

Inhalt

1. Einleitung	11
1.1 Instagramvisualisierungen als alltagspraktisches <i>placemaking</i>	13
1.2 Regionale Governance und die Produktion des Ruhrgebietes nach dem Strukturwandel	19
1.3 Fragestellung und Aufbau der Arbeit	22
2. Forschungsstand und theoretische Verortung I: Region und regionale Identität	25
2.1 Region und regionale Identität in der kulturen- und sozialanthropologischen Raumforschung	25
2.2 Begriffe und Debatten zu räumlichen Identitäten in der Stadtforschung	28
2.3 Zwischenstand: Region als Produkt von Regionalisierungspraxen	37
2.4 Region in der Kulturellen Politischen Ökonomie (CPE) nach Bob Jessop	39
2.4.1 Regionale <i>imaginaries</i> im Verständnis der CPE	43
2.4.2 Nutzen und Grenzen der CPE und die Notwendigkeit ihrer mikroanalytischen Ergänzung	45
2.5 Raumproduktion als Praxis: Raumsoziologische Perspektiven	48
2.6 Die Vermittlung regionaler <i>imaginaries</i> als Figurierung von Brokerage	52
2.6.1 Performanzen der Brokerage	56
2.6.2 Wissensbestände übersetzen	58
2.7 Zusammenfassung	60
3. Forschungsstand und theoretische Verortung II: Visualisieren mit Instagram	62
3.1 Visualisieren mit Instagram: Ein Geflecht verkörperter Medienpraktiken	63
3.2 Technosozialitäten: Die Ko-Konstitution von Akteur:innen und Technologien	69
3.3 Medienanthropologische Perspektiven auf Technosozialitäten	75
3.4 Visualisierungssozialitäten: Ein Arbeitsbegriff	81
3.5 Zusammenfassung	85
4. Forschungsdesign und ethnografische Forschung	86
4.1 <i>Multiplicity</i> : Feldzugang entwickeln	86
4.2 <i>Non-digital-centric-ness</i> : Erhebungsmethoden <i>on-site</i> und <i>online</i>	87
4.2.1 Visualisieren teilnehmend beobachten und erfragen: Hybride Interviews	88

4.2.2	Softwaregestütztes Sampling	94
4.2.3	Regionalisieren mit Instagram ethnografisch erfassen.....	97
4.3	<i>Openness</i> : Ethnografische Wissensproduktion	98
4.4	<i>Reflexivity</i> : Feldwissen in der Auswertung ernst nehmen	102
4.4.1	Visualisierungen analysieren.....	102
4.4.2	Komplexität beibehalten: Mappingverfahren	104
4.5	<i>Unorthodox</i> : Verschriftlichen.....	105
5.	Das <i>imaginary</i> des Ruhrgebietes als urbane Metropolregion	108
5.1	Das Café als performativer Ort des Konsums urban- kosmopolitischer Eliten.....	109
5.1.1	Inspirationsmöglichkeiten	111
5.1.2	Stilistische Progressivität	116
5.2	Wissensbestände von Urbanität	122
5.2.1	Das Phoenix-Gelände	123
5.2.2	Lichter und Farben der Stadt	128
5.3	Alltagsweltliche Produktionen des diskursiven Genres „Streetfotografie“	133
5.3.1	Straße als Leben	134
5.3.2	Wahrheit vermitteln	138
5.4	Figurationen des <i>skilled urbanite</i> : Vermittler:innen urbanen Lebens	140
5.4.1	Flanieren als praktische Genrerahmung	141
5.4.2	Raumaneignungen.....	143
5.5	Konflikte in Übersetzungen zwischen regionalem „Innen“ und „Außen“	148
5.5.1	Vergleichen und Hierarchisieren.....	150
5.5.2	Differenzbeobachtungen.....	153
5.6	Die Visualisierungssozialität als soziales Feld der <i>skilled urbanites</i>	158
6.	Das <i>imaginary</i> des Ruhrgebietes als kreative Wissensregion.....	162
6.1	Performanzen auf der Bühne des Coworking-Space.....	163
6.1.1	Die <i>deep story</i> des regionalen Wandels	166
6.1.2	Referenzrahmen und choreografische Mittel.....	169
6.2	Das Coworking-Space als Raum kreativer Ökonomien	173
6.2.1	Der Schauplatz der „Past-Kohle-Zeit“	174
6.2.2	Ein synthetisierbarer Raum der Wissensarbeit.....	177
6.3	Übersetzungen regionaler Arbeit in kreative Wissensarbeit	179
6.3.1	Über Wissensarbeit reden	179
6.3.2	Umformungen der Arbeiterfigur	184

6.4	Konfliktive Wissensbestände von Visualisieren mit Instagram als Arbeit	188
6.4.1	Expert:innenwissen	191
6.4.2	Abgrenzungen zu Nicht-Expert:innen.....	193
6.5	Figurationen charismatisch-innovativer Kreativarbeiter:innen	197
6.5.1	Berlin als Vorbild	198
6.5.2	Kreativität als unterschiedlich ausdeutbare Ressource	201
6.6	Die Visualisierungssozialität als Community of Practice: Visualisieren als regionale Arbeit lernen	205
7.	Das <i>imaginary</i> des Ruhrgebietes als lebendige und grüne Freizeitregion	208
7.1	Wissensbestände von Industrienatur als Raum der Rückkehr „neuen“ Lebens	208
7.1.1	Die Natur als erobernde Aktantin	213
7.1.2	Romantisierte Ruinen	217
7.2	Mediatisierte Performanzen der Fremderfahrung	220
7.2.1	Koloniale Eroberungsästhetiken.....	221
7.2.2	Das Ruhrgebiet touristisch imaginieren	222
7.3	Das „neue“ Leuchten der Farben: Freizeitpraktiken der neuen <i>taskscape</i>	227
7.3.1	Die Region in neuem Licht.....	230
7.3.2	Die Lichter der Freizeit	240
7.4	Konfliktive Wissensbestände vom regionalen „Grün“	243
7.4.1	Freizeit als Übersetzung von Lebensqualität.....	244
7.4.2	Erholung im Grünen als Standortfaktor.....	248
7.5	Figurationen des:r Entdecker:in.....	255
7.5.1	Entdeckungen machen.....	256
7.5.2	Gehen als räumliche Erkundung.....	257
7.6	Die Visualisierungssozialität als <i>online crowd</i> : geteilte Beheimatungspraktiken.....	261
8.	Fazit	264
8.1	Zusammenfassung	264
8.2	Analytische Schlussfolgerungen: Die Herstellung hegemonialen Konsenses oder wer bestimmen kann, wie produziert wird	266
8.3	Theoretisch-konzeptionelle Schlussfolgerungen: Die Untersuchung regionaler Postindustrialisierung mit der CPE	269
8.4	Methodologische Schlussfolgerungen: ein Plädoyer für die Querschnittsforschung	271
8.5	Bruchstellen	274

Literatur	277
Quellenverzeichnis	299
Hybride Interviews (<i>go-alongs</i>)	299
Weitere Leitfadeninterviews	299
Beobachtungsnotizen und zitierte Gesprächsprotokolle	299
Internetquellen und graue Literatur	300
Audiovisuelle Quellen/Software/Screenshots ohne Abbildung im Fließtext	302
Abbildungsverzeichnis	304