

Laat het zien!

Het gebruik van foto's in interviews

*Gabry Vanderveen**

Dit artikel beschrijft de meerwaarde van het gebruik van foto's in kwalitatieve interviews. De foto's kunnen door de onderzoeker zelf gemaakt zijn, geselecteerd worden door de onderzoeker uit bestaand fotomateriaal of gemaakt worden door de gesprekspartner zelf. De voor- en nadelen van deze methoden worden besproken aan de hand van drie casestudies waarin daar ervaring mee is opgedaan.

In kwalitatieve interviews reageert de gesprekspartner op vragen of opmerkingen van de interviewer. In interviews over overlast in de eigen buurt of onveiligheidsbeleving wordt bijvoorbeeld gevraagd naar plekken die door hem of haar vermeden worden, of die zij/hij onveilig vindt. Een dergelijke plek kan omschreven worden, maar er zijn ook andere methoden die wellicht ander of meer inzicht opleveren. Zo zou de interviewer mee kunnen lopen, zoals bij een buurtschouw, maar een van beiden zou ook een foto kunnen maken van plekken. Deze foto's kunnen vervolgens in het interview als gemeenschappelijk referentiepunt fungeren en als leidraad dienen voor het gesprek.

Dit artikel gaat in op de vraag wat de meerwaarde zou kunnen zijn van het gebruik van foto's in criminologisch georiënteerde kwalitatieve interviews. Alleen al omdat foto's een gemeenschappelijk referentiepunt kunnen zijn, is het goed voorstelbaar dat het gebruik van foto's in interviews voordelen heeft. In andere disciplines, zoals de visuele antropologie, visuele etnografie en visuele sociologie, komt het gebruik van foto's in kwalitatieve interviews meer voor. Daarbij kan een grof onderscheid gemaakt worden tussen twee methoden: de onderzoeker laat foto's zien (photo-elicitation; Harper, 2002) of de onderzoeker laat de gesprekspartner zelf foto's maken (photovoice; Wang & Burris, 1997).¹ Deze laatste methode wordt als participatory action research method gebruikt in onderzoek waarbij ook empowerment en participatie centraal staan. Hiermee wordt onder andere beoogd mensen te helpen zichzelf te helpen, zich bewuster te worden van hun mogelijkheden en zelfredzaamheid te stimuleren. Mensen wordt met photovoice dan ook letterlijk de kans gegeven te laten zien hoe hun leven eruitziet; zij krijgen een stem. In dit soort onderzoek wordt vaak in groepen gediscussieerd over de foto's, worden tentoonstellingen georganiseerd en dergelijke. Beide visuele methoden,

* Met dank aan referenten en (thema)redactie voor hun kritische commentaar op eerdere versies van dit artikel, en aan Hendrien Kaal en Andrea Donker, die klankbord waren, en Maaike Kampen voor haar ondersteunende werk.

1 Naast photo-elicitation worden ook termen als PEI (photo-elicitation interview), VPM (Visuele Prikkel Methode) photolanguage, photo novella, photo-interviews of bijvoorbeeld autodreven interview gebruikt.

foto's laten zien en foto's laten maken, zijn in de criminologie en in Nederland nog nauwelijks toegepast. Uitzonderingen zijn een studie waarbij mensen met verschillende etnische achtergronden hun wijk fotografeerden (Van der Does e.a., 1992) en een recentere studie, eveneens gericht op de beleving van de wijk van De Groot en Hoogenberk (2006).

Meerwaarde visuele stimuli?

Systematische studies naar de meerwaarde van het gebruik van visuele stimuli (meestal foto's) in kwalitatieve interviews ontbreken. Collier (1957) vergeleek in zijn artikel waarin photo-elicitation voor het eerst geïntroduceerd werd twee interviews zonder foto's, later gevolgd door twee follow-up interviews inclusief foto's, met twee interviews waarbij meteen foto's voorgelegd werden aan de geïnterviewden. Een dergelijke vergelijking levert aanwijzingen voor de meerwaarde op, maar niet veel meer dan dat. Naast de literatuur bieden ook drie door ons uitgevoerde casestudies aanknopingspunten.² Hoewel de doelstelling van deze studies niet het systematisch toetsen van het gebruik van foto's in interviews was, was een nevendoelstelling in alle gevallen wel het opdoen van ervaring met visuele methoden en het inventariseren van aanwijzingen voor een eventuele meerwaarde van het gebruik daarvan. In de studies is in aansluiting op meer traditionele methoden (i.e. vragenlijstonderzoek, face-to-face interviews) op kleine schaal photovoice of photo-elicitation gebruikt.

