

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Domen Repnik

**Alternativni tiskani mediji v elektronskem okolju -
primer fanzinov**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2014

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Domen Repnik

Mentorica:izr. prof. dr. Tanja Oblak Črnič

**Alternativni tiskani mediji v elektronskem okolju -
primer fanzinov**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2014

ZAHVALA

Hvala Dr. Tanji Oblak Črnič za strokovno pomoč ter staršem in sestri za potrpežljivost.

Alternativni tiskani mediji v elektronskem okolju - primer fanzinov

Fanzin je ena izmed oblik alternativnega tiska, ki sledi t. i. miselnosti "naredi sam" in se je v Sloveniji pojavila v 80. letih 20. stoletja. Medij je bil zaradi enostavnega načina produkcije in poceni reprodukcije s fotokopirnim strojem dostopen vsakomur. Razširil se je predvsem med mladimi, vsebinsko pa je bil pogosto povezan z mladinskimi subkulturami. V nalogi nas je zanimalo, ali je porast uporabe interneta, do katerega je prišlo ob koncu 90. let 20. stoletja, vplivala na izdajanje fanzinov in kakšne spremembe je prinesel. Nova tehnologija je namreč še pocenila distribucijo in poenostavila izdelavo. Z analizo posamičnih izvodov, literature in intervjujev z ustvarjalci in drugimi vpletenimi v proces nastajanja fanzinov, smo ugotavljali ključne značilnosti in spremembe, ki so nastale med fanzini v 90. letih 20. stoletja in tistimi, ki so nastajali po tem. Izkazalo se je, da je v začetnem obdobju število fanzinov upadlo. Predvsem so izginili fanzini, ki so se opirali na mladinske subkulture in skozi katere so se mladi identificirali s skupinami, katerim so pripadali. Po krajšem zatišju pa se je pojavil nov tip fanzinov, ki je bil vezan na individualne identitete oz. posamične življenjske stile mladih.

Ključne besede: alternativni mediji, fanzin, mladi, subkultura.

Alternative media in electronic environment - fanzines case study

Fanzine is a "do-it-yourself" type of alternative press that emerged in Slovenia in the eighties. Cheap and easy production and reproduction with photocopiers made it open to anyone. It was widely accepted among younger generations and connected to youth subcultures. The study analyzes the impact of the internet boom in the late nineties on the production of fanzines and how the new technology changed the scene with cheaper production and distribution. The analysis of fanzines, literature and interviews with authors of Fanzine and others involved in process focuses on finding key characteristics and changes in the fanzines from the nineties onwards. The rise of internet usage marked a decline in the fanzine culture. But after a period of time the trend changed. The new type of fanzines that emerged were not linked to youth subcultures any more. The focus shifted from the sense of community and subculture groups to individual identities and youth lifestyle.

Key words: alternative media, fanzine, youth, subculture.

Kazalo

1	Uvod.....	7
2	Medijske teorije	8
3	Fanzini kot mediji	12
4	Tipologija fanzinov	16
4.1	Kolektivno ljubiteljsko založništvo in predhodniki fanzinov	16
4.1.1	Samizdat.....	17
4.2	Znanstvenofantastični fanzini (ZF).....	18
4.3	Stripovski fanzini in doujinshi.....	19
4.3.1	Stripovski fanzini	19
4.3.2	Doujinshi	20
4.4	Glasbeni fanzini	20
4.4.1	Punk fanzini	21
4.5	Športni fanzini.....	21
5	Študija fanzinov.....	22
5.1	Začetki fanzinov v Sloveniji	22
5.2	Časovni pregled produkcije in rast interneta.....	23
5.3	Vsebinska raven fanzinov.....	27
5.3.1	Zvrsti fanzinov.....	27
5.3.2	Ljubiteljske in lastne vsebine.....	30
5.4	Avtorski vidik.....	31
5.4.1	Število avtorjev.....	31
5.4.2	Število izdaj.....	33
5.4.3	Spol in starost	34
5.5	Ključne spremembe in razlogi zanje	34
5.6	Aplikacija fanzinov na medijske teorije	37

6	Sklep.....	38
7	Literatura.....	40

1 Uvod

Spremembe v tehnologiji privedejo tudi do sprememb v načinih komuniciranja. Sredi 15. stoletja je Gutenbergov tiskarski stroj drastično zmanjšal ceno in čas, potreben za produkcijo posameznega izvoda knjige, in s tem prinesel revolucijo na področju tiska. Podobno je v nekem drugem segmentu alternativnega tiska mikro revolucijo v obliki fanzinov prinesel tudi na videz nepomemben izum dostopnega kopirnega stroja in z njim vsakomur dostopno nizko cenovno reproduciranje.

Termin fanzin najbolj enostavno pojasnimo, če rečemo, da gre za alternativni medij oz. "naredi sam" ljubiteljsko (fanovsko) in amatersko publikacijo, ki jo lahko s pomočjo poceni tehnologij, kot je fotokopiranje, v nizkih količinah izdaja in distribuira vsakdo. Vsebinsko pa ni z ničimer omejena, saj je avtor tako pisec kot urednik, tiskar in distributer. Fanzini večinoma vsebujejo tematike, ki so v množičnem tisku manj zastopane ali so spregledane. V Sloveniji so se začeli pojavljati v prvi polovici osemdesetih in večji razmah doživeli v sredini devetdesetih let.

V devetdesetih je Duncombe napovedal takrat že opazni zaton fanzinov in kot njihove naslednike na papirju napovedal fanzine na internetu (Duncombe 1997, 197). Amy Spencer pravi, da se na internet preko blogov ne bodo razširili le fanzini z osebnoizpovedno tematiko, ampak jim bodo sčasoma sledili tudi fanzini ostalih zvrsti. Meni, da ima internet podobno vlogo, kot jo je imel razvoj offset tiska¹ in fotokopirnega stroja. Tako bo internet vdihnil novo življenje stari ideji (Spencer 2005, 76).

Iz vrst medijskih teoretikov, sovpadajoč scenarij, napoveduje Innis, ki pravi: "Dominantne komunikacijske medije znotraj kateregakoli obdobja so sčasoma nadomestili novi, ki so se bolje spopadali s komuniciranjem znanja skozi čas in prostor" (Innis v Ikeguchi 2001, 143). McLuhan meni, da lahko nov medij oz. tehnologija prinese bistvene izboljšave pred staro. Starejši medij (tehnologija) pa s pojavom novega postane zastaran. Glede prihodnosti pravi, da bodo prevladali elektronski mediji (McLuhan 2002, 3–9).

¹ Poceni in najpogosteje razširjena tiskarska tehnika, ki omogoča prenos z matrice na papir.

V nalogi nas bodo zanimala razlike med fanzini, ki so v Sloveniji nastajali v devetdesetih, ter tistimi, ki so nastajali po tem obdobju, in vpliv nove tehnologije oz. rastoče uporabe interneta na njih. Na podlagi teorij pričakujemo, da bo pri fanzinih prišlo do sprememb, zato bomo najprej poiskali različne teoretskemedijske pristope, ki napovedujejo različne scenarije, kako bodo spremembe potekale, in jih aplicirali na fanzine, ter naredili skozi tipologijo zgodovinski pregled fanzinov in njihovih začetkov v osemdesetih v Sloveniji. V praktičnem delu bomo na podlagi pregleda in analize fanzinov preizkusili hipotezo, da bo z naraščanjem uporabe interneta prišlo do upada števila fanzinov. Nato pa bomo poiskali glavne značilnosti fanzinov v devetdesetih in sledečem obdobju ter poizkusili na podlagi teorij, zbranih podatkov in intervjujev z avtorji fanzinov njihove glavne razlike čim bolj pojasniti.

2 Medijske teorije

V tem poglavju bomo obravnavali različne medijske teorije, ki se nanašajo na spremembe, ki so jim skozi čas podvrženi mediji. Obdelali bomo teorije od enostavnih linearnih medijskih teorij starejših avtorjev do bolj kompleksnih teoretičnih medijskih ciklov, ki so jih posamični avtorji razvili skozi čas. Teorije bomo glede na skupne specifikacije razdelili v različne skupine pristopov in jih aplicirali na fanzine.

Eden zgodnejših medijskih teoretikov Harold Innis je raziskoval razmerja med družbami, njihovim načinom komuniciranja in njihovim razvojem ter pokazal, kako mediji oz. oblika komuniciranja vpliva na razvoj civilizacije: "Civilizacije je oblikoval določen komunikacijski medij znotraj daljšega časovnega obdobja. Dominantne komunikacijske medije znotraj kateregakoli obdobja so sčasoma nadomestili novi, ki so bolj sovpadali s komuniciranjem znanja skozi čas in prostor" (Innis v Ikeguchi 2001, 143).

Od učinkovitosti komunikacijskih orodij je torej močno odvisna organizacija družbe v celoti. Nanjo vplivajo trajnost sporočil, hitrost in možnosti njihovega prenosa na daljavo. Stare tehnologije oz. komunikacijske sisteme pa nadomeščajo novi.

Sodobnik in učenec Harolda Innisa, Marshal McLuhan, se je bolj kot na sporočilo osredotočil na medij kot tak in ga postavil na prvo mesto. Menil je, da je tisto, kar je

pomembno medij, oz. da je medij sporočilo. Nadalje je razdelal tipe kultur, ki potekajo linearno od prvih preprostih do današnjih ter razvoj in zaton medijev skozi njih – od govorjenega jezika skozi razvoj pisave do današnjega časa, v katerem napove prevlado elektronskih medijev (McLuhan 2002, 3–17). V knjigi, *The New Science* (1988), opredelita s sinom štiri zakone, ki se lahko uporabijo za analizo učinkov novih tehnologij in veljajo tudi za medij:

- *napredek* (S pojavom novega medija/tehnologije le ta prinese bistvene izboljšave pred starim.),
- *nazadovanje* (Starejši medij/tehnologija s pojavom novega medija postane zastaran.),
- *rehabilitacija* (Ko medij/tehnologija zastara, se lahko njegoa karakteristika uporabi na drugačen način.) in
- *zastaranje* (Medij/tehnologija postane zastarela. V neki fazi se bodo iz takšnih ali drugačnih razlogov (izraba, nerentabilnost, "nove zastarele" tehnologije) tovrstne dejavnosti povsem ukinile.).

V začetku devetdesetih let Donald Lewis Shaw sistem razvoja medijev razdeli v model s tremi različnimi fazami, ki se zgledujejo po ciklih, ki jih poznamo v življenju človeka, produkta ali storitve. Prvi cikel poimenuje mladost. Znotraj tega cikla se medij še uveljavlja, za preboj k množičnemu občinstvu uporablja svoje tehnološke prednosti, ki jih ima na voljo. Da bi dosegel čim večjo maso ljudi, poskuša biti kar se da odprt in demokratičen. V drugem, zrelem ciklu, doseže medij največji vpliv, a je hkrati najbolj ranljiv za spremembe, ki jih prinašajo novejši mediji. V tretji fazi – fazi zatona si medij poskuša pridobiti nazaj svoj položaj, vendar je takrat za spremembe že prepozno (Shaw 1991, 1–41). Tako Innis kot McLuhan in Shaw torej menijo, da razvoj poteka linearno v fazah, kjer skozi sistem nadomeščanja novi mediji oz. tehnologije vedno zamenjajo starejše, ti zato postanejo odvečni.

Tretja in četrta faza McLuhanove teorije (rehabilitacija in zastaranje) ponujata nastavke, ki so jih kasneje razvili novejši medijski teoretiki. V tretji fazi predvidijo uporabo nekaterih karakteristik starejših medijev/tehnologij v novih. Njegova zadnja faza (zastaranje) pa ne pomeni nujno popolnega izginotja medija/tehnologije. Ena izmed možnosti, na katero opozori Robert K. Logan, je ta, da lahko postane vir

nostalgije ali predmet z umetniško vrednostjo in tako pridobi zbirateljsko vrednost ali pa postane predmet nadaljnje reprodukcije (Logan 2010, 370).

Naš drugi teoretski sklop medijev oz. življenjskega cikla medijev ne obravnava kot enoznačnega, z razvojem od prve faze rojstva do zadnje faze smrti, kjer se njihovo življenje zaključi in jih nadomesti nov medij. Predvideva različne načine transformacije zadnje faze cikla, ki podaljšajo njihovo življenjsko dobo, omogoči soobstajanje starega z novim, enega z drugim ali spremenijo samo naravo medija z različnimi posledicami.

