

# Der fremde Blick

## Francis Müller

Dass der Begriff «Forschung» bei Designern gelegentlich für Skepsis sorgt, mag nicht nur daran liegen, dass kein Konsens besteht, ob Designforschung überhaupt eine autonome Disziplin ist (vgl. Marais 2011: 356), sondern auch daran, dass Design oftmals als den Künsten verwandt betrachtet wird, bei denen Kreativität – so zumindest eine aus der deutschen Romantik stammende Vorstellung – spontan entsteht und nicht auf Rationalität angewiesen ist. Natürlich spielt Kreativität im Designprozess eine zentrale Rolle, wird aber durch Forschung in keiner Weise ausgeschlossen. Und auch wenn Designprozesse noch so offen und explorativ angelegt sind – sie sind stets intentional: Im Zentrum steht ein Problem, das mit Design gelöst wird. Ob die Designerin eine virtuelle Einkaufshilfe für Blinde<sup>1</sup> entwickelt, einen öffentlichen Raum für Gespräche<sup>2</sup> oder handwerkliches Know-how von alten Menschen reaktivieren und nutzen möchte<sup>3</sup>, damit es nicht verschwinde – Designprozesse erfordern und erzeugen Wissen. Designforschung bedeutet, dies systematisch und methodisch reflektiert zu tun.

Mit «Forschung» werden oftmals Statistik und deduktive Verfahren aus den «strengen» Naturwissenschaften assoziiert, bei denen vorab konstruierte Hypothesen überprüft werden. Dagegen gibt es zwei Einwände. Der erste beruht auf einer epistemologischen Position: Deduktive Forschung trägt mit Hypothesen stets Vorannahmen ins Feld, das folglich mit einem Tunnelblick beobachtet wird. Doch befindet sich das Interessante vielleicht ausserhalb des fokussierten Ausschnittes. Der Soziologe Herbert Blumer forderte deshalb eine Abkehr von der Deduktion und eine «Rückkehr zur empirisch sozialen Welt». Untersucht werden sollte «die Welt der täglichen Erfahrung, die obere Schicht dessen, was wir in unserem Leben sehen und im Leben anderer erkennen» (Blumer 1973: 117).

Mit dieser oberen Schicht der täglichen Erfahrung beschäftigen sich auch Designerinnen, also mit (kulturellen) Oberflächen, wobei dieser Begriff ohne seine besonders im deutschen Sprachraum negative Konnotation zu denken ist. Daraus ergibt sich der zweite, designspezifische Einwand gegen deduktive Verfahren. Er bezieht sich auf die Kernkompetenzen von Designerinnen: Warum sollen diese «strenge» naturwissenschaftliche Methoden imitieren, wo es andere gibt, die deutlich mehr kreatives und visuelles Potenzial haben?

### **Eintauchen in Lebenswelten**

Eine solche Alternative ist die ethnografische Feldforschung, die im Designkontext zwar an Relevanz gewinnt (vgl. Wasson 2000), deren Potenzial allerdings noch längst nicht ausgeschöpft ist. Die Methode besteht darin, Daten zu erheben, indem man seinen Körper<sup>4</sup> und seine Persönlichkeit einem anderen sozialen Feld aussetzt (vgl. Goffman 1997: 263). Im Fokus steht dabei: «What people do, what people know, and the things people make and use» (Spradley 1980: 5). Die Ethnografie ist nicht deduktiv – sie testet also keine Hypothesen – und auch nicht induktiv, weil sie vom (beobachteten) Einzelfall nicht aufs Ganze schliesst. Methodologisch ist sie der Abduktion zuzuordnen, die auf Charles S. Peirce (2004: 209ff.) zurückgeht und deren Ziel

<sup>1</sup> Siehe Projekt «Master of Arts in Design ZHdK» («Field of Excellence Ereignis»): [www.guidingthesenses.com](http://www.guidingthesenses.com)

<sup>2</sup> Siehe Projekt «Master of Arts in Design ZHdK» («Field of Excellence Ereignis»): [www.designcity.lu/2012/05/chat-zone](http://www.designcity.lu/2012/05/chat-zone)

<sup>3</sup> Siehe das mehrfach ausgezeichnete Projekt [www.senior-design.ch](http://www.senior-design.ch) von zwei ehemaligen Style & Design-Studierenden.