Zo werd in de eerste casestudy, waarvan de dataverzameling plaatsvond in Bogotá (Colombia), in aanvulling op kwantitatief vragenlijstonderzoek aan een klein aantal jongeren gevraagd foto's te maken. De centrale vraag in het onderzoek concentreerde zich op de rol die het gewapende conflict en de instabiele situatie in Colombia spelen bij de onveiligheidsbeleving van jongeren in Bogotá. De jongeren kregen een wegwerpcamera, een instructieformulier en mondelinge toelichting, en de opdracht onaangename en/of onveilige plekken in hun dagelijks leven te fotograferen.

De tweede casestudy betreft onderzoek onder dak- en thuislozen met tien personen in Rotterdam en dertien in Leiden, waarbij photo-elicitation is gebruikt. Het Leidse gedeelte van deze studie was deel van een groter onderzoek naar de invloed van de vestiging van een zorglocatie op de veiligheidsbeleving en ervaren overlast van de mensen die wonen en werken in de buurt (Kaal & Vanderveen, 2008). Centraal in de photo-elicitation interviews stonden de percepties en attitudes van dak- en thuislozen ten aanzien van overlast door dak- en thuislozen. Vijf personen, die gebruikmaakten van de nieuwe zorgvoorziening in Leiden, kregen na het eerste interview een wegwerpcamera met als opdracht hun dagelijks leven te fotograferen. In deze vervolginterviews (photovoice) is vooral ingegaan op de door hen gemaakte foto's en verwachtingen ten aanzien van zorginstellingen.

Ook in de derde casestudy, waarbij zes makers van graffiti geïnterviewd zijn met behulp van foto's (photo-elicitation), was de achterliggende gedachte dat het van

2 Veldwerk en/of dataverzameling voor deze casestudies is in Colombia uitgevoerd door Kirsten Rood en in Leiden en Rotterdam door Marcel de Boer en derdejaars studenten Criminologie en (mede)begeleid door de auteur.

belang is met mensen te praten van wie het gedrag (of de resultaten daarvan) als overlastgevend wordt beschouwd. Graffiti wordt door veel lokale en nationale overheden gezien als een vorm van overlast; idee is dat graffiti leidt tot en/of een indicator is van verloedering (zie bijvoorbeeld Sampson & Raudenbush, 1999). In de interviews met graffitimakers stonden hun ideeën hierover centraal: in hoeverre is graffiti (soms) kunst, overlast of criminaliteit.

Op basis van de literatuur en de drie hier geïntroduceerde casestudies zal hierna worden ingegaan op enkele aspecten ten aanzien van photovoice en photo-elicitation. Ten eerste de onderzoeksvragen: welk soort criminologische onderzoeksvragen is meer en welk minder geschikt? Vervolgens wordt eerst ingegaan op degenen bij wie deze methoden wel of juist niet te gebruiken zijn, en daarna op de mogelijke veranderingen in het interviewproces door het gebruik van foto's. Ook zijn er, naast de gebruikelijke, ethische punten waar de onderzoeker extra aandacht aan zal moeten besteden. Alvorens dan de praktische voor- en nadelen van photovoice en photo-elicitation te bespreken, wordt ingegaan op de kernvraag: zou het gebruik van foto's in interviews meer, andere of nieuwe informatie opleveren die anders niet naar boven was gekomen.

Geschikte onderzoeksvragen

Minder geschikt voor photo-elicitation en photovoice zijn kwantitatieve onderzoeksvragen, zoals vragen over omvang van (soorten) criminaliteit en veranderingen daarin, of vragen die meer gericht zijn op buurten of landen en de verschillen daartussen. Ook onderzoeksvragen waarvoor de foto's moeilijk of met gevaar te maken zijn, zijn minder geschikt. Uit de literatuur, maar ook uit onze casestudies, blijkt dat het meest geschikt zijn: (criminologische) onderzoeksvragen waarbij beschrijving van en inzicht in samenhangen en patronen in gedragingen, meningen, interpretaties, percepties, attitudes, ervaringen en/of het dagelijkse leven van (specifieke groepen) mensen centraal staan. Dankzij foto's worden antwoorden aan de ene kant concreter en specifieker, aan de andere kant lenen de foto's zich uitstekend voor associatie.

