

## **Sociale media: van internetkunst naar post-internetkunst**

Rens Scholten

5536677

[L.scholten2@student.uu.nl](mailto:L.scholten2@student.uu.nl)

25-04-2019

Bachelor scriptie kunstgeschiedenis

Begeleidster: Dr. Hestia Bavelaar

Woorden: 8778

Aantal pagina's: 33

## **Samenvatting (abstract)**

Wat is de invloed van sociale media op de overgang van internetkunst op post-internetkunst? Door een vergelijkend literatuuronderzoek tracht deze scriptie antwoord te geven op deze vraag. Er is veel debat over de inhoud van de term 'post-internet' onder kunstenaars en critici. Kunstenaar Gene McHugh heeft de term beschreven als de houding tegenover ons dagelijks internetgebruik. De term wordt gebruikt om ons toenemende internetgebruik te beschrijven, sociale media spelen hierin een belangrijke rol. Binnen de internetkunst wordt er gekeken naar de eerste sociale media zoals e-mail en hoe internetkunstenaars hier gebruik van maakten. Internet veranderde van een wereld voor geïnteresseerden naar een toegankelijk medium voor iedereen, Web 2.0 (vanaf 2001). Sociale media zoals MySpace en Facebook ontstonden met de popularisatie van het internet. De toename van internetgebruikers heeft internetkunstenaars nieuwe thema's laten opnemen. Sociale media werd door de internetkunstenaars omzeild in de vorm van blogs zoals Nasty Nets. Door de toename van sociale media en de invloed hiervan, is er een verschuiving te zien binnen de internetkunst. Post-internetkunstenaars gebruiken sociale media op een geheel eigen wijze. Er wordt nog steeds kritiek geleverd, maar hiervoor gebruiken zij de sociale media zelf. Actuele thema's als privacy, identiteit en de invloed op de offline wereld worden onderzocht in de kunst van Bartholl, Ulman en Dullaart. De rol van publiek gaat een belangrijkere rol spelen binnen de post-internetkunst in vergelijking met internetkunst. Waar internetkunst vooral gericht was op technische aspecten zoals coderen, gaat het bij post-internetkunst vooral om het gebruik van internet en sociale media. Sociale media heeft voor een ander publiek op het internet gezorgd en de connectiviteit tussen mensen versneld. Dit heeft geleid tot een nieuw soort kunst.

## **Inhoudsopgave**

- Inleiding                      Pagina 4
- Hoofdstuk 1                    Pagina 6
- Hoofdstuk 2                    Pagina 11
- Hoofdstuk 3                    Pagina 20
- Conclusie                        Pagina 29
- Bronnenlijst                    Pagina 31

## Inleiding

Het is vandaag de dag mogelijk om een hele dag non-stop verbonden te zijn met het internet. Dankzij onze smartphones, tablets en laptops hebben we de mogelijkheid om alles wat we zien en horen te delen met onze vrienden die aan de andere kant van de wereld leven. Het internet heeft onze wereld sterk met elkaar verbonden. De laatste paar jaren is de optimistische houding tegenover het internet enorm afgenomen. Op het nieuws zien we vaak dat kinderen verslaafd zijn, dat internet een medium is waar leugens en 'fakenews' worden verspreid en dat al je gegevens worden opgeslagen, zonder dat je dit weet. De voordelen van sociale media werden echter ook naar voren gebracht: het is dankzij Facebook dat het nieuws van de Arabische Lente in 2010 naar voren kwam en dat de censuur in China wordt bekritiseerd door kunstenaar Ai Wei Wei. Het internet van 1989 is niet meer te herkennen in ons hedendaags internet. Het heeft in ruim dertig jaar een enorme evolutie doorgemaakt. Van een 'ouderwets' en lastig te begrijpen platform, alleen toegankelijk voor geïnteresseerden en technuten, naar een open toegankelijk en makkelijk bereikbaar medium.