<sup>4</sup> Es gibt auch virtuelle Ethnografien; etwa die «Netnography» (vgl. Kozinets 2010), mit der Kommunikationen im Internet – etwa in Blogs oder Foren – untersucht werden. Dort sind «natürliche» Daten zu finden, die nicht durch «künstliche» Interventionen (wie ein Interview) evoziert wurden.

darin besteht, «Neues auf logisch und methodisch geordnetem Weg finden zu können» (vgl. Reichertz 2000/2008: 276). Im Kontext von Design ist sie angewandte Forschung – also Research through Design<sup>5</sup> (vgl. Frayling 1993).

Die soziologische Ethnografie ist im frühen 20. Jahrhundert in den USA entstanden. Damals wanderten Chinesen, Juden aus der Ukraine, katholische Italiener und Iren in die Metropolen New York, Chicago und Boston ein. Die Homogenität der WASPs (White-Anglo-Saxon-Protestants) wurde unterwandert; die Melting-Pot-Society und die für moderne Gesellschaften typische Binnenexotisierung entstand (vgl. Lindner 2009). Man musste nicht mehr wie Bronislaw Malinowski, der als Begründer der anthropologischen Feldforschung gilt, in die Trobriand-Inseln im westlichen Pazifik reisen (Malinowski 1979/2007), um kulturell Fremdes zu erfahren. Ein Schritt in die nächste Seitenstrasse reichte, und man befand sich in einer fremden Welt – in Chinatown oder Little Italy. «The City as a Laboratory» lautete die Prämisse der soziologischen Chicago School, die den urbanen Pluralismus ab den 1920er Jahren ethnografisch erforschte. Robert E. Park, Begründer der Chicago School, riet seinen Studenten: «Go and sit in the lounges of luxury hotels and on the doorsteps of the flophouses; sit on the Gold Coast settees and the slum shakedowns; sit in the orchestra hall and in the Star and Garter burlesque. In short, gentlemen, go to get the seat of your pants dirty in real social research» (Park zitiert in Prus 1996: 119). Das Programm lautet also: Eintauchen in fremde Lebenswelten.<sup>6</sup>

### Keine Fakten, nur Bedeutungen

Dies tun auch Designer. Die Herausforderung besteht allerdings darin, dass das Fremde als solches oftmals nicht offensichtlich ist, zumal sie in der Regel weder Massai-Stämme im östlichen Afrika noch die Hooligan-Szene in St. Petersburg untersuchen. In den meisten Fällen beschäftigen sie sich mit Lebenswelten, die ihnen vertraut oder zumindest bekannt sind: mit älteren Menschen, Behinderten, Fahrradfahrern, Snowboardern oder Touristen. Das birgt die Gefahr, dass «Dinge»<sup>7</sup> zu schnell nach gewohnten Mustern klassifiziert werden. Designerinnen sollten daher den «fremden Blick» üben und versuchen, Dinge anders zu sehen und sie phänomenologisch zu dekomponieren<sup>8</sup>. Verkürzt gesagt: Designerinnen sollten Kontingenzbewusstsein entwickeln – und reflektieren, dass die Wirklichkeit auch anders sein könnte.

Designerinnen beschäftigen sich mit dem, was die Phänomenologie «Alltagswelt» nennt. Diese bezeichnet die «normale» und «nicht hinterfragte» Welt – in Abgrenzung zur Welt der Träume, der Reflexion, der Fantasie (vgl. Berger/Luckmann 1966: 19ff.). Über die Alltagswelt machen wir uns keine Gedanken, solange wir keine Störungen erfahren. Wir führen Handlungen automatisiert aus: Wir benutzen Laptops, Aufzüge, Schubladen, Kreditkarten, Kühlschränke, Handys, Medikamente, Zahnbürsten, Ticketautomaten, E-Banking und Fahrradschlösser. Wir warten, wenn eine Ampel rot leuchtet, und gehen bei Grün. Wir begrüßen Menschen nach bestimmten Regeln – eine Vorgesetzte zum Beispiel anders als eine Tante, einen Arzt anders als eine Geliebte. Dieses Wissen wird nicht reflektiert. Deshalb sagt der Soziologe Donald Schön, dass Menschen mehr wissen, als sie sagen können (vgl. 1983: viii). Bewegen wir uns in einer anderen Kultur, dann fällt uns Fremdes auf – zum Beispiel andere Begrüßungsrituale. Durch diese «Störung» bzw. «Krise» erfahren wir die eigenen Gewohnheiten als kontingent.<sup>9</sup>

Das Wissen variiert innerhalb von Gesellschaften: Wir meinen zwar alle dasselbe Objekt, wenn wir «iPhone» sagen. Aber ein Professor für

<sup>5</sup> Im Gegensatz zu Research for Design und Research about Design (vgl. Findeli 2004: 41ff. und Marais 2011: 64ff.)