Juist emotioneel beladen onderwerpen, of onderwerpen die meer taboe zijn, blijken met foto's heel bespreekbaar te worden; schroom bij interviewer en geïnterviewde is sneller te overwinnen wanneer het (eerst) over de foto gaat. Foto's fungeren als bliksemafleider: moeilijke onderwerpen kunnen makkelijker besproken worden door te focussen op de foto, in plaats van op de geïnterviewde. Collier (1957, 849) verwoordt dit als volgt: 'The pictures served as a second subject; both interviewer and informant fastened their attention on the pictures, which relieved the strain of being questioned directly. In spirit, both parties were questioning the photographs.' In de photo-elicitation interviews met daklozen in Rotterdam bleek dit ook: zo zijn bijvoorbeeld drank- en drugsgebruik in het openbaar, buiten slapen, de repressieve opstelling van de politie, en de eigen ervaringen hiermee ter sprake gekomen door middel van foto's, ondanks de onervarenheid van de interviewers (derdejaarsstudenten) en het relatief korte tijdsbestek om een vertrouwensband te creëren.

Onderzoeksvragen met een normatieve lading zijn ook geschikt: beschrijvingen van personen en situaties zijn vaak doorzichtig (bijv. 'lelijke graffiti in een donker tunneltje'; 'een dakloze met een donkere huidskleur en een blikje bier in zijn handen') en sturen al in een bepaalde richting. Met behulp van foto's (of andere visuele stimuli) kan mogelijk dus beter worden aangesloten bij de onderzoeksvraag.

Geschikte groepen

Het gebruik van foto's in interviews lijkt geschikt voor verschillende groepen. Photovoice, evenals photo-elicitation, is dan ook al toegepast bij diverse groepen, variërend van mishandelde vrouwen van verschillende etnische afkomst (Frohmann, 2005), mannen met prostaatkanker (Oliffe & Bottorff, 2007) of zoals in onze casestudies daklozen (Wang e.a., 2000) en jongeren of adolescenten (Nowell e.a., 2006). Juist ook voor mensen met een andere taal dan de interviewer of dan andere geïnterviewden, of die minder taalvaardig of geletterd zijn, kunnen deze methoden die meer leunen op beelden geschikter zijn dan methoden die enkel gebruikmaken van taal. Niet voor niets worden beelden, zowel foto's als bijvoorbeeld tekeningen, gebruikt in onderzoek met kinderen (Mitchell e.a., 2007) en met mensen met een verstandelijke handicap (Jurkowski, 2008). Toch zal voor veel onderzoeksvragen een mondelinge of tekstuele toelichting noodzakelijk zijn op de foto's die zij zelf gemaakt hebben: de verhalen van de maker zijn nodig om de beeldtaal van de foto's te kunnen duiden. Foto 1 (casestudy 2) geeft de behoefte van de interviewer aan een toelichting goed aan. Te zien is een wit onderbeen, gezien de haargroei waarschijnlijk van een man, met een opgestroopt lijkende spijkerbroek aan en een donkere sok. Het ontblote onderbeen vertoont wondjes, bloeddruppels en een verbandje of wit zakdoekje met daarop ook bloeddruppels. Zonder toelichting weten we niet wat de betekenis is van deze foto en zijn verschillende interpretaties mogelijk. De foto zelf is multi-interpretabel en zou bijvoorbeeld de verwonding na een vechtpartij kunnen laten zien, of de schrammen ten gevolge van een mislukte inbraak via een gebroken kelderraampje.

Foto 1: Bloedend been na het zelf snijden



Gemaakt door R., die zijn dagelijks leven fotografeerde voor casestudy 2.

De uitgebreide mondelinge toelichting is essentieel en is summier samengevat in het bijschrift. Omdat de betekenis en interpretatie van eenzelfde beeld enorm kan verschillen tussen mensen, blijft 'talige' informatie dus vaak nodig. Beelden maken het interview echter wel heel concreet, wat ook duidelijk gevolgen heeft voor het interviewproces.