Roger Fidler govori o nastajanju novih medijev kot neodvisnem procesu. "Mediamorfoza je enoten način razmišljanja o tehnološki evoluciji komunikacijskih medijev. S preučevanjem komunikacijskih sistemov kot celote bomo videli, da novi mediji ne nastanejo spontano in neodvisno – nastajajo postopoma kot metamorfoza" (Fidler 1997, 23). Govori o šestih različnih principih mediamorfoze:

- soobstoj in sočasen razvoj medijskih oblik,
- postopna mediamorfoza novih medijev iz starih,
- naraščanje dominantnih oblik medijskih oblik,
- preživetje medijskih oblik v spreminjajočem okolju,
- potreba po sprejemanju novih medijev in
- zakasnjeno sprejemanje konceptov novih medijih.

Cecilia Ikeguchi pa pokaže na nekatere teorije, ki govorijo o soobstoju različnih medijev oz. o različnih potrebah, ki jih različni mediji zadovoljujejo pri svojem občinstvu. Jay G. Blumler in Elihu Katz (Blumler in Katz v Ikeguchi 2001, 144) na podlagi funkcionalnih teorij množičnega komuniciranja govorita o posameznikih in njihovi uporabi množičnih medijev kot aktivnem procesu, skozi katerega zadovoljujejo svoje potrebe s selektivno izbiro specifičnega medija. Čeprav lahko določeni mediji zadovoljujejo enako potrebo, med njimi obstajajo razlike oz. je vsak specializiran za določeno vrsto potreb.

Tabela 2.1: Sklopi medijskih teorij in njihove lastnosti

	<i>pristopi</i>	<i>specifike pristopa</i>	<i>predstavniki</i>
1.	nadomeščanje	stari medij zastara, nadomesti ga novi	Harold Innis, Donald Lewis Shaw, Hanna Adoni in Hillel Nossek
2.	reprodukcija/rehabilitacija	stari medij po zastaranju dobi novo vlogo	Marshal McLuhan, Robert K. Logan
3.	soobstoj	stari in novi medij medsebojno soobstajata	Cecilia Ikeguchi, Dan Caspi, Hanna Adoni in Hillel Nossek
4.	združitev/spajanje	stari in novi medij se združita v nov medij	Roger Fidler, Thomas F. Baldwin, Hanna Adoni in Hillel Nossek

V delu, *The Natural Life Cycle of New Media Evolution* (2004), Sama Lehmana-Wilzigerja in Nava Cohen-Avigdorja najdemo več sklopov različnih življenjskih ciklov medijev, ki predvidevajo različne razvoje svoje zadnje faze.

Dan Caspijev cikel (2004, 709) temelji na modelih, ki se uporabljajo v marketingu. Kot v primeru življenjskega cikla produktov ima cikel štiri faze. V prvi fazi se nov medij predstavi javnosti. V drugi fazi pride do sprejemanja medija s strani javnosti in njegova rutinizacija. V tretji fazi se pojavi nov medij in ogrozi njegovo prevlado. V četrti fazi adaptacije pride med nasprotujočima se medijema do sporazuma oz. soobstoja.

V Thomas F. Baldwinovem modelu (2004, 710) se proces med dvema medijema odvija v treh fazah. V prvi pride do prenašanja sporočil. V drugi fazi pride med medijema do dopolnjevanja vsebin. V tretji fazi pa pride do združitve medijev med seboj.

Hanna Adoni in Hillel Nosssek (2004, 710) predvidita tri različne scenarije. Funkcionalna enakost – pri tem sta si medija enaka in s pojavom novega medija le ta nadomesti starega. Funkcionalna diferenciacija – medija sta si različna do te mere, da lahko med seboj najdeta način soobstajanja, ne da bi eden ali drugi propadel. Funkcionalna različnost – pri tem se dva medija združita v eno multifunkcionalno enoto.

3 Fanzini kot mediji

V tem sklopu bomo podrobneje definirali fanzine in razdelali lastnosti na ravni, ki nam bodo v praktičnem delu služile kot okvir za njihove primerjave. Amy Spencer fanzine označi kot nekomercialne publikacije z nizko naklado, ki jih kreirajo in distribuirajo avtorji sami. Avtorji so večinoma neprofesionalni pisci, za svoje delo pa niso plačani (Spencer 2005, 13). Frederic Wertham v istem delu doda, da fanzini dajo glas vsakdanjemu anonimnemu človeku. Torej je osnovna ideja fanzina, da se nekdo usede, napiše, zbere, nariše in uredi karkoli ga zanima ali mu veliko pomeni in to nato natisne, fotokopira in distribuira. Ustvarjanje fanzinov je direkten proces, ki je ves čas pod popolno kontrolo pisca. Izjemen vidik je, da poteka brez zunanjega vmešavanja, nadzora, cenzure ali manipulacije (Wertham v Spencer 2005, 14).

V sklopu medijev fanzine najlažje uvrstimo med alternativne medije, saj se na več nivojih razlikujejo od osrednjih množičnih medijev. "Pri opredelitvi alternativnih medijev je bistveno upoštevati, da nastajajo zunaj uveljavljenih medijskih institucij in mrež ter da jih praviloma ne ustvarjajo profesionalni novinarji, ampak angažirani državljani, člani skupnosti, predstavniki manjšin, aktivisti družbenih gibanj oziroma t. i. amaterji-novinarji" (Atton v Pajnik 2010, 44).

Slika 3.1: Primeri fanzinov. Od leve proti desni: Stop McProfit\$!, 13. Brat, Kratki stik, V.I.T.R.I.O.L., Abrakadabra.



Produkcija fanzinov poteka na bolj osnovnem nivoju, kot se to dogaja pri osrednjih množičnih medijih. Njihovo izdajanje ni namenjeno profitu, avtorji z njihovim izdajanjem zgolj krijejo stroške produkcije. Nastajajo po načelu naredi sam (DIY²) z vsemi tehnikami, ki so avtorjem pri roki, kot uveljavljen standard poznamo predvsem *cut and paste*³ tehniko. Fanzin velikokrat ustvarja zgolj en avtor ali pa prihaja do sodelovanja več posameznikov oz. manjših interesnih skupin. Proces dela in sodelovanja navadno ne temelji na hierarhiji. Fanzin lahko izide samo enkrat ali pa izhaja daljše obdobje. Fred Wright v članku o zgodovini in značilnostih fanzinov – *The History and Characteristics of Zines fanzine* (2001) le te označi kot nekomercialne, neprofesionalne publikacije, ki izhajajo neredno in v majhni nakladi. Za razmnoževanje uporabljajo cenovno dostopne metode, kot so fotokopiranje in tradicionalni offset tisk. Izhajajo znotraj ljubiteljskih interesnih sfer. Za te pomenijo tako vezivo znotraj skupnosti kot povezavo z drugimi skupinami z istega področja. "Za razliko od množičnih medijev, ki ljudi spodbujajo k potrošnji, poskušajo fanzini

² do-it-yourself

³ Avtorji kombinirajo različne tehnike od pisalnega stroja, urejevalnikov besedil, rokopisa, skic, fotografij, rezanja delov iz drugih publikacij ipd. ter vse skupaj s tehniko rezanja in lepljenja sestavijo v celoto.

narediti ravno obratno – spodbuditi ljudi, da sodelujejo pri ustvarjanju nečesa zase" (Spencer 2005, 16).

Tudi sama distribucija poteka na svojevrsten način, saj nima na voljo distribucijskih kanalov, ki se jih poslužujejo množični mediji. Tako se vzporedno vzpostavljajo in gradijo različni drugi distribucijski kanali. Fanzine je moč najti na dogodkih interesnih združenj, izmenjujejo si jih prijatelji ali pa se delijo zastoj (Watson 2006,110). Izmenjava poteka navadno osebno, preko znancev, prijateljev ali drugih ustvarjalcev fanzinov ali članov skupnosti, lahko tudi preko pošte, ki jo uporabljajo na regularne in neregularne načine⁴. Vključevanje naslovov zainteresiranih dopisovalcev in avtorjev prispevkov v fanzinih je omogočil odprt sistem naslovov avtorjev in drugih fanzinarjev, v katerem je interakcija in sodelovanje bralcev osnovnega pomena. Distribucija fanzinov poteka znotraj interesne skupnosti, ki jih izdaja (Wright 2001), tako da se s tem, ko raste skupnost, krepi tudi distribucijska mreža.

Avtor fanzinov je lahko zgolj ena oseba ali pa več oseb, ki delijo določen skupni interes. Avtorji se lahko vnaprej skupaj odločijo za soustvarjanje fanzina ali pa jih združi kasnejši skupni interes. Veliko število fanzinov je odprte narave, kjer so prispevki drugih avtorjev zaželeni in avtorje odprto vabijo k sodelovanju. Bralcu ni namenjena le oblika potrošnika, ampak lahko v kateremkoli trenutku postane soavtor tudi sam – ali v obliki prispevkov ali pa zgolj kot podajalec mnenj v obliki optih pisem. Ustvarjanje fanzinov je direkten proces, pri tem ni nikakršnega zunanega vmešavanja, cenzure, nadzora, hierarhije ali drugih oblik vmešavanja (Spencer 2005, 14).

Vzrokov, zaradi katerih se ljudje odločijo za ustvarjanje fanzinov, je toliko, kot je različnih fanzinov. Lahko gre za način, na katerega želijo avtorji podajati informacije o določenih temah, deliti svoje poglede in stališča na svet ter pripadati skupnosti podobno mislečih ali pa le iščejo potrditev in preganjajo osamljenost in dolgčas (Spencer 2005, 14).

⁴ Stroške distribucije poštnine poskušajo zmanjšati na različne načine, kot so "reciklaža" poštnih znamk, iskanje sistemskih lukenj v poštnih sistemih nekaterih regij ipd.

Tabela 3.1: Specifike fanzinov

ravni	lastnosti
produksijska raven	neprofesionalna nekomercialna amaterska naredi sam način samostojna ali skupinska neprofitna v nizkih nakladah neperiodična poceni načini reprodukcije nehierarhična
distribucijska raven	lastna distribucija (osebno, pošta) znotraj ljubiteljskega kroga distribucijski krog se veča z interakcijo med bralci in pisci
avtorska raven	posamezniki ali interesne skupine odprto sodelovanje
vsebinska raven	ljubiteljska specializirana neodvisna brez cenzure namenjena ozkemu krogu subjektivna

Vsebina fanzinov ni omejena praktično z ničemer. Pokrivajo lahko širše ali ožje (nišne) teme. Teme ki v javnih množičnih medijih niso prisotne ali pa so obdelane zgolj površinsko. Fanzini pišejo: "...o čemerkoli si zamislimo: priljubljene glasbene skupine, osebne zgodbe, subkulture ali zbirke. Vsebujejo dnevniške vpise, zgodbe, intervjuje, govorice..." (Watson 2006, 110). Za razliko od množičnih medijev, kjer je vsebina namenjena širšem krogu bralcev oz. publiki, za katero mediji tekmujejo med

seboj in je na ta način tudi podajana, je vsebina pri fanzinih velikokrat povsem subjektivna, koncept publike pa odsoten (Stoneman 2001, 46).

4 Tipologija fanzinov

Za boljše razumevanje fanzinov je potrebno pogledati na določene točke v njihovi zgodovini, ki so pomembne za njihov razvoj skozi čas. Začne se z ljubiteljskimi založniškimi združenji s konca 19. stoletja, ki so postavila temelj za žanr, ki ga poznamo danes. Nadaljuje z znanstvenofantastičnimi fanzini, ki so izšli iz njih in postavili formo ter obliko kasnejšim fanzinom drugih žanrov. Iz njih so posredno izšli stripovski in glasbeni fanzini, nadalje pa se je spekter žanrov razširil še v druge sfere. Pozabiti pa ne smemo niti na nekatere posebneže, ki so nastajali neodvisno od zahodne kulture, a so se s svojim vplivom vseeno dotaknili fanzinov, ki jih poznamo pri nas danes.

4.1 Kolektivno ljubiteljsko založništvo in predhodniki fanzinov

Ljubiteljsko novinarstvo se je širše razmahnilo v ZDA v drugi polovici 19. stoletja, ko se je na trgu pojavil prvi cenovno dostopni sistem za namizno založništvo. Z naraščanjem njegove popularnosti so se začeli združevati posamezniki, ki so se udeleževali na tem področju. Prvo takšno formalno zabeleženo združenje – *National Amateur Press Association (NAPA)* je leta 1876 v Philadelphiji ustanovil Evan Reed Riale skupaj z osmimi somišljeniki. Združenje deluje še danes. Deluje na principu posamičnih prispevkov posameznih avtorjev, ki jih glavni član – urednik zbira na enem mestu. Skupni izdelek nato razpošlje vsem sodelujočim avtorjem in tako ustvari verigo neprekinjenega skupinskega dopisovanja in sodelovanja. Od fanzinov se razlikuje po tem, da izdaje večinoma krožijo znotraj kroga avtorjev. Po podobnem vzorcu so nastala tudi druga sorodna združenja v ZDA (*Amateur Press Association – APA*). Tovrstno združevanje pa ni ostalo zgolj na ameriških tleh, tako da se je v Veliki Britaniji leta 1890 osnovalo *British Amateur Press Association* (Atton 2002, 55–57).

