

Das Selbermachen war seit den ersten Fanzines ein wichtiges Prinzip. Es ging den Fans um einen Ausbruch aus der passiven Rolle der KonsumentInnen, die ihnen von der Kulturindustrie zugesprochen wurde. Sie wollten selbst zu ProduzentInnen von popkultureller Bedeutung werden und nicht länger die vorhandenen Kulturprodukte nach der ihnen zugeordneten Weise nutzen und lesen. Dazu war es notwendig, selbst aktiv zu werden und Gegen- und Alternativdiskurse zu den kommerziellen Fanmedien zu schaffen. DIY ist deshalb zentraler Bestandteil der Fanzine-Kultur.

Mit dieser Idee ist auch die radikale Subjektivität verknüpft, die diese Magazine auszeichnet. Ihre HerausgeberInnen scheren sich in den meisten Fällen nicht um eine »objektive« Berichterstattung, wie sie die herkömmlichen Medien für sich beanspruchen. Stattdessen setzen sie auf ihren eigenen Geschmack und eigene Erlebnisse und Erfahrungen, um über ein bestimmtes Thema zu schreiben. Ohne »Schere im Kopf« berichten sie über das, was sie persönlich bewegt und beschäftigt.

Besonders bei sog. »Perzines« (personal fanzines) oder »Egozines« spielt diese radikale Subjektivität eine wichtige Rolle. Diese Formen tauchten verstärkt im Laufe der achtziger Jahre in den USA und Kanada auf und machen seit den neunziger Jahren einen großen Teil der Fanzines in diesen Ländern aus. Sie sind nicht länger an bestimmte Fankulturen gebunden, sondern haben das Leben, die Probleme, Wünsche und Vorstellungen ihrer HerausgeberInnen zum Thema. Ihre Beiträge drehen sich um alles, was diese erleben oder auch einfach nur gerne erleben würden. Perzines sind damit radikal subjektive Vertextlichungen des eigenen Alltags. In ihnen können sich ihre MacherInnen auf ihre Weise selbst repräsentieren und inszenieren.

Diese Fanzines können vor allem dann eine alltagspolitische Dimension bekommen, wenn die Repräsentationen und Inszenierungen ihrer HerausgeberInnen von denen der herrschenden Medien abweichen. Gerade für gesellschaftlich marginalisierte Gruppen, deren erlebte Erfahrungen im Ätherrauschen der Massenmedien untergehen, bieten Egozines die Möglichkeit, sich eine Stimme zu verleihen und sich Gehör zu verschaffen. Darüber hinaus kann eine Kommunikation mit Hilfe dieser Medien zu einem Austausch unter jenen führen, die sich in einer ähnlichen sozialen Lage befinden. Sie dienen so zur Vernetzung und Organisation. Im besten Fall können die SchreiberInnen kollektiv ein Bewusstsein über ihre Situation entwickeln, dadurch aus ihrer sozialen Isolation heraus treten und gemeinsam eine widerständige politische Praxis entwickeln. Fanzines können dadurch eine Form der Selbstermächtigung sein. Die Entwicklung von den klassischen Fanzines zu den Perzines führte zu einer enormen Ausdifferenzierung

der Fanzinekultur. Zu jedem erdenklichen Thema gibt es heute selbst veröffentlichte Hefte. Um sie zu finden, muss man allerdings wissen, wo man nach ihnen »graben« muss, denn es gibt sie in der Regel nicht am Kiosk. Fanzines werden in erster Linie für diejenigen produziert, die einer bestimmten Szene oder Community angehören. Man kann sie deshalb in Abgrenzung zu den alternativen Medien der sechziger und siebziger Jahre auch als »autonome Medien« bezeichnen. Sie haben nicht den Anspruch, von Außenstehenden gelesen und verstanden zu werden, sondern sie wollen in den meisten Fällen vor allem interne Kommunikationsmittel von Gemeinschaften sein. Kollektives Wissen, gemeinsame Erfahrungen und damit einhergehend spezielle »Sprachen«, Zeichen und Codes machen sie für jene, die über diesen Wissens- und Erfahrungsschatz nicht verfügen, oft unverständlich.

Gleichzeitig verstehen sich Fanzines aber nicht als exklusives Medium. Das spiegelt sich gerade in ihrer Aufmachung wider. Viele Hefte werden bis heute sehr einfach mit Schere, Klebstift und Zeitungsschnipseln layoutet. Andere werden wiederum sehr zeit- und arbeitsintensiv hergestellt, z.B. mit speziellen Umschlägen, Fadenheftungen oder individuellen Stempeldrucken. Mit diesem besonderen Artwork wird der persönliche und »authentische« Charakter von Fanzines unterstrichen. Es geht den meisten HerausgeberInnen nicht darum, ein elitäres Kunstwerk zu schaffen. Der Subtext eines solchen Designs ähnelt vielmehr dem der einfachsten Hefte: Auch die LeserInnen können so etwas erschaffen, wenn sie es nur möchten, wenn sie Zeit und Energie in ihre Leidenschaft stecken.

In diesem Sinne wird das Medium selbst zur basisdemokratischen Message und zum Multiplikator seiner selbst. Die Botschaft, die uns Fanzines entgegenrufen, lautet: Do It Yourself!