

Bettina Kolb: Die Fotobefragung in der Praxis

Abstract

Die Methode der Fotobefragung ist eine partizipative Methode der visuellen Soziologie, die die Befragten durch das aktive Fotografieren besonders intensiv in die Forschung mit einbezieht. Die Fotobefragung ist eine Erhebungsmethode, die Bilder und Texte erhebt und die unterschiedlichen Qualitäten dieser Materialien miteinander vereint. Im Fotobefragungsprozess können mehrere Phasen unterschieden werden: 1. die Eröffnungsphase, 2. der aktive Erhebungsprozess, der eigenständig von den Fotobefragten gestaltet wird, 3. das Fotointerview und 4. die soziologische Interpretation der Daten. Der Artikel stellt das grundlegende Vorgehen vor und zeigt einige Ergebnisse aus der Praxis auf.

Einleitung

Die Fotobefragung ist eine partizipative Erhebungsmethode der visuellen Soziologie (Richter 1989), die im Paradigma der qualitativen Sozialforschung einen interpretativen Zugang zur sozialen Wirklichkeit darstellt. Neben den Vorstellungen der ForscherInnen bringen sich die Befragten aktiv in die Forschung ein. Ihre Relevanzsysteme zu sozialen Phänomenen sind in der qualitativen sozialwissenschaftlichen Forschung die wichtigsten Quellen, um soziale Wirklichkeit zu beschreiben (Lamnek 1988). In einer partizipativen Fotobefragung werden diese Relevanzsysteme mit Hilfe von Fotografien zum Ausdruck gebracht und in einem Interview ergänzt. Fotografieren heißt hier, einen Blick auf ein soziales Phänomen zu werfen und in einem Foto visuell festhalten. Die individuellen Einstellungen oder Werthaltungen wie zum Beispiel zur Gesundheit (Kolb 2001) oder zu einer räumlichen Gestaltung, etwa der Wohnumgebung (Wuggenig 1990), können dabei Untersuchungsgegenstand sein. Die im Forschungsprozess hergestellten Fotos und ein anschließend geführtes Interview werden Fotobefragung genannt und können als eine partizipative Erhebungsmethode betrachtet werden. Sowohl die von den Befragten gemachten Fotos als auch die Texte aus Interviews sind dabei geeignetes Datenmaterial für eine sozialwissenschaftliche Analyse.

Die Methode der Fotobefragung

Die Fotobefragung bezieht die Befragten in einer aktiven Form in die Datenerhebung mit ein, indem sie die Bilder für eine Erhebung aufnehmen. Gilian Rose, eine Kulturgeographin, die sich mit visuellen Forschungsmethoden auseinandergesetzt hat, bezeichnet diese Art von Forschung, in der Bilder im Forschungsprozess entstehen und kommentiert werden, als eine unterstützende Bildverwendung („*supporting*“) (Rose 2006: 239). Sie unterscheidet diese von Bildern, die zur „*ergänzenden*“ Bildverwendung

gebraucht werden, wo diese als visuelle Mittel von den ForscherInnen eingesetzt werden, um Ergebnisse und Inhalte zu illustrieren und bildlich zu ergänzen.

Die Fotobefragung leitet sich methodisch aus dem Fotointerview von John Collier ab, der als Erster in der anthropologischen Forschung die Fotografie im Rahmen von Befragungen eingesetzt hat (Collier, Collier 1991). Die Kamera hatte in der anthropologischen Forschung schon immer die Aufgabe, die Beobachtung der ForscherInnen zu unterstützen. Dabei ist der Einsatz von Fotografie eine systematische und bildhafte Methode um Neues, Unbekanntes und Flüchtiges, z.B. soziales Verhalten von Menschen in konkreten Situationen des Alltagslebens, festzuhalten und zu dokumentieren. Die Fotos sind dabei auch Stimulus in einem Interview. Für die Soziologie zeigte Douglas Harper als Forscher und Fotograf eine weitere Anwendung auf: Fotografien sind in seiner Studie die Möglichkeit, die Sicht des Befragten nachzuvollziehen und mit Gesprächen über die Fotografien zu ergänzen. In der Fallstudie „*Working Knowledge*“ - über Wissen, Bedeutungen und soziale Einbettung eines Mechanikers und seines Betriebes - sind die Fotografien Methode, Zugang und Grundlage, die Sicht des Befragten auf seine Arbeit kennenzulernen: *„The goal of the research was to share Willie’s perspective. It is a gradual and incomplete process, now ten years long and not over yet“* (Harper 1987: 12). Diese wegberaubende Arbeit in der visuellen Soziologie verknüpft die Rolle des Fotografen und des Forschers in einer Person. Im Fallstudienansatz untersucht Harper die Tätigkeiten von Willie in seiner Werkstatt, indem er ihn bei der Arbeit fotografiert, Feldnotizen anfertigt und mit ihm Gespräche über die Fotografien und seine Arbeit führt. *„The method of observation is common to anthropology, and a case study approach has a long, if controversial, tradition in sociology. This is a study of material and folk culture, with an unusual emphasis on visual methods“* (Harper 1987: 14).

