

# „Schlachtfeld Popkultur“



Magazinmacher über Blätter  
abseits des Mainstreams:  
Das Popkulturmagazin „skug“  
porträtiert „fiber. werkstoff“  
für feminismus und  
popkultur“.

Didi Neidhart\*

Feminismus und Pop ist so ein Begriffspaar, bei dem die (männlichen) Reaktionen nicht selten heftig ausfallen. Zwar sind starke Frauen (vorzugsweise Bassistinnen) schon okay, Girl-Groups sowieso klasse, aber das widerspricht ja nicht der Ablehnung feministischer Theorien als spaßtötendes Werkzeug von Pop-Analysen und dem dabei auch immer heimlich geäußerten Verdacht des „Kampflesbentums“.

Für *fiber* hat die Kombination von Pop und Feminismus aber zuerst einmal ganz simple Gründe. „Wir sind feministisch denkende und lebende Frauen und interessieren uns für Popkultur“, so Mitherausgeberin Hanna Sohm. Punkt. Es geht aber

auch komplexer: „Wir greifen Popkultur als ein Terrain für gesellschaftliche, hegemoniale wie auch minoritäre Entwicklungen in der Massengesellschaft, als ein Schlacht- und Testfeld, wo sich soziale, politische und ökonomische Diskriminierung und Hierarchisierung aber auch Widerstandsformen dagegen organisieren.“ So die für *fiber* immer noch gültige Definition des Vorläufermagazins *nylon*. Klingt kompliziert, ist es auch.

## „politics of pleasure“

Warum sollte ausgerechnet ein derart komplexes Feld easy sein, wo es zwischen (Gender-)Mainstream (desperate Hausfrauen und Gilmore Girls zwischen Sex, Studium und City), Queer Theories (Judith Butler) und

„Gendertronics“ auch immer um konkrete (zwischenmenschliche) Lebensentwürfe geht?

Umso bemerkenswerter, wie locker und kurzweilig in *fiber* geschrieben wird. Da werden schon mal Fanherzen ausgeschüttet und populistische „politics of pleasure“ betrieben. Bestes Hirnschmalzfutter also, das aber auch gern äußerst inspirierende Kopfnüsse verteilt.

Dazu Mitherausgeberin Sara Paloni: „Es geht um eine lustvolle, selbst bestimmte Aneignung von popkulturellen Phänomenen und darum, die männliche Dominanz in diesem Bereich zu verändern. Wir sind ein Magazin für Popkultur mit politischem Anspruch. Das scheint oft nicht ins feministische Image zu passen. Aber wir sind auch ein Medium, das verschiedene feministische Positionen und Ansätze nebeneinander vertritt.“

Dabei ist der Lesestoff nicht alles, sind symbolische Räume nicht die einzigen, die besetzt werden wollen. Das reicht von Festen, über



„fiber-Salons“, öffentlichen AutorInnensitzungen (!) und Workshops bis hin zur Diskussionsreihe „Kontroverse“, wo das diskursive Futter für die jeweils aktuelle Schwerpunktausgabe produziert wird.

In puncto Selbstaubeutung ist *fiber* fast symptomatisch: keine kontinuierlichen öffentlichen Förderungen, also Finanzierung über Verkauf von Heften, Anzeigen und T-Shirts. Das deckt nur die Druckkosten und ist angesichts des professionellen Layouts fast unvorstellbar.

\*Didi Neidhart (42) ist  
Chefredakteur von „skug“.

Langfassung, mehr Porträts:  
[derStandard.at/Magazine](http://derStandard.at/Magazine)

DER STANDARD **Webtipp:**  
[www.fibrig.net](http://www.fibrig.net), [www.skug.at](http://www.skug.at)