

grafisches
und
politisches



grafisches und politisches

Grafikdesign und
politisches Engagement
in Selbstpublikationen

Naomi Mathys
Bachelorthesis
27. März 2020

BA Visuelle Kommunikation
Hochschule der Künste Bern

Mentor
Michael Hiltbrunner

1	Einleitung	5	4	Visuelle Analyse	39
	Motivation	6		Kriterien und Auswahl	40
	Fragestellung	7		<i>Hotcha!</i>	41
	Definitionen	8		<i>Züri brännt</i>	44
				Bilder	48
2	Selbstpublikationen	11		<i>BabybsetzerIn</i>	56
	Dann und Jetzt	12		<i>Migrant Journal</i>	60
	Warum Selbstpublizieren?	22		Erkenntnisse	64
	Warum ein Zine machen?	23			
	Selbstpublizieren als	24	5	Fazit	67
	politischer Akt			Zusammenfassung	68
	Printmagazine in Zeiten der	26		Ausblick	71
	Digitalisierung				
3	Design und Politik	29	6	Anhang	73
	Design für die Politik	30		Literaturverzeichnis	74
	Politik, Engagement und	32		Abbildungsverzeichnis	77
	Grafikdesign			Dank	79
				Selbstständigkeitserklärung	80
				Impressum	81

1 Einleitung

Jeden Tag lese oder höre ich Nachrichten, verbringe Zeit in sozialen Medien, sehe unzählige Bilder und Texte und werde somit mit Ideologien, Politik, gesellschaftlichen Normen, Werbung und vielem mehr konfrontiert. Mitten in diesem Informationsdschungel probiere ich zu verstehen, zu interpretieren und allem voran, mir eine Meinung zu bilden.

Für Politik oder besser gesagt für politisches Engagement habe ich seit einigen Jahren ein Interesse entwickelt. Als ich zu realisieren begann, dass Politik nicht nur alte weisse Männer in einem Parlament ist, sondern uns alle betrifft und alle dazu beitragen können, wenn sie nur wollen. Unter anderem die Fridays-for-Future-Bewegung hat mir gezeigt, dass Interesse und Motivation vorhanden sind. Es fasziniert mich, dass allen voran die Jugend auf die Strassen geht und es schafft, gleichgesinnte Erwachsene, Pensionäre und sogar Kinder mitzureissen.

In diesem Kontext fragte ich mich, welche Möglichkeiten ich als Gestalterin habe, um mich politisch zu engagieren. Dank der Ausstellung «Wir Publizieren» (2019–2020) in der Kunsthalle Bern bin ich auf Publikationen in verschiedenen Formen gestossen, in denen gestalterische und politische Ideen in Selbstpubliziertem zusammenkamen. Vor allem hat mich interessiert, was es mit Selbstpublizieren auf sich hat und wie deren Verbindung zur Politik ist. Dafür beschäftige ich mich mit der Schnittmenge zwischen politischem Engagement, Selbstpublizieren und Grafikdesign.

In der folgenden Arbeit behandle ich mehrere Themenbereiche, welche für die Beantwortung meiner Leitfragen relevant sind. Meine Recherche deckt, abgesehen von der Entstehungsgeschichte, den Zeitraum ab den 1960er-Jahren bis heute ab. Im Fokus steht die Gestaltung und der Inhalt, nicht zwingend die Produktion oder die Autor*innen und Gestalter*innen. Der geografische Raum beschränkt sich auf die Schweiz und ihre Nachbarländer, sowie Grossbritannien. Es gibt eine grosse Vielfalt an Medien, die selbst publiziert werden können, alle diese zu behandeln, würde den Rahmen meiner Arbeit sprengen. Deswegen beschränke ich mich auf gedruckte, mehrseitige Publikationen und lege darin den Fokus auf «Zines». Folgende Leitfragen habe ich mir gestellt:

1. Woher kommt die Selbstverlag-Kultur, was sind ihre Merkmale und welche Rolle spielt politisches Engagement dabei?
2. Wie kann ich als Gestalterin eine Publikation schaffen, die einen Beitrag zu politischem Engagement leistet?

Um diese Fragen zu beantworten, habe ich zum einen eine literarische Recherche zu für meine Arbeit relevanten Themen gemacht. Ich werde verschiedene Positionen aufzeigen und die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Themenbereichen erörtern. Zum anderen mache ich eine Analyse von unterschiedlichen Fallbeispielen. Damit möchte ich herausfinden auf welche Art der Inhalt mit Wort, Bild und Gestaltung vermittelt wird und wo inhaltliche Schwerpunkte liegen.

Folgend habe ich einige Begriffe definiert, welche im Rahmen dieser Arbeit relevant sind. Damit möchte ich allfällige begriffliche Unklarheiten schon im voraus klären und ersichtlich machen, wie ich die Begriffe innerhalb dieser Arbeit interpretiere.

Grafikdesign

Grafikdesign ist der Begriff für einen Teilbereich von Design. Grafikdesign widmet sich der künstlerischen Gestaltung von materiellen oder virtuellen zweidimensionalen Medien. Anhand von Bildern, Farbe, Material und Text werden Zusammenhänge sichtbar, lesbar und vermittelbar gemacht.¹

Anwendungen des Grafikdesigns sind heute in fast allen Lebensbereichen zu finden, wie zum Beispiel in Kultur, Wirtschaft, Politik oder Wissenschaft. Dienstleistungen beinhalten unter anderem die Planung, grafische Gestaltung und Realisierung von Benutzeroberflächen, Büchern, Briefpapieren, Geschäftsberichten, Orientierungssystemen, Plakaten, Prospekten, TV- und Filmgrafiken, Verpackungen oder Websites.

Es wird im Allgemeinen zwischen freiem, künstlerischem und auftragsorientiertem, kommerziellem Grafikdesign unterschieden.²

(Politisches) Engagement

Engagement ist ein aus dem Französischen stammender Begriff. Er beschreibt die frei gewählte Bindung an eine Sache, für die man aktiv eintritt und für seine Durchsetzung kämpft. Der Begriff stammt ursprünglich aus der Literatur, wird aber heute vermehrt im politischen, wirtschaftlichen oder sozialen Kontext verwendet.

Engagement wird auch als Interesse und innere Verpflichtung, in einer Situation Stellung zu beziehen, beschrieben.³ Oft wird auch der Begriff Aktivismus dafür verwendet.

Selbstverlag, Selbstpublizieren

Selbstverlag oder Selbstpublizieren bezeichnet die Veröffentlichung und Verbreitung eines Werkes, welches die Verfasser*innen selber verlegen und alle Kosten tragen. Damit wird

¹ Vgl. Beinert, W. (2018)

² Vgl. Brockhaus Enzyklopädie Online (2020)

³ Vgl. Brockhaus Enzyklopädie Online (2020)

⁴ Vgl. Brockhaus Enzyklopädie Online (2020)

⁵ Vgl. Collins Wörterbuch (2020)

⁶ Vgl. Duncombe, S. (2017), S. 9

die Funktion des Verlegers und Buchhändlers durch Autor*innen beziehungsweise eine Autorengemeinschaft übernommen.⁴ Inzwischen hat sich auch der englische Begriff «self-publishing» etabliert. Publikationen, welche auf diese Weise erschienen sind, werden Selbstpublikation genannt.

Zine oder Fanzine

Abgekürzt vom Englischen «Magazine» ist «Zine» die Bezeichnung für ein Magazin über ein spezifisches Thema, für welches sich die jeweiligen Autor*innen selber interessieren und aus Eigeninitiative produzieren. Zines werden in der Regel von Amateur*innen produziert, verlegt und vertrieben, von Fans für Fans.⁵

Das Fanzine kann laut Duncombe als eine Untergruppe von Zines verstanden werden, jedoch kann man je nach Argumentationsweise auch sagen, dass alle Zines Fanzines sind.⁶

2 Selbstpublizieren

15. Jahrhundert

Bis zur Erfindung des Buchdruckes muss man zurückgehen, um die Anfänge des Selbstpublizierens zu finden. Fast in ganz Europa lassen sich Flugblätter und Flugschriften der frühen Neuzeit finden. Schon damals waren solche Schriften in den unterschiedlichsten Formaten und Auflagen aufzufinden. Von einzelnen Flugschriften Martin Luthers soll es sogar bis zu vier-tausend Exemplare gegeben haben (vgl. Abbildung A).⁷ Diese Flugschriften kann man heute durchaus als eine frühe Form der gedruckten Propaganda betrachten. Zahlreiche Positionen und Gegenpositionen von allen möglichen Seiten zeigen, dass es eine Form von Informationskrieg gab, in welchem aufgeklärt, Bericht erstattet und protestiert wurde. Es lag im Interesse der Kirche als Machthaberin, zu kontrollieren, was in gedruckter Form unters Volk gemischt wurde. Dementsprechend ist es selbsterklärend, dass die Gegner dessen sehr geschickt darin wurden, diesen Kontrollmechanismen aus dem Weg zu gehen.

⁷
Vgl. Harms, V. (1985)



A Sauritt und Sackpfeifenesel (1789)
Flugblatt

⁸
Vgl. Rogger, B. (2018),
S. 251

⁹
Vgl. Triggs, T. (2010),
S. 14

Sie haben Mittel geschaffen, die Zensur zu Umgehen und ihre Gegenbotschaften unters Volk zu bringen. Deren Inhalte waren breit gefächert. Beginnend bei abweichenden politischen Meinungen, (anti-)militärischer Propaganda, religiöser Positionen aller Art, wissenschaftlichen Erkenntnissen, bis hin zu Pornografie.

Produktion und Distribution von verbotenen Drucksachen war leider nicht nur ein lukratives Geschäft. Falls man entdeckt wurde, drohten Strafen wie kirchliche Exkommunikation, Berufsverbot, Gefängnis, Verbannung oder Tod.⁸

18. und 19. Jahrhundert

Viele Jahre später, während der französischen Revolution, findet man einige der frühen Formen von Zines. Laut Teal Triggs wird *Songs of Innocence* (1789) von William Blake oft als Beispiel dafür genannt. Blake war englischer Poet, Kupferstecher und Selbstverleger. Sein Werk *Songs of Innocence* besteht aus Gedichten und aufwendigen Kupferstichen. Es gilt deswegen als eine Art Vorreiter des zeitgenössischen Kunst-Zines.⁹

Mit der modernen Bevölkerungsexplosion, der Industriellen Revolution und den daraus folgenden sozialen Missständen Anfangs des 19. Jahrhunderts wurde das Mittel der gedruckten Propaganda einmal mehr als zentrales Mittel aufgegriffen. Die Arbeiter*innen der unteren sozialen Klassen, die Frauen und später auch die unterdrückten Ethnien kämpften für ihre Rechte. Mittlerweile verschoben sich die Zensurbemühungen der Kirche langsam aber sicher zum Staat. Trotzdem war es immer noch möglich, diese Kontrolle zu umgehen, da eine Vielzahl der Druckereien den Arbeiter*innen selbst gehörte. Der Zugang zu Druckerpressen blieb lange Zeit eines der wichtigsten Instrumente von Aktivist*innen aus unterschiedlichsten Bewegungen.

Mitte 19. Jahrhundert tauchen weitere selbstpublizierte literarische Publikationen auf. Der Fokus lag auf jetzt vor allem auf experimenteller Poesie, Kritik und Fiktion. Triggs nennt dafür das Beispiel *The Germ* (1850) welches vier Ausgaben lang existierte. Diese Publikation bot eine Plattform für die britischen Präraffaeliten, eine Gruppe von Autoren und Künstlern. Literarische Texte sowie Gedichte wurden von Zeichnungen

illustriert und die Künstler konnten ihre Meinung zu kunstbezogenen Themen und Praxen äussern.¹⁰

10
Vgl. Triggs, T. (2010),
S. 14

20. Jahrhundert

Erst im 20. Jahrhundert begannen sich im Gebiet des Selbstpublizierens Bündnisse zwischen Kultur, Kunst und Politik zu zeigen. Ein gutes Beispiel dafür sind Publikationen aus dem Zürcher Dadaismus zwischen 1916 und 1918 (vgl. Abbildung B). Diese wurden fast alle in der Druckerei des Anarchisten Julius Heuberger gedruckt. Heuberger hatte durchaus grossen Gefallen an der Künstlergruppe gefunden, denn er probierte ihnen alles Drucktechnische zu ermöglichen, was für ihre experimentellen Methoden notwendig war. Er wurde zum Teil sogar in die Gestaltung miteinbezogen. Die Dada-Publikationen erschienen nicht nur aus beschränkten finanziellen Mitteln, sondern auch wegen Verhaftungen Heubergers aufgrund seiner politischen Aktivitäten, sehr unregelmässig.¹¹

11
Vgl. Rogger, B. (2018),
S. 252

Ein Vorbild für den Dadaismus war der Futurismus, in welchem Medienarbeit und künstlerische Avantgarde zusammenkamen. Der Futurismus war jedoch nationalistisch orientiert und später dem Faschismus wohlgesinnt.