Den Begriff der *Fotobefragung* prägte Ulf Wuggenig in Zusammenhang mit milieubiographischen Forschungen. Er grenzte diesen methodischen Zugang deutlich von Colliers Fotointerview ab (Wuggenig 1990: 114). In der Fotobefragung, wie sie Ulf Wuggenig in seinen Forschungen angewendet hat, sind die Fotografien von den Befragten mit einer Sofortbildkamera *selbst* gemacht worden. Das Interview hat in dieser Studie gleich nach dem Fotografieren, noch im Wohnzimmer der Befragten stattgefunden. Im Unterschied zur bisher erwähnten Forschung sind in der Fotobefragung die Befragten selbst die FotografInnen. Diese sind in einer aktiven Rolle, bringen ihren spezifischen Blick auf etwas ein und fotografieren zu einer konkreten Aufgabenstellung.

Eine partizipative Methode – Einladung zum Fotografieren

Die Befragten sind durch das partizipative Element der Fotobefragung stark mit in die Forschung eingebunden. Sie sind unabhängig von den Fragestellungen der ForscherInnen in der „*Eröffnungsphase*“ dazu aufgefordert, zu fotografieren und ihre eigene

Vorstellungen und ihre Lebenswelt abzubilden. Das ist, vergleicht man den Involvierungsgrad mit anderen sozialwissenschaftlichen Methoden, ein relativ hohes Maß an Mitgestaltung, das den Befragten eingeräumt wird. Bei der Fotobefragung sind die Fotointerviewten in einer *aktiven* Rolle im Forschungsfeld und bringen ihre Themen unabhängig von der theoretischen Erfahrungs- und Vorstellungswelt der ForscherInnen ein. Sie bestimmen, welche Sujets auf den Fotografien sind und erläutern diese im Interview. Diese offene Herangehensweise gibt den „Befragten“ die Möglichkeit, ihre subjektiven Sichtweisen einzubringen und im Interview genauer zu erläutern, und für sie wichtige Themen zu einer Fragestellung einzuführen. Die Fotografie ist dabei Teil eines Kommunikations- und Interpretationsprozesses, der im Interview fortgeführt wird.

Aktiver Erhebungsprozess

Während der Phase des Fotografierens sind die Befragten in einer aktiven Rolle und agieren in ihrer alltäglichen Lebenswelt, sie gestalten aktiv einen Erhebungsprozess. Die Interviewten fotografieren in ihren sozialen Zusammenhängen und Netzwerken und bilden diese dabei visuell ab. Die ForscherInnen lernen durch die Perspektive der Fotobefragten deren soziale Aktivitäten kennen und folgen den Befragten in Situationen und an Plätze, die sie möglicherweise nicht aufgesucht hätten.

Die Methode bezieht die Befragten in den Erhebungsprozess mit ein und unterstützt die aktive Teilhabe, als eine Möglichkeit des „*empowerment*“. Eine ähnliche Methode, die mit Fotografien arbeitet und zur aktiven Teilnahme an einem Problemlösungsprozess einlädt, ist die Methode der „*photo voice*“ von Caroline Wang (Wang, Burris 1997). Wang und Burris entwickelten in einer partizipativen Forschung zum lokalen Gesundheitssystem in einem chinesischen Dorf im ländlichen Yunnan (VR China) die Methode, die den betroffenen Bewohnerinnen eine Stimme in einem Forschungsprozess gibt:

"Photo voice can be a tool to reach, inform, and organize community members, enabling them to prioritize their concerns and discuss problems and solutions. Photo voice goes beyond the conventional role of needs assessment by inviting people to become advocates for their own and their community's well-being" (Wang, Burris 1997 p.373).

Photo voice lädt Menschen ein, ihre Probleme und Anliegen einzubringen und für sich und ihre Gemeinschaft auszudrücken, welche Problemlösungen für sie als Betroffene akzeptabel sind. Auch in einer Fotobefragung operieren die Befragten – die eigentlichen „*Forschungssubjekte*“ - im Forschungsfeld. Die Rollenverteilung zwischen ForscherInnen und Befragten sind dabei als partizipativer Forschungszugang definiert (Wuggenig 1990: 113).