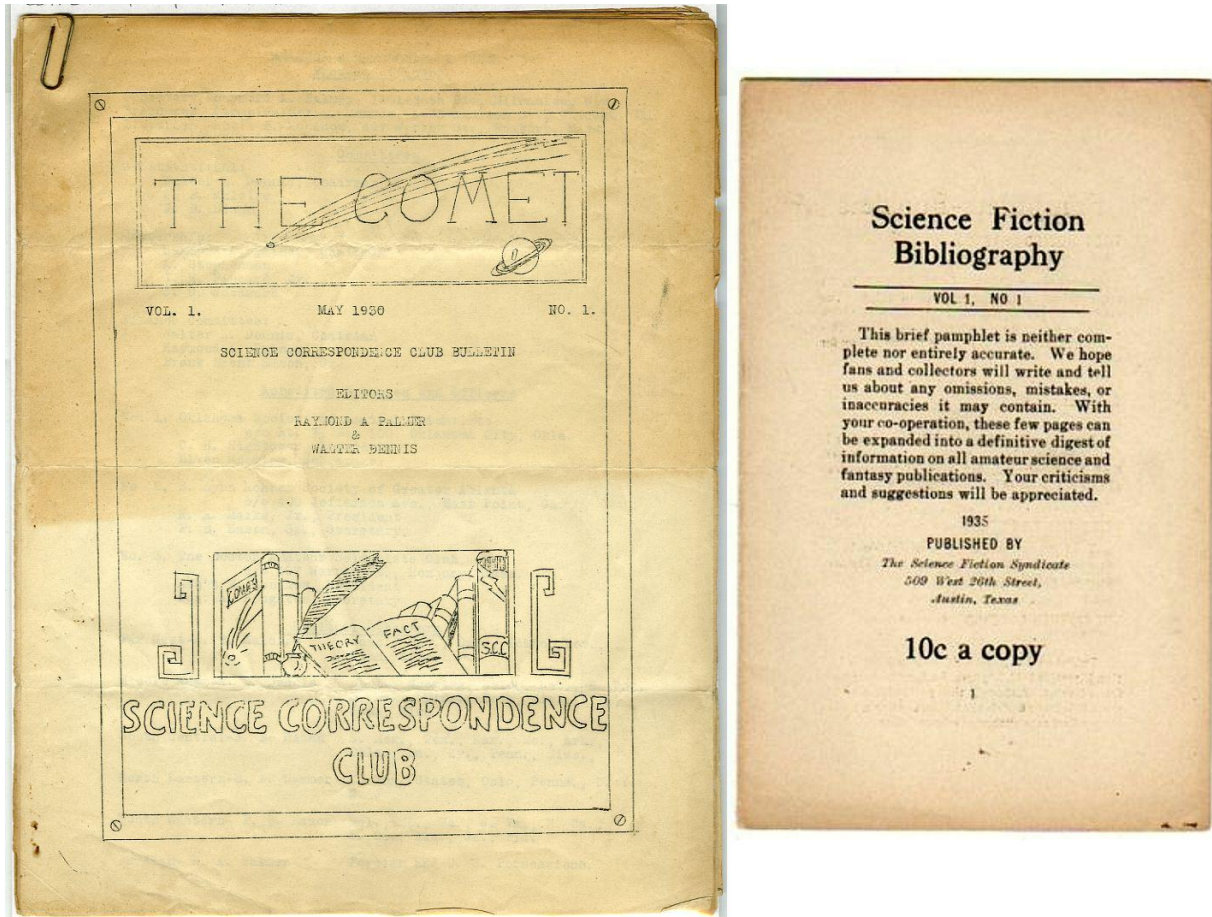
Tovrstna združenja so bila prva modernejša oblika združevanja na področju tiska. Mnoge prisotne elemente in principe kasneje najdemo tudi pri fanzinarstvu.

4.1.1 Samizdat

Če so se fanzini na zahodu pojavili v začetku predvsem kot "nišna" literatura in so zapolnili vrzeli, ki za večje založnike niso bile zanimive, ima alternativni tisk na vzhodu drugačne korenine. Na področju Sovjetske zveze je državna cenzura s strogim nadzorom skrbela, da se je smela natisniti le uradno odobrena literatura. Ta tip literature so poimenovali gosizdat (državno odobrena literatura). S tem pa jim ostalega tiska ni uspelo zaustaviti. Cenzurirane knjige so mnogokrat našle pot v tujino, kjer so jih z dovoljenji avtorjev, včasih pa tudi brez njih, natisnile tuje tiskarne in jih ilegalno vračale v domovino ali plasirale na domačem trgu. Tovrstna praksa je dobila ime tamizdat. Ekvivalent, ki je ustrezal definiciji fanzinov, pa se je imenoval samizdat (samo izdaja). Tudi samizdati so vsebovali večinoma vsebine, ki jih uradni cenzorji ne bi odobrili. Žanrsko bi jih lahko razdelili na tri večje sklope, kulturno-literarne, verske in politične. Še pred razcvetom samizdata so bili za njegove prve zamatke označeni ročno prepisani in v skritih cerkvenih krogih distribuirani cenzurirani zapisi moskovskega patriarha Vasilya Ivanovicha Bellavina, saj je država prepovedala cerkveni tisk. V dvajsetih in tridesetih letih so tajno krožili samizdati pesmi nekaterih vidnejših sovjetskih pesnikov in pisateljev, kot so Osip Mandelstam, Maximilian Voloshina in Mikhail Bulgakov. Prav iz literarne tradicije samoizdata oz. skozi poskuse zatiranja ustvarjalne energije in svobode govora so se izoblikovali nekateri največjih pesnikov in pisateljev sovjetske književnosti. Razmnoževanje publikacij je bilo težje zaradi državnega nadzora nad tehničnimi sredstvi, tako da je velikokrat potekalo z najbolj enostavnimi metodami, ki so bile mogoče – ročnim prepisovanjem, pretipkavanjem s pomočjo karbonskega papirja, če je bilo mogoče oz. v kasnejšem času s ciklostili ter xenografi, ki so jih skozi čas nadomestili novejši tiskarski pripomoči. Oblika samizdata se je pojavljala tudi v drugih državah Sovjetskega bloka kot so Čehoslovaška, Poljska in Madžarska.

4.2 Znanstvenofantastični fanzini (ZF)

Slika 4.1: Fanzine *The Comet* – eden zgodnejših znanstvenofantastičnih fanzinov



Vir: Science Fiction Syndicate (1930)

Prvi podatki o nastanku fanzinov segajo slabih 100 let nazaj, ko so tovrstne publikacije izdajali predvsem ljubitelji znanstvene fantastike in v njih izdajali svoje zgodbe. Kot eden zgodnejših fanzinov je omenjen *Amazing stories*, ki je začel izhajati v letu 1926 v katerem je avtor objavljala lastne zgodbe pa tudi prispevke drugih piscev znanstvene fantastike. Pomemben korak, ki ga je napravil njegov avtor Hugo Gernsback, je bila objava polnih naslovov avtorjev in spodbujanje bralcev in avtorjev k soustvarjanju bodisi s svojimi prispevki, mnenji ali diskusijami. Tako je odprl prostor za komunikacijo in bralca povzdignil iz nivoja pasivnega spremljevalca ter s tem začel na bazi revije oz. fanzina oblikovati rastočo skupnost somišljenikov. Iz ene izmed dopisovalskih skupnosti, ki so se razvile kasneje, je nastal fanzin *Comet*, ki je postavil standarde vseh kasnejših znanstvenofantastičnih fanzinov. Hkrati pa je naredil nov

korak s tem, ko je začel za razmnoževanje uporabljati novo tehnologijo izpopolnjenih matričnih tiskalnikov – zgodnji predhodnik današnjih fotokopirnih strojev – z metodo šablonskega tiska, ki omogočijo bistveno cenejšo reprodukcijo in tako prispeval k razcvetu tovrstnega založništva (Shirley R. Steinberg, Priya Parmar in Birgit Richard 2006, 478).

Fanzini se niso omejili zgolj na področje znanstvene fantastike. V kasnejših obdobjih jih lahko najdemo na številnih področjih, kjer so se našli zainteresirani ustvarjalci – od stripa in umetnosti do športa.

4.3 Stripovski fanzini in doujinshi

4.3.1 Stripovski fanzini

Na prvi stripovski fanzin ni bilo potrebno čakati dolgo časa. Sprva so se stripovski junaki pojavljali znotraj znanstvenofantastičnih fanzinov in se od njih niso ločili kot samostojni žanr. Z vedno večjo popularnostjo stripov in pogostejšim pojavljanjem vedno bolj uspešnih stripovskih junakov, kot so bili npr. Superman, se stripovski fanzini postopoma ločijo od znanstvenofantastičnih in začnejo obstajati kot samostojna entiteta oz. žanr. Stripovski fanzini se posvečajo različnim ožjim področjem – od tistih, ki so namenjeni zbirateljem, do tistih ki sledijo in se posvečajo posameznim avtorjem, stripom ali stripovskim junakom, *fan artu* ali lastnim stripovskim vsebinam. Edini zabeležen stripovski fanzin v štiridesetih letih – *The Comic Collector's News*, sta izdajala Mall Willits in Jim Bradley. Prva številka je izšla oktobra 1947. Fanzin je sprva vseboval informacije o stripovskih izdajah. V kasnejših številkah se je vsebina razširila tudi na intervjuje z avtorji in druga področja. Med leti 1950 do 1970 je bilo zabeleženih še 2500 fanzinov s stripovsko tematiko (Schelly 2010, 11–51). Sčasom so vedno večjo težo začeli pridobivati fanzini z lastnimi vsebinami. V njih so poleg amaterskih risarjev svojo pot začeli mnogi underground stripovski risarji, ki so pozneje postali velika imena v svetu stripa. Istočasno pa so lahko v stripovskih fanzinih poiskali zatočišče avtorji, ki jih je v letu 1954 prizadel sprejem *Comics Code Authority*, ki ga je uveljavil takratni ameriški senator Joseph McCharty in je prepovedal nasilne, seksualno eksplicitne in grozljive vsebine v stripih, zaradi domnevno škodljivega vpliva, ki naj bi jih imele na mlade (Estren 1993, 115).

4.3.2 Doujinshi

Doujinshi je japonska različica oz. izpeljanka fanzinov. Izvorno so bile tudi te publikacije literarne. Njihovo vlogo pa so, razen nekaterih izjem, sčasom prevzele literarne revije. Danes jih lahko vidimo kot vzporednico zahodnih stripovskih fanzinov s fan art vsebino. Lahko gre za lastne priredbe in predelave povsem komercialnih stripovskih izdaj mang⁵ drugih avtorjev, ki jih avtorji doujinshijev po svoje spremenijo, tako da v tej obliki dobijo dodatne zgodbe, nove ali modificirane karakterje ali druge vsebine in zgodbe po želji avtorjev. Poleg amaterskih avtorjev včasih v njih svoja dela objavljajo tudi profesionalni avtorji, kadar želijo določene vsebine izdati zunaj uradnih kanalov. Prevladujoči način distribucije so srečanja oz. doujinshi konvencije – Comikat, ki potekajo nekajkrat letno. Obišče pa jih do pol milijona ljubiteljev (Poitras 2000, 67–82). Čeprav gre pri tovrstnem ustvarjanju za kršenje avtorske zakonodaje med originalnimi avtorji oz. založniki mang in avtorji, ki izdajajo njihove ljubiteljske različice, velja nenapisano pravilo, da jih lastniki avtorskih pravic uradno ne preganjajo. Avtorji doujinshijev pa se držijo etičnih kodeksov, kaj je in kaj ni doujinshi, iz katerih je razvidno, da gre še vedno za ljubiteljska dela in parodije na določene vsebine in ne kopiranje (Lessig 2005, 25–27).