Internet werd een open medium met de komst van Web 2.0. De term Web 2.0 is bedacht door Tim O'Reilly in 2001 en gaf daarmee de overgang aan naar een nieuw sociaal internet. Internet veranderde op vele vlakken: technisch, economisch, maar ook vooral sociaal. Het internet was niet meer een gesloten wereld, maar een open gemeenschap.<sup>1</sup> Het is ook na deze scheiding dat de grote sociale mediabedrijven opkomen: Facebook (2004), YouTube (2005) en Twitter (2006). Of het gebruik van internet een voordeel is, is een levende discussie die al lang wordt gevoerd. Verschillende schrijvers en filosofen hebben over dit onderwerp geschreven, maar er komt geen eenduidig antwoord uit. Tegenstanders van sociale media en internet zoals Andrew Keen en Manuel Castells geven argumenten voor de antisociale werking van internet en sociale media.<sup>2</sup> Voorstanders geven exact de tegenovergestelde argumenten. Het debat gaat vandaag de dag nog steeds door.

Met de veranderende rol van internet in de maatschappij, verandert ook de kunst die te maken heeft met dit genre. In de jaren '90 is met het begin van internet ook de eerste vorm van internetkunst ontstaan. Naarmate het internet en zijn aantal gebruikers groeide is ook de internetkunst veranderd. Met de komst van Web 2.0 zijn meer mensen internet gaan gebruiken, met als gevolg dat internet geen medium meer was voor alleen kunstenaars en technici. Hierdoor is ook de internetkunst veranderd. Het hedendaagse internet is niet meer los te zien van het dagelijks leven. Deze verandering in gebruik van internet heeft binnen de kunstwereld geleid tot een nieuwe fase van internetkunst. De term die hieraan wordt verbonden is 'post-internet'. Post-internet en post-internetkunst zijn relatief nieuwe begrippen in de kunstwereld. Doordat de termen zo nieuw zijn, is er nog weinig eensgezindheid onder schrijvers en kunstenaars over wat de term precies inhoudt. In deze scriptie wordt er onderzocht wat de invloed is geweest van sociale media op de overgang tussen internetkunst en post-internetkunst. Hoe heeft sociale media bijgedragen aan de overgang tussen internet- en post-internetkunst?

---

<sup>1</sup> Tim O'Reilly "What's Web 2.0," O'Reilly, last modified 30-09-2005, <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.

<sup>2</sup> Andrew Keen, *De digitale afgrond. Hoe de huidige sociale revolutie ons eenzamer en hulpelozer maakt*, trans. Theo van der Ster (New York: Constable, 2012).

Om deze vraag te kunnen beantwoorden moeten er een paar aspecten eerst worden uitgelicht. Wat is post-internet en hoe verhoudt kunst zich met deze term? Het debat om post-internet is al een aantal jaar aan de gang en heeft al verschillende essays en boeken voortgebracht. De literatuur die dit debat behelst is geschreven door zowel critici als kunstenaars.<sup>3</sup> Door verschillende visies op post-internet te combineren zal er een definitie worden geformuleerd die zal worden gebruikt in dit essay. Het onderzoek naar post-internet is geheel theoretisch. In het eerste hoofdstuk wordt er een kort overzicht gegeven van de literatuur die de term heeft geïntroduceerd en van reacties uit de kunstwereld. De relevantie van het debat is te zien aan de recente uitgaves over post-internet. Veel tijdschriften en boeken zijn uitgegeven om over dit onderwerp te discussiëren. Deze scriptie is een kleine bijdragen vanuit een andere invalshoek. Er is geschreven over sociale media en post-internet, maar niet over de invloed op de post-internetkunst.

Om de relaties tussen zowel internet- als post-internetkunst met sociale media te onderzoeken, moeten er representatieve kunstwerken uit beiden genres worden geanalyseerd. Hoe gingen internetkunstenaars om met de eerste sociale media? Hoe gaan post-internetkunstenaars om met dit medium? Internetkunst heeft een andere relatie met internet en sociale media dan post-internetkunst en dit wordt in twee aparte hoofdstukken onderzocht. De geschiedenis van internetkunst zal worden onderzocht aan de hand van verschillende literatuur in het tweede hoofdstuk. Doordat de term post-internetkunst niet vast staat, kan er ook niet worden gesproken over een groep post-internetkunstenaars. Hiervoor is er een selectie gemaakt van drie hedendaagse kunstenaars die worden getypeerd als post-internetkunstenaars, Aram Bertholl, Amalia Ulman en Constant Dullaart. Deze kunstenaars zijn al gevestigd binnen museale instituties en daardoor al erkend als kunstenaars. Door deze post-internetkunstenaars te vergelijken met de internetkunstenaars zal er een verschil uitkomen in gebruik van sociale media, maar ook een verklaring voor deze verschillen.