Bilder und Interviews – Gespräche zu den Fotos

Das Foto ist Datenmaterial für eine sozialwissenschaftliche Bildanalyse, es ist aber auch Ausgangspunkt für das „*Fotointerview*“, in dem die Befragten ihre Bemerkungen,

Sichtweisen und Kommentare zu den Fotos abgeben. In der Betrachtung der Fotografie, Gilian Rose nennt diesen Prozess „*audiancing*“, entsteht in der Auseinandersetzung mit dem Material eine neue Wirklichkeit und neue Lesarten sind möglich (Rose 2006: 11). Im Fotobefragungsinterview betrachten ForscherInnen und Fotobefragte gemeinsam das Fotomaterial. Sowohl für die FotografInnen als auch für die ForscherInnen können neue Details sichtbar werden (Wuggenig 1990:112).

In der Phase des Fotografierens setzen sich Befragte für eine längere Zeit mit der gestellten Aufgabe auseinander, im Interview sprechen sie darüber. Die Fotobefragten erzählen, warum sie das Sujet oder ein anderes fotografiert haben und erklären den individuellen Bedeutungskontext. Das bringt nicht nur Vorteile für Befragte, die ihre Perspektiven auf ernst zu nehmende Weise in den Prozess einbringen wollen, sondern auch für die Wissenschaft: Der Einsatz von Fotografien fördert die Motivation der Befragten, sich aktiv im Interview zu beteiligen. Nicht zuletzt aus diesem Grund erbrachten die Fotointerviews bei zahlreichen Fragestellungen „*bedeutend reichhaltigere und detaillierte Informationen, als herkömmliche rein verbale Interviews, die in einer kleinen Kontrollgruppe durchgeführt wurden*“ (Collier 1957: 857 nach Wuggenig 1990: 112). Im Interview zeigen die ForscherInnen ihr Interesse an den Fotografien der Befragten noch einmal deutlich. Diese Phase kann als Höhepunkt des Interaktionsprozesses zwischen Befragten und ForscherInnen gesehen werden. Die Befragten sind einer ExpertInnenrolle und weisen die ForscherInnen in ihre Sicht der Dinge ein.

„Photos aus der eigenen Lebenswelt bringen den Befragten in eine Expertenrolle, sodaß ein weitgehend symmetrischer Dialog zwischen Interviewer und Befragten über die Bilder und die auf ihnen abgebildeten Sachverhalte möglich wird“ (Wuggenig 1990: 112).

Fotografien schaffen durch die bildliche Abstraktion eine Wirklichkeit zweiter Ordnung. Sie verschaffen auch Distanz zur vertrauten Welt und bieten dadurch die Möglichkeit, die vertraute Welt neu wahrzunehmen (Wuggenig 1990: 112).

Die Fotobefragten legen in ihrer Rolle als FotografInnen selbst die Reihenfolge der Fotografien fest, die besprochen werden sollen. Die Struktur des Interviews wird durch diese Reihenfolge der Fotografien bestimmt.

Die Interpretation der Daten

In der Arbeit mit visuellem Material generell empfiehlt sich ein verstehender Zugang. Die ForscherInnen sollten eine gewisse Offenheit gegenüber Untersuchungspersonen, der Untersuchungssituation und den Untersuchungsmethoden (Lamnek 1988) einbringen. Für die Arbeit mit der Fotografie ist außerdem wichtig festzuhalten, dass verschiedene Bedeutungsstrukturen nebeneinander stehen können, und dass der Sinn einer Fotografie vielschichtig und gleichzeitig sein kann. Das heißt, verschiedene Lesarten sind möglich,

denn die Fotografie gibt nicht vor, welche Informationen wichtiger sind als andere und gibt „keine Konzepte für das, was wichtig ist zu sehen“ (Becker 1974) vor.

Die aus dem visuellen Material entwickelten Forschungshypothesen werden im hypothesengenerierenden Verfahren nach Glaser und Strauss (Glaser, Strauss 1979) im weiteren Forschungsprozess ausgearbeitet und überprüft. Die in der Fotobefragung erhobenen Daten bestehen aus Fotografien und den Interviews. Bild- und Textmaterialien können für eine Vielzahl von Analysemethoden als Ausgangsmaterial herangezogen werden, und auch unabhängig voneinander ausgewertet werden. Je nach Fragestellung können Bilder einer Fotobefragung beispielsweise die Nutzung von Plätzen und Orten aufzeigen und in einer Art visuellem Protokoll über soziale Handlungen der Befragten berichten. Das erhobene Bildmaterial kann aber auch zu einer hermeneutischen Bildanalyse herangezogen werden. Ebenso kann das Textmaterial auf vielen Ebenen zu einer sozialwissenschaftlichen Analyse beitragen. Eine Besonderheit der Fotobefragung ist, dass Bild- und Textmaterial aufeinanderbezogen sind. Mit der Auswahl von bestimmten Fotos im Interview sind Bild- und Textmaterial in einem gemeinsamen Sinnzusammenhang. Im Interview wird die spezifische Lesart eines Fotos deutlich.