<sup>6</sup> In diesem Zusammenhang sind die «Girl Stunt Reporterinnen» in den USA im späteren 19. Jahrhundert zu erwähnen: Ihre berühmteste Vertreterin Nellie Bly liess sich 1887 in eine New Yorker psychiatrische Klinik einweisen. Ihr Bericht «Zehn Tage im Irrenhaus. Undercover in der Psychiatrie» zeugt von menschenunwürdigen Verhältnissen und lösten einen politischen Skandal aus (2011) [1887]. Bly hat so die soziologische Methode der teilnehmenden, verdeckten Beobachtung antizipiert (vgl. Müller 2009).

<sup>7</sup> «Dinge» meint in diesem Kontext neben Objekten auch Handlungen, Rituale, Symbole etc.

<sup>8</sup> Erwähnenswert im Zusammenhang der Befremdung von Vertrautem ist der französische Autor Georges Perec und sein Versuch, einen Platz in Paris zu erfassen (2010). Perec sass während drei Tagen in einem Café an der Place Saint-Sulpice im 6. Pariser Arrondissement und notierte Dinge, die man alltagsweltlich übersieht.

<sup>9</sup> «Störungen» lassen sich natürlich auch inszenieren – zum Beispiel durch Flashmobs, die ein normabweichendes Verhalten im öffentlichen Raum darstellen. In diesem Zusammenhang sind auch die Krisenexperimente zu erwähnen, in denen der Soziologe Harald Garfinkel seine Studierenden zu deviantem Verhalten aufforderte: «So veranlasste er z. B. seine Studenten, ihre Eltern zu Hause so zu behandeln, als ob sie, die Studenten, Gäste des Hauses wären und nicht etwa die Söhne oder Töchter ihrer Eltern» (Psathas 1973: 275).

Technikwissenschaften weiss, wie die Funknetze und Mikrotechnologien funktionieren, während er möglicherweise nicht imstande ist, das iPhone zu benutzen. Dies kann seine zehnjährige Nichte wiederum besser, die mit neuen Kommunikationsmedien sozialisiert worden ist, aber keine Ahnung davon hat, wie sie funktionieren. Sie nutzt nur das Interface, das die Mikrotechnologien dahinter verbirgt. Deshalb, sagt Anne Honer, gebe es in unserer Alltagswelt «keine brute facts», sondern «nur» Bedeutungen» (vgl. 2011: 15).

### **Kosmologie einer Lebenswelt**

Die Ethnografie versucht, die «Kosmologie» (Goffman 1974: 37) einer Lebenswelt zu beschreiben. Sie ist konstruktivistisch, zumal ein ethnografischer Bericht die Wirklichkeit nie abbildet, sondern mit diesem Bericht eine zweite Wirklichkeit hervorbringt. Sie operiert mit verschiedenen Methoden: Durch Beobachtung (verdeckt oder offen, passiv oder aktiv) erkennt man, wie sich Menschen in einer bestimmten Lebenswelt verhalten, welche Rituale sie praktizieren, welcher Habitus und welche Gender-Muster vorherrschen. Durch Befragung – formell als Interview oder informell als Gespräch<sup>10</sup> – tritt der subjektive Sinn von Handlungen zutage.

Auf der praktischen Ebene wirft das viele Fragen auf: Soll die Designerin vor dem Feldzugang möglichst viel lesen über das Thema, oder soll sie als «unbeschriebenes Blatt» aufs Feld gehen? Wie lange dauert der Aufenthalt im Feld? Monate? Kürzer wie bei der «fokussierten Ethnografie» (Knoblauch 2001) oder gar extrem kurz wie bei der «quick and dirty ethnography» (Hughes 1994: 433ff.)? Verändert oder stört die Designerin die Situation im Feld durch Interventionen oder Experimente? Die soziologische «Grounded Theory» (Bryant/Charmaz 2011; Charmaz/Mitchell 2001; Glaser/Strauss 2008; Strauss 1991, Strauss 2004) empfiehlt, möglichst offen ins Feld zu gehen, Daten zu sammeln und diese zu codieren, also im Datenmaterial signifikante Begriffe und Themen zu suchen. Daraus werden abstrakte Kategorien und Hypothesen entwickelt. Deshalb ist die Theorie «grounded», also «geerdet»; in Kontext der Designforschung wird sie der Research through Design zugeordnet (vgl. Marais 2011: 66). Bei visuellen Daten (Fotos und Filmen) lautet eine wichtige Frage, ob diese durch eigene Forschung entstanden sind oder als «mediale Produkte» im Internet gefunden wurden (vgl. Tuma/Schnettler/Knoblauch 2013: 46ff.), was als «Netnography» bezeichnet wird (vgl. Kozinets 2010).