4.4 Glasbeni fanzini

Kmalu po nastanku specializiranih glasbenih revij v ZDA so se začeli pojavljati tudi prvi glasbeni fanzini. Za razliko od "mainstream" medijev so pokrivali avtorje in izvajalce ne glede na njihovo popularnost ali komercialni interes. Prvi zabeležen glasbeni fanzin se pojavi v letu 1966. David Ginsberg v svojem članku *Rock Is a Way of Life: The World of Rock 'n' Roll Fanzines and Fandom* (1979) v to leto postavi fanzin *Crawdaddy*, ki ga je izdal Paul Williams in fanzin *Mojo Navigator Rock & Roll News*, ki ga je izdal Greg Shaws. Fanzina sta oblikovno in strukturno precej spominjala na zgodnejše znanstvenofantastične fanzine, kar pa ni bilo naključje. Oba avtorja sta namreč v preteklosti delovala in izdajala fanzine na tem področju. Z razširitvijo svojih interesov sta v glasbene fanzine prenesla tudi strukturo, videz in

⁵ Manga je japonska različica stripov s svojim značilnim slogom. Prvotno so jih ustvarjali japonski avtorji, z popularizacijo so slog začeli posnemati tudi nekateri zahodni avtorji.

način distribucije, ki se je uveljavila pri ZF fanzinih (Ginsberg 1979, 29–46). Za razliko od komercialnih glasbenih revij nista bila obremenjena s finančno platjo izdajateljskega posla. Tako sta lahko prostor namenila glasbenim avtorjem, ki komercialno niso bili zanimivi in se v glasbenih revijah nikoli ne bi pojavili. S tem sta postavila smernice, skozi katere so v prihodnosti fanzini postali pomembno gibalno neodvisne glasbene scene (Spencer 2005, 186).

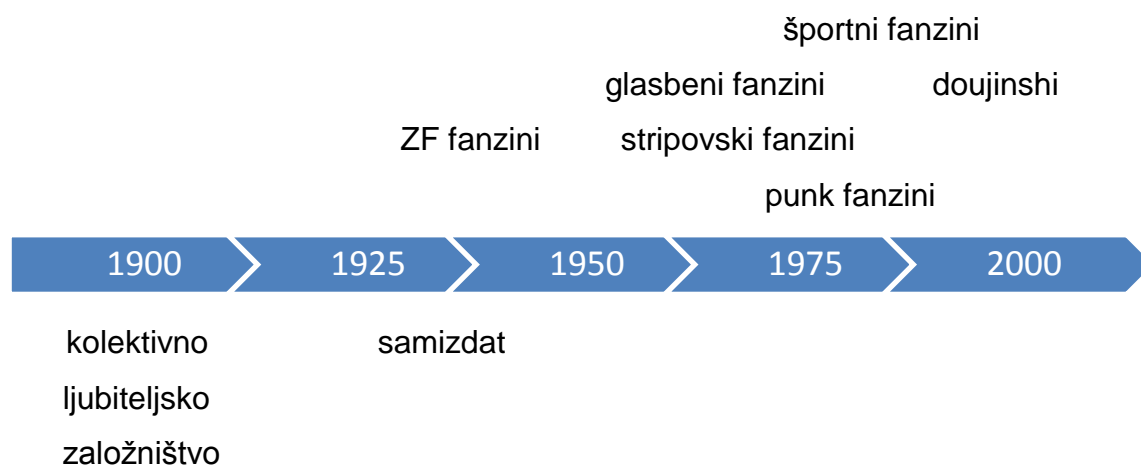
4.4.1 Punk fanzini

Sedemdeseta leta oz. drugi del sedemdesetih je prinesel najvplivnejšega izmed glasbenih fanzinov – punk fanzin. Fanzin je bil idealen medij za punk subkulturo, ki je povečevala naredi sam estetiko (DIY) in amaterski pristop do ustvarjanja, kjer je vsak lahko ustvarjal, kar si je želel, in si je fanzin prikrojila po svojih potrebah. Oblikovno so se naslonili na starejše art fanzine in gibanja. Del vsebin in ideologij oz. politični angažma so črpali iz starejšega povojnega protestniškega tiska in vse skupaj skombinirali z novimi idejami in glasbo, ki je prihajala. Fanzini so postali idealno sredstvo za izmenjavo informacij in povezavo lokalnih mrež v večjo celoto, kar je punk skupnost proti močni komercialni glasbeni sceni potrebovala, da je lahko obstala (Spencer 2005, 189–191).

4.5 Športni fanzini

Prvi zametki satiričnih športnih fanzinov se pojavijo na angleških univerzah v začetku sedemdesetih let in so posvečeni nogometu. Po formi in obliki se naslonijo na angleške punk fanzine iz tistega časa, saj ima tako nogometno navijaštvo kot punk subkultura korenine v delavskem razredu. Mnogi navijači pa so bili vzporedno ljubitelji glasbe ali pripadniki subkultur. Sčasoma se je oblika publikacije razširila najprej tudi med mnoge druge klube v Angliji in sčasoma na druge športe in konce sveta ter dobila resnejši predznak (Cashmore 2003, 121 – 122). Športni fanzini so tako stopili na prizorišče direktno med medije in športnike, ter porušili njihovo medsebojno tradicionalno zavezništvo. Ustvarjala jih je skupina, ki je bila navadno spregledana – gledalci športa in športni navdušenci, ter jim dala glas ki ga do takrat niso imeli. Velikokrat, zaradi kritičnega poročanja, niso bili sprejeti z odobravanjem s strani športnih organizacij (Bard 1998, 42).

slika 4.2: Časovni razvoj alternativnih oblik tiska in fanzinov



5 Študija fanzinov

5.1 Začetki fanzinov v Sloveniji

Na področju Slovenije se predhodniki fanzinov pojavijo že v sedemdesetih letih v dijaških in študentskih krogih. Tako na nekaterih fakultetah in srednjih šolah izhajajo publikacije oz. šolske ali fakultetne revije, razmnožene s ciklostilom in sorodnimi tehnikami. V nekaterih pogledih se dotikajo podobnih tematik in vsebin, ki jih kasneje srečamo v fanzinih.

Začetek fanzinarske kulture pri nas pa lahko postavimo v začetek osemdesetih. Pojavi se predvsem med mladimi oz. je tesno vezana na mladinske subkulture. Kolmančičeva fanzine označi kot subkulturni tisk oz. meni, da z njimi "pripadniki določene subkulture in sama subkultura izstopijo iz anonimnosti (Kolmančič 2001, 7)". Začetniki in tudi kasneje prevladujoči fanzini v osemdesetih so glasbeni oz. natančneje punk fanzini – mešanica glasbenih in politično angažiranih fanzinov, ki se naslanjajo na punk gibanje. K nam pridejo prvi tuji primerki skupaj s ploščami iz tujine v času punk vala ob koncu sedemdesetih. Postavijo okvirne smernice tako glede oblike (prepoznavna punk copy & paste estetika, kjer se posamični elementi razrežejo in lepijo skupaj, pa naj bodo to teksti, fotografije, rokopis, slike ...) kot

vsebine. Prvi v literaturi omenjeni fanzin pri nas avtorja Danila Celana – *Pankzija* datira Rajko Muršič v leto 1980 v Mariboru in kasneje v letu 1981 še fanzin *Bla Bla Bla* ki je lociran v Tratah (Kolmančič 2001, 52–53). Kljub prevladujočemu trendu punk fanzinov se pojavijo tudi fanzini z drugimi žanri, ki se naslanjajo na druge subkulture ali življenjske stile, kot so literarni, umetniški, športni, glasbeni. Le ti pa prav tako prevzamejo formo in estetiko punk fanzinov.

5.2 Časovni pregled produkcije in rast interneta

Na podlagi podatkov bomo pogledali, kaj se je s produkcijo fanzinov dogajalo v Sloveniji in do kakšnih sprememb glede njihovega števila je v določenih časovnih obdobjih prihajalo.

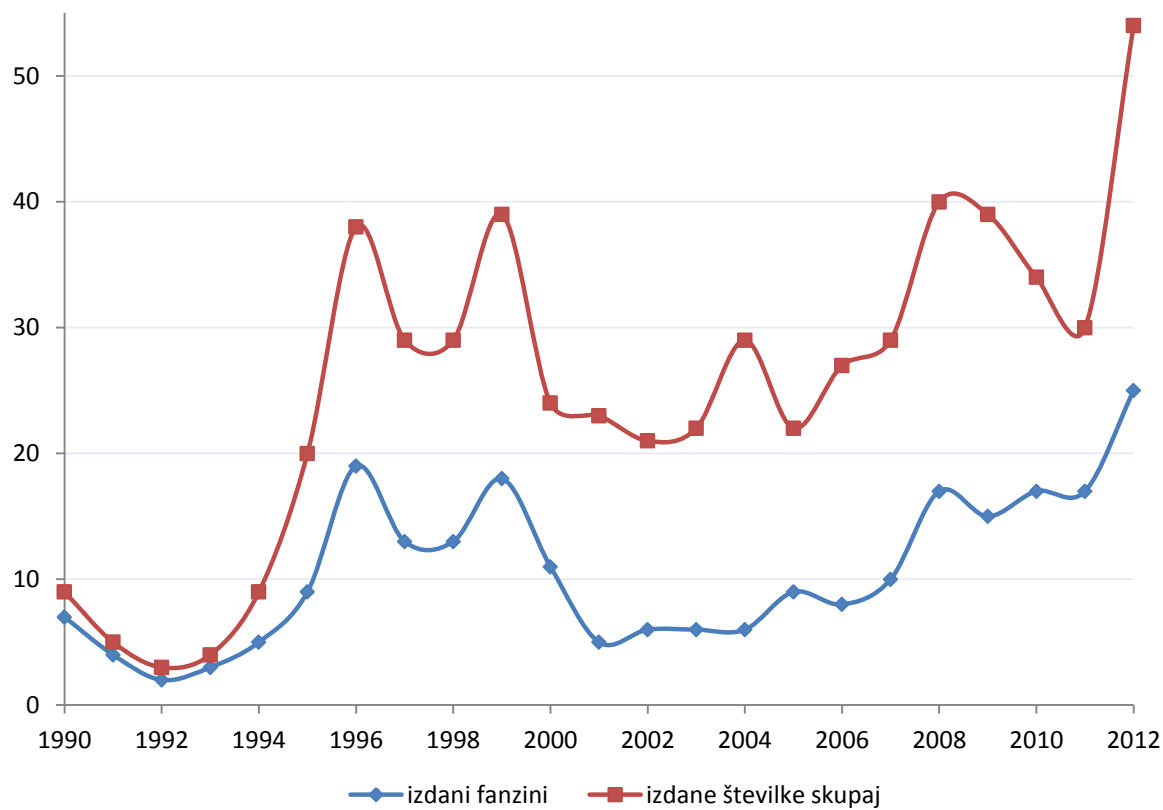
V vzorcu fanzinov so zajete posamične zbrane enote v fizični ali elektronski obliki ali pa imamo na voljo potrebne informacije o številkah, ki so bile izdane. Pri starejših številkah, ki so zaradi časovne distance danes težje dostopne, so bile potrebne informacije o njih zbrane preko posameznih distributerjev, avtorjev in na sejnih fanzinov. Nekatere pa so avtorji digitalizirali. O nekaterih fanzinih so informacije iz drugih dostopnih virov, kot so recenzije v drugih fanzinih ali v morebitnih drugih medijih in zapisih v literaturi, ki se je že predhodno pojavljala na to temo, ter v intervjujih z avtorji ali raziskovalci.

V širšem vzorcu je tako izbranih 260 števil 70 različnih fanzinov. Nekateri so prenehali z izdajanjem po eni številki. Najbolj vztrajni pa neprekinjeno izhajajo že desetletja. Od tega je 30 fanzinov v fizični obliki, 16 v elektronski, o ostalih pa so zbrani podatki preko zapisov in drugih sekundarnih virov. Za širšo raziskavo bo uporabljen celoten, za podrobnejšo pa ožji vzorec.

Nekaj fanzinov je bilo potrebno iz vzorca izločiti, saj so preveč odstopali od definicije. Pri tem je šlo za izdaje, kjer je založnik dela drugih avtorjev predstavil v publikaciji, ki je posnemala formo fanzina⁶ ali pa za izdaje s preveliko količino neavtorske vsebine.

⁶ S podobno prakso so začela nekatera podjetja, kot sta npr. Nike in Warner Bros ob koncu osemdesetih oz. v začetku devetdesetih. Za svoje namene so prevzeli popularno obliko fanzina, ki se je do takrat že precej uveljavila med skupinami, na katero sta ciljala s svojima akcijama.

Graf 5.2: Število fanzinov v Sloveniji od leta 1990 do 2012



Modra črta na grafu (graf 5.2) kaže, kakšno število različnih naslovov fanzinov je bilo izdanih v določenem letu. Rdeča črta pa zajema skupno število vseh fanzinov, kjer so večkrat vključeni tisti naslovi, ki so v enem letu izšli več kot enkrat.