Untersucht man die Produktion der Bilder, so können im visuellen Material Kamerastandort und Sujet reflektiert werden. Jo Reichertz unterscheidet in seiner Bildanalyse zwischen der „Handlung vor der Kamera“ und der „Kamerahandlung“ (Reichertz 1994: 259). Die Handlung vor der Kamera ist jenes Geschehen, welches von der Kamera festgehalten wird, also der Bildinhalt, der in einer Bildanalyse beschrieben und entschlüsselt wird. Die Kamerahandlung bezeichnet die Inszenierung der Handlung vor der Kamera, die Auswahl des Bildausschnittes und der technischen Ausrüstung, also alle sozialen Handlungen, die dazu führen, dass das fokussierte Geschehen auch zu einer Fotografie wird. AkteurIn dieser Fotohandlung ist die Fotografin/der Fotograf.

„Stets kommentiert er durch die Kamerahandlung die Handlung vor der Kamera. Jede Fotografie gibt eine Stellungnahme zu dem Fotografierten ab. Auch der Versuch, mit dem Foto nur das wiederzugeben, was den abgebildeten Dingen (scheinbar von Natur aus) anhaftet, ist ein Kommentar, allerdings ein anderer als der, wenn die Kamera z.B. durch Tiefenschärfe, Verzerrungen etc. auf sich selbst weist“ (Reichertz 1994: 259).

Gilian Rose empfiehlt drei Zugänge in der Arbeit mit visuellen Daten zu unterscheiden: *“the production of images, the image itself and the audience”* (Rose 2007, p.13). Diese Unterscheidung von Phasen kann auch in der Auswertung des Foto- und Bildmaterials einer Fotobefragung hilfreich sein. Die Bildproduktion der Befragten zu analysieren kann ein erster Zugang des Umgangs mit dem Bildmaterial sein. Die „Gruppierung“ von Bildern zu einer typischen Gruppe ist dabei ein mögliches Vorgehen. Das typische Bild einer genaueren Bildanalyse zu unterziehen und wissenschaftliche Methoden der Bildinterpretation zu verwenden, kann ein weiterer Schritt sein.

Bildanalysen nach Barthes (Barthes 1989) oder semiotische Interpretationsweisen (Eco 1991) etc sind dabei ein gangbarer Weg. Interpretationsverfahren aus anderen Disziplinen, die mit unterschiedlichem Fokus an Bild (Panovsky 2006), oder Fotografie (Koschatzky 1984) herangehen, können ebenfalls für eine sozialwissenschaftliche Interpretation eine sinnvolle Ergänzung sein. Innerhalb des qualitativen Paradigmas sind hermeneutische Interpretationsverfahren (Oevermann 1993) in beispielhaften Analysen angewendet worden, in der Interpretation von Soldatenbildern (Hauptert 1994) oder in der Analyse von Werbebildern (Englisch 1991, Reicherts 1994). Neben diesen Beispielen der angewandten Bildinterpretation werden Diskurse über die Einbeziehung von Bildern in qualitative Verfahren generell (Bohnsack 2007, Müller-Dohm 1997, Soeffner 1989) geführt.

Die Verwendung von beiden Materialien – Bild- und Textmaterial – in einem Erhebungsprozess kann als besonderes Merkmal der Fotobefragung gesehen werden. Die Befragten zeigen im Interview, was sie zu einem Bild denken, was dieses bei ihnen auslöst und welche Entschlüsselung sie vorziehen. Die im Interview vorgestellte Lesart kann sich von der Lesart der ForscherInnen, die mit einem spezifischen Interpretationsverfahren an ein Bild herangehen, unterscheiden. Diese Lesart der Befragten kann gegenüber einer weiteren Lesart der WissenschaftlerInnen Abweichungen und Übereinstimmungen zeigen, aber auch noch nicht bedachte Kontexte in die Forschung einbringen.