Interviewproces

Foto's maken de interviewsituatie heel concreet. Ervaringen tijdens de interviews in onze casestudies wezen hier duidelijk op: interviewer en geïnterviewde hebben een concreet en gemeenschappelijk referentiepunt voor ogen. In het geval van graffiti bijvoorbeeld, is met behulp van een foto sneller te verduidelijken of het gaat om kleine 'tags' (eenkleurige tekstuele krabbels of handtekeningen) op een fietsenrek, op een huisdeur, of om kleurrijke, realistische 'pieces' (een complexere afbeelding). Een dergelijk gemeenschappelijk referentiepunt waar letterlijk dingen op aangewezen kunnen worden, zoals de camera op foto 2, kunnen het interview veel concreter maken en vergemakkelijken het eventuele bijsturen van een gesprekspartner. De beveiligingscamera op foto 2 is zo gebruikt om diverse thema's als de angst of kick om betrappt te worden, zin en onzin van beveiligings- en bewakingsmaatregelen, en de eigen ervaringen met politie/justitie te bespreken.

Ook gesprekspartners zelf kunnen de foto's weer (op een ander moment) gebruiken. Zo verwees een graffitimaker een aantal keren naar dezelfde foto van graffiti op een school (foto 2), om een en ander te verduidelijken en *meer* informatie te geven. Een andere deelnemer, die in het kader van casestudy 2 foto's maakte van zijn dagelijks leven, maakte de foto van zijn been waarin hij zelf heeft gesneden (foto 1). Deze foto heeft hij gemaakt, juist om eerlijk aan de interviewer duidelijk te maken hoe belangrijk dit snijden voor hem is, ook al zou hij het liever niet willen doen:

Dat is dus wat er gebeurt als ik ontspoor (...) Je wou dat ik mijn leven vastleg en dit gebeurt jammer genoeg ook (...) en dan tot het zover gaat dat ik het niet meer stil kan krijgen in mijn hoofd en dan moet ik dat doen en als ik dat dan gedaan heb dan geeft dat een adrenalinekick en daar word ik dan rustig van.

Voor deze deelnemer was het een heel bewuste keuze juist deze foto (foto 1) wel te maken: 'Je wil de waarheid, dus toch ja. Ik zat nog te twifelen, maar dacht laat ik het maar doen. Het is het eerlijkste. Zo zit mijn leven dus in elkaar.' Meer in het algemeen lijken photo-elicitation en zeker photovoice de geïnterviewde meer controle te geven: de relatie met de interviewer wordt gelijkwaardiger. Bij photovoice wordt een deel van de regie over het onderzoek uit handen gegeven: als onderzoeker kun je toelichten en instrueren, maar niet bepalen hoe, wat, wanneer gefotografeerd wordt. Dit kan zelfs leiden tot onbruikbare resultaten, bijvoorbeeld wanneer iemand de camera voor iets anders gebruikt dan de bedoeling van de onderzoeker was. Dat bleek ook in de Bogotá-studie: Carlos, een scholier van 16, had bijvoorbeeld veel foto's genomen tijdens een feest van zijn middelbare school, en veel minder van onveilige of enge plekken.

Foto 2: Graffiti op een school en een beveiligingscamera



Gebruikt in photo-elicitation interviews met graffitimakers en gemaakt door J. Saijtos, destijds derdejaars student Criminologie (casestudy 3).

Foto's in photovoice studies die als gemeenschappelijk referentiepunt fungeren, bevorderen ook het inlevingsvermogen van de interviewer/onderzoeker: het is makkelijker het dagelijks leven van de gesprekspartner voor te stellen. Deze kan de interviewer een foto laten zien van een plek, persoon of situatie die de interviewer niet kent. Door de foto te gebruiken als referentie kunnen interviewer en gesprekspartner hier toch (makkelijker) over praten. Een foto gemaakt in het kader van de Bogotá-studie door gesprekspartner Paola (een werkende jongere van 23 jaar) bijvoorbeeld, laat een doodlopende straat zien die uitkomt op een soort pleintje waar gekeerd kan worden, De foto maakte deze plek voor de interviewer beter voorstelbaar en maakte het makkelijker concrete vragen te stellen. Op het eerste gezicht was daar niets bijzonders op te zien of bij te bedenken, maar gesprekspartner Paola vertelt dat taxichauffeurs met een passagier deze doodlopende straat inrijden, waar dan twee kennissen van de chauffeur de taxi opwachten en vervolgens aan beide kanten van de taxi gaan staan, zodat de passagier die uit moet stappen in de armen van een berover terecht komt.