Graf (graf 5.2) kaže dva izrazita padca in dve izraziti rasti. Prvi padec in za njim rast je opazen na začetku devetdesetih. Ta padec je po razcvetu fanzinov v osemdesetih vezan na šok, ki ga je prinesel razpad nekdanje Jugoslavije in je bil občuten na celotnem področju glede na čas trajanje konflikta. Iviša Glišič v intervjuju za dokumentarni film Siniše Dugonjića *Fanzini sa Marsa* (2011) pove, da je vojna nekdanjo alternativno Jugoslovansko sceno, na katero je bila vezana tudi slovenska fanzinarska scena in z njim fanzinarstvo, praktično zdesetkala, saj so bili mnogi akterji mobilizirani v vojsko, zapustili državo ali umrli. Komunikacije so bile pretrgane, fokus pa se je usmeril v življenjsko pomembne stvari (Dugonjić, 2011). Podobno mrtvilo oz. stagnacijo in redukcijo slovenske underground scene v tem času omeni

tudi Kolmančičeva. Zaradi krajšega trajanja konflikta si je fanzinarska scena v nekaj letih oz. od sredine do konca devetdesetih let hitro opomogla (Kolmančič 2001, 60).

Ob koncu devetdesetih in v začetnih letih po letu 2000 se začne nov upad v številu fanzinov. Časovno padec sovпада z rastjo uporabe interneta pri nas (glej graf 5.3). Rast uporabe interneta se začne ob koncu devetdesetih in nato samo še narašča. Premosorazmerno s tem pa se konec devetdesetih začne upad števila fanzinov. Največji skok v porasti uporabnikov se zgodi v letih 2000–2001. V istem obdobju pa beležimo tudi največji padec števila fanzinov.

Internet podobne spremembe prinese tudi v ZDA. Ker je bil tam razvoj interneta nekoliko hitrejši, do njih pride toliko bolj zgodaj. O tem piše Amy Spencer v knjigi *DIY: The Rise of Lo-Fi Culture* (2005). V ZDA so po njeni oceni fanzini doživeli svoj vrhunec v letih 1995–96, v naslednjih dveh letih pa je bil opažen že občuten padec (Spencer 2005, 76). Na internet so se sprva začeli seliti fanzini z osebnimi tematikami, ki so jih kasneje izpodrivali blogi, postopoma pa še drugi sklopi vsebin z drugih področij, ki so bili zastopani v njih. Meni, da ima podobno vlogo, kot sta jo imela razvoj offset tiska in fotokopirnega stroja, danes internet, ki je zgolj vdahnil novo življenje stari ideji.

Jenna Sinclair, avtorica fanzinov in organizatorica Kiskon konvencije, podoben padec opaža v Avstraliji. V sredini devetdesetih se število fanzinov s področja, ki ga pokriva, po več letih upadanja praktično prepolovi.

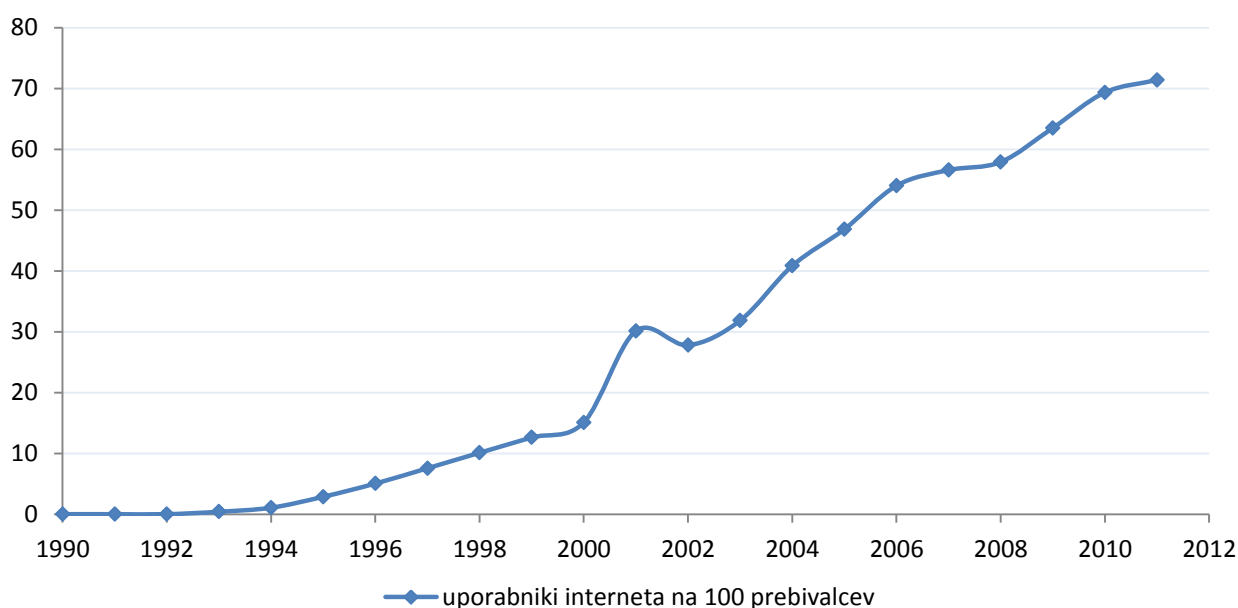
Člani internetne skupnosti *Fanlore*, ki se ukvarjajo z ljubiteljskimi skupnostmi, za razlog zaradi katerih se število fizičnih fanzinov manjša, poleg lastnosti interneta izpostavijo še stroške tiska. Ti so tako za avtorje kot odjemalce višji v primerjavi z zastojnim internetom. Prav tako na internetu izgine časovna distanca. Subjekte oz. tematike, ki so predmet ljubiteljstva, je zdaj mogoče instantno povečevati, saj si od njega vedno oddaljen le nekaj klikov.

Internet pa ni prevzel le vloge medija, kjer so materiali predstavljeni, ampak je prevzel tudi vlogo "veziva" skupnosti, ki so jo fanzini opravljali. Kontakte enako mislečih, ki so bili prej objavljeni v fanzinih in mreže ljudi, ki so se pletle preko

pisemske pošte, so nadomestili e-maili, forumi in druge oblike instantnega sporočanja.

Tekstovnemu in slikovnemu gradivu pa so se na internetu pridružile še zvočne datoteke oz. poslušanje glasbe in video vsebine. Uroš Smiljanič v intervjuju za film *Fanzini sa Marsa* (2011) meni, da nas je internet navadil na instant informacijo in s tem fanzine naredil arhaične vsaj s stališča informacije, ki jo nudijo. Če je včasih fanzin s svojo osnovno strukturo nadomeščal informacije, ki jih danes nudi internet, je danes internet nadomestil in nadgradil fanzin. Še vedno pa fanzinu ostane fizična forma oz. je še vedno fizični predmet, katerega oblika in vizualna pojavnost je odvisna od samega avtorja.

Graf 5.3: Število uporabnikov interneta v Sloveniji na 100 prebivalcev



Vir: www.theworldbank.com (oktober, 2013)

Vendar pa internet ni prinesel konca fanzinov, ampak le daljše časovno obdobje, ko je bila produkcija fanzinov na minimumu, negativni trend izdajanja pa se je v letih 2006–07 začel ponovno spreminjati. Število izdanih fanzinov začne kljub porastu uporabe interneta, naraščati.

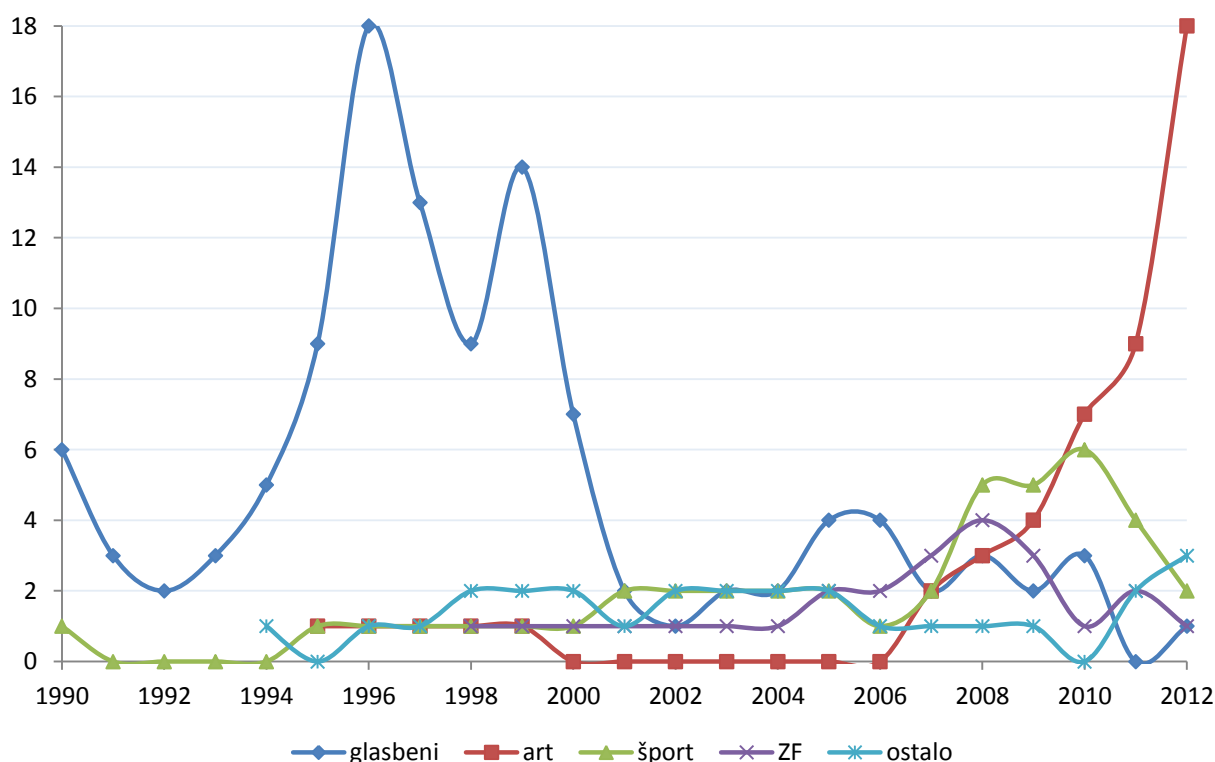
S tem lahko prvo hipotezo, kjer smo menili, da bo porast uporabe interneta pripomogla k zatonu fanzinov, potrdimo le deloma. Internet je pripomogel k zmanjšanju števila fanzinov, vendar le-ti niso nikoli popolnoma izginili. Vpliv interneta je bil le kratkoročen. Po podatkih zadnjih 6 let (graf 5.2) njihova količina narašča in je že blizu številkam, ki so jih dosegali v devetdesetih.

5.3 Vsebinska raven fanzinov

5.3.1 Zvrsti fanzinov

V tem delu bomo pregledali število izdanih fanzinov od začetka devetdesetih do danes glede na njihovo zvrst. Fanzinom iz vzorca bomo pripisali njihovo zvrst, pri čemer se bomo orientirali po tipologiji fanzinov.

Graf 5.4: Število fanzinov po zvrsteh



Tipi fanzinov so glede na skupine, v kateri so v največji meri zastopani, skozi čas razdeljeni na pet večjih kategorij, ki so navedene spodaj:

- Glasbeni fanzini se ukvarjajo z različnimi žanri glasbe in subkulturami, ki jim pripadajo. V osemdesetih in devetdesetih so bili to večinoma punk-orientirani fanzini, ki so pokrivali glasbo, ideologijo, družbeno kritiko in problematike te subkulture. Manjši delež se je ukvarjal tudi z drugimi alternativnimi žanri glasbe, predvsem različnimi zvrstmi metala. Po koncu devetdesetih se je količina glasbenih fanzinov zmanjšala. Še vedno pa je ostalo nekaj fanzinov, ki so pokrivali področje punk subkulture ter nekaj tistih, ki so pokrivali različne alternativne glasbene vsebine.

- Art fanzini pokrivajo različne zvrsti umetnosti. Predvsem gre za objave likovnih del ali fotografij avtorjev samih, v različnih tehnikah in izvedbah. Te fanzini tudi sami najbolj vizualno odstopajo od klasične forme fanzina z različnimi tehnikami izdelave.

- Športni fanzini pokrivajo določene športne panoge. Pri nas sta na tem področju najbolj pokrivena športa nogomet in skateboarding.

- Znanstvenofantastični (ZF) in fantazijski fanzini so namenjeni različnim žanrom in medijem, ki se ukvarjajo z znanstveno fantastiko in fikcijo od filmov do stripov in vsega povezanega z njimi.