Praxisbeispiel: Fotobefragung im Hammam und seiner Nachbarschaft

Die Fotobefragung, die sich dem Hammam, dem islamischen Bad und seiner Nachbarschaft widmet, ist Teil der inter¹- und transdisziplinären² Studie „HAMMAM (Aspects and Multidisciplinary Methods of Analysis for the Mediterranean Region³)“. Diese Studie beforschte das Hammam als gefährdetes islamisches Kulturerbe in fünf Mittelmeerländern mit einem Fallstudienansatz (Yin 2003). WissenschaftlerInnen aus verschiedenen Disziplinen – Architektur, Stadtplanung, Landwirtschaft, Ökonomie, Restaurierung, Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften – untersuchten das islamische Bad als soziales und wirtschaftliches System und Gebäude in seiner Nachbarschaft als gemeinsamen Forschungsgegenstand. In einer interdisziplinärer Feldforschung wurden Hammams in Marokko (Fez), Algerien (Constantin), Ägypten (Kairo), Syrien (Damaskus), und der Türkei (Ankara) untersucht, verglichen und analysiert. Diese multidisziplinären Erhebungen im

1 Interdisziplinarität: verschiedene wissenschaftliche Disziplinen arbeiten gemeinsam an einem Forschungsgegenstand

2 Transdisziplinarität: ist ein Forschungsprozess, der von wissenschaftlichen und nicht wissenschaftlichen TeilnehmerInnen gemeinsam betrieben wird (Nicolini 2001)

3 EU Research Project FP6-2003-INCO-MPC-2 Contract No.: 517704 (2005 - 2008)
Initiator and Co-ordinator: Oikodrom - The Vienna Institute of Urban Sustainability
www.hammams.org oder www.oikodrom.org

Feld dauerten 5-7 Tage, und die daran anschließenden Workshops unterstützten den interdisziplinären Austausch. In dieser Zeit konnten die ForscherInnen verschiedene Messungen (Heizungssystem, Wasserqualität), Beobachtungen (architektonische Strukturhebungen, sozialwissenschaftliche Beobachtungen), Interviews (zu Benützung, wirtschaftlichem Hintergrund, Verbrauch von Heizmaterialien etc.), Fotobefragungen und andere Recherchen unternehmen. In Workshops und Arbeitsgruppen entwickelte das ForscherInnenteam in einem weiteren Schritt nachhaltige und umweltverträgliche Zukunftsszenarien für die einzelnen Hammams (Dumreicher 2008).

Das multikulturelle Team der SozialwissenschaftlerInnen ging vor allem der Frage nach, wie das Hammam als traditionelles Bad zur Lebensqualität im Alltag beiträgt, und welches die sozialen Funktionen des Bades für die Nachbarschaft sind. Mit Fotobefragung, Interviews und durch Beobachtung erforschte das Team die soziokulturelle Nutzung und Erwartungen an das Hammam. Die Fotobefragung hatte weiters die Aufgabe, lokales Wissen in einer partizipativen Weise zu erheben, und die Beteiligung der BewohnerInnen und NutzerInnen des Hammams vor Ort im transdisziplinären Prozess zu unterstützen. Die Interviewten sind mit der Teilnahme an der Fotobefragung aktive Mitwirkende in einem *transdisziplinären partizipativen* Forschungsprozess, der auch durch weitere Angebote (Workshops, Öffentliche Projekt und Ergebnis Präsentationen) unterstützt wurde (Kolb 2007). In den Fotointerviews zeigten Personen die individuellen Bedeutungen, die das Hammam für sie hatte auf, und beschrieben diejenigen Eigenschaften, die für die Nachbarschaft wichtig waren. Mit dem empirischen Material aus der Fotobefragung – den Fotos und den Interviews, konnten wichtige soziale Qualitäten des Hammams herausgearbeitet werden (Dumreicher, Kolb 2008). Befragt wurden auch diejenigen Personen, die im Hammam arbeiteten.

Im Vergleich der fünf Fallstudien konnten einige Ergebnisse und Thesen von Fallstudie zu Fallstudie überprüft und weiter ausgearbeitet werden. Die Ergebnisse der Fotobefragung wurden dabei mit den Ergebnissen des interdisziplinären Forschungsteam überprüft und ergänzt. Dieses prozessorientierte Forschungsdesign, welches das Wissen über das Hammam von Fallstudie zu Fallstudie vertiefte, unterstützte die sozialwissenschaftliche Thesengenerierung positiv. Diese Thesen beziehen sich auf die Grundfragestellung des Projektes, die das Hammam als Kulturerbe versteht und dessen Zukunft es zu entwickeln galt.



