

Skateboarding

Ethnographie einer urbanen Praxis

Bearbeitet von
Christian Peters

1. Auflage 2016. Taschenbuch. 336 S. Paperback

ISBN 978 3 8309 3354 0

Format (B x L): 17 x 24 cm

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhalt

1	Urbane Raum-Spiele – Einleitung	7
1.1	Skateboarding als informelle Stadt-Praxis	8
1.2	Problemstellung und Zielsetzung.....	15
1.3	Aufbau.....	17
2	Analyseoptik	19
2.1	›Skateboard Studies‹ – Mapping the field.....	19
2.2	Grundelemente einer praxistheoretischen Perspektivierung.....	26
2.3	Soziale Praxis als Spiegelgeschehen	31
2.4	Methodische Vorgehensweise.....	34
3	Ethnographie – Skateboarding in Köln	38
3.1	Street-Skateboarding in Köln – Die untersuchte Praxis.....	38
3.2	›Dropping in‹ – Mein Hineinwachsen in die Praxis.....	42
3.3	Skateboarding in Köln – Zur raum-zeitlichen Entwicklung	53
3.4	›Performing Space‹ – Praktiken des Skateboardfahrens	79
3.4.1	›Stadt-Erfahrungen‹ – Zum Vagabundieren des Skatens in Köln	79
3.4.2	Verortungen des Skateboardfahrens in Köln.....	86
	Dom-Skaten	86
	Post-Dom-Skaten	107
	Kap-Skaten	111
3.4.3	Typologie der Praktiken des Skateboardfahrens	134
	Street-Skaten	135
	Park-, Halle- und Plaza-Skaten.....	145
	DIY-Skaten	152
3.4.4	›Performing Space‹ – Resümee.....	168
3.5	›Being Skateboarder‹ – Praktiken des Skateboarder-Seins	171
3.5.1	Skateboarder-Werden	171
	Skateboarding als Kinderspiel.....	172
	Ringern um Anerkennung	173
3.5.2	Skateboarder-Sein	183
	›Skaten bestimmt mein ganzes Leben!‹ – Lebensform.....	183
	›Stylissimo‹ – Stil-Können.....	188
	Schmerzen, Ängste, Verletzungen – Spiel mit dem Risiko	199
3.5.3	›Sponsor me!‹ – Gesponserter Skateboarder-Sein.....	205
	Gesponserter Skateboarder-Werden.....	206
	Skateboarder-Sein als Business.....	208
	›Auf Tour‹ – Permanentes Unterwegssein	210
	An Contests-Teilnehmen	215
3.5.4	Typologien des Skateboarder-Werdens und -Seins	216
3.5.5	›Community of Practice‹ – Zum Modus der Vergemeinschaftung	220
	›Kopplizenschaft‹ – Vergemeinschaftung in Praxis	221
	›Imagined Community‹ – Skateboarder als imaginierte Gemeinschaft.....	222
3.5.6	›Being Skateboarder‹ – Resümee	225
3.6	›Doing Media‹ – Praktiken des Mediengebrauchs.....	226
3.6.1	Medienverwendung	226

3.6.2	Rezeption von Medieninhalten	229
3.6.3	›Selbstmedialisierung‹ – Produktion medialer Inhalte	238
3.6.4	›Doing Media‹ – Resümee	247
3.7	›Learning by Doing‹ – Praktiken des Kompetenzerwerbs	248
3.7.1	›Erfahrungslernen‹: Kompetenzerwerb im informellen Kontext.....	248
3.7.2	Mehr als Tricks – Zum Kompetenzspektrum des Skateboarding.....	251
3.7.3	Modi des Kompetenzerwerbs und der Kompetenztradierung.....	253
3.7.4	›Learning by doing‹ – Resümee	263
3.8	›Policy Making‹ – Skateboarding als politische Praktik.....	264
3.8.1	Nonkonformistisch, aber nicht subversiv – Mehr Spiel als Politik	264
3.8.2	Praktiken der passiven Politisierung.....	267
3.8.3	Skateboarding zwischen Disziplinierung und Antidisziplin	279
3.8.4	›Policy Making‹ – Resümee	284
4	›Skateboarding‹ – Umriss einer Theorie der Praxis	286
4.1	›Doing Skateboarding‹ – Material, Kompetenz, Bedeutung.....	287
4.2	›Skatescape‹ – Zur Geographie der Skateboarding-Praxis.....	294
4.3	Zur Emergenz und Persistenz des Skateboarding	296
5	Stadt als kollaborative Praxis – Schlussbetrachtung	303
6	Quellenverzeichnis.....	306
7	Glossar	323
	Abbildungsverzeichnis.....	335
	Tabellenverzeichnis:.....	336