Eine andere Art der Wichtigkeit kommt im 20. Jahrhundert den im Untergrund produzierten und vertriebenen Publikationen während Zeiten totalitärer Regimes zu. Während der NS-Zeit in Deutschland sowie in den sowjetisch diktierten Ländern Osteuropas wurden sogenannte Tarnschriften verbreitet. In unverdächtigen, alltäglichen Büchern wurden während des Kalten Krieges (verbotene) Publikationen versteckt. Das Weiterreichen von zensurierter Information in privaten Kreisen oder auch unter dem Ladentisch war letztendlich die Bedingung, ein kritisches Bewusstsein überhaupt zu ermöglichen. Nicht nur geschriebene, sondern auch gesprochene Informationen wurden auf Tonträgern oder Piratensendern verbreitet. Dies war oft der einzige Weg, um zu erfahren, was zum Beispiel hinter dem Eisernen Vorhang an politisch-kritischen Aktivitäten vor sich ging. Aber gerade zu dieser Zeit gab es nicht nur kritische, sondern auch staatliche Propaganda. Sie wurde verteilt, platziert oder gerade während des zweiten Weltkrieg auch aus dem Flieger über dem gegnerischen Gebiet abgeworfen.¹²

12
Vgl. Rogger, B. (2018),
S. 253



B Dada 3 (1918)

Währenddessen entstand ab den 1930er-Jahren in den USA eine der ersten Fanzine-Szenen, wo auch die Bezeichnung «Fanzine» entstand. Science-Fiction-Fans begannen, innerhalb ihrer Fanclubs Magazine zu machen. Der Nutzen davon war vor allem, Science-Fiction-Geschichten zu teilen, und sie kritisch zu analysieren und zu kommentieren.¹³

Wegweisende Bewegungen

In der Nachkriegszeit bildeten sich vor allem in den Städten zahllose jugendliche Subkulturen, die zum Teil bis in ländliche Gebiete einzogen. Der Höhepunkt dieser Bewegungen fand im Symboljahr 1968 in Form von zahlreicher Kundgebungen und Protesten in vielen Grossstädten auf mehreren Kontinenten statt. Einige dieser Subkulturen orientierten sich an künstlerischen Avantgarden wie Futurismus, Dadaismus, Surrealismus, Lettrismus, Situationismus und vielen weiteren. So gut wie alle waren politisch Links orientiert. Im Zentrum standen die Veränderung der Gesellschaft, die Unabhängigkeit von der Wirtschaft und das Erproben neuer Arbeits- und Lebensformen. Während dieser Zeit entstand eine riesige Vielfalt an kulturellen Gütern, die heute fast nicht überschaubar sind. Technische Fortschritte, wie die breite Zugänglichkeit des Fotokopierers, eröffneten den Gestaltenden neue Möglichkeiten. Daraus ergab sich eine riesige Fülle an Untergrund-Publikationen aller Art. Es wurde selbst geschrieben, selbst fotografiert, selbst layoutet, selbst illustriert und gestaltet, selbst gedruckt, vertrieben und verkauft. Was einst als eine avantgardistische Künstlerzeitschrift begann, war jetzt eine Do-it-yourself-Publikation, ein Fanzine.¹⁴

Während dieser Zeit galten die Magazine nicht mehr unbedingt als Untergrundpresse, sondern sie wurden mehr als Gegenkultur verstanden und gepflegt.¹⁵ Aus einigen wenigen Publikationen bildete sich innerhalb der Jahre ein globales Netz von Aktivist*innen verschiedener Gegenkulturen. Man tauschte sich über Festivals oder Tourneen der jeweiligen Gegenkultur aus und handelte nicht gewinnorientiert mit Zines.

Im englischsprachigen Raum kommt vor allem dem Magazin OZ eine Sonderstellung zu (vgl. Abbildung C). Es wurde 1963 in Australien gegründet, zog 1963 nach London und wurde 1973

¹³
Vgl. Duncombe, S. (2017), S. 9

¹⁴
Vgl. Rogger, B. (2018), S. 253

¹⁵
Def. Gegenkultur: Kultur einer Gruppe in einer Gesellschaft, die deren Kultur in bestimmten Teilen ablehnt und dafür eigene Normen und Werte setzt.
Duden Online (2020)



C OZ (1967-1973)
Magazincover

eingestellt. Das Magazin war inhaltlich und drucktechnisch sehr avanciert und wurde während dieser zehn Jahre mehrmals zensiert oder sogar verboten.

Eine Pionierrolle im deutschsprachigen Raum kam etwa Urban Gwerder und seinem in Zürich herausgegebenen Magazin *Hotcha!* zu (vgl. Abbildung D und visuelle Analyse S. 41 bis 49). Gwerder veröffentlichte innert vier Jahren 57 Ausgaben des Magazins.¹⁶

Publikationen der Gegenkultur der 1960er- und 1970er-Jahre schufen eine eigene visuelle Sprache, einen Mix aus unterschiedlichen Techniken, Farben und Stilen. Oft sah jede Ausgabe anders aus, weil andere Gestalter*innen involviert waren. Auch Comics, Cartoons und Illustrationen waren wichtig, sie wurden auch kopiert und collagiert.¹⁷



D *HOTCHA!* Nr. 35 (1969)
Magazincover

16
Vgl. Rogger, B. (2018), S. 254

17
Vgl. Triggs, T. (2010), S. 15

18
Vgl. Duncombe, S. (2017), S. 9

19
Vgl. Fischer, B. (2006), S. 127

20
Vgl. Rogger, B. (2018), S. 254

21
Vgl. Biel, J./Brent, B. (2017), S. 36

Mitte der 1970er Jahren beeinflusste die Entstehung der Punkszene die Zinekultur nachhaltig. Kritisch gegenüber der *Mainstream-Musikpresse* begannen Fans des Punkrock, selbst Zines über die Musik und ihre kulturelle Szene zu produzieren und waren damit erfolgreich.¹⁸

Kopien von Interviews mit berühmten Punkrocker*innen, Gig-Reviews, Zeitungsausschnitte oder Radiogespräche waren die üblichen Inhalte.¹⁹ Die Punkkultur entschied sich bewusst dafür, sich ausserhalb der gängigen Produktions- und Distributionsverfahren zu bewegen und wollte wirklich alles selbst machen. Die Gestaltung war radikal, und die Lust, Grenzen zu überschreiten, war Programm. Aggressive Ablehnung der herkömmlichen Politik machte die Punkkultur politisch. Auf diese Art veränderte Punk das Verständnis von subkulturellen Aktivitäten bis heute.²⁰

Im Jahr 1989 erschien im amerikanischen Magazin *Maximum Rocknroll* (eines der erfolgreichsten Punkmagazine, das bis heute existiert) ein satirischer Artikel mit dem Titel *Don't be Gay* von G.B. Jones und Bruce LaBruce. Darin wird beschrieben, wie die Punkszene traditionelle Werte der Gesellschaft übernimmt, welche die Szene grösstenteils als weiss, männlich, heterosexuell und genderbinär dastehen lässt. Der Artikel und die Aktivitäten von Jones und LaBruce erhielten sehr grosse Resonanz. Dies war sozusagen der Startschuss dafür, dass auch queere Menschen anfangen, eine soziale Bewegung und Community aufzubauen, was in einem Boom an queeren Zines sichtbar wurde.²¹

Digitalisierung

Mit den technischen Errungenschaften der Digitalisierung war es plötzlich möglich, überall auf alles zuzugreifen, ohne Teil einer Community zu sein. Die exklusive *Underground-Presse* war nicht mehr exklusiv und jede*r konnte mitlesen und mithören. Während den 1980er- und 1990er-Jahren wurden Zines zu einer Art Megafon für alle, die etwas zu sagen hatten. Egal ob politische, künstlerische oder soziale Ansichten und Erfahrungen, alles fand seinen Platz und wurde geteilt.

Die Errungenschaft des digitalen Schriftsatzes vereinfachte die Gestaltung massiv, wobei trotzdem einige an Schreib-

maschine und Stiften festhielten, um die Ästhetik zu bewahren. Für kurze Zeit gerieten Zines in die Massenmedien, als sogar Kanäle wie *MTV*, *Time* oder *GQ* darüber redeten. *Nike* liess sogar ein Zine über Sneakers und Basketball von einer Werbeagentur anfertigen. Aber so schnell wie das Thema in die Massenmedien kam, so schnell verschwand es wieder.

Mit der Etablierung des Internets vor der Jahrtausendwende stand die Self-Publishing-Kultur vor einem noch nie dagewesenen Problem. Viele populäre Zines hörten auf zu publizieren und die Zukunft von Printpublikationen sah nicht gut aus. Alles wurde potenziell zugänglich und jede Nische konnte von überall aus gepflegt werden. Aber Zines wurden nicht erwartungsgemäss obsolet, sondern das Internet konnte nun verwendet werden, um noch mehr Leser*innen zu finden und eine Online-Community zu gründen. Überall auf der Welt fanden nun Zine-Treffen und Konferenzen statt und man traf andere Fans und Interessent*innen.²²

Bis heute existiert eine enorme Vielfalt an unterschiedlichen Zines und Selbstpublikationen zu allen möglichen Themen. Vor allem in der Kunst- und Kulturszene fand in den 00er- und 10er-Jahren ein Hype um Zines statt. Die Verfügbarkeit aller Mittel macht es für Individuen massgebend einfacher, etwas selbst zu produzieren. Viele Publizierende greifen auch «veraltete» Druckverfahren wie z. B. den Risographen auf oder probieren, diese Ästhetik nachzuahmen, um einen Kontrast zu perfekt digital, zeitgemäss gedruckten Publikationen zu schaffen.

Obwohl die Zine-Szene heute nicht mehr exklusiv aus zuhause tüftelnden Gestalter*innen oder Autor*innen besteht, heisst das nicht, dass die Szene als solches nicht mehr existiert, sondern eher, dass sie vielfältiger ist und die Beteiligten ihre eigenen Regeln machen.²³

22

Vgl. Biel, J./Brent, B. (2017), S. 38ff

23

Vgl. Commentz, S. (2011), S. 7

Den nicht kommerziellen Weg einzuschlagen, wenn man ein Werk publizieren will, kann verschiedene Gründe und Motivationen haben. In erster Linie ist es essenziell, dass man die Bedingungen in Bezug auf Inhalt, Produktion, Distribution selbst bestimmen kann. Aber nicht nur diese Befreiung von Vorgaben und Filtern wie Verlag, Herausgeberschaft und von Vorgesetzten ist relevant, denn in dem Fall könnte man auch einfach einen Blog oder eine PDF-Publikation machen. Zwar ist für viele die Vorstellung eines exklusiven Produktes in limitierter Auflage, als signierte und nummerierte Sammleredition, inspiriert aus der Kunstbranche. Enorm wichtig ist aber auch, dass ein Printprodukt nicht Teil der industriell produzierten, im Übermass verfügbaren Massenmedien ist.²⁴

²⁴
Vgl. Commentz, S.
(2011), S. 4

Diese Methode zu wählen bringt jedoch nicht nur Vorteile. Man trägt die ganze Verantwortung für dieses Projekt und spürt auch die Folgen, falls etwas schief läuft. Dies kann vor allem vom finanziellen Aspekt her schwierig sein. Weiter kann sich auch die Distribution einer Publikation schwierig gestalten. Man muss, wie bei vielen anderen Dingen auch, zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein und auch ein gewisses Netzwerk haben, um eine gute Produktnachfrage zu generieren.

Warum will überhaupt jemand ein Zine machen und wer liest denn so etwas?

Um diese Frage zu beantworten gibt es oberflächliche, tiefgründige, objektive und sehr subjektive Begründungen. Einige möchten ein Zine machen um ihre Kunst oder ihr Schaffen zu zeigen. Andere möchten auf eine kreative Art motivieren. Oder sie möchten ihre Sichtweisen, persönlichen Geschichten, kritischen Ansätze, Ideologien und Leidenschaft mit anderen teilen. Weitere möchten einfach interessierte Mitmenschen ansprechen oder sogar kennenlernen. Es geht auch darum, eine Publikation zu machen, von der du immer geträumt hast, dass sie existiert. Für andere ist das Zinemachen bestimmt eine Art kreative Therapie, ein Output, den man sonst nicht hat. Über das Zine kann ich Teil einer Community sein, die sich gegenseitig unterstützt.

Du machst das, was du willst. Du bist Autor*in, Verleger*in, Künstler*in und Distributor*in.

Das Selbstpublizieren ist grundsätzlich politisch geprägt. In den früheren Jahrhunderten waren die Machenden aufgrund von Zensur und Verboten gleichsam gezwungen, gegnerische Meinungen oder auch nur unbekannte Themen im Untergrund zu publizieren, weil sie sie nicht öffentlich kundgeben konnten. In den Gegenbewegungen des 20. Jahrhunderts war die Unzufriedenheit mit aktuellen Geschehnissen, Gesellschaft und Politik der Schlüssel zu ihrer Entstehung.

Heute nehme ich die Entscheidung, selbst zu publizieren, durchaus als politischen Akt und Kritik am bestehenden System wahr. Sich gezielt dem «normalen» Weg zu widersetzen, ist in meinen Augen sogar ein starkes Statement. Mir ist bewusst, dass nicht alle aus politischer Motivation etwas selbst produzieren und herausgeben und es dafür viele andere Gründe gibt. Aber gerade Publikationen mit einer relativ grossen Reichweite haben bestimmte Gründe, weshalb sie nicht mit einem Verlag zusammenarbeiten, wie ich weiter oben erläuterte. Auch wenn heutzutage der Staat (zumindest in der Schweiz und in den Nachbarländern) fast keine Zensur mehr erheben, publizieren manche Verlage längst nicht all das, was die Autorin oder der Autor vielleicht möchte, meistens weil in erster Linie Verkaufszahlen oder die (Drittmittel-)Finanzierung der Publikation wichtig sind.