Weitere Fragen betreffen die Art und Weise, wie die Daten festgehalten werden: Fotografiert die Designerin im Feld, oder macht sie Videographie (vgl. Ball/Smith 2001: 302-319; Tuma/Schnettler/Knoblauch 2013)? Macht sie Notizen (vgl. Emerson/Fretz/Shaw 1995)? Lässt sie – was als «partizipative Forschung» bezeichnet wird (vgl. Breuer 2010: 36ff.) – die Probanden und Probandinnen selbst fotografieren? Sinnvoll sind chronologische Forschungsprotokolle, angereichert mit Skizzen, Fotos und Filmen. Mit diesem Material versucht die Designerin, das «chaotisch-kontingente-komplexe Durcheinander der Alltagswelt in eine lineare Struktur zu packen» (Dellwing/Prus 2012: 166).

Der Londoner Designprofessor Bill Gaver entwickelte die erwähnte partizipative Forschung weiter. Seine «Cultural Probes» (Gaver/Dunne/Pacenti 1999) bestehen aus individualisierten Sets, die ausgewählte Probanden und Probandinnen spielerisch bearbeiten. Ein solches Set, mit dem Gaver die Alltagswelt von zwanzig Probanden untersuchte, enthielt eine Einwegkamera mit der Aufforderung, zu Hause bestimmte Dinge zu fotografieren – etwa

<sup>10</sup> ««Gespräch» betont die Natürlichkeit der Situation, in der Interviewer und Interviewter keine festen Rollen sind, sondern sich Gespräche ergeben, wie sie sich ergeben – und damit den starren [...] Interviewstrukturen entkommen können» (Dellwing/Prus 2012: 117). Vgl. auch Spradley mit dem ethnografischen Interview (1979) und Girtler mit seinem ero-epischen Gespräch (2001: 147ff.).

«das spirituelle Zentrum des Zuhause», «etwas Rotes» oder «etwas, was man loswerden möchte»; weiter eine soziale «Landkarte», auf der Freunden und Familienangehörigen Stichworte wie «Gewalt», «Lust» und «Häretiker» zugeordnet werden; und schliesslich einen «Traumrecorder», auf dem die Probanden während zehn Sekunden einen Traum beschreiben. Die Pointe der Methode liegt darin, dass die Designerin die Situation im Feld durch ihre physische Präsenz nicht «stört». Zugleich ist die Methode höchst konstruktivistisch, zumal die Probanden und Probandinnen nach bestimmten Kriterien ausgewählt werden. Die Art und Weise, wie die Fragen und Aufgaben formuliert werden, beeinflusst die Resultate stark.

### **Forschung als Kunst**

Die chilenischen Philosophen Humberto Maturana und Francisco Varela sagten: «Jedes Tun ist ein Erkennen, und jedes Erkennen ist ein Tun» (1984/1987: 32). Forschung untersucht nicht nur Handlung, sondern ist Handlung. Jeder Forschung ist etwas Konstruktivistisches inhärent; Forschung wird designt, was reflektiert werden sollte.<sup>11</sup> Anselm Strauss, der Gründer der Grounded Theory, hat die Arbeit des Wissenschaftlers mit jener eines Künstlers verglichen (vgl. 1991: 34).<sup>12</sup> Forschung muss nicht zwingend «streng» sein wie in den Naturwissenschaften. Ein spielerischer und kreativer Umgang mit dem empirischen Datenmaterial ist möglich und sinnvoll, impliziert allerdings nicht Beliebigkeit. Im Gegenteil: Er stellt eine sehr grosse Herausforderung dar, weil Prozesse, Selektionen und Methoden genau beschrieben und transparent gemacht werden müssen, um die Intersubjektivität der Forschung zu gewährleisten. Sonst ist die Ethnografie dem Vorwurf der Beliebigkeit ausgesetzt.

