

Sibylle Feucht (*1968, lebt in Basel, Schweiz und Pisa, Italien)

(aus: rolf staub, 2001, in: diplomarbeit "mobile home - eine ausstellung" nachdiplomstudium "kunst", universitaet bern)

„Home“ besteht aus einer Serie von 6 Illfochrome Bildern (je 100cm x 100cm) und einem zusätzlichen Illfochrome Bild (200cm x 200cm), welche die im Internet hauptsächlich vorkommenden Home Buttons in Extremvergrößerung zeigen. Es handelt sich um jene Bildchen, die wir sonst nur im Miniaturformat kennen und routinemäßig mit der Maus anklicken, um nach dem Surfen im Cyberspace in den wirklichen Raum zurückzufinden.

Feuchts Arbeit basiert auf einer Recherche der im Internet vorkommenden Home Buttons, die sich auf die sieben in der Arbeit „Home“ gezeigten Grundtypen reduzieren lassen (Feuchts Recherche beschränkte sich auf die in der westlichen, industrialisierten Welt vorkommenden Home Buttons sowie auf die zweidimensionalen, also nur die Fassade zeigenden Ikonogramme).

Feuchts Arbeit lässt uns über die Begriffe Heimat und Zuhause im Zeitalter des Cyberspace nachdenken. Die Extremvergrößerung der einzelnen Bilder und die Serialität der Arbeit lassen uns nicht nur die Ikonographie der einzelnen Buttons bewusstwerden, sondern überraschen uns auch mit der Erkenntnis, dass wir jedesmal ein stereotypisches, mittelständisches Einfamilienhäuschen, zum Teil mit Vorgärtchen und Blumenschmuck am Fenster, anklicken, wenn wir im Internet surfen.

Gemäß Marshall McLuhan (1964) ist jedes Medium, das wir benutzen, eine Ausweitung des Körpers.¹ Das „Händchen“ der MacIntosh Programme, das für uns Dokumente per Mausclick greift, ist vielleicht das beste Beispiel dafür, wie das Medium Computer eigentliche Körperfunktionen ersetzt. Der Gebrauch von Medien führt gemäß McLuhan zu einer Selbstamputation des ersetzten Körperteils und verursacht einen Stress des Zentralnervensystems, den wir mit Alkohol, Sport und Zerstreuung wieder abbauen müssen.² In diesem Zusammenhang sehe ich die Home Ikonogramme, die uns Feucht vergegenwärtigt: Das vertraute Bild des nostalgischen Häuschens, das wir nach dem Gebrauch des Supermediums Internet anklicken, soll unser gereiztes Zentralnervensystem wieder ins Lot bringen!

Als Fortsetzung der Arbeit „Home“ erstellte Feucht zehn Home Buttons, welche auf Stereotypen anderer Länder und Kulturen basieren (z.B. ein Iglu, ein Tipi, eine Pagode, ein Zulu-Kraal). Diese Home Buttons werden auf einer animierten Website gezeigt werden und werden frei herunterladbar sein.

„Orphans“ ist wie die Arbeit „Home“ eine Untersuchung der durch das Internet generierten Bilder. Anders als bei „Home“ verwendet Feucht für diese noch nicht abgeschlossene Serie Bilder, die sie direkt vom Internet herunterlädt. Ging es bei der Arbeit „Home“ um die Nutzer und deren Bedürfnisse nach Orientierung, richtet sich Feuchts Interesse bei „Orphans“ auf Dritte, in diesem Fall Waisenkinder, die zur Adoption ausgeschrieben werden. Wiederum arbeitet Feucht mit dem Konzept der Serialität und Vergrößerung. Mit Plastikmaterial (Schmelzperlen, Marke „Halma“) erstellt sie Kinderportraits (56cm x 56cm), die den Charakter der Pixel des Internet beibehalten. Die entstandenen Portraits ähneln Fahndungsbildern, wie wir sie von Krimis im Fernsehen her kennen. Die auf den Bildern erscheinenden Kinderportraits sind nicht nur elternlos, sie wirken auch heimat-, ort- und geschichtslos. Wie Konsumgüter sind sie per Mausclick interkontinental verfügbar und verschiffbar.

Das von Feucht benutzte Plastikmaterial sind kleine Plastikknöpfe, die auf eine Kunststoffunterlage gesetzt und mittels Hitze zusammengeschweißt werden. Die Defragmentierung der Portraits kommt durch die Pixelqualität des Materials zum Ausdruck. Bei diesen dem Pointillismus entsprungenen Bildern geht es nicht um gemalte Portraits von Freunden wie bei Chuck Close. Menschen und Bilder werden zur Ware. Plastic rules.

¹ Marshall McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man*, New York: McGraw-Hill Book Company: 1964, p. 42.

² „Whereas pleasure is a counter-irritant (e.g. sports, entertainment, and alcohol), comfort is the removal of irritants.“ Vgl. Marshall McLuhan, *Understanding Media. The Extensions of Man*, New York: McGraw-Hill Book Company: 1964, p. 43.