Interessante Gedanken zu Selbstpublikationen und Politik macht Nicholas Thoburn in seinem Buch *Anti-Book: On the art and politics of radical publishing* sichtbar. *Anti-Book* ist eine Kritik am Buch als Medium selbst. Man kann also sagen, dass es in einer gewissen Form selbstreflexiv ist. Thoburn hinterfragt und problematisiert die vollständige Materialität von Büchern an sich und Publikationen, in denen eine dynamische Beziehung zwischen geschriebenem Inhalt und medialer Form besteht, welche er als kritische und generative Beziehung beschreibt.

Diese Materialität von Büchern beinhaltet laut Thoburn die physikalische Beschaffenheit und Eigenschaften sowie die technologische Leistung aber auch die grafische Gestaltung und die sensorischen Eigenschaften. Alle diese Kriterien sind verstrickt mit Grundsätzen des Publizierens, sprachlichen Strukturen und herkömmlichen Praxen in der Produktion und

²⁵
Vgl. Thoburn, N.
(2016), S. 1ff

dem Konsum. Deswegen ist genau diese Materialität politisch.²⁵

Durch das Selbstpublizieren schafft man also einen Weg, um diese herkömmlichen Praxen zu umgehen und Paradigmen zu brechen. Durch das selbstständige Konzipieren, Umsetzen, Verlegen und Vertreiben ist laut Thoburn eine Publikation nicht nur unabhängig, sondern sie kritisiert auch die bewährte Struktur des Publizierens. Durch die Veränderung der Medienlandschaft von vorwiegend analogen Drucksachen zu digitalen Produkten, hat sich die Materialität von Publikationen zusätzlich verändert und ausgeweitet. Unter anderem diese Ausweitung, macht es theoretisch für jede Person möglich, eine Selbstpublikation zu schaffen. Thoburn nimmt diesen universellen Zugang zu Produktionsmitteln für jede*n als grundsätzlich kommunistisch wahr. Ich kann dies gut nachvollziehen, insbesondere dass dieses absichtliche Umgehen von gängigen Wegen des Publizierens an sich eine Kritik dessen darstellt. Auch den Ansatz der kommunistischen Utopie in Bezug auf das Publizieren finde ich spannend und hoffe, dass diese freie all-gemeine Verfügbarkeit weiter besteht und sich sogar noch mehr ausweitet.

Bei politisch engagierten Selbstpublikationen steht eine politische Botschaft oder eine Meinung zu politischen Geschehnissen im Mittelpunkt. Solche Publikationen erscheinen oft als blosses Produkt einer Bewegung, Gruppierung, Organisation oder Partei, und vernachlässigen die persönliche Haltung zu diesen Fragen. Diese könnte durchaus eingebracht werden. Zum einen kann bei sachlich objektiven Berichten oder Reportagen, die das Ziel haben zu informieren, die persönliche Haltung zwischen den Zeilen gelesen werden. Zum anderen können Erlebnisberichte sehr subjektiv und aufgebracht geschrieben sein, welche oft nicht alle Hintergrundinformationen geben und ein gewisses Vorwissen verlangen, aber sie bringen sehr dezidiert die persönliche Haltung ein. Und es ist die Initiative einer einzelnen Person oder kleinen unabhängigen Gruppe, die das Selbstpublizieren im Kern ausmacht.

Kann eine gedruckte Publikation überhaupt noch relevant sein, wenn das Internet und insbesondere das Smartphone allgegenwärtig geworden sind? Die «Print-versus-Digital-Debatte» entstand schon vor mehreren Jahren mit der Einführung des Smartphones und anderen digitalen Lesegeräten wie z.B. des *Kindle*. Es schien so, als würden Printprodukte zu Gunsten des Internet weichen müssen. Doch nun schreiben wir das Jahr 2020 und Print ist (immer noch) nicht tot. Obwohl das Internet so viele Vorteile bringt, ersetzt es Print nicht. «Es gibt dieses Bedürfnis, sich hinzusetzen und etwas in den Händen zu halten, ohne dass da Nachrichten reinkommen und man ständig unterbrochen wird» sagt Florian Schaffner, einer der Mitbegründer des Zürcher Geschäftes *Print Matters*, das unabhängige Magazine vertreibt.²⁶ Genau dieses Bedürfnis teile ich und deswegen schätze ich Printprodukte auch. Aus persönlicher Erfahrung muss ich sagen, dass ich viele Sachen vergesse, die ich im Internet täglich sehe, denn es sind so viele und ein Swipe genügt und es ist weg. An einem Printprodukt schätze ich besonders, dass es mich von der digitalen Welt wegholt, die in meinem Alltag sonst nicht zu umgehen und auch manchmal ein bisschen viel ist. Und ich denke, dass es bestimmt nicht nur mir so geht. Deswegen finde ich, dass ein Printmedium durchaus relevant sein kann, gerade weil es einen Kontrast zu den digitalen Medien erstellt. Ich erachte es jedoch als sehr sinnvoll, trotzdem eine Website zum Magazin zu haben, über die man das Produkt vertreiben und auch bewerben kann, wie ein Beispiel aus meiner Analyse, nämlich das *Migrant Journal* es handhabt.²⁷ So kann man analog sowie digital präsent sein und, obwohl man kein Onlinemagazin ist, eine grosse Reichweite haben.

26
Hutter, A. (2016)

27
migrantjournal.com

3 Design und Politik

Das Verständnis von Design hat sich im Verlaufe der Jahre von der Objektgestaltung ausgeweitet auf Gene, Körper, Natur, Stadt, soziales Zusammenleben oder Kultur. Das Designen von etwas beinhaltet so den gesamten Prozess der Planung, Strategie, Entwicklung und Produktion. Mittlerweile besteht auch die gesellschaftliche Zustimmung dazu, dass Design ein bedeutendes Mittel sein könnte, um Lösungen für wichtige anstehende gesellschaftliche Veränderungen zu finden. Gegenwärtig erfährt *Social Design* einen regelrechten Boom. Diese Art von Design soll zukünftig als Werkzeug für die Lösung vieler struktureller Probleme verwendet werden.

Gleichzeitig findet eine immer grösser werdende kritische Haltung gegenüber Design statt. Die Fragen nach der Verantwortung der Designer*in, den Produktionsbedingungen und deren Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt stehen im Zentrum dieser Kritik. Wer gestaltet für wen, was und wofür? Somit haben die beiden Bereiche Politik und Design beim genaueren Hinsehen eine ganze Menge miteinander zu tun.

Auch die Praxis des Aktivismus, die während der 1970er-Jahre florierte, warf neue designkritische Fragen auf. Die verschiedenen und neuen Formen von Kunst-Aktivismus der Gegenbewegungen stellte auch die Designer*innen vor die Frage, in welche Arbeitsfelder ihr Schaffen einfliessen könnte und welche Verantwortung sie als Gestaltende tragen. Essenziell ging es darum, welche bis dahin unausgeschöpften Kräfte zur Gestaltung von, mit und für die Gesellschaft jenseits der etablierten gesellschaftlichen sowie ökonomischen Systeme möglich wären. Genau diese Frage ist auch bis heute noch relevant geblieben.²⁸

Dieser Design-Aktivismus verstärkte neue Protestformen gegen das bestehende System und leitete gleichzeitig neue Arten des Widerstands in die Wege. Durch neue Formen der Ressourcennutzung, Entwurfspraxis und Produktion sowie sozialer Interaktion entwickelte sich eine langsame Vernetzung mit basisdemokratischen Bewegungen wie z.B. Volksinitiativen. Deren Ziel war es, Systemveränderungen voranzubringen und gesellschaftliche Veränderungen zu entwickeln.

Diese Bewegung der Post-68er-Generation erlebt gegenwärtig wieder Aktualität. Die Gründe dafür sind eindeutig: An-

28
Banz, C. (2016), S. 11ff

29
Rancière, J. (2007),
S. 73

30
Banz, C. (2016), S. 14ff

stelle einer Abnahme der Komplexität von gesellschaftlichen Problemen im digitalen Zeitalter hat eine deutliche Zunahme stattgefunden. Im Zuge der Globalisierung haben leider nicht nur die Integration, sondern auch die Exklusion und die sozialen Ungerechtigkeiten zugenommen. Im Angesicht des menschgemachten Klimawandels scheint die Notwendigkeit einer Veränderung unseres Lebens-, Arbeits-, und Konsumweisen dringender denn je zuvor. Auch im Kunstbereich gibt es erneut eine Präsenz von Widerstand oder Politik. Laut Jacques Rancière hat dies vor allem mit dem grösser werdenden Rückzug der Politik aus der Verantwortung des Regierens zu tun.²⁹ Noch stärker als in der politischen Kunst versucht aktivistisches und soziales Design das fehlende politische Engagement zu übernehmen. Zuerst geht es immer darum, auf ein Problem oder ein Defizit aufmerksam zu machen – aber im zweiten Schritt werden Lösungsansätze gesucht, die im Prozess zur Lösung eines Problems führen sollten. Durch die pragmatische Lösungsorientiertheit unterscheidet sich Design auch von Kunst.³⁰

Bildermacht und wachsende Verantwortung

Wie wir schon im letzten Kapitel gesehen haben, spielen Designer*innen eine wesentliche Rolle, um auf gesellschaftliche Prozesse einzuwirken und sie mitzubestimmen. Für Grafikdesigner*innen als Teilbereich des Designs ist der bewusste Umgang mit Kommunikationsmitteln, welche als bindendes Mittel zwischen Menschen funktionieren, das wesentliche Mittel, dieses Ziel zu erreichen. Im Informationsfluss sitzen Grafikdesigner*innen – technisch ausgedrückt – immer auf der Seite des Senders. Sie erschaffen (meist im Auftrag) Botschaften, die von Empfängern gelesen werden. In einer einseitigen Kommunikation, wie zum Beispiel in einem Werbeplakat, sind Sender und Empfänger grundsätzlich zwei Pole eines Machtverhältnisses, alle wichtigen qualitativen und quantitativen Entscheidungen werden aber auf Seiten des Senders gefällt. Die empfangende Person besitzt nicht die Möglichkeit, innerhalb desselben Mediums zu antworten. Heutzutage, wo wir an allen Ecken und Enden von Werbung bestrahlt werden, wäre es also sinnvoll, einen Dialog zu fördern.

Grafikdesigner*innen spielen demzufolge eine zentrale Rolle in einem Prozess, der eine wichtige Stelle in Bildung, Kultur und Politik einnimmt. Die Selektion, Modifikation und Produktion von Informationen, die die Möglichkeit haben, das gesellschaftliche Bewusstsein zu beeinflussen, lässt sie aktiv an Machtprozessen teilnehmen.³¹

Mit dieser Möglichkeit, Informationen zu produzieren und zu verteilen, ergibt sich ein Machtpotenzial, welches zum Teil bewusst, aber auch unbewusst genützt wird. Dabei muss immer unterschieden werden, ob Grafiker*innen in der sinngebenden oder in der sinnillustrierenden Funktion agieren. Im Auftrag ist meist nur die Sinnillustration gefordert.

Durch diese Positionierung innerhalb des Kommunikationssystems kommt den Designer*innen aber nicht nur die Möglichkeit und das Privileg, sondern auch eine grosse Verantwortung zu. Mit der Annahme eines Auftrags gibt es natürlich die Verantwortung gegenüber dem Kunden, den Auftrag zufriedenstellend auszuüben. Es liegt aber am Grafikdesign selbst, die Sinnstiftung zu verantworten, und dies ist meiner Meinung nach die viel wichtigere Verantwortung: Du setzt ein Produkt in die

³¹
Vgl. NGBK (2000),
S. 22

³²
Vgl. NGBK (2000),
S. 22ff

³³
Vgl. NGBK (2000),
S. 23

Welt, welches die Denk-, Seh-, und Verhaltensweisen der Betrachter*innen beeinflussen kann. Stärker als in anderen künstlerischen Berufen, wirken Grafiker*innen in das öffentliche Leben hinein und übernehmen auf diese Weise eine kulturell bedeutsame Aufgabe. Leider ist es aber so, dass viele dieser bilderschaffenden Leute sich dieser Verantwortung nicht bewusst sind oder zumindest nicht sein wollen.³²

Öffentlicher Raum

Die Frage nach der Wirksamkeit von Kommunikationsformen spielt eine zentrale Rolle im Grafikdesign. Trotz der Dominanz des Internets ist zum Erreichen der Öffentlichkeit auch heute der öffentliche Raum zentral. Der öffentliche Raum dient vorerst als Treffpunkt für alle. Alle sollen dort soziale Kontakte pflegen und frei aufeinander zugehen können. Der öffentliche Raum eröffnet uns die Möglichkeit, unsere Meinung zu verbreiten und Gleichgesinnte zu suchen und kann somit auch ein politischer Raum sein. Meinungen werden zu Interessen verdichtet. In diesem Sinne ist der öffentliche Raum unerlässlich für die Meinungsbildung und somit für das System der Demokratie. Alle frei und öffentlich zugänglichen Orte und Versammlungsorte, wie die Strasse, der Marktplatz, oder der Treffpunkt um die Ecke sind unverzichtbare Medien für die Demokratie. Daher versteht sich auch, weshalb politische Diskurse erst dann die Öffentlichkeit erreichen, wenn sie sich auch in der Öffentlichkeit manifestieren. Die Bedeutung des öffentlichen Raums wird meistens aber erst dann sichtbar, wenn er im Rahmen einer Privatisierung weichen soll.