---

<sup>3</sup> Met critici worden voornamelijk kunstcritici bedoeld. Dit zijn ook curatoren en kunstrecensenten. Doordat de lijn tussen kunstenaar, schrijver en curator binnen het huidige kunstdiscours vervaagd word de term critici hiervoor gebruikt.

## **Hoofdstuk 1: Post-internet als kunststroming**

Voor er een analyse gemaakt kan worden van internetkunst en het begin van de sociale media op het internet moet er worden gekeken naar het begrip post-internet. Dit is een relatief nieuwe term en is door zowel kunstenaars als theoretici benaderd en bediscussieerd. De verschillende benaderingen van post-internet heeft ertoe geleid dat er geen eenduidig antwoord is op de vraag wat post-internet nu precies is. In dit hoofdstuk worden de meest belangrijke en recente teksten besproken die vanuit verschillende invalshoeken de term benaderen. Door de verschillende aspecten te combineren wordt de term post-internet meer invulling gegeven en daarmee internetkunst en post-internetkunst vergeleken.

### **Periodisering en houding**

De term 'post-internet' werd voor het eerst geformuleerd door kunstenaar en curator Marisa Olson (1977). Zelf was Olson internetkunstenaar en werkte ze nauw samen met andere internetkunstenaars als Guthrie Lonergan, Vuk Cosic en Heath Bunting. Dit deed zij in 2006 tijdens het door curator Lauren Cornell georganiseerde debat tussen verschillende internetkunstenaars om de toekomst en geschiedenis van internetkunst vorm te geven. Cornell was toentertijd de hoofdredacteur van kunstwebsite Rhizome. Deze website was opgezet in de tijd dat internet en internetkunst net vorm begonnen te krijgen. Cornell had het debat mede opgezet om het tienjarig bestaan van Rhizome te vieren. In die tien jaar stond Rhizome aan de basis van internetkunst en Cornell wilde de tien jaar van Rhizome gebruiken om de verandering van internetkunst te laten zien.<sup>4</sup> In het debat gaf Olson aan dat ze, naast internetkunst, ook werkt met videokunst. Ze sprak over internetkunst en kunst buiten het internet. Kunst na het internet werd daarna door Olson aangegeven als post-internet.<sup>5</sup> Olson verklaarde dat ze met post-internet een referentie maakte aan de term 'postmodernisme'. Voor haar is de term postmodernisme simpelweg de opvolging van modernisme, een tijdsaanduiding waarin men kritisch terugkijkt. Post-internet was voor Olson niet meer dan de periodisering van het internet in verschillende fasen.<sup>6</sup>

Olson heeft met deze kleine opmerking het debat omtrent post-internet zijn eerste vorm gegeven. Post-internet was niet de enige term die werd gebruikt voor het veranderende internet. In een interview met curator Thomas Beard had Guthrie Lonergan de verandering van het internet aangegeven met de term 'internet aware'. Voor Lonergan begon zijn internetkunst met het surfen op het internet en het opstellen van lijsten en links op zijn blog. Hij verklaarde dat internet zo groot is dat het zinloos is om iets geheel nieuws te bedenken, omdat het waarschijnlijk toch al is gedaan. Lonergan probeerde met 'internet aware art' de verschuiving van internet naar de offlinewereld te brengen. Hij wilde hiermee de technologie die aan internet verbonden is, zoals het maken van websites, veranderen. Het maken van websites is niet meer van belang voor internetkunst, het gaat nu vooral om het maken van inhoud op de websites. Lonergan bedoelde hiermee dat de verschuiving van internetkunst vooral lag op technisch vlak.

