

Changing Perspectives – Visuelle Erhebungsinstrumente als Methoden zur Untersuchung von Fremd- und Selbstbildern

Abstract Das Forschungsprojekt *Changing Perspectives* untersucht mittels visueller Erhebungsmethoden Daten zur ethnozentrischen Wahrnehmung von Jugendlichen mit und ohne kulturellem Roma-Hintergrund*. Anhand von designspezifischen Methoden wie *Cultural Probes* und Designworkshops werden die jeweiligen Selbst- und Fremdbilder überprüft und diskursiv erschlossen. Ziel ist, eine visuelle Basis für die Entwicklung neuer Informationstrategien und Dialogformen zu schaffen. Die visuellen Selbst- und Fremdbilder aus der Designanalyse werden den Teilnehmenden beider Gruppen zur Gegenüberstellung und gegenseitigen Beurteilung vorgelegt. Durch diese Dezentrierung soll ein Perspektivwechsel ausgelöst werden, der eine differenziertere Wahrnehmung von Verhaltensweisen ermöglicht.

The research project "Changing perspectives" uses visual survey methods to examine data on the ethnocentric perceptions of young people with and without a cultural background among the Roma*. Using design-specific methods such as cultural probes and design workshops, the perception of both oneself and of others is examined among these two groups and extrapolated by discursive means. The goal is to create a visual basis for the development of new types of information strategies and forms of dialogue.

The visual images of both oneself and of others from the design analysis are presented to the participants of both groups for them to compare and assess, one against the other. This act of decenteration is intended to prompt a change of perspective that can allow for a more subtle perception of behaviour.



Cultural Probes aus dem BFH-Projekt *DesignMigration*. (Bild: Héléne Jordi-Marguet)



Gitta Martl filmt ein Gespräch mit Mitgliedern des Vereins Ketani. (Bild: Jahresbericht des Vereins Ketani, Linz, 2009)

Ausgangslage

Die *Decade of Roma Inclusion 2005–2015* ist eine Initiative von 12 Nationen mit dem Ziel, die Lage der Roma europaweit zu verbessern. Die Publikation *No Data–No Progress* der Open Society Foundations, die 2010 in diesem Rahmen veröffentlicht wurde, zeigt auf, dass mittels quantitativer Untersuchungsmethoden wie Bevölkerungsumfragen unter Roma bisher nur lückenhaft Daten erhoben werden konnten. Das methodische Vorgehen wies eine unzureichende Berücksichtigung ethnischer und persönlicher Identitäten von Roma auf. *No Data–No Progress* fordert nun neue, qualitative Methoden, welche die Teilnahme an Umfragen steigern, indem Themen wie Identität, Privatsphäre und Vorurteile in den Erfassungsprozess einbezogen werden.

Methoden

Das Forschungsprojekt arbeitet mit designspezifischen und sozialwissenschaftlichen Methoden.

In einer ersten Phase werden problemzentrierte Interviews durchgeführt, um systematisch Informationen über Einstellungen, Meinungen und Verhaltensweisen mit Blick auf die Wahrnehmung von Selbst- und Fremdbildern von Roma-Jugendlichen und anderen Schweizer Jugendlichen zu erheben.

Als designspezifische Methode werden *Cultural Probes* zur Ermittlung von umfangreichen visuellen Daten über die Selbst- und Fremdbildwahrnehmung angewandt. Dabei sollen Darstellungen von privaten Tätigkeiten, Ansichten sowie ästhetische und kulturelle Vorlieben der Zielpersonen ermittelt werden. Die *Cultural Probes* ermöglichen Beobachtungsstudien in schwer zugänglichen For-

schungsfeldern wie zum Beispiel in Privaträumen oder innerhalb der Familienstruktur. Gruppenworkshops und Rollenspiele sollen zur Herauskristallisierung von gruppenspezifischen Selbst- und Fremdbildern, insbesondere von stereotypischen Bildern und Vorurteilen gegenüber der anderen Gruppe verwendet werden.

Die visuellen Ergebnisse werden verschiedenen Experten aus den Bereichen Soziologie, Bildwissenschaft und Designforschung vorgelegt. Der Expertenzirkel ermöglicht eine kritische Auseinandersetzung für eine umfassende Designanalyse.

Basierend auf der Gruppendiskussion werden die visuellen Resultate in Form einer Publikation, einer Ausstellung oder eines Kurzfilms aufgearbeitet und so für ein breites Publikum zugänglich gemacht. Der Fokus liegt dabei auf dem Herausarbeiten der unterschiedlichen Perspektiven, dem Perspektivwechsel zwischen Selbst- und Fremdbild und einer allfälligen Verschiebung der Perspektiven.

Die gewonnenen Erkenntnisse fließen in spezifische Kommunikationsmassnahmen ein, wie beispielsweise Theaterprojekte, Filmfestivals, Spiele, Aktionstage, Workshops, pädagogische Lehrmittel oder Austauschprogramme.

*Roma ist ein Oberbegriff für verschiedene, ethnisch miteinander verwandte Bevölkerungsgruppen, zu denen beispielsweise die Sinti zählen. Sie haben eine gemeinsame, in Dialekte aufgespaltene Sprache – das Romans, bzw. Romani.

Projektleitung:
Héléne Jordi-Marguet
Daniela Pedemonte

Projektverantwortung:
Esther Van der Bie

Mitarbeit:
Harald Klingemann
Johannes Mager

Laufzeit:
2/2012–7/2013

Finanzierung:
Bernere Fachhochschule, BFH

Kontakt:
Hochschule der Künste Bern
FSP Kommunikationsdesign
Fellerstrasse 11
3027 Bern

helene.jordi@hkb.bfh.ch
www.hkb.bfh.ch/kommunikationsdesign.html