Die Logik des globalen Marktes impliziert sozusagen, dass das Selbstbestimmungsrecht der Bürger*innen umgangen wird. Profit hat Vorrang vor dem Allgemeinwohl und somit auch das Private vor dem Öffentlichen. Innerhalb dieses Systems sind Menschen einfach Einzelwesen, die hauptsächlich durch kommerzielle Transaktionen miteinander verbunden sind, nicht etwa durch gemeinsame öffentliche Interessen. Eine Demokratie lebt jedoch hauptsächlich von der Öffentlichkeit.³³

Genau dieser Kampf um den öffentlichen Raum findet auch auf visueller Ebene statt. Zunächst kann man sich den öffentlichen Raum kaufen, um dort seine Bilder zu publizieren,

was die meisten Werbungen machen. Nach dem Erkaufen eines Platzes müssen die Werbenden keinerlei Rücksicht auf das ästhetische Empfinden der Betrachtenden Rücksicht nehmen. Andererseits werden nicht bezahlte, inoffizielle oder individuelle Bilder wie Graffiti, Tags und wilde Plakate an den nicht dafür vorgesehenen Stellen entfernt und kriminalisiert.

34
Recklies, M./
von Borries, F. (2016),
S. 170ff

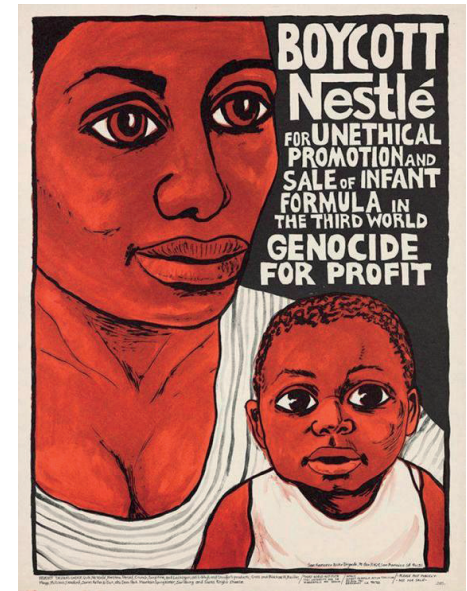
Politisches Engagement in der Grafik

In der politischen Grafik muss man klar zwischen einer Auftragsarbeit oder einem selbstinitiierten Projekt unterscheiden. Nur ein Bruchteil der Grafikdesigner*innen engagiert sich aus intrinsischer Motivation für politische Ereignisse. Dennoch gibt es immer wieder Gestalter*innen, die ihre Meinung äussern und sich für eine politische Angelegenheit einsetzen. Bekannter und häufiger genutzt als eine Selbstpublikation (oder ein Zine) ist das Medium Plakat. Überall auf der Welt werden Plakate verwendet, um zu werben, zu informieren oder zu protestieren (Vgl. Abbildung E und F). Ein gutes Beispiel dafür ist ein Plakat vom deutschen Künstler Mikael Mikael. Seit Anfang 2011 platziert er das Plakat mit dem Zitat «Show you are not afraid.» an Orten, an denen sich politische Konflikte austragen und mit Angst assoziiert werden (vgl. Abbildung G). Unter anderem waren dies die Mauer zwischen Palästina und Israel oder die Baustelle von 9/11 in New York. Zusätzlich stellt er das Motiv als Poster allen zur eigenen Nutzung zur Verfügung. Das Plakat erreichte Ende 2011 eine grosse mediale Präsenz, unter anderem weil es in Israel an einem Solidaritätsprotest für die Feministin Aliaa Magda Elmahdy verwendet wurde. Auch nach dieser Aktion tauchte das Plakat an anderen Orten und Kontexten wieder auf. Im Rahmen einer partizipativen Aktion wurden Sticker mit demselben Motiv produziert, 60 000 Sticker kamen dabei in den Umlauf. Der Sticker wurde auch gegen die rechtspopulistische Partei AfD, gegen Homophobie und gegen staatliche Überwachung eingesetzt.³⁴

Was ich beobachte, ist die zunehmende Stellungnahme zu aktuellen politischen Themen auf sozialen Medien wie Instagram. Vermehrt sehe ich Posts von Grafiker*innen oder Künstler*innen, in denen sie ein Bild gestalten, um ihre Meinung kundzutun. Ein Beispiel dafür sind die Posts der visuellen Ge-



E Nein zur Durchsetzungsinitiative (2016), Plakatkampagne



F Boycott Nestlé (1979) Plakat



G Show you are not afraid (2011) Plakat

stalterin Viola Zimmermann zur Selbstbestimmungsinitiative, über welche die Schweiz im November 2018 abgestimmt hat (vgl. Abbildung H, I, J). Dies ist meiner Meinung nach zwar ein einfaches, aber wirksames Mittel, um seine Meinung öffentlich kundzutun und hat zudem eine potenziell sehr grosse, sogar globale Reichweite.



H, I, J *Nein zur Selbstbestimmungsinitiative* (2018)
Viola Zimmermann
Screenshots von animierten Bildern

4 Visuelle Analyse

Bei der Auswahl meiner Fallbeispiele habe ich mich natürlich darauf geachtet, dass sie sich vom Inhalt her politisch positioniert oder auch engagiert. Ich habe vier Fallbeispiele ausgewählt, wovon drei aus der Schweiz stammen und eines in London herausgegeben wurde. Zeitlich gesehen habe ich versucht, den Zeitraum seit 1960 abzudecken.

Im Rahmen meiner Analyse verschiedener politisch engagierten Selbstpublikationen habe ich mehrere Kriterien zur Beurteilung der visuellen Sprache ausgewählt.

- 1 Cover
- 2 Wirkung
- 3 Bilder
- 4 Typografie
- 5 Layout
- 6 Farbigkeit
- 7 Politische Themen
- 8 Formulierung der Inhalte

Titel
Hotcha! Nr. 23

Auflage
keine Angabe

Jahr
1969

**Autor*innen/
Gestalter*innen**
Urban Gwerder
Hotcha!-Sippe

Preis
CHF 1

Umfang
ca. 8 Seiten

Druckverfahren
Offset

Format
ca. 210 x 305
mm

Papier
Angabe nicht
möglich (Scans)

Bindung
nicht gebunden

Farbe
Schwarz-Weiss

Abbildungen
S.48-49

35
«Wir Publizieren»
Onlinesammlung
(2020)

Allgemeine Informationen

Die Zürcher Untergrundpublikation *Hotcha! – Fun Embryo Information* von Urban Gwerder lief über 4 Jahre und es gab insgesamt 57 Ausgaben davon. Sie beschreibt sich selber als eine «kreative Sippenzeitung für Subkultur, alternative Mutation, (R)evolution, Bewusstseinsweiterung, Leben, bizarre und Community-Bedürfnisse.»³⁵

Cover

Das Cover ist mir sofort ins Auge gefallen, deshalb habe ich es auch ausgewählt. Es wirkt, obwohl es Graustufen sind, ziemlich laut und vor allem durch den Gesichtsausdruck des Mannes, ziemlich wütend. Dies wird von der Explosion in oberen Teil der Seite noch verstärkt. Ich finde es interessant, dass man dem Cover nicht unbedingt eine Zeitschrift zuschreiben würde. Ich finde es könnte genauso gut als Poster funktionieren.

Wirkung

Die Gestaltung des *Hotcha!* sieht grösstenteils strukturiert und übersichtlich aus. Es gibt keine Überlappungen von Bild und Text und es wurde mit Titeln gearbeitet. Eine Doppelseite besteht nur aus Bildern des Künstlers H.R. Giger, welche in ein Raster gesetzt worden sind. Die Publikation hat auf jeder Seite einen weissen Rand, was eine gewisse Aufgeräumtheit schafft.

Bilder

In der Publikation sind Fotografien, Reproduktionen von Kunstwerken sowie Illustrationen zu finden. Sie sind fast alle entsprechend der Zeilenbreite platziert worden. Die Qualität ist gut und das Motiv ist klar erkennbar. Die Reproduktionen der Kunstwerke von H.R. Giger sind in einem Raster platziert. Die Bilder funktionieren entweder als Begleitbild zum Text oder selbstständig, vor allem die Illustrationen, als kleine Anekdote. Auf Seite 6 gibt es mehrere kleine, sehr unterschiedliche Illustrationen, die zu den jeweiligen kleinen Veranstaltungsinserate stehen.

Typografie

Durch die Publikation hindurch wurde sehr unterschiedlich mit Typografie umgegangen. Die Fliesstexte wurden mit Schreibmaschine geschrieben und andere kleinere Texte von Hand. Ein Zeitungsartikel in Serifenschrift ist hereinkopiert. Die Fliesstexte haben eine unterschiedliche Zeilenbreite, welche eingehalten wird. Es wurde mit Titeln gearbeitet, die viele verschiedene Schriftarten umfassen. Alles in allem ist es sehr übersichtlich und es gibt eine klare Leserichtung. Die Typografie scheint mir sehr bewusst gesetzt worden zu sein.

Layout

Das Layout ist klar strukturiert, aber es gibt kein erkennbares Raster, das sich gesamthaft durchzieht. Die einzelnen Seiten sind sehr beladen und es gibt so gut wie keinen Weissraum. Dadurch fallen mir persönlich die weissen Ränder auf, die der ganzen Publikation einen Rahmen geben. Das Text-Bild-Verhältnis ist ziemlich ausgeglichen. Ich finde es sehr toll, dass die Doppelseite in der Mitte nur Bilder beinhaltet und keinen Text. So bekommen sie viel mehr Wirkung, als wenn noch Text dabei wäre. Die Inserate-Seite bringt einen interessanten Bruch in die Publikation. Ich finde es schön, dass sie eine persönliche Note einbringt. Auf zwei Seiten wurde mit dem 1/3 – 2/3 Prinzip gearbeitet, was nicht nur schön aussieht, sondern auch eine gewisse Konsistenz bringt.

Farbigkeit

Die ganze Publikation ist in schwarz und weiss gehalten (andere Ausgaben sind teilweise farbig).

Politische Themen

Im Einleitungstext werden schon Themen wie politische Haltung und Engagement angesprochen und eine klare Meinung dazu ausgedrückt. Die Publikation beschäftigt sich im Vergleich zu anderen mit eher wenigen Themen (sie hat aber auch vergleichsweise wenige Seiten), aber hat dazu eine sehr klare Position. Es wird hauptsächlich Kritik geübt und sehr klar Stellung bezogen. Zum Beispiel werden die Aussagen eines Pro-Olympiastadt-Zürich-Artikels auseinandergenommen und dagegen argumentiert. Auf Seite 7 gibt es eine Kolumne, die «free law» heisst, wo man sich gratis eine Rechtsberatung zu konkreten Ereignissen holen kann. In dieser Ausgabe werden so die Methoden der Polizei und das Rechtssystem hinterfragt und offen kritisiert. Kultur und vor allem deren Förderung scheint auch sehr wichtig zu sein. Nicht nur innerhalb des kleinen Porträt Gigers sondern auch bei den Veranstaltungsinseraten werden primär auf kulturelle Ereignisse hingewiesen und auf der hintersten Seite wird ein Autor

vorgestellt.

Formulierung der Inhalte

Die Formulierung der Texte in dieser Ausgabe ist informativ und will aufklären und kritisch sein. Die Inhalte werden primär über den Text vermittelt. Die Bilder übernehmen eher eine illustrierende Funktion, ausser natürlich bei den Arbeiten Gigers, die einen Auszug in sein Schaffen zeigen.

Allgemeine Informationen

Die Publikation *Züri brännt* ist eine Produktion des Videoladens Zürichs und erschien als Heft zum gleichnamigen Pamphlet und Dokumentarfilm von 1981. Der Film porträtiert die Zürcher Jugendbewegung von 1980. Diese Bewegung forderte Raum, Leben, Geld und «zwar subito». Sie setzte ein enormes kreatives Potenzial frei und veränderten Zürich.³⁶

Die Publikation beschreibt sich auf dem Cover selber als «das Buch zum Film mit vielen schönen Bildli». Es hat weder ein Editorial noch ein Inhaltsverzeichnis oder ein Impressum.

Cover

Das Cover wirkt sehr laut, weil es viele Komponenten hat. Der starke Schwarz-Weiss-Kontrast fällt direkt auf. Die Gestaltung des Titels *Züri brännt* ist vom gleichnamigen Film übernommen, eine Kombination aus Frakturbuchstaben der Titelschrift der *Neuen Zürcher Zeitung* und ausgeschnittenen Buchstaben aus Zeitschriften. Die kleineren Beschreibungen sind mit Schreibmaschine geschrieben. Das Covermotiv ist eine Collage aus Bildern sowie aus grafischen Elementen aus dem Vorspann des Films. Zu erkennen im Hintergrund ist eine Landschaft mit einer Wetterkarte von Hoch- und Tiefdruckgebieten. Die anderen Elemente kann ich nicht eindeutig identifizieren.

Wirkung

Die Publikation wirkt auf mich vor allem durch die Bilder laut und aufgeladen. Die Typografie ist an sich eher zurückhaltend in Zeitungsartikelloptik. Im Inneren der Publikation hat es im Vergleich zum Cover mehr Grautöne. Obwohl das Cover im Hochformat gehalten ist, muss man die Publikation dann als Querformat lesen. Auch hier ist wieder mit dem Mittel der Collage gearbeitet worden, was die laute, wilde Wirkung unterstützt. Jede Doppelseite enthält Bilder und Typografie. Grundsätzlich orientiert sich das Heft an der Punk-Ästhetik, ohne sie aber voll einzulösen. Da das Heft zum Film erschien, stellt sich die Frage, ob es überhaupt selbstständig verkauft oder einfach bei den Kinovorführungen verteilt wurde.