Die Welt oder die Alltagswirklichkeit lässt sich nicht von einem abgesonderten Logenplatz aus beobachten. Wir sind immer in der Beobachtung präsent – nicht zuletzt durch unsere subjektive Perspektive und Erfahrung. Auch naturwissenschaftliche Experimente sind nicht so neutral, wie angenommen wird: Sie folgen bestimmten Paradigmen und einem positivistischen Wahrheitsbegriff. Wir müssen uns daher von der Idee verabschieden, im Feld Objektivität zu finden. Die erhobenen Daten bilden das Feld nicht ab, sondern bilden eine eigene Wirklichkeit, die ohne die Forschung nicht in die Welt gekommen wäre. Ethnografische Berichte, Bilderstrecken und Filme sind eine Konstruktion zweiter Ordnung (vgl. Schütz 2004: 159ff.). Maeder spricht von einem Netz von Beschreibungen: «Wenn es fein genug und möglichst mit den Verknüpfungen der Mitglieder verbunden ist, dann werden damit Hinweise auf Ausschnitte aus dem «wirklichen Leben» dieser Kultur transportiert» (Maeder 1995: 83f.). Wie die beobachteten Handlungen im Feld ist die Ethnografie selbst menschengemacht. Sie untersucht Kultur – und ist zugleich Kultur. ●

## **10.jahre.styleanddesign.ch**

<sup>11</sup> Ein Buch von LeCompte/Schensul heisst treffend «Designing&Conducting Ethnographic Research» (2010).

<sup>12</sup> Siehe hierzu auch das Kapitel «Bemerkungen zum historischen Verhältnis zwischen Kunst und Wissenschaft» von Marais (2011: 320).