Het interviewproces verandert door het gebruik van foto's ook in een ander opzicht. Zowel uit de literatuur als de casestudies blijkt dat mensen uit allerhande groepen de methoden als heel positief ervaren. Participanten waarderen de combinatie van en afwisseling tussen (verbale) vragen en de foto's. Juist in studies

waarbij de onderzoeker afhankelijk is van de medewerking van gesprekspartners, is het van belang dat deze niet (voortijdig) afhaken (zie Junger-Tas & Haen-Marshall, 1999). Een andere belangrijke meerwaarde van het gebruik van foto's in interviews is simpel gezegd dan ook dat participanten het leuk vinden; vergelijkbaar met het doorbladeren van een fotoalbum (Schwartz, 1989). Wanneer photovoice mede empowerment van de participanten tot doel heeft, wordt dit eveneens vaak als pluspunt genoemd (bijvoorbeeld Jurkowski, 2008).

Ethische aandachtspunten

Naast de gebruikelijke ethische punten waar onderzoekers rekening mee moeten houden wanneer zij een beroep doen op individuele gesprekspartners, impliceren visuele methoden als photovoice en photo-elicitation ook andere aandachtspunten. Ethiek is dan ook vaak onderwerp van discussie op internet en congressen, waarbij vooral privacy en anonimiteit belangrijke thema's zijn.³ In onze casestudies, met als uitgangspunt vooral de ethische richtlijnen van de Visual Sociology Study Group (2006) hebben we onder andere gebruikgemaakt van een zogenoemd consent form en van anonimisering van (herkenbare) gezichten.

Ethische aspecten spelen niet alleen een rol bij wat en wie wordt afgebeeld (en wie de foto's ziet), maar ook bij de instructies in photovoice studies: hoe zijn de afbeeldingen verkregen? Participanten in Bogotá hebben we om die reden gevraagd onaangename/onveilige plekken in hun dagelijks leven te fotograferen. Mensen hoefden zich niet te begeven in onveilige of gevaarlijke situaties; de meeste foto's refereren daar (impliciet) aan. Paola maakte bijvoorbeeld de hiervoor al genoemde foto van de doodlopende straat, waar veel berovingen plaatsvinden door taxi-chauffeurs en hun handlangers. Paola en de andere gesprekspartners vertellen dat het vooral onveilig is wanneer het avond of nacht is; na negen uur 's avonds loopt Paola niet meer over straat en haar foto's, evenals die van de meeste anderen, zijn overdag gemaakt.

Meer, andere en/of nieuwe informatie

Clark-Ibáñez (2004) geeft diverse voorbeelden van andere en nieuwe inzichten dankzij het gebruik van photovoice. Zij beargumenteert dat het gebruik van foto's rijkere data oplevert en meer inzicht geeft in de belevingswereld van de gesprekspartner. Door de casestudies heerst ook bij ons de indruk dat vooral meer informatie naar boven is gekomen dan wanneer alleen gebruikelijke interviews gehouden waren. De zelfverminking van R. (foto 1) was in het eerste interview niet naar voren gekomen, hoewel R. wel vertelde over zijn ervaringen met de psychiatrie en zijn verslavingen. Maar de vraag welk deel van de belevingswereld van de geïnterviewde wél naar boven komt in interviews waarbij gebruikgemaakt wordt van foto's maar niet in traditionele interviews, kan op basis van de casestudies of literatuur niet definitief beantwoord worden.

