

1	Einleitung .....	1
1.1	Thematische Einführung .....	1
1.2	Anliegen und Fragestellung der Arbeit .....	1
1.3	Aufbau und Methodik .....	2
1.4	Aktueller Forschungsstand .....	3
1.4.1	Subkulturen .....	3
1.4.2	Surfen .....	4
1.4.3	Poetry Slam .....	5
1.4.4	Graffiti .....	5
2	Theoretische Grundlagen .....	6
2.1	Der Begriff Subkultur im historischen Forschungskontext .....	6
2.1.1	Die <i>Chicago School</i> .....	6
2.1.1.1	Subkulturen als Mittel zur Problembewältigung .....	6
2.1.1.2	Subkulturen und nonkonformistisches Verhalten .....	7
2.1.1.3	Rolle der Subkultur im Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit .....	8
2.1.1.4	Irwins Kritik am soziologischen Konstrukt Subkultur .....	9
2.1.2	Die <i>Birmingham Tradition</i> .....	10
2.1.2.1	Subkulturen und der Einfluss der Industrialisierung .....	11
2.1.2.2	Subkulturen und ihre Eigenschaften .....	12
2.1.2.3	Subkulturen und die Entwicklung eines eigenen Stiles .....	12
2.2	Subkulturen in der amerikanischen Gesellschaft – Verhältnis zu Massenmedien und Werbung .....	13
2.2.1	Fragmentierung der Gesellschaft und die Folge für die Medien .....	14
2.2.2	Einfluss von Werbung auf die Massenmedien .....	15
2.2.3	Bedeutung der Jugend für die kommerzielle Industrie .....	15
2.2.4	Anpassung von Subkulturen in die Massengesellschaft .....	16
2.3	Der Begriff <i>hip</i> - Die Counterculture der sechziger Jahre und ihre ideologische Rolle in der Veränderung der Werbeindustrie .....	17
2.3.1	Zum Begriff Counterculture .....	17
2.3.2	Counterculture und die amerikanische Geschäftswelt: Ein Gegensatz? ..	18
2.4	Jugendkultur im Fokus der aktuellen Medien .....	21
2.4.1	Machtzentralisierung in den Medien .....	21
2.4.2	Viacom und der Musiksender MTV .....	23

2.4.3	<i>Coolhunting</i> – Die Suche nach Trends.....	24
2.5	Zusammenfassender Kommentar zu theoretischem Teil .....	24
3	Die Subkultur Surfen (Wellenreiten) .....	26
3.1	Geschichtlicher Hintergrund und Begriffsklärung.....	26
3.1.1	Der Begriff Surfen.....	26
3.1.2	Entstehung der Surfkultur auf Hawaii.....	27
3.1.2.1	Bedeutung von Surfen in der hawaiianischen Gesellschaft .....	27
3.1.2.2	Rückgang der Surfkultur auf Hawaii im 19. Jahrhundert .....	28
3.1.2.3	Wiedererweckung der Surfkultur Anfang des 20. Jahrhunderts .....	29
3.2	Popularisierung des Surfsports Anfang des 20. Jahrhunderts .....	29
3.2.1	Das Surfbrett entdeckt Amerika – Die Rolle von George Freeth .....	30
3.2.2	Duke Kahanamoku – Der Repräsentant der Kultur .....	30
3.2.3	Tom Blake und die Entwicklung des modernen Surfbretts.....	31
3.3	„Surfing USA“ - Der Surfboom in den sechziger Jahren.....	32
3.3.1	Surffilme.....	32
3.3.1.1	<i>Gidget</i> und Hollywood.....	32
3.3.1.2	Fiktive Surfdokumentation – <i>The Endless Summer</i> von Bruce Brown.....	33
3.3.2	Surfmusik .....	34
3.3.3	Das erste Surfmagazin: <i>The Surfer</i> .....	35
3.4	Die Subkultur Surfen: Inhalte und Image .....	35
3.4.1	Image des Surfers .....	36
3.4.2	Versuch der Charakterisierung eines „echten Surfers“ .....	37
3.4.3	Kleidung, Regeln und Sprache der Surfer.....	38
3.5	Professionalisierung und Kommerzialisierung .....	39
3.5.1	Rolle des professionellen Wettkampfsurfens in der Subkultur .....	39
3.5.1.1	Die ersten Surf Wettbewerbe .....	40
3.5.1.2	Vorteile, Nachteile und Kritik am Wettkampfsurfen.....	41
3.5.2	Surfmodeindustrie – Subkultur wird zur Populärkultur.....	42
3.5.3	Kommerzialisierung der Subkultur in den neunziger Jahren und am Anfang des neuen Jahrtausends.....	43
3.5.3.1	<i>Quicksilver</i> und die Eroberung des weiblichen Konsumenten.....	44
3.5.3.2	<i>Billabong</i> und Big-Wave-Surfen.....	45