Photo 1: Sengül Hammam, Ankara (Photointerview 2)

Das „Bild“ vom Hammam und seiner Nachbarschaft

Das Hammam ist ein islamisches Bad, das auf jahrhundertelange architektonische Tradition verweisen kann und dessen sozio-kulturellen Bedeutungen auch in der Gegenwart noch immer wirksam sind. In den Fotobefragungen sind 564 Fotos von den Befragten zum Hammam und zu den Nachbarschaften gemacht worden. Das Innere des Hammams wurde selten zum Fotomotiv. Am ehesten haben diejenigen Personen das Hammam von innen fotografiert, die auch im Hammam selbst arbeiteten. In den wenigen Bildern, die Personen im Hammam zeigen, werden die Frauen, die im Hammam arbeiten gezeigt. Gäste, die das Hammam besuchen wurden kaum aufgenommen, und wenn dann nur in ihrer sozialen Rolle als NachbarInnen. Fotos von Personen zeigen vor allem Freunde oder Familienmitglieder, die mit den FotografInnen in einem Vertrauensverhältnis stehen. Dieses Vertrauensverhältnis muss vor allem für ein Foto von einer Frau vorausgesetzt werden. Frauen haben andere Frauen fotografiert, Männer andere Männer. Wenn Männer Frauen fotografierten, dann waren das ihre eigenen Ehefrauen. Die besondere Beziehung, die notwendig ist, um auf einem Foto abgebildet zu werden, zeigten auch in welcher Weise der Blick, das Sehen und Gesehenwerden thematisiert wird. Der Blick der Frauen wird in der Fotobefragung in einigen Interviews gezeigt, in denen Fotografien vom Balkon, vom Fenster oder durch ein vergittertes Fenster gemacht worden sind.



Photo 2: Straße in Bab al- Bahr, Cairo (Photointerview 5)

In einigen Interviews thematisierten die Befragten, wie schön eine Frau ist, die das Hammam verlässt. Gleiches gilt wohl für den Mann, aber dieser darf auch so in der Öffentlichkeit gesehen werden. Frauen sollten sich nicht in der Öffentlichkeit zeigen und überhaupt nicht in solch einer Schönheit nach dem Hammam Besuch. Tatsächlich konnte auch in unserem ForscherInnenteam beobachtet werden, dass ein Hammam Besuch die Haut verändert und die erholsamen Stunden sich in Gesichtern widerspiegelt. Das Hammam als Ort der Gesundheit ist unbestritten, nur der gegenwärtige Hygienestandard sollte in den Augen der BenutzerInnen – und auch nach Meinung der WasserexpertInnen, in Zukunft verbessert werden. Das Hammam soll, so betonen BenutzerInnen allerorts, ein sicherer und sauberer Ort sein, an dem die persönliche Gesundheit gefördert wird.

Das Hammam in seiner Nachbarschaft

Da in der HAMMAM Studie das Hammam und seine urbanen, sozialen und historischen Bezüge zu der Nachbarschaft im Forschungsinteresse stand, konnten die Fotos auch in ihren stadträumlichen Bezügen ausgewertet werden. Die Fotos zeigten urbane Situationen auf, die im Mittelpunkt einer gesonderten Auswertung standen. In einer Gruppierung der Fotos wurden folgende Fotokategorien ausgearbeitet und das gesamte Material nach diesen Kategorien geordnet: 1) berühmte und schöne Orte, gesehen aus einer BesucherInnen- und TouristInnenperspektive; 2) einzelne renovierte Gebäude; das eine oder andere gute Beispiel, das zeigen sollte, wie die Nachbarschaft erhalten werden sollte; 3) öffentliche und belebte Straßen mit Geschäften und Märkten; oder 4) Orte, die vernachlässigte und verlassene Gebäude, oder Plätze in der Nachbarschaft zeigten.

Urbanistisch gesehen ist das Hammam integrierter Teil der Nachbarschaft, das soziale Interaktionen in der Nachbarschaft fördert und möglich macht. Auch konnten Mechanismen des sozialen Ausgleichs innerhalb der Hammam KundInnen beobachtet werden. So ist der Eintrittspreis des Hammam durchaus flexibel und benachteiligte Gruppen bekamen Vergünstigungen.

In der traditionellen islamischen Stadt – wofür uns Fez (Marocco) mit seiner einzigartigen mittelalterlichen Medina ein Beispiel war – ist das Hammam in baulicher wie in sozialer Hinsicht sehr eng mit der Nachbarschaft verbunden. Die Bilder der Nachbarschaft aus der Fotobefragung haben dazu beigetragen, diese vielfältigen sozialen und räumlichen Beziehungen zu erkennen.