3 Zoals bijvoorbeeld de *listserv* van *the International Visual Sociology Association* (IVSA).

Duidelijker is dat photovoice een ander soort data oplevert, namelijk de foto's zelf. Deze visuele data kunnen van grote toegevoegde waarde zijn voor de persoonlijke verhalen van gesprekspartners, maar kunnen ook zelfstandig geanalyseerd worden. Wat is gefotografeerd, wat niet? Welke patronen zijn zichtbaar (vgl. Goffman, 1979)? Hiervoor werd al gerefereerd aan Paola, participant in de Bogotá- studie, die haar foto's overdag maakte, maar duidelijk maakte dat zij zich onveilig voelde in de gefotografeerde situaties 's avonds. Ook wat juist niet gefotografeerd wordt, kan interessante informatie zijn. Opvallend bij de – in totaal ongeveer honderd – foto's gemaakt door de vijf gesprekspartners die gebruikmaken van Leidse voorzieningen voor dak- en thuislozen, is bijvoorbeeld dat slechts op enkele foto's een vriend, familielid of andere persoon staat aan wie de gesprekspartner gehecht is. In het dagelijks leven van deze vijf mensen spelen intieme sociale relaties nauwelijks (meer) een rol. In de (verbale) informatie die de gesprekspartners tijdens de interviews gaven, bleef dit veel meer impliciet.

Praktische nadelen en voordelen

Zowel uit onze ervaringen als uit de literatuur blijkt dat vooral photovoice, waarbij participanten zelf foto's maken, een groot praktisch nadeel heeft, namelijk de meerdere contactmomenten die nodig zijn en daarmee de relatief forse tijdsinvestering ten opzichte van een traditioneel interview. Het is een langduriger proces, waarbij tijdens de verschillende fasen van het onderzoek deelnemers kunnen uitvallen. Immers, nadat instructies of een toelichting zijn gegeven, krijgt de gesprekspartner een camera en dan heeft hij of zij tijd nodig om te fotograferen. Vervolgens moet de camera weer bij de onderzoeker terechtkomen, die de foto's dan laat afdrukken, waarna de onderzoeker en de gesprekspartner elkaar weer ontmoeten om het feitelijke interview te houden. In veel photovoice studies voltooiën deelnemers dan ook niet het hele traject. Ongeveer de helft van de participanten van Baker en Wang (2006) haakten tussentijds af en ook in de Bogotá-studie was dit vanwege de strakke tijdsplanning problematisch.

Een mogelijk ander nadeel van photovoice is financieel van aard, wat vooral bij (grootschalige) photovoice studies een factor van betekenis kan zijn: zo zijn (wegwerp)camera's nodig en foto's dienen ontwikkeld en afgedrukt te worden, waar overigens ook het een en ander mis bij kan gaan. Videoapparatuur, eveneens gebruikt in photovoice studies (bijv. Rich & Patashnick, 2002), is eveneens kostbaar. Recent is echter voor een aantal doelgroepen een nieuwe mogelijkheid ontstaan. Steeds meer (jonge) mensen in diverse landen beschikken over een mobiele telefoon en kunnen daarmee foto's maken en verzenden. Ook digitale camera's en internetsites bieden allerlei mogelijkheden voor onderzoekers. Gesprekspartners kunnen bijvoorbeeld zelf foto's uploaden en becommentariëren.

Foto's laten zien; mensen vertellen

Het gebruik van foto's in kwalitatieve interviews heeft voor- en nadelen. Diverse criminologische onderzoeksvragen, waarbij de onderzoeker afhankelijk is van informatie van anderen (gesprekspartners; sleutelfiguren), lijken geschikt voor

deze methoden. De beelden kunnen ingangen voor gesprekken bieden, voor associaties en voor discussie en bovendien kunnen ze fungeren als gemeenschappelijk referentiepunt.

Juist vanwege het gebruik van foto's lijken photovoice en photo-elicitation minder afhankelijk van gesproken of geschreven taal. Dit kan in bepaalde gevallen ook zo zijn, maar vaak zal een (uitgebreide) toelichting van de gesprekspartner op de foto's noodzakelijk zijn. Beelden zelf zijn multi-interpretabel en de betekenis van een beeld voor een gesprekspartner behoeft uitleg. Dit kwam ook in onze casestudies naar voren.

Ondanks mogelijke ethische en praktische problemen lijken photovoice en photo-elicitation goede mogelijkheden voor criminologisch onderzoek te bieden en vooral in kwalitatieve interviews ligt de meerwaarde van foto's voor de hand. Aangezien systematische studies ontbreken, is de kernvraag of deze methoden meer, andere of nieuwe informatie oplevert, die anders niet naar boven was gekomen, niet empirisch afdoende te beantwoorden. De literatuur op dit gebied laat hier echter geen misverstanden over bestaan (bijvoorbeeld Harrison, 2002, 868), en ook de casestudies suggereren dat meer (gedetailleerde) en andere informatie verkregen wordt dankzij de foto's.

