

## Editorial

Haben Sie heute schon ein Selfie gemacht oder einen Kurzfilm gedreht und auf social Media veröffentlicht? Ist es nicht unglaublich, wie viele Fotos sich in unseren Smartphones ansammeln? Wann haben Sie diese zum letzten Mal in Ruhe angeschaut oder gar analysiert? Was liegt an Informationen in all diesen Fotos und Filmen wohl als Schatz verborgen? Ein Big Data von Fotos und Filmen für die qualitativen Forschung?!

Wie auch immer, Filme als Methode der qualitativen Forschung werden in den Gesundheits- und Sozialwissenschaften noch wenig eingesetzt. Gerade Filme bieten sehr gute Möglichkeiten komplexe soziale Phänomene in visueller Form darzustellen und helfen dabei, schon beim Filmen, aber auch beim Zeigen der Filme, ein tieferes Verständnis der Erfahrungen, Perspektiven und Meinungen von Menschen zu erfassen und zu vermitteln. Wir alle kennen verschiedene Arten von Filmen, die sich als sehr geeignet für die qualitative Forschung erweisen. Dokumentarfilme, die Menschen beispielsweise im Umgang mit einer bestimmten Erkrankung zeigen. Oder Filme, die von Teilnehmenden selbst erstellt werden, um ihre Erfahrungen und Perspektiven aus



erster Hand zu vermitteln. Ethnographische Filme, die einen Einblick in das Leben und die Kultur einer bestimmten Gruppe oder Gemeinschaft geben sowie einfach Videoaufzeichnungen von Einzelgesprächen und Gruppendiskussionen etc. Filme können als eigenständige Datenquelle oder in Kombination mit anderen Quellen der qualitativen Forschung kombiniert werden. Die Analyse von Filmmaterial kann durch verschiedene Methoden erfolgen, wie kritische Diskursanalyse, Transkription und Inhaltsanalyse und andere. Die Keynote in diesem Heft zeigt auf, wie die inter- und transdisziplinäre Zusammenarbeit und das Forschen mit Film genutzt werden können, um ein Thema zu beleuchten. Hier am Beispiel der Care-Arbeit. Die Keynote inspiriert uns einerseits Filme vermehrt als Datenquelle und Analyseeinheit in der Forschung zu nutzen und andererseits zeigt sie auch die vielfältigen Lehr- und Lernmöglichkeiten dieses kreativen Mediums auf und wie diese vermittelt werden kann. Dabei wird eine reflektierte und kritische Haltung gefördert

und zu neuen Wegen ermutigt. Zu dieser Denkhaltung möchten wir Sie auch im „Meet the Editors“ ermutigen und anregen die qualitative Forschung als kreativen Akt mit Offenheit, Flexibilität und Reflektiertheit zu leben und zu hinterfragen.

Ihre,  
Sabine Hahn

*S. Hahn*