Titel
Züri brännt

Auflage
keine Angabe

Jahr
1981

**Autor*innen/
Gestalter*innen**
Videoladen
Zürich
Markus Sieber
Patrizia Loggia
Thomas Krempke

Preis
keine Angabe

Umfang
ca. 48 Seiten

Druckverfahren
keine Angabe

Format
ca. 145 x 205 mm

Papier
gestrichen ca.
90g/m²
Cover: ungestrichen ca. 150g/m²

Bindung
Broschüre,
2 Heftklammern

Farbe
Schwarz-Weiss

Abbildungen
S.50-51

³⁶
Vgl. Artfilm.ch (2020)

Bilder

Der Grossteil der Bilder sind Videostills, vermutlich alle aus dem Film *Züri brännt*. Hintergrund der Doppelseiten ist immer ein aufgezoogenes Videostill, worin das Motiv als solches nicht mehr erkennbar ist. Die Konturen auf den Stills sind meistens nicht definiert, so entsteht eine unpräzise, teils nervöse Stimmung. Es schafft einen Hintergrund aus vielen Grautönen und den typischen horizontalen Streifen im analogen Video. Auf den Hintergrund-Stills sind jeweils mehrere ca. 20 x 30 Millimeter grosse Bilder platziert. Auch diese sind oft nicht scharf fokussiert, und schaffen dadurch eine unruhige Stimmung. Es hat einige Bilder von Krawallen und Demonstrationen, sowie bewegte Bilder von Autobahnen oder Ähnlichem. Es hat generell sehr viele Bilder von Menschen. Auf den letzten Seiten hat es im Hintergrund grafische Schwarz-Weiss-Bilder ohne Graustufen mit vielen Strukturen. Ich kann kein Motiv identifizieren. Nach diesen Seiten kommen noch einige Abbildungen von Plakaten, die für Screenings des Films *Züri brännt* an verschiedenen Veranstaltungsorten werben, weshalb sie alle sehr unterschiedlich gestaltet sind.

Typografie

Die Typografie ist bis auf den letzten Teil der Publikation, wo die Filmplakate sind einheitlich. Es wurde mit einer Serifenschrift in einem dicken Schnitt gearbeitet, wodurch ein hoher Schwarzwert im Text entsteht. Die Textpassagen sind zum Teil in Blöcken, zum Teil in einzelnen Zeilen vom Original ausgeschnitten und auf der Seite platziert. Die Schrift ist immer schwarz auf weiss. Diese Textschnipsel sind schräg, vertikal oder horizontal platziert. Ich finde die Typografie im Gegensatz zu den Bildern ziemlich zurückhaltend, sie ist immer in der gleichen Schriftgrösse gesetzt, es gibt keine Titel. Deswegen fallen keine einzelnen Wörter oder Sätze auf oder heraus. Es gibt aber einzeln herausgeschnittene Zeilen, sie bekommen mehr Gewicht.

Layout

Das Layout der Publikation ist auf jeder Seite anders gestaltet. Es gibt weder Raster noch Satzspiegel. Textschnipsel stehen Bildern gegenüber oder sie liegen übereinander, auf den meisten Seiten ohne erkennbare Ordnung. Oftmals sind die Texte schräg gesetzt, und die Bilder gerade oder umgekehrt. Es sieht so aus, als ob das Layout anlehnend an Punk absichtlich zufällig gemacht wurde. Es gibt nicht immer eine eindeutige Leserichtung zwischen den Textschnipseln und keinen Zusammenhang zwischen den Bildern und den Texten, was einen als Leser*in ziemlich orientierungslos lässt. Es gibt auch keine Titel, weshalb ich,

ohne alles zu lesen nicht weiss ob ein neues Thema beginnt oder ob durch die ganze Publikation über dasselbe geschrieben wird.

Das Verhältnis zwischen Bild und Text ist variabel. Es gibt sowohl Seiten mit vielen Bildern und wenig Text, sowie Seiten mit wenig Bildern und viel Text. Es ist eine Flut an visuellen Reizen und ich weiss gar nicht, wo ich zuerst schauen oder lesen soll.

Farbigkeit

Die ganze Publikation ist schwarz und weiss, wobei es im Inneren im Gegensatz zum Cover auch Graustufen hat.

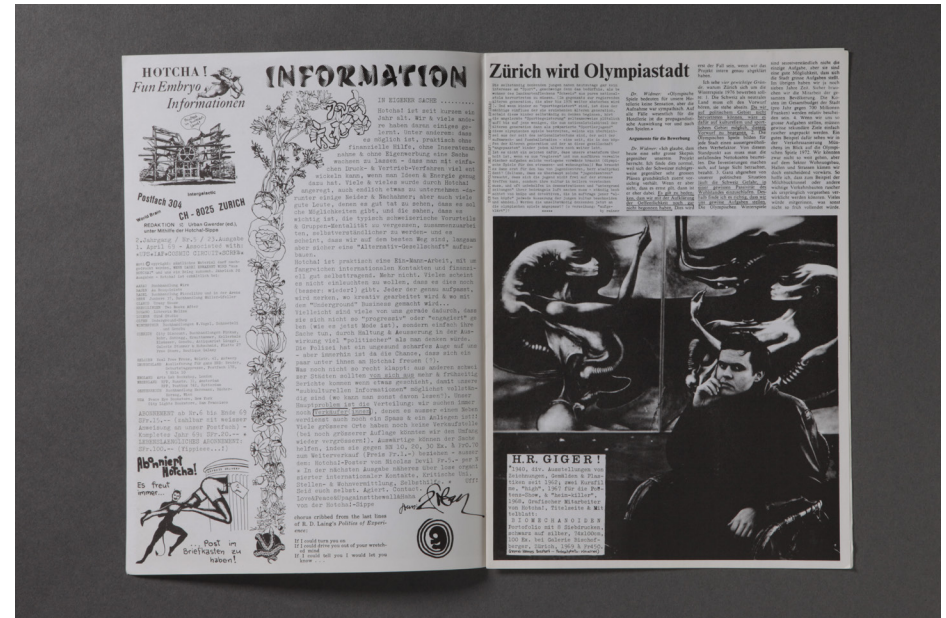
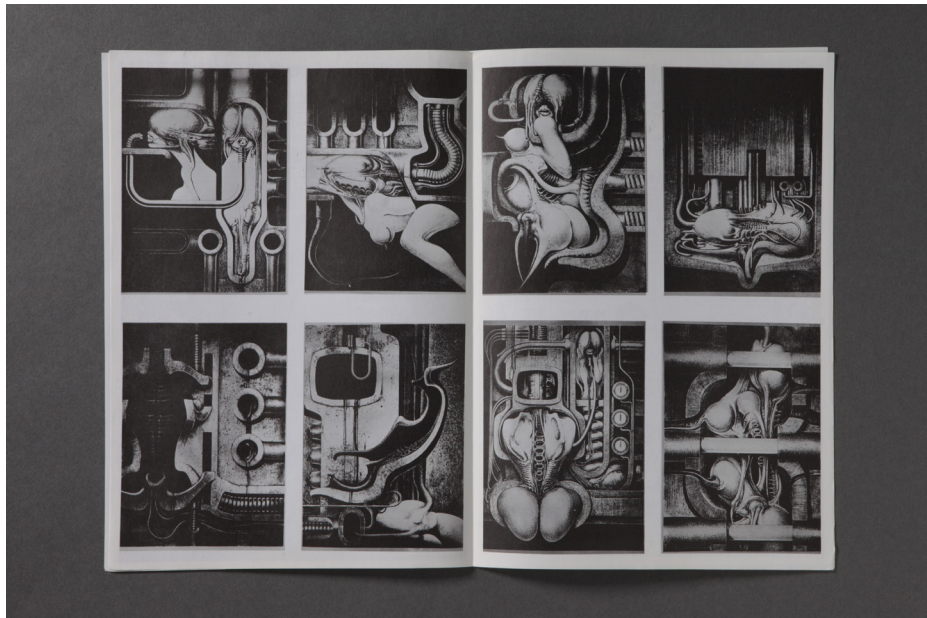
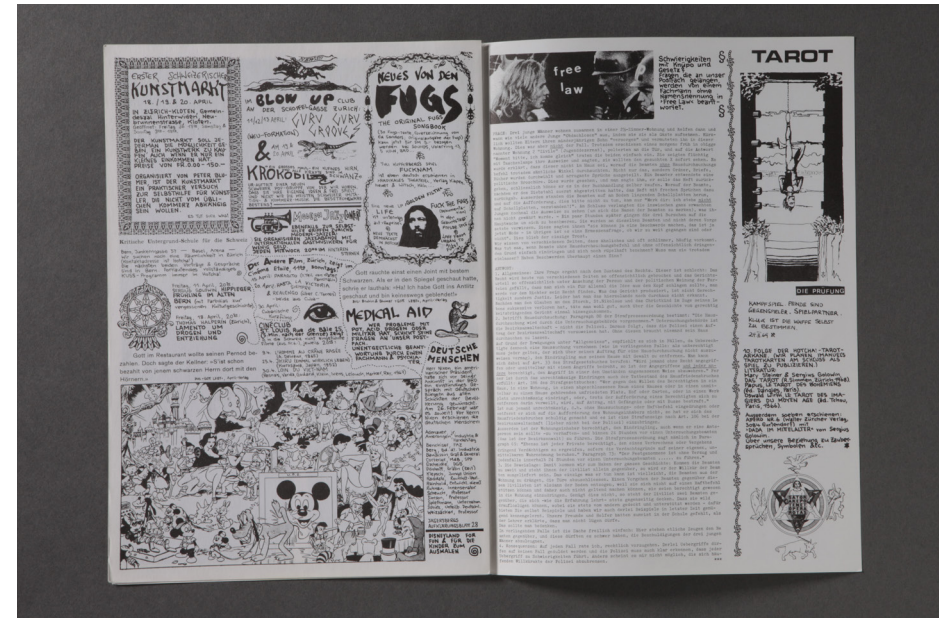
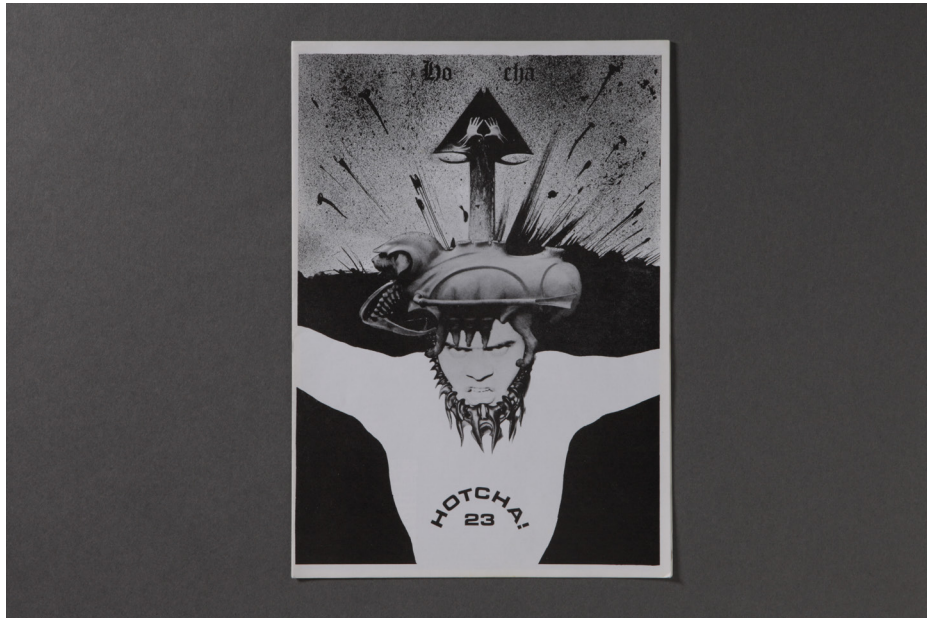
Politische Themen

Die Texte erzählen von einzelnen Ereignissen aus dieser Jugendbewegung von Zürich, wie zum Beispiel die Opernhauskrawalle oder die damaligen Forderungen nach einem autonomen Jugendzentrum. Dadurch werden unterschiedliche damals aktuelle politische Themen beleuchtet. Dies geschieht alles auf eine sehr subjektive Art, aus der Perspektive der Jugendlichen, der Unzufriedenen. Es wird viel Kritik an Politik, Stadt und System ausgeübt. Ich kann nicht genau feststellen wer erzählt bzw. ob oder wann die sprechende Person wechselt. Mir fehlen auch gewisse Hintergrundinformationen zu den einzelnen Ereignissen. Ich denke aber, dass man die bestimmt hatte, wenn man damals dabei war.

Es wird also zum einen über Geschehnisse informiert, aber auch hart kritisiert. Aufgeregte individuelle Erlebnisberichte weisen zusätzlich auf die Subjektivität dieser Publikation hin.