Ook in criminologisch georiënteerde kwalitatieve interviews kan het gebruik van foto's dus een meerwaarde hebben. Een beeld zegt immers meer dan duizend woorden. Om te weten welke woorden dat precies zijn, moet gepraat worden.

Literatuur

- Baker, T.A., & Wang, C.C. (2006). Photovoice: Use of a participatory action research method to explore the chronic pain experience in older adults. *Qualitative Health Research*, 16(10), 1405-1413.
- Clark-Ibáñez, M. (2004). Framing the social world with photo-elicitation interviews. *American Behavioral Scientist*, 47(12), 1507-1527.
- Collier, J.J. (1957). Photography in anthropology: A report on two experiments. *American Anthropologist*, 59(5), 843-859.
- Does, P. van der, Edelaar, S., Gooskens, I., Liefding, M. & van Mierlo, M. (1992). Reading Images: A study of a Dutch neighborhood. *Visual Sociology*, 7(1): 4-67.
- Frohmann, L. (2005). The Framing Safety Project – Photographs and narratives by battered women. *Violence against Women*, 11(11), 1396-1419.
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. New York: Harper and Row.
- Groot, S. de & Hoogenberk, A. (2006). Foto-onderzoek: een interactieve manier van onderzoek. Onderzoek en Integrale Vraagstukken, 12. Den Haag: Gemeente Den Haag, Dienst Onderwijs Cultuur en Welzijn. Laatste bezocht 26 september 2008 op www.nicis.nl/nicis/dossiers/Bestuurenorganisatie/Monitoring/Den-Haag-foto-onderzoek_1104.html.
- Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17(1), 13-26.
- Harrison, B. (2002). Seeing health and illness worlds – using visual methodologies in a sociology of health and illness: a methodological review. *Sociology of Health & Illness* 24(6), 856-872.

- Junger-Tas, J., & Haen Marshall, I. (1999). The self-report methodology in crime research. *Crime and Justice: a Review of Research*, 25, 291-367.
- Jurkowski, J.M. (2008). Photovoice as Participatory Action Research Tool for Engaging People With Intellectual Disabilities in Research and Program Development. *Intellectual and Developmental Disabilities*, 46(1), 1-11.
- Kaal, H.L. & Vanderveen, G.N.G. (2008). *Verslag van de eerste vervolgmeting overlast- en veiligheidsbeleving rond het project 'nieuwe energie'*. Leiden: Universiteit Leiden.
- Mitchell, H., Kearns, R.A., & Collins, D.C.A. (2007). Nuances of neighbourhood: Children's perceptions of the space between home and school in Auckland, New Zealand. *Geoforum*, 38(4), 614-627.
- Nowell, B.L., Berkowitz, S.L., Deacon, Z. & Foster-Fishman, P. (2006). Revealing the cues within community places: Stories of identity, history, and possibility. *American Journal of Community Psychology*, 37(1-2), 29-46.
- Oliffe, J.L. & Bottorff, J.L. (2007). Further than the eye can see? Photo elicitation and research with men. *Qualitative Health Research*, 17(6), 850-858.
- Rich, M., & Patashnick, J. (2002). Narrative research with audiovisual data: Video Intervention/Prevention Assessment (VIA) and NVivo. *International Journal of Social Research Methodology*, 5(3), 245-261.
- Sampson, R.J. & Raudenbush, S.W. (1999). Systematic Social Observation of Public Spaces: A New Look at Disorder in Urban Neighborhoods. *American Journal of Sociology*, 105(3), 603-651.
- Schwartz, D. (1989). Visual Ethnography: Using Photography in Qualitative Research. *Qualitative Sociology*, 12(2), 119-154.
- Visual Sociology Study Group (2006). Statement Of Ethical Practice For The British Sociological Association - Visual Sociology Group. Laatst bezocht 26 september 2008 op www.visualsociology.org.uk/about/ethical_statement.php.
- Wang, C., & Burris, M.A. (1997). Photovoice: Concept, methodology, and use for participatory needs assessment. *Health Education & Behavior*, 24(3), 369-387.
- Wang, C.C., Cash, J.L. & Powers, L.S. (2000). Who Knows the Streets as Well as the Homeless? Promoting Personal and Community Action Through Photovoice. *Health Promotion Practice*, 1(1), 81-89.