten Fotoana-lysen von Pilarczyk & Mietzner 2005.
Fotos beziehen sich auf die <i>Vergangenheit</i>	Ein Interview über dörfliche Festtagstradi-tionen 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 ei-nem früheren Zu-stand 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).

Beim Einsatz von Einwegkameras lassen sich idealtypisch folgende *Phasen* differenzieren:

- Die Forschungssubjekte bekommen Einwegfotokameras ausgeteilt 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 Filmmacher im Rahmen des EU-Forschungsprojekts *Care work in Europe*<sup>4</sup> 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.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Vgl. [http://ioewebsserver.ioe.ac.uk/ioe/cms/get.asp?cid=470&470\\_0=1688](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).

<sup>5</sup> 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](http://www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/1b-mpxx-t-01/user_files/DGfE-Tagung07/Abstract-prg-mikos-wegener.pdf) [Zugriff: 30.11.2007].