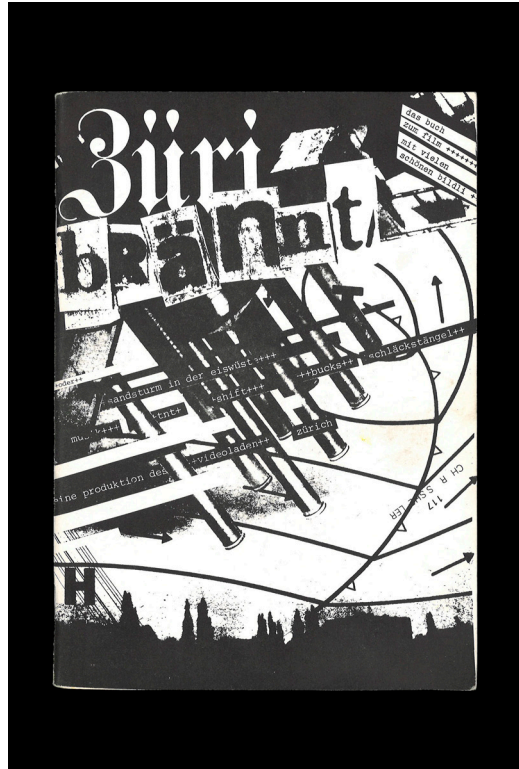
Formulierung der Inhalte

Die Formulierung der Texte in dieser Publikation ist auf der einen Seite zwar informativ aber gleichzeitig auch sehr persönlich und deswegen nur einseitig informativ. Die Texte sind auch auf eine gewisse Art poetisch, gerade weil sie aus einer persönlichen Perspektive geschrieben sind. Die Bilder vermitteln nicht unbedingt einen präzisen Inhalt, sondern mehr ein Gefühl. Durch die unruhige Ästhetik der Bilder bekomme ich eine Ahnung, wie die Stimmung damals gewesen sein muss. Zusammen mit dem Texten ergibt es ein realistisches Bild der Jugendbewegung.

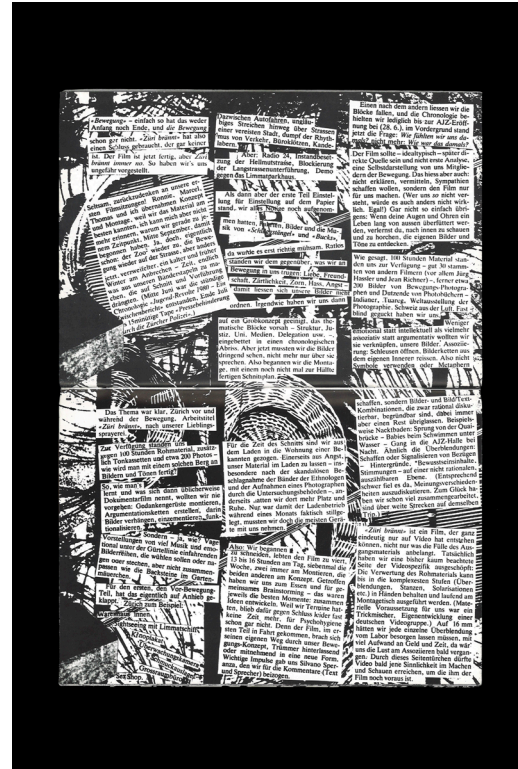


K, L Hotcha! Nr. 23 (1969)
Fotografien der Publikation

M, N Hotcha! Nr. 23 (1969)
Fotografien der Publikation

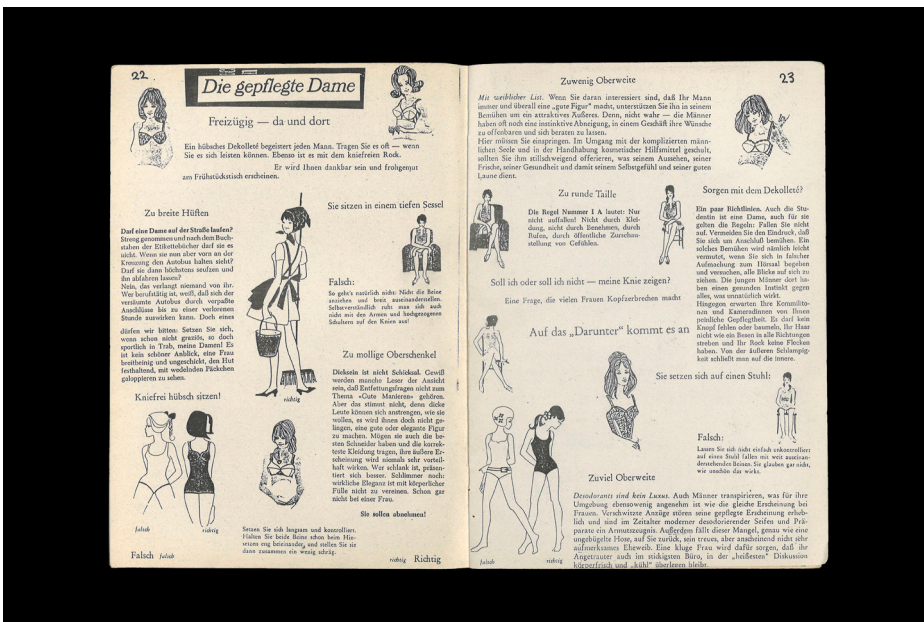


O, P **Züri brännt** (1981)
Scans der Publikation



Q, R **Züri brännt** (1981)
Scans der Publikation

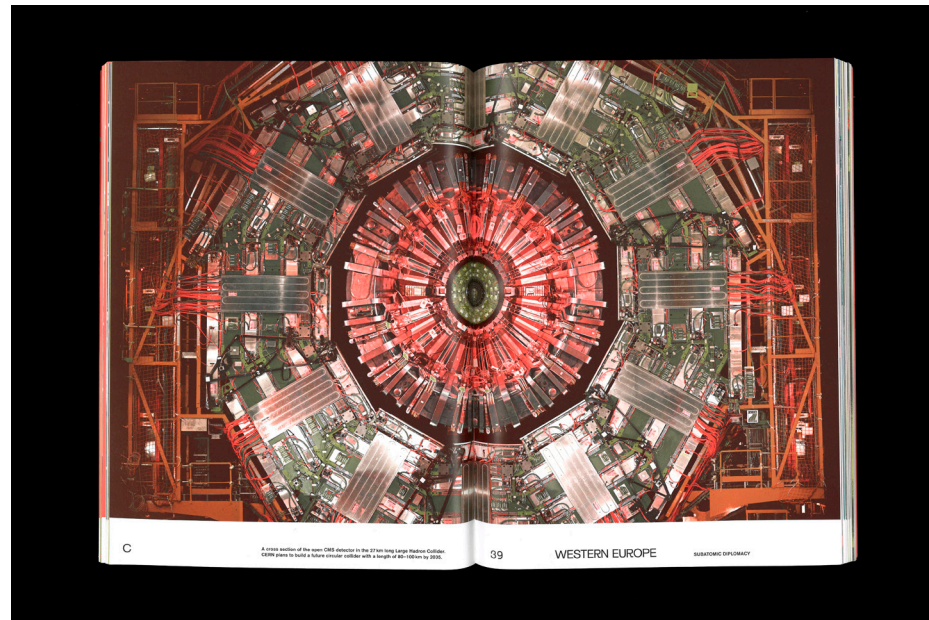




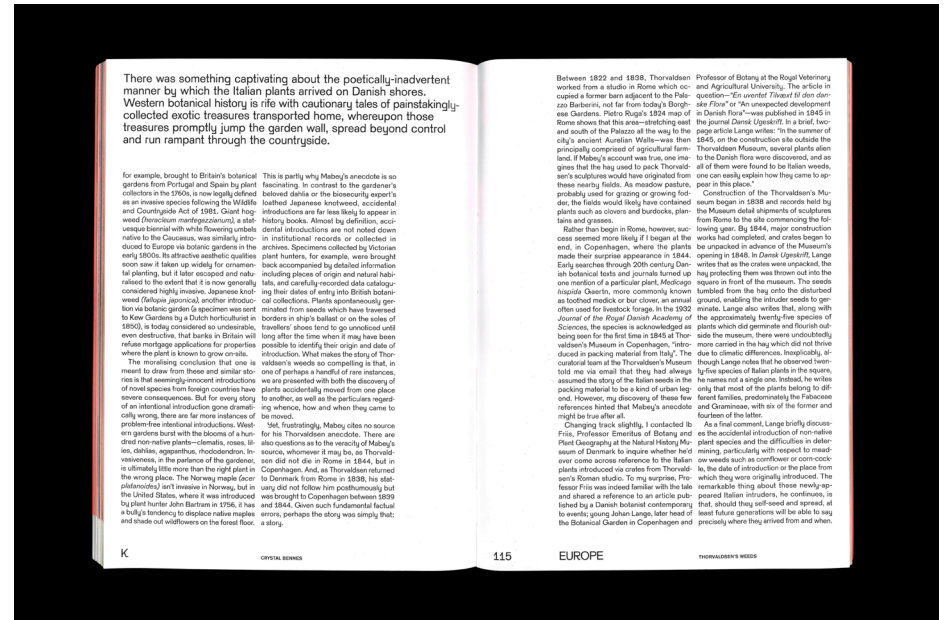
S, T BabybsetzerIn (1994) Scans der Publikation



U, V BabybsetzerIn (1994) Scans der Publikation



W, X Migrant Journal (2018) Scans der Publikation



Y, Z Migrant Journal (2018) Scans der Publikation

Allgemeine Informationen

Die vierte Ausgabe der *BabysetzerIn* erschien mit dem Untertitel *Baby Simulator*. Im Editorial der Publikation steht Folgendes: «Kleiner Heisst Nicht Billiger, die Quintessenz der Titelgeschichte in diesem Heft. Das gab es früher noch nicht! BABYbsetzerIn in SIMULATORFORM, athletische Figur in Rekordzeit, 100% geklaut, gesampelt und verdorben, Kraft, Schnelligkeit und Ausdauer ohne Verschleiss.»

Cover

Das Cover der Publikation fällt vor allem durch seine Farbe auf. Es arbeitet mit einem Komplementärkontrast zwischen Blau und Orange, der sofort ins Auge springt. Das Blaue Bild von zwei Männermodels ist auf das sonst orangefarbene Cover separat aufgeklebt. (Ob es bei jedem Exemplar dasselbe Bild ist?) Der Titel *Babysimulator* ist in Versalien und einer grossen Schriftgrösse gesetzt. Es wird durch mehrere Schriftgrössen eine eindeutige Leserichtung geschaffen. Die Gestaltung ist in ein sichtbares Raster eingepasst.

Wirkung

Die Publikation ist von der Gestaltung her sehr durchmischt, wahrscheinlich weil mehrere Leute daran gearbeitet haben. Fast jede Doppelseite sieht komplett anders aus als die vorherige. Auf den ersten Blick sehe ich einige humorvolle, und (hoffentlich) ironische Szenen. Auf den ersten beiden Seiten finden sich ein Editorial und ein Inhaltsverzeichnis. Beim Inhaltsverzeichnis hat es auch eine Adresse in Basel, wo man seine eigenen Beiträge hinschicken kann. Stilistisch ist es wohl beim Post-Punk einzuordnen.

Bilder

Es gibt keinen einheitlichen Umgang mit den Bildern. Die Motive sind alle sehr unterschiedlich, ich denke die meisten sind aus Magazinen oder Zeitungen ausgeschnitten. Bei vielen Bildern ist die Qualität aufgrund des (mehrfachen) Kopierens ziemlich schlecht. Die Mehrheit der Bilder illustriert die Texte, die dazu stehen. Es sind alles Fotografien, abgesehen von einem Collage-Comic, einzelnen gerasterten Bildern und

Titel
BabysetzerIn 4:
Babysimulator

Auflage
keine Angabe

Jahr
1994

**Autor*innen/
Gestalter*innen**
Root, Fifou,
Thomi, David
Nicholas, Nev

Preis
keine Angabe

Umfang
ca. 48 Seiten

Druckverfahren
keine Angabe

Format
ca. 147 x 210 mm

Papier
ungestrichen,
recycling ca.
90g/m²
Cover: ungestri-
chen, orange,
ca. 150g/m²

Bindung
Broschüre,
2 Heftklammern

Farbe
Schwarz-Weiss
Cover: 4 Farben
CMYK

Abbildungen
S.52-53

Illustrationen zum Artikel *Die gepflegte Dame*, die vermutlich aus einem Buch oder Magazin stammen.

Typografie

Wie bei den Bildern auch, gibt es bei der Typografie keinen einheitlichen Umgang. Fast jede Doppelseite verwendet eine andere Schriftart, sowohl mit als auch ohne Serifen. Einige Artikel sind handgeschrieben, einige mit der Schreibmaschine und wiederum andere sind kopierte Zeitungsartikel oder Magazine. Es wurde mit verschiedenen Schriftgrössen gearbeitet um Titel, Untertitel oder Fliesstext zu unterscheiden. Auf fast allen Seiten gibt es eine eindeutige Leserichtung. In einzelnen kopierten Artikel sind Wörter herausgeschnitten und von Hand neue eingefügt worden.

Layout

Das Layout orientiert sich an keinem Raster und ist auf fast jeder Doppelseite anders als zuvor. Einige Seiten lassen sich im Hochformat, andere im Querformat lesen. Das Bild-Text-Verhältnis ist nicht einheitlich. Manche Seiten haben viel Text, wenig Bild und umgekehrt. Dennoch sind die einzelnen Seiten ziemlich übersichtlich und ich weiss immer wo ich anfangen soll zu lesen.

Farbigkeit

Mit Ausnahme des Covers ist alles schwarz-weiss gedruckt.

Politische Themen

Die Texte des *Babysimulator* sind wie die Gestaltung auch, sehr vielfältig und es gibt nicht wirklich einen roten Faden durch die Publikation hindurch. Es werden mehrere gesellschaftlich relevante Themen wie zum Beispiel das Schönheitsideal der Frau, der Zustand des Planeten Erde oder das Berufsleben kritisiert. Dies geschieht vor allem durch Sarkasmus und Dekontextualisierung.