Photo 3: Blick von der Terasse auf die Medina, Fez (Photointerview 4)

Während in Ankara die KundInnen des Hammam aus dem Großraum Ankara kamen, so zeigt das Beispiel Fez auf, wie sehr das Hammam von der lokalen Nachbarschaft genutzt werden kann. Die BewohnerInnen erklärten, dass sie das Hammam mindestens einmal wöchentlich vor dem Freitagsgebet besuchen, Handwerker die am Platz ihre Werkstätten betrieben, mehrmals wöchentlich. Die Studie zeigt auf, dass das Hammam ein bedeutender Ort für die Nachbarschaft ist, und viele soziale Funktionen für die BewohnerInnen erfüllt. Das Hammam ist in vielfältiger sozialer Weise mit der Nachbarschaft vernetzt und ein wichtiger Treffpunkt für das Wohnviertel.

Das Hammam im Interview

Während die Bilder die Blicke auf das Hammam und die Nachbarschaft zeigten, so wurden in den Interviews die Erzählungen aktiviert, die sich rund um das Hammam ranken. Wann das Hammam unbedingt besucht werden sollte – zum Beispiel vor der Hochzeit für Frauen

und Männer, oder 40 Tage nach einer Geburt für die Frauen. Welches Obst beim Besuch zu essen ist, und wie das Hammam zu benutzen sei. Das Hammam ist in der Gegenwart ein Ort, an dem traditionelle Handlungen praktiziert werden, und ein Ort der Feierlichkeiten, vor Hochzeiten oder nach der Geburt eines Kindes. Ein wichtiges Ergebnis der Studie ist, dass in den islamischen Ländern, die sich in ihrer politischen Geschichte und sozio-kulturellen Entwicklung unterscheiden, die Traditionen und Erzählungen um das Hammam ähnlich sind.

Conclusio

Der vorliegende Artikel stellt eine Einführung in die Methode der Fotobefragung dar, skizziert den Umgang mit dem Datenmaterial und zeigt Ergebnisse aus der Praxis an Hand der Hammam Studie auf. In einer gegenwärtigen Gesellschaft, in dem das Visuelle zunehmend an Bedeutung erlangt, ist die Fotobefragung eine Methode, die fotografische Eindrücke in die Forschung einbezieht. Für die Forschenden und für die Befragten ist die Fotobefragung ein kreativer und ganzheitlicher Forschungsansatz, der sich durch seine Beteiligung im Forschungsprozess auszeichnet. Die Bildproduktion liegt dabei in den Händen der Befragten und gibt ihnen die Chance gesellschaftliche Situationen auch mit Bildern zu reflektieren.

Literatur

- Barthes, Roland (1985). *Rhetorik des Bildes*, In Günther Schiwy (Ed.), *Der französische Strukturalismus* (pp 162-170). Reinbeck: rororo.
- Becker, Howard. S. (1974). *Photography and Sociology*, In *Studies in the anthropology of visual communication* 1974/ 1 (pp3-26).
- Begusch Pfefferkorn, Karolina (2001). *Kulturlandschaftsforschung* In Nicolinin, Maria, *Sprache, Wissenschaft, Wirklichkeit* (pp 140-141). Wien, bm: bwk.
- Bohnsack, Ralf (2007). *Rekonstruktive Sozialforschung, Einführung in qualitative Methoden*, Opladen: Budrich UTB
- Bourdieu, Pierre (1991). *Die feinen Unterschiede, Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt: Suhrkamp
- Collier, John Jr. ;Malcol Collier (1991). *Visual anthropology: Photography as a research method*, Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Dumreicher, Heidi (2008). *The Hammam: Scenarios for a sustainable future*, In Fekri, Hassan (Ed.), *Cultural Heritage and Sustainable Development in the Arab World*, Alexandria: The Bibliotheca Alexandrina. in press
- Dumreicher, Heidi.; Kolb, Bettina (2008). *Socio-cultural patterns in the hammam and its neighbourhood*, In Nouria Remaoun & Heidi Dumreicher: *The hammam as a microcosm, Insaniyat*, Revue algérienne d'anthropologie et de sciences sociales, Oran, in press.
- Eco, Umberto (1991). *Einführung in die Semiotik*. München: UTB.
- Englisch, Felicitas (1991). *Bildanalyse in strukturalhermentischer Einstellung. Methodische Überlegungen und Analysebeispiele*, in Garz Detlef, Kraimer Klaus (Eds.): *Qualitativ-empirische Sozialforschung: Konzepte, Methoden, Analysen* (pp 133-176). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Harper, Douglas (1987). *Working Knowledge, Skill and Community in a Small Shop*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Hauptert, Bernhard (1994). *Objektiv hermeneutische Fotoanalyse am Beispiel von Soldatenfotos aus dem zweiten Weltkrieg*, In Garz Detlef (Ed.): *Die Welt als Text* (pp281-314). Frankfurt: Suhrkamp.