- Ostali fanzini spadajo v kategorijo, ki zaradi širokega spektra vsebin, ki jih vsebujejo, ne sodijo v nobeno od prejšnjih kategorij. Lahko pa zastopajo kategorije v katerih izide tako malo fanzinov, da so združeni v kategorijo drugo kot npr. ekstremistični, kuharski, stripovski, literarni, osebno izpovedni, politični, gay-lezbični ...

V času drugega preloma oz. zatišja med leti 2000 in 2005 se je najbolj poznal upad glasbenih oz. punk fanzinov, ki so prevladovali med glasbenimi fanzini. Skupaj z njimi je zamrla tudi politična oz. družbenokritična in uporniška ost fanzinov, ki je bila njihov sestavni in prepoznavni znak tako v osemdesetih kot devetdesetih. Fanzini, ki jih internet ni ali pa jih je le malo prizadel skozi čas, so bili tisti fanzini, ki so izhajali znotraj formalno ali neformalno organiziranih skupin ali društev in kjer je bila funkcija

fanzina predvsem vezivo in informator ožje skupnosti. Tak primer so npr. ZF in fantazijski fanzini, športni oz. navijaški fanzini in fanzini skrajnih skupin⁷.

Z upadom glasbenih fanzinov se je začelo pojavljati vedno večje število e-zinov, portalov, forumov in blogov z vsebinami povezanimi z glasbo. V letu 1998 se začne postopoma oblikovati eden prvih neodvisnih portalov, ki je pokrival tudi alternativno glasbo – zvpl.com. V letu 1999 mu sledita *Storm Inside* in *Paranoid*, ki pokrivata specializirane alternativne zvrsti glasbe. Prav tako se je povečalo število glasbenih izvajalcev s svojimi spletnimi stranmi in avtorskimi vsebinami, dostopnimi na različnih socialnih omrežjih.

Ni pa zaton punk fanzinov z novimi družbenimi spremembami in tehnološkim napredkom pomenil tudi konca vseh fanzinov. Kot je menil Duncombe: "... imajo elektronski fanzini nekatere prednosti pred klasičnimi papirnatimi fanzini, vendar, kot poudarja, se ni bati, da bi kdaj v prihodnosti elektronski fanzini popolno izpodrinili staromodne, s kopiranimi stroji razmnožene fanzine. Kajti dokler bo obstajala množična družba, bo obstajala tudi mikrokomunikacija" (Duncomb v Kolmančič 2001, 198).

Število fanzinov z neglasbenimi zvrstmi je številčno začelo izpodrivati glasbene. Na področju glasbenih fanzinov, ki so se obdržali, ni več prevladoval punk žanr, ampak so se vsebine razdelile med različne žanre alternativne glasbe. Število njihovih izdaj se je še naprej gibalo v rangu, ki so ga dosegale ostale zvrsti fanzinov. To je nekaj številčk na letni ravni.

Ostale klasične zvrsti fanzinov, ki so se pojavljale v preteklem desetletju so še naprej ostajale na isti ravni. Postopoma pa je začelo naraščati število fanzinov, ki so bili v preteklosti v manjšini – art fanzini. V letih 2007/08 se pojavijo prve številke. Nato pa njihovo število po prvih nekaj letih začne strmo naraščati. Sprva jih izdajajo avtorji, ki so izhajali iz predhodne punk scene, kjer so spoznali formo. Ugotovili so, da ima kot medij perspektivo na področju umetnosti, saj nudi njen format oz. njena oblika možnosti, ki jih klasične risarske podlage ne nudijo. Hkrati pa ponuja poceni možnosti

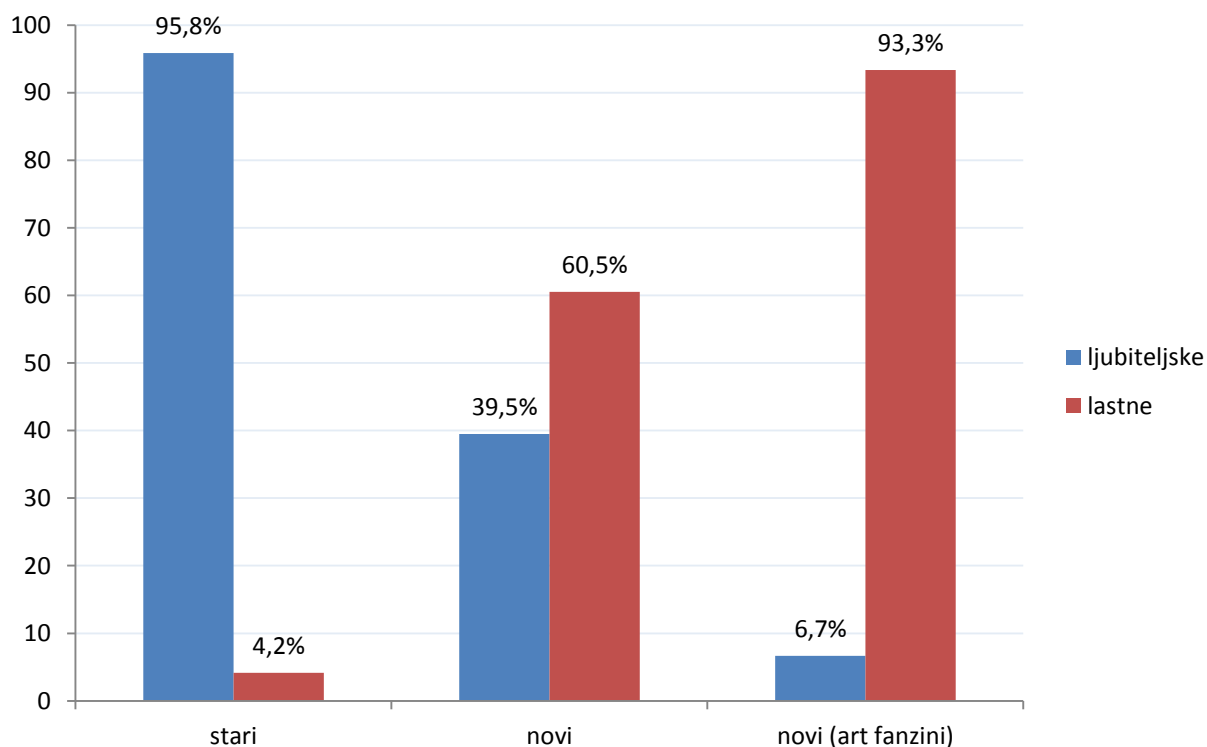
⁷ Še posebej lahko to trdimo za fanzine skrajnih skupin. Ti večkrat spornih vsebin niso mogli objavljati na internetu oz. so bili od tam pregnani. Njihovi fanzini pa so krožili le v ozih zaprtih krogih.

za reprodukcijo. Postopoma je medij postal priljubljen in trend prevzamejo tudi mnogi drugi mlajši likovni ustvarjalci. V letu 2012 po številu izdanih art fanzinov že ujamejo najbolj plodovita leta glasbenih fanzinov v devetdesetih. Na vsebinski ravni so torej za devetdeseta najbolj značilni glasbeni oz. punk fanzini, ki jih v obdobju po koncu devetdesetih pa do danes nadomestijo art fanzini.

5.3.2 Ljubiteljske in lastne vsebine

Za iskanje nadaljnjih razlik bomo vzorec razdelili na dva dela, kjer bodo v prvem zajeti starejši fanzini, v drugem pa novejši. Glede na to, da se iz prejšnjih poglavij tako čas glavne rasti interneta kot ločnica, kjer se konča en tip in začne prevladovati drug tip fanzinov približno ujemata, bomo to postavili v leto 2000. V skupino starejših fanzinov bomo vključili fanzine izdane v devetdesetih letih do in vključno z letom 2000. V novejše pa fanzine izdane po letu 2000. Glede na trend rasti art fanzinov bomo pri določenih točkah še posebej izpostavili ta segment. V vzorec starejših fanzinov je vključenih 74 števil, v vzorec novejših pa 78.

Graf 5.5: Ljubiteljske in lastne vsebine v fanzinih v odstotkih



Pri starih fanzinih je bila velika večina vsebin, na katere so se osredotočali avtorji oz. kar 95 % ljubiteljskih. Vsebina se je torej glede na tip fanzina nanašala na nek zunanji subjekt. Delež lastnih vsebin oz. zapisov o lastnem ustvarjanju je bil razmeroma majhen.

Pri novih fanzinih se to razmerje obrne. Delež lastne vsebine naraste na dobrih 60 %. To se zgodi pretežno zaradi art fanzinov, saj je pri novih art fanzinih delež lastnih vsebin naraste na 93 % oz. postane predmet fanzina sam avtor.

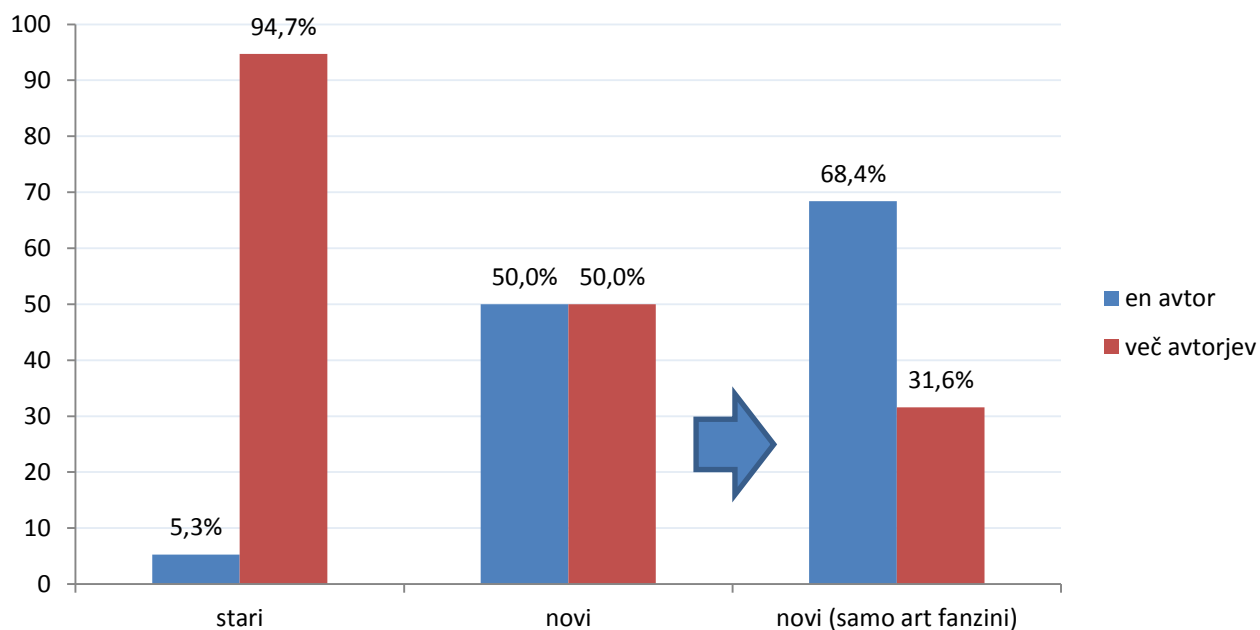
5.4 Avtorski vidik

V tem poglavju bomo pogledali še bistvene značilnosti in razlike med starejšimi in novimi fanzini z vidika avtorske ravni. Predstavili bomo razlike v načinu sodelovanja avtorjev pri fanzinih, kako pogosto in koliko fanzinov so avtorji izdajali ter do kakšnih sprememb je prišlo pri spolu in starosti avtorjev.

5.4.1 Število avtorjev

Pri starejših fanzinih jih je večina (nad 90 %) nastajala kot produkt sodelovanja. Lahko so že v začetku nastali kot sodelovanje več avtorjev, ki so se poznali že od prej in se odločili za skupno pripravljane vsebin. Običajno je bila predvsem pri glasbenih fanzinih praksa, da so bili odprtega tipa za vse, ki so bili pripravljeni prispevati določene vsebine. Predvsem pri tistih, ki so izhajali daljše obdobje in v več številkah, je bil nabor avtorjev lahko zelo širok in raznolik. Pri novejših fanzinih se je odstotek tistih, kjer prihaja do sodelovanja zmanjšal na 50 %. Še vedno prihaja do sodelovanja pri fanzinih, ki nastajajo kot plod sodelovanja formalnih ali neformalnih skupin. Število avtorjev je tu odvisno od števila in fluktuacije članov. Art fanzine, ki se začenjajo uveljavljati po koncu devetdesetih oz. se vzpenjati v letih 2007/08, pa večinoma izdajajo individualni avtorji (68,4 %). Občasno pa pride do sodelovanja med avtorji, ki se med seboj poznajo v obliki skupinskih ali split fanzinov.