Ein Beispiel ist der Text *unsere Bullen* der sich grundsätzlich dem Tier widmet. Dadurch, dass es aber nicht in einem Tier oder Bauernmagazin steht, kann ich nicht anders als an die Polizei denken, wenn ich diesen Text lese.

Weiter werden auch interessante Bild-Text-Kombinationen gemacht, die die ursprüngliche Aussage völlig unpassend klingen lässt. Zum Beispiel der Satz «So wohnen junge moderne Leute» neben dem Bild eines Gefängnisses im Rohbauzustand. Auch das Christentum und die Polizei werden oft angeprangert, aber nie offensichtlich. Man muss den Humor verstehen, um die wirkliche Aussage zu verstehen.

Formulierung der Inhalte

Die Formulierung der Inhalte innerhalb dieser Publikation ist wie alles andere auch, sehr unterschiedlich. Es gibt zum einen informative Texte, aber zum anderen auch poetische Texte, der eine sogar von einem Kind geschrieben, die aber alle mit einer gewissen Note Sarkasmus gelesen werden sollten. Die Bilder funktionieren zum Teil einfach illustrierend, manche aber auch in Kombination mit Text als Sinnträger.

Allgemeine Informationen

Das *Migrant Journal* beschreibt sich selber als eine Publikation, welche den Kreislauf zwischen Menschen, Gütern, Informationen sowie Flora und Fauna rund um die Welt untersucht. Während Migration zwar zur Geschichte des Menschen gehört, ist das Thema heutzutage allgegenwärtig und passiert noch schneller mit noch komplexeren Zusammenhängen. Die Publikation untersucht die Zusammenhänge zwischen den besagten Elementen, welche alle auf gewisse Weise dem Begriff «Migration» zugeordnet werden können, um die heutige Gesellschaft verstehen zu können.³⁶

Cover

Das Cover des *Migrant Journal* ist von der Gestaltung her eher schlicht gehalten, wobei die Farbe sehr auffallend ist. Es wurde mit einer Farbkombination von grellem Orange und einem hellen Beige gearbeitet, wodurch ein gut ersichtlicher Kontrast entsteht. Neben der Typografie gibt es einzelne kleine Punkte, die auf den Titel *Micro Odysseys* und insofern auf die Mikroebene Bezug nehmen. Die Titel sind innerhalb der Serie alle gleich gestaltet worden und ist in dem Sinne nicht spezifisch auf die Ausgabe ausgelegt worden.

Wirkung

Die ganze Publikation wirkt auf mich sehr aufgeräumt und strukturiert. Die Bild- und die Textebene wurden strikt getrennt und alles ist an einem klaren Raster orientiert. Die Farben sind mir sofort aufgefallen, denn es wurde unter anderem mit fluoreszierendem Rot-Orange und Gold gearbeitet. Gesamthaft wirkt die Publikation wirklich sehr sauber und sehr professionell. So ist das *Migrant Journal* auch eine gute Werbung für das dahinterstehende Offshore Studio.

Bilder

In der Publikation wurde mit Fotografien sowie grafischen Illustrationen oder Infografiken gearbeitet. Der Umgang mit den Bildern ist konsequent. Die Fotografien wurden immer auf Doppelseiten platziert, wo abgesehen von der Bildbeschreibung in einem Streifen unterhalb des Bildes kein

Titel
Migrant Journal
5: Micro
Odysseys

Auflage
3000

Jahr
2018

Herausgeber*innen
Justinien
Tribillon
Michaela Büsse
Damáso
Randulfe
Isabel Seiffert
Christoph Miler

Preis
EUR 20

Umfang
ca. 127 Seiten

Druckverfahren
Offset

Format
ca. 181 x 245 mm

Papier
Profi Bulk
115g/m²
Cover: Colorplan
270g/m²,
Sandgrain
Prägung

³⁶
Vgl. Migrant Journal
(2020)

Bindung
Klebebindung
mit Umschlag

Farbe
4 Farben CMYK
2 Spezialfarben

Abbildungen
S.54-55

anderer Text steht. Die Fotografien sind dann entweder ganzseitig oder halbseitig aufgezogen. Die Illustrationen und die Infografiken wurden je nach Format entweder auf einer Doppelseite (Querformat) oder auf eine einzelne Seite (Hochformat) platziert. Die Infografiken beinhalten immer einen deskriptiven Text, die Illustrationen stehen meistens als Begleitbild zu der danebenstehenden Seite. Die Illustrationen und Infografiken wurden von Offshore Studio gestaltet. Die Fotografien sind von unterschiedlichen Fotograf*innen oder anderen Quellen.

Typografie

In «Micro Odysseys» wurde die beiden Schriften Migrant Grotesk und Akzidenz Grotesk verwendet. Migrant Grotesk ist eine eigens für diese Publikationsreihe angefertigte Schrift von Offshore Studio. Der Fliesstext ist in Migrant Grotesk in einem Blocksatz gesetzt und läuft jeweils über zwei Spalten. Zusätzlich gibt es Einleitungstexte, welche über die halbe oder gesamte Breite des Satzspiegels laufen. Verweise, Fussnoten und informative Texte in den Infografiken sind in Akzidenz Grotesk gesetzt. Die Verwendung von mehreren Schriftgrößen trägt zur Übersichtlichkeit bei und schaffen eine klare Leserichtung. Bei Interviews wurde mit verschiedenen grossen Einzügen gearbeitet, um die Konversation zu verbildlichen. Als weiteres typografisches Element wurden Linien, zum Beispiel zum Trennen der Fusszeilen, verwendet. Vor jedem Artikel gibt es eine Trennseite, wo mit einem grossen Titel die Autorin oder der Autor und der Titel des Artikels genannt werden. Die Typografie ist durch die gesamte Publikation hindurch sehr sauber gesetzt.

Layout

Das Layout ist klar strukturiert und orientiert sich an einem Raster. Die verschiedenen Artikel sind klar getrennt und alles ist sehr lesefreundlich aufgebaut. Die Publikation verwendet Text als Hauptinformationsträger und hat dementsprechend viel Text. Nichts desto trotz hat es genügend Bilder, welche während des Leses erfrischend sind. Den Bildern wird vor allem genügend Platz gelassen, dass man sie eingehend betrachten kann. Für mich ist das Bild-Text-Verhältnis so ziemlich aus-

geglichen und macht es angenehm zu lesen. Der Satzspiegel ist so gesetzt, dass er die gesamte Seite ausnützt aber trotzdem noch genügend Weissraum hat.

Farbigkeit

Die Publikation ist in 4 Farben (CMYK) mit zwei zusätzlichen Spezialfarben, nämlich fluoreszierendem Rot-Orange und Gold gedruckt. So sind zum Beispiel die Trennseiten vor jedem Artikel in dem leuchtenden Orange-Rot gedruckt. Die Infografiken bestehen nur aus den beiden Spezialfarben und Schwarz. In einige der Fotografien sind die beiden Spezialfarben im Farbprofil eingearbeitet worden, was ihnen eine unübliche Erscheinung gibt, was ich aber sehr spannend finde. Dadurch werden die Bilder noch zu einem zusätzlichen Eyecatcher. Soviel ich weiss, wurde dies auch durch die ganze Serie *Migrant Journal* durchgezogen, jede Ausgabe hat andere Spezialfarben. Dies halte ich für ein interessantes Konzept, dass die Buchreihe so zusammenzuhalten, aber gleichzeitig jede Ausgabe verschieden einzufärben.

Politische Themen

«Micro Odysseys» beschäftigt sich insofern mit politischen Themen, dass sie versuchen, Verbindungen zwischen Themen zu schaffen, welche auf irgendeine Weise mit Migration zu tun haben und somit auch mit unserer Gesellschaft. Diese Ausgabe beinhaltet mehrere Reportagen zu Mikroorganismen, die rund um die Welt stattfinden und als Grundlage für unser Leben auf dieser Erde fungieren. Insofern setzt sich die Publikation (und die ganze Publikationsreihe) meiner Meinung nach dafür ein, die grösseren Zusammenhänge von der stattfindenden Migration aller Dinge auf dieser Erde zu verstehen und kritisch zu betrachten.

Formulierung der Inhalte

Die Inhalte dieser Publikation sind sehr informativ und ziemlich objektiv, wobei durchaus ein kritisches Auge auf die Themen geworfen wird. Die Texte sind zwar der primäre Informationsträger, aber die Bilder sind nicht wegzudenken, gerade für das Leseerlebnis. Die Infografiken sind ebenfalls wichtige und gelungene Informationsträgerinnen, um Daten zu vereinfachen. Texte und Bilder sind im Einklang und funktionieren zusammen gut als Informationsträger.

Durch die Analyse meiner Fallbeispiele konnte ich einige Erkenntnisse über die Gestaltung und Inhalte von politisch engagierten Selbstpublikationen gewinnen. Da ich im Rahmen meiner Arbeit nur vier Exemplare analysieren konnte, ist mir bewusst, dass diese Erkenntnis nicht unbedingt repräsentativ für die riesige vorhandene Vielfalt an Selbstpublikationen sein kann.

Die für mich wichtigste Erkenntnis war, dass die Generierung der Inhalte, die Gestaltung und so die ganze Realisierung einer Selbstpublikation sehr persönlich ist. Die Selektion der Inhalte sowie Entscheidungen über die Gestaltung hängt sehr mit dem Zeitgeist und den persönlichen Vorlieben zusammen. Obwohl vermutlich nicht jedes meiner Fallbeispiele professionell oder bewusst gestaltet wurde, wurde immer bewusst entschieden, ob die Gestaltung der Publikation den Autor*innen wichtig ist oder nicht. So haben sich z.B. die Autor*innen und/oder Gestalter*innen des *Migrant Journal* sich für ein konsequentes Gestaltungskonzept entschieden. Im Gegensatz dazu haben sich die Schaffenden des *BabybsetzerIn* bewusst dafür entschieden, kein Gestaltungskonzept zu haben. Es ist auf jeden Fall klar, dass man sich im Prozess des Schaffens einer Selbstpublikation an einem Punkt für einen der beiden Wege entscheiden muss. Darüber hinaus nehmen die finanziellen Mittel einen grossen Einfluss auf die Gestaltung und Umsetzung. Ausser dem *Migrant Journal* sind alle Exemplare sehr preiswert produziert worden, damit sie günstig verkauft werden konnten und natürlich weil man nicht grosse Geldressourcen hatte, um etwas produzieren zu lassen. Das *Migrant Journal* aus dem Jahr 2018 wurde hochwertig produziert, hat einen grossen Umfang und ist dementsprechend teuer. Diesbezüglich muss auch gesagt werden, dass es durchaus auch viele aktuelle Beispiele gäbe, die immer noch möglichst preiswert produziert werden und dementsprechend nicht so teuer sind. Natürlich sind auch die Produktionsmöglichkeiten seit den 1960er-Jahren drastisch einfacher und günstiger geworden, was es einem heutzutage eher ermöglicht, etwas Aufwändiges zu produzieren.

Sowie die Gestaltung, sind auch die Inhalte auf die persönlichen Vorlieben abgestimmt und gehen mit dem aktuellen Zeitgeist mit. Mir ist jedoch aufgefallen, dass die Inhalte auf der einen Seite informieren wollen, auf der anderen Seite kritisch sind und die Leser*innen zum eigenständigen Denken anregen wollen, um Zusammenhänge zu verstehen. Es werden in allen analysierten Zines über aktuelle, gesellschaftlich relevante Themen geschrieben. Die Bild- und die Textebenen übernehmen unterschiedliche Rollen ein, wobei die Textebene in den meisten Fällen der primäre Informationsträger ist. Um so schöner finde ich die Momente, in denen Bilder als Informationsträger genutzt werden, wie in der analysierten Ausgabe des Heftes *Hotcha!*

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Gestaltung innerhalb dieser Publikationen eine unterschiedliche Relevanz hat, doch wird beim Inhalt immer darauf geachtet, dass er relevant und interessant ist.

5 Fazit

Die Kultur des Selbstpublizierens hat, wie wir gesehen haben, eine lange historische Entwicklung erlebt. Menschen waren gezwungen, kritische, politische, religiöse, oppositionelle und viele weitere Schriften aus dem Untergrund zu publizieren und zu vertreiben. Durch dieses Arbeiten im Untergrund entstanden schon früh Verbände und Communities, die sich gegenseitig unterstützten. Wegweisend für das heutige Verständnis von Selbstpublikationen waren vor allem die aktivistischen Gegenbewegungen ab den 1960er-Jahren. Damals wurden Selbstpublikationen als gängiges Mittel zur Verbreitung von Inhalten innerhalb von Szenen benutzt, vor allem, um das bestehende System zu kritisieren und Mitmenschen zum Denken anzuregen. Selbstpublikationen, insbesondere Zines oder Fanzines waren essenziell für gewisse Fangruppierungen, um kritische sowie positive Meinungen zu Themen innerhalb der Szene auszutauschen. Sich mitzuteilen, seine persönliche Meinung mit anderen auszutauschen und so Gleichgesinnte zu finden, war und ist ein zentrales Anliegen, wenn man eine Selbstpublikation macht.

Heute sind wir (hier) zwar nicht mehr gezwungen, aus dem Untergrund zu publizieren, aber der Wunsch, nicht zu den Massenmedien zu gehören, ist massgebend dafür, selbst zu publizieren. Die Möglichkeiten haben sich im Zuge der Digitalisierung massiv ausgeweitet und das Verständnis einer Selbstpublikation hat sich teilweise verändert. Man muss nicht mehr ein Printprodukt schaffen, um eine Nische zu erreichen, sondern kann das auch ganz bequem online machen. Einen Kontrast zum Üblichen, eine unabhängige Berichterstattung, eine Publikation schaffen, von der man sich wünscht, dass sie existiert. Dies alles skizziert einen Teil der Beweggründe, welche dazu beitragen, dass die Selbstverlag-Kultur heute noch existiert und innig gepflegt wird.