3.5.3.3	Branchenfremde Unternehmen erweitern den Surfmarkt: <i>Target Corporation</i> und <i>Abercrombie &amp; Fitch</i> .....	46
3.6	Schlusswort: Die Subkultur Surfen im 21. Jahrhundert .....	46
4	Die Subkultur Poetry Slam .....	50
4.1	Geschichtlicher Hintergrund und Begriffsklärung .....	50
4.1.1	Was ist Poetry Slam? .....	50
4.1.2	Performance Poetry .....	51
4.1.3	Marc Smith – Urheber der Subkultur Poetry Slam .....	52
4.1.4	Die Verbreitung des Poetry Slam .....	52
4.1.5	Bedeutung von Poetry Slam .....	53
4.2	Popularisierung und Kommerzialisierung .....	55
4.2.1	Marc Smith .....	56
4.2.1.1	Die Non-Profit Organisation <i>Poetry Slam Incorporated</i> .....	56
4.2.1.2	Performance Art im Fernsehen – Kritische Ansicht von Marc Smith .....	58
4.2.2	Bob Holman .....	59
4.2.3	Russell Simmons .....	59
4.2.3.1	Def Poetry Jam .....	60
4.2.3.2	Rap und Poetry Slam – Wann ist ein Künstler ein Poet? .....	60
4.2.4	Saul Williams .....	61
4.2.5	Kommerzialisierung – Fakten und Meinungen .....	63
4.2.6	Verwendung von Poetry Slam in Werbekampagnen .....	65
4.3	Hochkultur vs. Populärkultur - Das Gedicht in der amerikanischen Gesellschaft .....	66
4.3.1	Geschichtlicher Rückblick .....	67
4.3.2	Poetry als Populärkultur – Das Verhältnis zwischen Akademia und Slam Poetry .....	68
4.4	Schlusswort zu Poetry Slam .....	70
5	Die Subkultur Graffiti .....	72
5.1	Geschichtlicher Hintergrund und Begriffsklärung .....	73
5.1.1	Taging – Der Ursprung der Graffiti-Subkultur .....	73
5.1.2	Der New Yorker Subway – Das Medium der Subkultur .....	75
5.1.3	Der Zusammenhang zwischen Graffiti und Populärkultur .....	78
5.2	Popularisierung und Kommerzialisierung .....	79

5.2.1	<i>Graffiti als Kunstobjekt</i> .....	79
5.2.1.1	Abseits der Schienen: Hugo Martinez und die United Graffiti Artists (1972-1975).....	79
5.2.1.2	Einzug in die Kunstwelt (1979-1983).....	80
5.2.1.3	Wichtige Personen und Events.....	80
5.2.1.4	Keith Haring.....	82
5.2.1.5	Graffiti als Kunstform – Probleme und Fragestellungen.....	82
5.2.1.6	Galerie und Kommerz statt U-Bahngleise – Hintergründe und Meinungen.....	84
5.2.1.7	Ende der GraffitiAusstellungen.....	86
5.2.1.8	Graffiti als Kunstform in Europa.....	87
5.2.1.9	Darstellung von Graffiti in den Medien der siebziger und achtziger Jahre.....	88
5.2.2	Graffiti und Hip-Hop – Der Zusammenhang.....	90
5.2.2.1	Verbindung zwischen Graffiti und Rapmusik und die Entstehung des Begriffes Hip-Hop.....	90
5.2.2.2	Graffiti als Teil der Hip-Hop Kultur.....	91
5.2.3	Graffiti als Stilelement der Werbeindustrie.....	92
5.2.3.1	Kritische Gegenüberstellung: Graffiti vs. Werbung.....	92
5.2.3.2	Integration von Graffiti in der Werbung.....	93
5.2.4	Professionalisierung – Writer werden zu Geschäftsleuten.....	96
5.3	Kampf gegen Graffiti geht weiter.....	97
5.4	Schlusswort zu Graffiti.....	99
6	Schlusswort – Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Subkulturen Surfen, Poetry Slam und Graffiti.....	102
	Literaturliste.....	I
	Interviews.....	VIII
	Anhang 1: Poetry Slam- Gedichte.....	IX