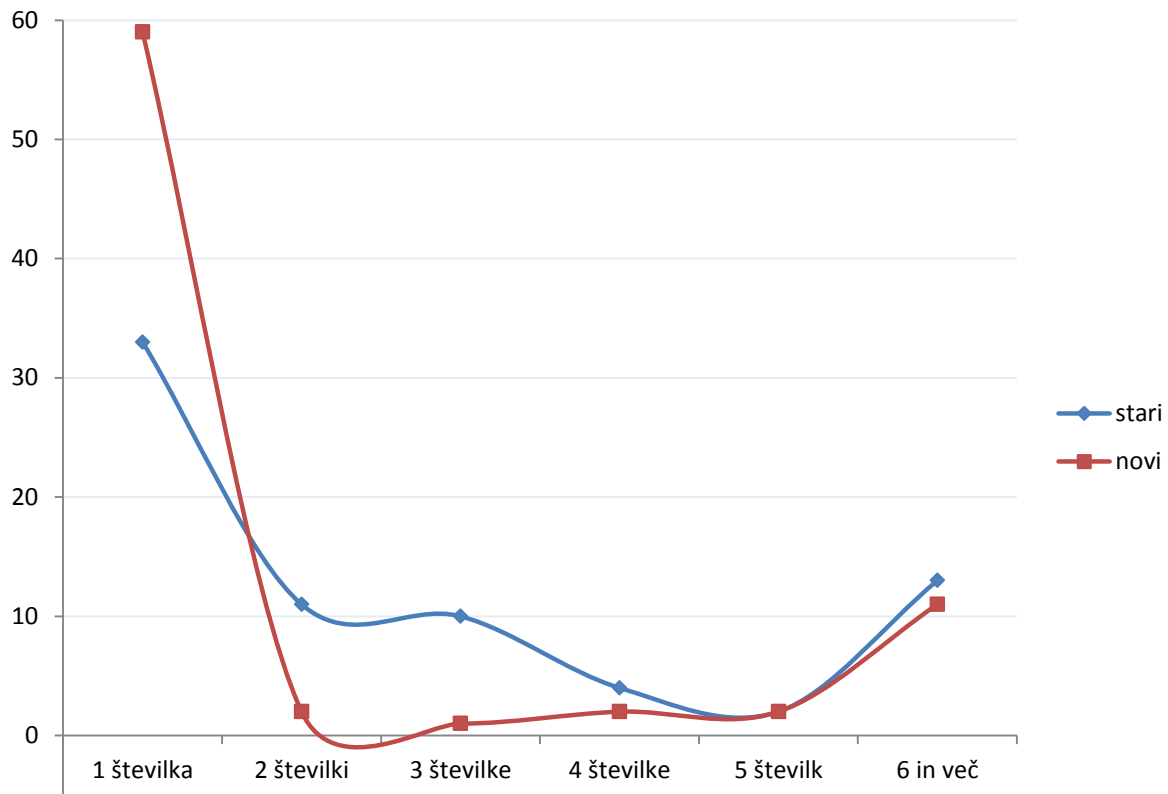
Graf 5.6: Fanzini z enim avtorjem ali večimi avtorji v odstotkih



Kirbiš je v raziskavi Youth 2010 (2011) izpostavil odmik, ki se je zgodil v desetletju, kjer so mladi začeli svoj prosti čas vedno bolj uporabljati za ustvarjanje umetniških in kulturnih vsebin, vedno manj pa za konzumiranje že ustvarjenih vsebin na tem področju, kar je bilo značilno za preteklo obdobje.

5.4.2 Število izdaj

Graf 5.7: Izdane številke posameznega fanzina



Tako pri starejših kot pri novejših fanzinih je največ takih, ki so izšli le enkrat in nato prenehali z izdajanjem. Ta odstotek je še posebej visok pri novejših fanzinih, kjer je takih nad tri četrtine. Tistih, ki izidejo v dveh, treh ali več številkah, je le nekaj. Pri starih fanzinih je tistih, ki izidejo le enkrat, slaba polovica. Za razliko od novih fanzinov pa imamo kar nekaj takih, ki svoj življenjski rok podaljšajo na dve, tri ali štiri številke preden ugasnejo. Tako pri novih kot pri starih številkah imamo opazen odstotek (17 pri starih in 14 pri novih) tistih, ki izzidejo v zelo veliko številkah. Pri tem večinoma ne gre za tipične fanzine, ki so značilni za posamično obdobje (punk fanzini med starimi in art fanzini med novimi), ampak za vsebine, ki so zastopane v manjšini, kot so na primer športni, znanstvenofantastični, literarni in ekstremistični. Drugi razlog je, da večino fanzinov z dolgim stažem ne izdajajo posamezniki, ampak

formalne ali neformalne skupine, organizirane v društva, navijaške ali druge skupine s podobnimi skupnimi interesi, ki obstajajo daljše časovno obdobje.

5.4.3 Spol in starost

Na celotnem vzorcu sem primerjal demografske podatke o avtorjih fanzinov. Pri starejših fanzinih so le ti v večji meri v moški domeni. 81 % fanzinov so izdelali izključno moški. Dobrih 7 % je bilo fanzinov ki so jih izdelale izključno ženske. Pri 11 % fanzinov pa so sodelovale mešane moško-ženske ekipe. Pri novejšem sklopu fanzinov so se ta razmerja nekoliko spremenila. Število izključno "moških" fanzinov se je znižalo na 68 %, število mešanih – moško-ženskih fanzinov se je iz 11 % povečalo na 13 %. Število fanzinov, ki jih izključno izdelujejo ženske, se povečalo na 14 %

Pri fanzinih se je spremenila tudi starostna meja avtorjev. Pri starejših fanzinih so bili to večinoma mlajši, torej srednješolci in študentje v starostnem razredu 16–24. Včasih, vendar ne pogosto, so bili nekateri avtorji tudi nekoliko starejši. Pri novejših fanzinih se ta meja precej dvigne, tako večina avtorjev sodi v skupino študentov in mlajših odraslih v letih 22–30, v nekaterih primerih pa tudi nad 30 let.

5.5 Ključne spremembe pri fanzinih in razlogi zanje

Kaj torej lahko povemo o spremembah, ki so se zgodile na področjih fanzinov.

Za preskok med glasbenimi fanzini z družbeno angažirano noto, ki so sloneli na mladinskih subkulturah in prevladovali v preteklem obdobju, k osebno izraznim art fanzinom, ki prevladujejo danes, je dobro izhodišče teza Uletove, ki pravi, da so v sodobno postmoderni družbi življenjski stili mogoči le, če se naslonijo na potrošniško naravnano tržno družbo, medtem ko so se v moderni družbi formirali pod vplivom ideologij in socialne stratifikacije (Ule 1998, 26).

Glavne spremembe se niso zgodile v osemdesetih in devetdesetih, temveč je do njih prišlo v kasnejšem oz. zadnjem obdobju. Sovpadale pa niso zgolj s pojavom

interneta, ki je prispeval velik delež k spremembam, kot smo predvidevali, ampak je bil tu še en pomemben dejavnik. Spremenila se je generacija mladih .

S spremembo sistema v začetku devetdesetih se je spremenila tudi ideologija. Od prejšnje socialistične smo postopoma prehajali v potrošniško naravnano kapitalistično družbo, kjer solidarnostne institucije začenjajo izginjati. Simbolne kulture odpora in simbolni svetovi, skupinske oblike delovanja in združevanja posebnih mladinskih kultur in gibanj, skozi katere so se oblikovale in odraščale mlade generacije, nadomešča individualizem mladih in proces domestifikacije mladine, ki so iz družbe vrnjeni nazaj v družino, in podaljšuje čas njihovega odraščanja.

Musli in Lavrič v raziskavi Youth 2010 v Sloveniji pravita: "Trend zmanjševanja pomembnosti glavnih socialnih tem, kot je politika in hkratno rast osebnih tematik, kot so zdravje, družina in prijateljstvo narašča med slovensko mladino. Mladi se osredotočajo na vsakodnevne teme, ki direktno vplivajo na njihovo življenje. Sčasoma je povečan poudarek na individualnosti in tekmovalnosti kot strategiji za spopadanje z negotovostjo in spreminjajočim socialnim stanjem, v katerem mladi živijo" (Lavrič in drugi 2011) .

Dahlgren to generacijo označi kot Dot.net generacijo. Ta je manj vpletena v običajno politiko. Večji vpliv na naše življenje pa pripisuje privatnemu sektorju in korporacijam. Meni, da tržni mehanizmi mlade ljudi odvrčajo od politike, saj se zdi, da so ti centri družbene moči izvzeti iz demokratične odgovornosti. Hkrati pa je računalniška tehnologija del njihovega vsakdana (Dahlgreen 2009).

Uletova meni, da mladi volilno pravico dobijo, ko so stari 18 let, medtem ko pravice potrošnika do izbire proizvodov dobijo že veliko pred pravico biti vključen v proces izbire na drugem področju, kot je politika (Ule 2012).

Z organizacijo porabe se manifestira našo različnost in individualnost. Z nakupom se ustvarja socialno razliko (Ule, 1998). Življenjski stili so postali v sodobnih družbah temeljni cilj socialne kategorizacije. S stilizacijo pa se gradi identiteta. Življenjski stil je postal individualna izkušnja, po njem se ne razlikujejo od drugih posameznikov, z njim ne poudarjajo več svoje socialne pripadnosti, ampak poudarjajo svoj različnost,

individualnost. Ne pokažejo kdo so, ampak po čem se od drugih razlikujejo. Fanzin bi lahko glede na Uletino razlago označili za artefakt subkulture, začasno stvaritev, ki izraža kreativnost, s socialnim pomenom s katerim se izraža oz. estetizira individualni življenjski stil (Ule 1998, 27–28).

Kot tak je idealen, saj imajo po Chaneyu ljudje največ od produkta takrat, ko ga lahko sami priredijo oz. "aranžirajo" in vključijo v kak svoj širši aranžma. "Hand-made" je postal zaščitni znak sodobne potrošniške kulture, s katero uporabniki lahko gradijo svoj stil (Chaney 1996 v Ule 1998).

Tudi v raziskavi Youth 2010 v Sloveniji, kjer primerjajo mlade v prejšnjih obdobjih z mladimi v letu 2010 v preživljanju prostega časa, izpostavijo odmik od potrošnje kulturnih in umetniških vsebin k ustvarjanju na teh področjih.

Simon Reynolds tovrstne artefakte postavi v kontekst sodobne tehnologije. Pri Walterju Benjaminu si izposodi koncept "aure" in jo reflektira na digitalno okolje. Benjamin je v času mehanske reprodukcije auro označil kot srž, ki jo imajo originalne umetnine, pa naj bo to slika, kip ali katerokoli drugo umetniško delo, nasproti reprodukcijam (Walters 2009). Reynolds pravi, da je v današnjem času digitalne kulture mehansko reprodukcijo nadomestila digitalna. Skladno s tem pa je tudi aura tista, ki se je v tem novem okolju preselila in jo zdaj posedujejo materialne stvari. Pri digitalnih reprodukcijah pa aura ni prisotna (Walters 2009). V tem tudi vidi razloge za ponovni vzpon navidezno že odpisanih materialnih medijev, kot so fanzini ali vinilne plošče v dobi blogov in MP3 nosilcev zvoka.

McLuhan govori o ponovni uporabi starih stvari kot o obliki nostalgije. Ko so ljudje oropani osebne identitete, se zatečejo k nostalgiji. Predmeti iz preteklosti, ki postanejo ponovno predmet uporabe v sedanjosti, nimajo le materialne plati, ampak lahko odražajo nezadovoljstvo s sedanjostjo in žalost za minulo preteklostjo (McLuhan 1977).

5.6 Aplikacija fanzinov na medijske teorije

V delu o medijskih teorijah smo napovedali 4 pristope, po katerih se mediji prilagajajo na spremembe v času. Prvi pristop, ki smo ga poimenovali nadomeščanje, je napovedoval, da bo stari medij zastaral in ga bo nadomestil nov medij. Drugi pristop je medijem napovedoval reprodukcijo oz. rehabilitacijo. Pri njih naj bi stari medij po zastaranju dobil novo vlogo. Tretji pristop je napovedoval soobstoj novega in starega medija. Četrty pristop pa, da se bosta stari in novi medij združila v nov medij. Za popoln pregled bomo dodali še dva pristopa, da lahko vanje uvrstimo vse fanzine, ki jih imamo v vzorcu. Po petem pristopu stari medij preneha z izhajanjem še preden pride do spremembe. Po šestem pristopu pa se medij ohrani v prvotni obliki in ne pride do nobene spremembe.