- Yin, Robert K. (2003). *Case study research, design and methods*. London: Sage.
- Kolb, Bettina (1993). *Manipulation oder Wirklichkeit, Zur Rezeption visueller Codes in der Werbung und deren gesellschaftliche Verankerung im Alltag, Eine Fotobefragung*, Diplomarbeit an der Grund- und Integrativwissenschaftlichen Fakultät, Universität Wien.
- Kolb, Bettina (2001). *Fotobefragung Bilder zur Gesundheit*, Dissertation an der Fakultät für Sozial- und Humanwissenschaft, Universität Wien.
- Kolb, Bettina (2007). *The potential of visualisation in a transdisciplinary research process*, paper at the Conference of British Sociological Association 2007. Methodological Innovation in Visual Methods. Available at: <http://www.visualsociology.org.uk/bsa2007/BSAfinalpaperKOLB.pdf> [04 02, 2008].
- Koschatzky, Walter (1984). *Die Kunst der Photographie, Technik, Geschichte, Meisterwerke*. Salzburg und Wien: Residenzverlag.
- Mead, Margaret / G. Bateson (1942). *Baseline character: a photographic analysis*, New York
- Müller-Doohm, Stefan (1997). Bildinterpretation als struktural-hermeneutische Symbolanalyse. (pp 81-108), Opladen: Leske+Budrich.
- Nicolini, Maria (2001). *Sprache, Wissenschaft, Wirklichkeit: zum Sprachgebrauch in inter- und transdisziplinärer Forschung*, Wien: bm:bwk
- Oevermann Ulrich (1993). Die objektive Hermeneutik als unverzichtbare methodologische Grundlage für die Analyse von Subjektivität. Zugleich eine Kritik der Tiefenhermeneutik. In Thomas Jung & Stefan Müller-Doohm (Eds.), *"Wirklichkeit" im Deutungsprozess: Verstehen und Methoden in den Kultur- und Sozialwissenschaften* (pp 106-189), Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Panofsky, Erwin (2006). *Ikonographie und Ikonologie: Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell Erwin Panofsky*, Köln: DuMont.
- Reichertz, Jo (1992). Der Morgen danach, In Hans H. Hartmann & Rolf Haube (Eds): *Bilderflut und Sprachmagie* (pp 141-163). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Reichertz, Jo (1994). Selbstgefälliges zum Anziehen, In Norbert Schröer (Ed.): *Interpretative Sozialforschung. Auf dem Weg zu einer hermeneutischen Wissenssoziologie* (pp 253-280). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Rose, Gilian (2007). *Visual Methodologies, An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, London: Sage 2007.
- Soeffner Hans-Georg (1989). *Auslegung des Alltags – Der Alltag der Auslegung*, Frankfurt: Suhrkamp.
- Sontag, Susan (1980). *Über Fotografie*, Frankfurt: Fischer.
- Wang, Caroline, Burris Mary Ann (1997). Photovoice: Concept, Methodology, and Use for Participatory Needs Assessment, *Health Education Behaviour* 24, 369-387.
- Wuggenig, Ulf (1990). Die Photobefragung als projektives Verfahren, *Angewandte Sozialforschung* 16 (1/2), 109-129.

Anmerkungen: HAMMAM - Hammam, Aspects and Multidisciplinary Methods of Analysis for the Mediterranean Region", 2005-2008, FP6-2003-INCO-MPC-2, Contract Number: 517704, wurde von der Europäischen Union sowie vom Österreichischen Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung finanziell unterstützt. Folgende ForschungspartnerInnen haben in vielfältigerweise diese Forschung unterstützt. Mein Dank gilt Heidi Dumreicher, die zu dieser Arbeit die linguistische Expertise beigetragen hat. Dank gebührt auch den lokalen PartnerInnen der HAMMAM Studie, die in der Feldforschung, in der Übersetzung und bei der Transkription der Interviews mitgewirkt haben. Dankeschön dem Oikodrom Team, Ilse Marschalek und Veronika Prändl-Zika, die mit ihren kritischen Einschätzungen immer wieder Anregungen zur Reflexion gaben. Dank gebührt auch Rudolf Richter, der mich immer wieder in der Anwendung der Methode bestärkte.

Autorin: Bettina Kolb, Lektorin am Institut für Soziologie und Soziologin im interdisziplinären Forschungsteam des Oikodrom – Forum Nachhaltige Stadt, Stutterheimstraße 16-18/3, 1150 Wien, www.oikodrom.org

E-mail: Bettina.Kolb@univie.ac.at