

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 & 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	Graffiti als Kunstobjekt.....	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 Graffiti ausstellungen.....	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