Na tem mestu bomo pogledali, kako se je glede na pristope nanje prilagodil starejši del fanzinov. Ugotovimo, da je večina (57) prenehala z izhajanjem, še preden so prišli v internetno dobo. Nekateri izmed avtorjev so po tem še nadaljevali z ustvarjanjem na sorodnih področjih. Vendar na drugih projektih, ki z njihovimi fanzini niso bili direktno povezani. Od preostalih je le enega nadomestila elektronska različica fanzina, v fizični obliki pa je prenehal obstajati. Nekateri avtorji ali pa bralci so v kasnejšem času 9 fanzinov digitalizirali in na različne načine objavili na spletu (v obliki slikovnih, tekstovnih ali video dokumentov). Pri tem digitalizirane kopije nimajo več enake vloge, kot so jih imeli fanzini ob izidu, ampak služijo bolj kot predmet nostalgije. Pri teh fanzinih lahko torej govorimo o reprodukciji oz. rehabilitaciji. Pri sedmih fanzinih pa je v dobi interneta prišlo do soobstoja, tako da so svoje življenje nadaljevali tako v tiskani kot internetni obliki.

Pri novejših fanzinih sicer ne moremo govoriti o spremembah, lahko pa si zgolj informativno pogledamo, kateri je tisti pristop, ki je pri avtorjih danes najbolj v uporabi. Vidimo, da se večina avtorjev vsaj v delnih oblikah nasloni na splet. Od teh nekateri fanzini izhajajo v celoti tudi v elektronski različici, tako da si lahko vsakdo natisne svojo kopijo in si s tem olajša reprodukcijo. Del avtorjev ponudi preko spleta le del vsebin, v celoti pa so dostopne v fizični številki, tako splet služi kot orodje za promocijo in komunikacijo avtorja in/ali fanzina. Ali pa avtorji svoje vsebine ponujajo na oba načina in se tako vsebina dopolnjuje. En del jih tako v različnih časovnih

presekih objavlja vsebine na spletnih straneh ali socialnih omrežjih. Na daljša časovna obdobja pa ločene vsebine natisnejo.

Tabela 5.1: Aplikacija fanzinov glede na medijske teorije

<i>pristopi</i>	<i>starejši fanzini</i>	<i>novejši fanzini</i>
1. teorija nadomeščanja	1	0
2. reprodukcija/rehabilitacija	9	0
3. soobstoj	7	70
4. združitev/spajanje	0	0
5. prenehajo z izhajanjem	57	0
6. stari medij se ohrani	0	8

6 Sklep

Fanzini v devetdesetih so se po obliki in vsebini naslanjali na tradicijo glasbenih fanzinov iz osemdesetih. Velika večina se jih je naslanjala na punk subkulturo tako po estetiki in DIY načelu proizvodnje kot po močni politično angažirani noti. Ob začetku devetdesetih je sicer prišlo do kratkotrajnega upada fanzinske produkcije, za katero je bila razlog vojna v nekdanji Jugoslaviji. To obdobje je bilo zgolj kratkotrajno, produkcija pa se je skozi devetdeseta leta nadaljevala. Ob koncu devetdesetih je ponovno prišlo do močnega upada fanzinske produkcije. Podobno kot v tujini je do tega prišlo s povečanjem uporabe interneta, skozi katero so se vsebine, predvsem glasbene, za katere je bil internet idealen medij, preselile.

Vendar pa fanzini niso nikoli dokončno izumrli. Tako da lahko našo hipotezo o povezavi med internetom in produkcijo fanzinov potrdimo le delno. V letih 2007/08 se ponovno začne vzpon fanzinske produkcije. Prevladovati začne nov tip fanzinov z art predznakom. Do danes je njihova produkcija že skoraj dosegla raven punk fanzinov v devetdesetih.

Izdajanje fanzinov postane bolj individualno kot skupno. Vsebine se od ljubiteljskih odmikajo k proizvajanju lastnih. Trend postane tudi krajši cikel izdajanja. Večina fanzinov izzide le enkrat oz. se večkrat zgodi, da se po eni številki fanzina avtor odloči za nov fanzin pod drugačnim naslovom. Fanzini v večini primerov soobstajajo

s spletnimi stranmi, ki bodisi služijo za promocijo avtorjev ali predstavitev fanzinov in dodatnih vsebin. Starostna meja avtorjev se glede na devetdeseta nekoliko poveča, vendar še vedno ostaja v domeni mladih.

Lastnosti novega tipa fanzinov odražajo lastnosti nove generacije mladih, ki odraščajo danes in so glavni kreatorji fanzinov. Kot pravi Uletova, za današnje generacije mladih niso več značilne vrednote, ki so prevladovale v prejšnjem sistemu, kjer je mladost pomenila odraščanje in skozi angažiranje prilagajanje družbe sebi. Danes so mladi v neoliberalni družbi postali kategorija mladih potrošnikov in so skozi industrijo zabavne elektronike vrnjeni nazaj v okolje družine, s čimer se skupinska moč mladih razbije. Tako domestificirani mladi danes iščejo individualne rešitve. Še vedno pa ostane pri njih ustvarjalni in eksperimentalni naboj in želja po izražanju (Ule 2012). Fanzin tako postane eden izmed ventilov, hkrati pa tudi artefakt subkulture, s katerimi poudarjajo svoje individualne življenjske stile oz. identiteto. Hkrati ima kot fizični artefakt tako na nivoju produkcije kot konzumacije, privlačnost oz. auro, ki izplava na površje v poplavi elektronski medijev (Walters 2009).

Kaj pa prihodnost? Fanzini so zelo heterogena tvorba in so v času od svojega začetka do danes preživeli že mnoge vzpone in padce ter okoliščine, v katerih bi jih upravičeno lahko označili kot odpisane. Kljub temu pa jih danes najdemo tako v moduliranih kot v povsem prvotnih oblikah. Prebijajo se v dele družbe, kjer jih ne bi nikoli pričakovali, saj jih v zadnjih letih lahko pri nas najdemo tudi na policah galerij in v obliki delavnic v osnovnošolskih klopeh. Dokler bo torej obstajala množična družba in potreba po mikrokomunikaciji na fizični ravni še niso za odpis.

7 Literatura

Atton, Chris. 2002. *Alternative Media*. London: SAGE Publications.

Bard, Adrian. 1998. *The Language of Sport*. London: Routledge.

Biagi, Shirley. 2012. *Media Impact: An Introduction to Mass Media*. Boston: Wadsworth Publishing.

Cashmore, Ellis in Ernest Cashmore. 2003. *Sports Culture: An A-Z Guide*. London: Taylor & Francis.

Coleman, Stephen in Karen Ross. 2010. *The Media and the Public: "Them" and "Us" in Media Discourse*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Dahlgren, Peter. 2009. *Media and Political Engagement – Citizens, Communication and Democracy*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Dugonjić, Siniša. 2011. *Fanzini sa Marsa*. Beograd: Satibara film.

Duncombe, Stephen. 1997. *Notes from Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. London: Verso.

Fidler, F. Roger. 1997. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Ginsberg, David D. 1979. Rock is a Way of Life: The World of Rock 'n' Roll Fanzines and Fandom. *Serials Review* 5 (1) 29–46.

Gunderloy, Mike. 1988. *How to Publish a Fanzine*. Washington: Loompanics Unlimited.

Hrastar, Mateja. 2001. Fanzini so tudi plačilno sredstvo – Petra Kolmančič, fanzinovka, *Mladina* (33). Dostopno prek: <http://www.mladina.si/tebnik/200133/clanek/fanzini> (24. oktober 2012).

Ikeguchi, Cecilia. 2001. Literacy in a Multimedia Environment. *Tsukuba Gakuin University* 141–152. Dostopno prek: <http://www.tsukuba-g.ac.jp/library/kiyou/2001/10.IKEGUCHI.pdf> (12. oktober 2012).

Innis Harold. 2010. *Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.

Kolmančič, Petra. 2001. *Fanzini: komunikacijski mediji subkultur*. Maribor: Frontier.

Lavrič, Miran, Sergej Flere, Marina Tavčar Krajnc, Rudi Klanjšek, Bojan Musil, Andrej Naterer, Andrej Kirbiš, Marko Divjak in Petra Lešek. 2011. *Youth 2010 – The social profile of young people in Slovenia*. Maribor: Aristej.

Lehman-Wilzig, Sam in Nava Cohen-Avigdor. 2004. The Natural Life Cycle of New Media Revolution. *New Media and Society* 6 (6): 707–730.

Lessig, Lawrence. 2005. *Free Culture: The Nature and Future of Creativity Paperback*. New York: Penguin Books.

Logan, K. Robert. 2010. *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. New York: Peter Lang International Academic Publishers.

Lov, Peter. Peter Mlakar in Igor Vidmar, ur. 2002. *Punk je bil prej: 25 let punka pod Slovenci*. Ljubljana: Cankarjeva založba in ROPOT.

Estren J., Mark . 1993. *A History of Underground Comics*. Berkeley: Ronin Publishing.

McLuhan, Marshall. 1977. *Medium is the mesages*. Monday Conference on ABC TV. Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=ImaH51F4HBw> (12. oktober 2012).

McLuhan, Eric in ---. 1988. *The Laws of Media: The New Science*. Toronto: University of Toronto Press.

--- 2002. *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: University of Toronto Press.

Muršič, Rajko. 1995. *Center za dehumanizacijo – Etnološki opis rock skupine*. Pesnica: Frontier.

--- 2000. *Trate naše in vaše mladosti: Zgodba o mladinskem rock klubu*. Ceršak: Subkulturni azil.

O'Reilly, Daragh in Finola Kerrigan, ur. 2010. *Marketing the Arts: A Fresh Approach*. New York: Routledge.

Pajnik, Mojca. 2010. Konceptualizacija alternativnih medijev: O pomenih alternativnega. *Teorija in praksa* 47 (1): 41–58.

Pirc, Vanja. 2009. Intervju – Dr. Mirjana Ule, socialna psihologinja, *Mladina* (26). Dostopno prek <http://www.mladina.si/47533/dr-mirjana-ule-socialna-psihologinja> (12. oktober 2012).

Poitras, Gilles. 2000. *Anime Essentials: Every Thing a Fan Needs to Know Paperback*. Berkeley: StoneBridge Press.

Pospelovsky, D. 1978. From Gosizdat to Samizdat and Tamizdat. *Canadian Slavonic Papers / Revue Canadienne des Slavistes* 20 (1): 44–62.

Reynolds, Simon. 2009. How the Fanzine Refused to Die. *The Guardian*, 2. februar. Dostopno prek <http://www.theguardian.com/music/2009/feb/02/fanzine-simon-reynolds-blog> (10. marec 2014).

Saunders, George. 1974. *Samizdat: Voices of the Soviet Opposition*. Atlanta: Pathfinder Press.

Spencer, Amy. 2005. *DIY: The Rise of Lo-Fi Culture*. London: Marion boyar Publishers.

Shaw, Donald, Lewis. 1991. *The Rise and Fall of American Mass Media: Roles of Technology and Leadership*. Bloomington: School of Journalism, Indiana University.

Schelly, Bill. 2010. *Founders of Comic Fandom: Profiles of 90 Publishers, Dealers, Collectors, Writers, Artists and Other Luminaries of the 1950s and 1960s*. Jefferson: McFarland.

Steinberg R. Shirley, Priya Parmar in Birgit Richard, ur. 206. *Contemporary Youth Culture: An International Encyclopedia*. Volume 2. Westport: Greenwood press.

Stoneman, Phil. 2001. *Fanzines: Their Production, Culture and Future*. Dostopno prek: <http://www.lundwood.u-net.com/fandissy/fdtitle.html> (24. oktober 2012).

Todd, Mark in Esther Pearl Watson. 2006. *Whatcha Mean, What's a Zine?*. Boston: HMH Books for Young Readers.

Ule, Mirjana. 1998. Stilizacija vsakdanjega življenja. *Družboslovne razprave* 14 (27/28): 26–32.

--- 2012. Rekonstrukcija mladosti in mladine v slovenski družbi v času tranzicije. *Družboslovne razprave* 28 (70): 7–25.

Warren, Janine. 2008. *An Exploration in the Evolution of Fanzines*. Dostopno prek: <https://sites.google.com/site/notoriousfemme/anexplorationintheevolutionoffanzines> (24. oktober 2012).

Wright, A. Friderick. 2001. *From Zines to Ezines – Electronic publishing and the Literary Underground*. Dostopno prek: <http://www.zinebook.com/resource/wrightdissertation.pdf> (24. oktober 2012).

Wright, Fred. 1997. *The History and Characteristics of Zines*. Dostopno prek:
<http://zinebook.com/resource/wright1.html> (12. oktober 2012).