Das Hauptmerkmal von Selbstpublikationen ist natürlich, dass sie bei keinem Verlag erschienen sind. Der Inhalt, die Produktion und die Distribution sind selbstbestimmt. Dies entweder von einer einzelnen Person oder einem Kollektiv. Auch das Miteinbeziehen von Gastbeiträgen ist nicht unüblich in einer Selbstpublikation. In den meisten Fällen werden Selbstpublikationen nicht industriell gefertigt, sondern möglichst preiswert mit einfachen Mitteln. Wichtig zu erwähnen ist, dass die Initiantin oder der Initiant des Projekts die gesamte Verantwortung trägt, auch finanziell. Oft wird angestrebt, dass die Publikation ein Sammelobjekt wird, zum Beispiel durch die Limitierung der Auflage. Selbstpublikationen sind von der Erscheinung her sehr individuell, in verschiedenen Formen, Grössen und Farben. Auch die Inhalte sind so divers, wie sie nur sein können. Vermutlich findet man, wenn man lange genug sucht, ein Magazin für jedes Nischenthema, und wenn nicht, dann macht einfach selber eins!

Design und Politik oder politisches Engagement haben Einiges gemeinsam

und zukünftig werden Designer hoffentlich eine grössere Rolle spielen, wenn es um Problemlösungen in gesellschaftlich relevanten Fragen geht. Insbesondere Grafikdesigner*innen tragen eine grosse Verantwortung, denn sie befinden sich in einer potenziellen Machtposition, von der aus man Inhalte in der Gesellschaft verbreiten und Bilder in der Gesellschaft prägen kann. Trotz des Internets ist dafür auch der öffentliche Raum relevant, denn er gilt immer noch als ein Ort, wo Menschen zusammenkommen und sich eine Meinung bilden, Gleichgesinnte treffen oder protestieren, was essenziell ist, um eine Demokratie aufrechtzuerhalten.

Im öffentlichen Raum waren Zines und andere Selbstpublikationen nur in Ausnahmefällen überhaupt sichtbar. Die hier besprochenen Zines betreiben im engeren Sinn auch keine Politik, aber sie zeigen eine sehr engagierte Haltung, scheinen also durchaus zur Meinungsbildung beigetragen zu haben. Ich würde sagen, dass im grossen Teil der Masse an Selbstpublikationen politisches Engagement nicht wirklich eine Rolle spielt, allgemeines Engagement hingegen schon. Vielen geht es einfach darum, etwas selbst in die Hand zu nehmen, zu organisieren, und zu schaffen. Die intensive Auseinandersetzung mit einem spezifischen Thema in einer Publikation können wir durchaus als Engagement bezeichnen. Wie erwähnt sehe ich es persönlich als politischen Akt und auch als Kritik am bestehenden System, wenn man sich dagegen entscheidet, den kommerziellen Weg einzuschlagen. Wenn an etwas publiziert, trägt man immer eine Verantwortung für den Inhalt, den man in die Welt setzt, und dessen sollten sich alle bewusst sein, die das machen. Historisch gesehen spielt politisches Engagement in Selbstpublikationen eine grosse Rolle, doch aktuell sehe ich davon eher weniger. Eine Ausnahme bildet natürlich die Sparte der Selbstpublikationen, die als Ziel setzen, sich politisch zu engagieren. Dies geschieht heute eher innerhalb von ohnehin schon politisch-aktivistischen Gruppierungen, Vereinen oder Parteien.

Als Gestalterin in der visuellen Kommunikation habe ich den gekonnten Umgang mit Inhalten gelernt und kann gezielt Methoden anwenden, um einen Inhalt herüberzubringen. Ich weiss, dass ich in dieser Position eine Verantwortung trage und nehme diese auch ernst.

Innerhalb einer Publikation habe ich die Möglichkeit mit der Text- und Bildebene zu arbeiten um Inhalte gezielt zu kommunizieren. Grob unterteilt stehen mir dazu drei Möglichkeiten zur Verfügung: Ich kann Inhalte auf eine objektive, informative, ernsthafte Art kommunizieren und so Wissenslücken bei potenziellen Leser*innen schliessen und Zusammenhänge ersichtlich zu machen. Als zweite Option steht mir die Möglichkeit offen auf eine persönliche, subjektive und vielleicht eher poetische Art auf Umstände aufmerksam machen. Natürlich muss

innerhalb dieser Methode auch ein gewisser Informationsfluss stattfinden. Ich kann auch eine Mischung der genannten Methoden anwenden um mein Ziel, eine Selbstpublikation, die sich politisch engagiert, zu erreichen. Das Wichtigste ist, dass die Inhalte relevant sind und ich eine eindeutige Haltung dazu einnehme, wie auch immer sie sein mag. In Bezug auf die Gestaltung stehen mir alle Möglichkeiten frei, ich habe gesehen, dass es eine riesige Vielfalt an Varianten gibt und ich kann mich dem bedienen, was mir hilft, meinen Inhalt klar zu kommunizieren.

Für den praktischen Teil meiner Bachelorthesis habe ich einige Erkenntnisse aus dieser Arbeit gewonnen, die mir bei der Umsetzung von Nutzen sein werden.

Inhaltlich ist es wichtig, dass ich mich mit aktuellen, gesellschaftlich relevanten Themen auseinandersetze. Dazu sollte ich eine eindeutige Haltung einnehmen, mit der sich potenzielle Leser*innen identifizieren können oder die sie ablehnen können. Es ist durchaus erlaubt und sogar erwünscht, dass ich den Inhalten eine persönliche Note gebe, um eine gewisse Individualität zu schaffen.

Gestalterisch stehen mir alle Türen offen, Hauptsache es «funktioniert» schlussendlich. Mir ist es persönlich wichtig, dass eine Publikation übersichtlich gestaltet ist und ein gutes Leseerlebnis stattfinden kann. Zusätzlich wird es wichtig sein, dass ich die Publikation möglichst kostengünstig und ökologisch produzieren kann, ohne dass der Inhalt oder die Gestaltung darunter leiden müssen. Ich werde mir auch Gedanken über die potenzielle Distribution und Bewerbung meiner Publikation zu machen, ob ich eine Website dazu haben möchte und was diese Website beinhalten soll. Ich fände es auch sehr interessant und hilfreich, andere Gestaltende als Gastbeitragende einzuladen.

Ich freue mich nach dieser Theoriearbeit sehr darauf, mein eigenes Projekt auf die Beine zu stellen und eine Publikation zu produzieren, bei der ich über alles bestimmen darf.

6 Anhang

- Artfilm.ch, Züri brännt (2020)
<https://www.artfilm.ch/zueri-braennt>
 Aufgerufen am 09.03.2020
- Banz, Claudia (2016)
 Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft
 Bielefeld
- Beinert, Wolfgang (2018)
 Grafikdesign
<https://www.typolexikon.de/grafikdesign/>
 Aufgerufen am 25.02.2020
- Biel, Joe/Brent, Bill (2017)
 Make a Zine! Start your own underground publishing revolution (3. Auflage)
 Portland
- Brockhaus Enzyklopädie Online, Engagement (2020)
<https://brockhaus.de/ecs/enzy/article/engagement-allgemein>
 Aufgerufen am 25.02.2020
- Brockhaus Enzyklopädie Online, Grafikdesign (2020)
<https://brockhaus.de/ecs/enzy/article/grafikdesign>
 Aufgerufen am 25.02.2020
- Brockhaus Enzyklopädie Online, Selbstverlag (2020)
<https://brockhaus.de/ecs/enzy/article/selbstverlag>
 Aufgerufen am 26.02.2020
- Collins Wörterbuch, Zine (2020)
<https://www.collinsdictionary.com/de/worterbuch/englisch/zine>
 Aufgerufen am 26.02.20
- Commentz, Sonja (2011)
 Show me yours, I'll show you mine, in:
 Klanten, R.: Behind the Zines: Self-publishing Culture, S. 4-7
 Berlin

- Duden Online, Gegenkultur (2020)
<https://www.duden.de/rechtschreibung/Gegenkultur>
 Aufgerufen am 03.03.2020
- Duncombe, Stephen (2017)
 Notes from underground: zines and the politics of alternative culture
 (3. Auflage)
 Portland
- Fischer, Bob (2006)
 Der Rocksreiber als Star, in:
 Grand, L.: Hot Love: Swiss Punk & Wave 1976-80, S. 124-129
 Zürich
- Harms, Wolfgang (1985)
 Deutsche illustrierte Flugblätter des 16. Und 17. Jahrhunderts
 Berlin
- Hutter, Andres (2016)
 Schweizer Radio und Fernsehen, Artikel vom 25. Oktober 2016
 Print ist nicht tot: diese Magazine zeigen warum
<https://www.srf.ch/kultur/gesellschaft-religion/print-ist-nicht-tot-diese-magazine-zeigen-warum>
 Aufgerufen am 13.03.2020
- Migrant Journal (2020)
<https://migrantjournal.com/pages/about>
 Aufgerufen am 11.03.2020
- NGBK: Neue Gesellschaft für Bildende Kunst, (2000)
 Politisch/Soziales Engagement & Grafikdesign
 Berlin
- Rancière, Jacques (2007)
 Das Unbehagen in der Ästhetik
 Wien

- Recklies, Mara/von Borries, Friedrich (2018)
 Show you are not afraid: Über das Zusammenspiel von
 Design, Protest und Konsum, in:
 Rogger, B. et al.: Protest: Eine Zukunftspraxis, S. 170-172
 Zürich
- Rogger, Basil (2018)
 Oz, East Village Other, Hotcha!: Das Phänomen der Untergrundpresse, in:
 Rogger, B. et al.: Protest: Eine Zukunftspraxis, S. 251-255
 Zürich
- Thoburn, Nicholas (2016)
 Anti-Book: On the art and politics of radical publishing
 Minneapolis
- Triggs, Teal (2010)
 Fanzines: The DIY Revolution
 London
- Wir Publizieren, Onlinesammlung (2020)
<http://www.wir-publizieren.ch/de/catalogue/>
 Aufgerufen am 11.03.2020

- A Sauritt und Sackpfeifenesel, Flugblatt (1545)
 Quelle: https://digital.staatsbibliothek-berlin.de/werkansicht?PPN=PPN863143253&PHYSID=PHYS_0001&view=picture-download
- B Dada 3, Magazincover (1918)
 Tristan Tzara
 Quelle: <https://digital.kunsthhaus.ch/dadaismus/en/dada-on-paper#!artwork/dada-3-tristan-tzara>
- C OZ Magazine, Magazincover (1967-1973)
 Quelle: <https://isabelleliddall.com/OZ-MAGAZINE>
- D Hotcha! Nr. 35, Magazincover (1969)
 Quelle: <http://www.hotcha.ch/hotcha%20zeitschrift.html>
- E Boycott Nestlé, Plakat (1979)
 San Francisco Poster Brigade
 Quelle: <https://www.emuseum.ch/objects/194548/boycott-nestle--for-unethical-promotion-and-sale-of-infant?ctx=f47eae7a-089b-417a-8a2e-dbd0f6540daa&idx=0>
- F Nein zur Durchsetzungsinitiative, Plakat (2016)
 Hubertus Design
 Quelle: <https://hubertus-design.ch/project/kampagne-gegen-die-durchsetzungsinitiative/>
- G Show you are not afraid, Plakat (2011)
 Mikael Mikael
 Quelle: <https://www.mikaelmikael.com/de/show-you-are-not-afraid/posterkampagne>
- H, I, J Nein zur Selbstbestimmungsinitiative,
 Screenshot eines animierten Bildes (2018)
 Viola Zimmermann
 Quelle: <https://www.instagram.com/violazimmermann/>

- K, L Hotcha! Nr. 23 (1969)
 M, N Gwerder, Urban
 Zürich
 Quelle: <http://www.wir-publizieren.ch/de/catalogue/>
- O, P Züri brännt (1981)
 Q, R Videoladen Zürich
 Zürich
 Quelle: Eigene Darstellung
- S, T BabybsetzerIn 4: Babysimulator (1994)
 U, V David/Fifou/Nev/Nicholas/Root/Thomi
 Basel
 Quelle: Eigene Darstellung
- W, X Migrant Journal 5: Micro Odysseys (2018)
 Y, Z Büsse, Michaela/Randulfe, Damáso/Tribillon Justinien (hrsg.) (2018)
 London
 Quelle: Eigene Darstellung
- Cover Eigene Abbildung

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen bedanken, die durch ihre Unterstützung, Inspiration und Motivation zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben.

Ein grosses Dankeschön an Michael Hiltbrunner, Katrin Winkler, Peter Glassen, Richard Winkler, Alex Siebert, Angie Ehram, Livia Kauer, Pia Zibulski und Yema Salzmann.

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende schriftliche Arbeit selbstständig angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken und Aussagen sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde bisher weder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt noch veröffentlicht.

Bern, 27.03.2020

*NAOMI
MATHYS.*

Naomi Mathys

Mentorat Michael Hiltbrunner
Schrift Lausanne

© Naomi Mathys
 BA Theoriearbeit
 BA Visuelle Kommunikation
 Hochschule der Künste Bern
 2020