- Ball, Mike/Smith, Greg (2001): Technologies of Realism? Ethnographic Uses of Photography and Film, in: Atkinson, Paul; Coffey, Amanda; Delamont, Sara; Lofland, John; Lofland Lyn: Handbook of Ethnography. London/Los Angeles, Sage, S. 302–319.
- Berger, Peter L./Luckmann, Thomas (1966): The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge. New York, Anchor.
- Blumer, Herbert (1973): Der methodologische Standpunkt des symbolischen Interaktionismus, in: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hg.): Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Rowohlt, Reinbek bei Hamburg, S. 80–146.
- Bly, Nellie (2011) [1887]: Zehn Tage im Irrenhaus. Undercover in der Psychiatrie. Berlin: Aviva.
- Breuer, Franz (2010): Reflexive Grounded Theory. Eine Einführung in die Forschungspraxis. Wiesbaden, VS Verlag.
- Bryant, Antony/Charmaz, Kathy (2011): The SAGE Handbook of Grounded Theory. London, Sage.
- Charmaz, Kathy/Mitchell, Richard G. (2001): Grounded Theory in Ethnography, in: Atkinson, Paul/Coffey, Amanda/Delamont, Sara/Lofland, John/Lofland Lyn: Handbook of Ethnography. London/Los Angeles, Sage, S. 160–174.
- Dellwing, Michael/Prus, Robert (2012): Einführung in die interaktionistische Ethnografie. Soziologie im Aussendienst. Wiesbaden, Springer.
- Emerson, R. M./Fretz, R. I./Shaw, L. (1995): Writing Ethnographic Fieldnotes. University Press of Chicago, Chicago.
- Findeli, Alain (2004): Die projektgeleitete Forschung. Eine Methode der Designforschung, in: Swiss Design Network (Hg.): Erstes Designsymposium Zürich, S. 50–51.
- Frayling, Christopher (1993): Research in Art and Design. Royal College of Art Research Papers 1 (1), S. 1–5.
- Gaver, Bill/Dunne, Tony/Pacenti, Elena (1999): Cultural Probes, in: interactions... January+February, S. 21–29.
- Girtler, Roland (2001): Methoden der Feldforschung. Wien/Köln/Weimar, Böhlau.
- Glaser, Barney G./Strauss Anselm L. (2008): Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung. Bern, Huber.
- Goffman, Erving (1974): Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt a.M., Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1996): Über Feldforschung, in: Knoblauch, Hubert (Hg.): Kommunikative Lebenswelten. Zur Ethnographie einer geschwätzigen Gesellschaft. Konstanz, UVK, S. 261–269.
- Honer, Anne (2011): Kleine Leiblichkeiten. Erkundungen in Lebenswelten. Wiesbaden, VS.
- Hughes, John/King, Val/ Rodden, Tom/Andersen, Hans (1994): Moving out of the Control Room: Ethnography in System Design, in: Futura, R./ Neuwirth, C. (Hg.): Transcending Boundaries. Proceedings of the Conference on Computer Supported Cooperative Work. Chapel Hill NC, S. 429–439.
- Knoblauch, Hubert (2001): Fokussierte Ethnographie, in: Sozialer Sinn 1/2001, S. 123–141.
- Kozinets, Robert V. (2010): Netnography. Doing Ethnographic Research Online. London/Los Angeles, Sage.
- LeCompte, Margaret D./Schensul, Jean J. (2010): Designing&Conducting Ethnographic Research. New York, Altamira Press.
- Lindner, Rolf (2007): Die Entdeckung der Stadtkultur. Soziologie aus der Erfahrung der Reportage. Frankfurt a.M., Campus.
- Lueger, Manfred (2000): Grundlagen qualitativer Feldforschung. Wien, WUV Universitätsverlag.
- Maeder, Christoph (1995): In totaler Gesellschaft. Eine ethnografische Untersuchung zum offenen Strafvollzug. Bamberg, Difo.
- Maeder, Christoph (2008): Sehen, aber nicht schauen, in: Sutterlüty, Ferdinand/Imbusch, Peter (Hg.): Abenteuer Feldforschung. Soziologen erzählen. Frankfurt a.M., Campus. S. 251–256.
- Malinowski, Bronislaw (1979/2007): Argonauten des westlichen Pazifiks. Ein Bericht über Unternehmungen und Abenteuer der Eingeborenen in den Inselwelten von Melanesisch Neuguinea. Frankfurt a.M., Dietmar Klotz.
- Marais, Claudia (2011): Design als Wissenskultur. Interferenzen zwischen Design- und Wissensdiskursen seit 1960. Bielefeld, Transcript.
- Maturana, Humberto R./Varela, Francisco J. (1984): Der Baum der Erkenntnis. München, Goldmann.
- Müller, Francis (2009): Täuschen, um die Wahrheit zu finden. Verdeckte Recherchen haben eine lange journalistische Geschichte, in: NZZ vom 7. August 2009, S. 16.
- Perec, Georges (2010): Versuch, einen Platz in Paris zu erfassen. Konstanz, Libelle Verlag.
- Pierce, Charles S. (2004): Aus den Pragmatismus-Vorlesungen, in: Strübing, Jörg/Schnettler, Bernt (Hg.): Methodologie interpretativer Sozialforschung. Klassische Grundlagentexte. Konstanz, UVK, S. 203–222.
- Prus, Robert (1996): Symbolic Interaction and Ethnographic Research. Intersubjectivity and the Study of Human Lives Experience. Albany, State University of New York Press.
- Reichertz, Jo (2000/2008): Abduktion, Induktion, Deduktion, in: Flick, Uwe/von Kardoff, Ernst/Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, S. 276–286.
- Schön, Donald (1983): The Reflective Practitioner. New York, Basic Books.
- Schütz, Alfred (2004): Common Sense und wissenschaftliche Interpretation, in: Strübing, Jörg/Schnettler, Bernt (Hg.): Methodologie interpretativer Sozialforschung. Konstanz, UVK, S. 155–197.
- Spradley, James P. (1979): The Ethnographic Interview. California, Holt, Rinehart and Winston.
- Spradley, James P. (1980): Participant Observation. Belmont CA, Wadsworth.
- Strauss, Anselm (1991): Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Datenanalyse und Theoriebildung in der empirischen soziologischen Forschung. München, Fink.
- Strauss, Anselm (2004): Methodologische Grundlagen der Grounded Theory, in: Strübing, Jörg/Schnettler, Bernt (Hg.): Methodologie interpretativer Sozialforschung. Klassische Grundlagentexte. Konstanz, UVK, S. 429–451.
- Sutterlüty, Ferdinand/Imbusch, Peter (2008): Abenteuer Feldforschung. Soziologen erzählen. Frankfurt a.M., Campus.
- Tuma, René/Schnettler, Bernt/Knoblauch, Hubert (2013): Videographie. Einführung in die Videoanalyse sozialer Situationen. Wiesbaden, Springer VS.
- Wasson, Christian (2000): Ethnography in the Field of Design, in: Human Organization 59 (4), S. 377–388.