---

<sup>4</sup> Lauren Cornell, "Net Aesthetics 2.0 Conversation, New York City, 2006: Part 1 of 3," in *Mass Effect: Art and the Internet in the Twenty-First Century*, ed. Lauren Cornell and Ed Halter (London: MIT Press, 2015) 99-100.

<sup>5</sup> Cornell, "Net Aesthetics 2.0 Conversation, New York City, 2006: Part 1 of 3," 102-103.

<sup>6</sup> Marissa Olson, "PostInternet: Art After the Internet," *Foam Magazine* 29, no. 4 (Winter 2011): 59-60.

Het draaide niet meer om coderen, websites maken en de limieten van het internet te onderzoeken maar om internet te gebruiken als gebruiksvoorwerp.<sup>7</sup>

De term post-internet werd pas conventioneel door het blog van kunstenaar en curator Gene McHugh. Het blog, genaamd *Postinternet (2009-2010)*, was opgezet door McHugh in samenwerking met de Warhol Foundation. In circa een jaar heeft McHugh zijn gedachten en observaties omtrent het hedendaags internet elke dag gedocumenteerd in een onlineblog. Het blog is in 2011 uitgegeven als boek met de hulp van kunstcriticus en curator van hedendaagse kunst Domenico Quaranta (1978). In de inleiding van het boek, geschreven door Quaranta, wordt het blog aangeduid als een kunstwerk dat valt binnen het post-internet. Quaranta ziet het blog als een soort performance kunst. Hij verklaart deze mening aan de hand van een thema dat McHugh heeft opgemerkt binnen de post-internetkunst. Volgens McHugh gaat het bij hedendaagse (post-)internetkunstenaars niet meer om een individueel werk dat online wordt geplaatst, maar om het gehele proces dat een internetkunstenaar doormaakt. Het publiek wordt aangemoedigd om de kunst te vinden in de internetervaring van de internetkunstenaar.<sup>8</sup> In de introductie stelt McHugh dat internet is veranderd van een professionele wereld die alleen toegankelijk is voor technici naar een wereld die toegankelijk is voor iedereen. Deze verschuiving binnen het internet is ook van belang voor internetkunstenaars. Waar internet eerst een medium was om kunst op te maken in allerlei verschillende vormen, is het nu een distributieplatform geworden. Kunstenaars kunnen vandaag de dag niet meer om het internet heen, of ze willen of niet. Alle vormen van zowel online als offlinekunst komen op het internet terecht. McHugh noemt deze verschuiving het 'erkennen' van het internet.<sup>9</sup> McHugh neemt hier de term van Olson over en geeft er een vergelijkbare definitie aan als Lonergan deed met 'internet aware'. Internet is alledaags geworden, en de kunstwereld is hierin meegegaan. Post-internet als term is volgens McHugh dan geen duiding voor een periode, maar een houding ten opzichte van het internet. Deze benadering van de term post-internet is meer geaccepteerd en wordt ook verder gebruikt in dit essay.

### **De rol van de post-internetkunstenaar**

De rol van internetkunst is met het post-internet veranderd. Daarmee is ook de positie van de kunstenaar veranderd. Curator Michael Connor liet zien dat de komst van de smartphone een belangrijke toevoeging aan het internet had gegeven en ervoor gezorgd had dat hiermee ook internetkunst was veranderd. De eerste iPhone, uitgebracht in 2007, was de eerste generatie van smartphones.<sup>10</sup> Met de komst van de smartphone is internet niet meer los te zien van het dagelijks leven. Connor beschrijft dat de term van Olson binnen een jaar

---

<sup>7</sup> Thomas Beard, "interview with Guthrie Lonergan," Rhizome, last modified 26-03-2008, last accessed 12-04-2019,

<http://rhizome.org/editorial/2008/mar/26/interview-with-guthrie-lonergan/>.

Olson, "PostInternet: Art After the Internet," 60-61.

<sup>8</sup> Gene McHugh, *Postinternet: notes on the internet and art, 12.29.09>09.05.10* (Brescia: LINK Editions, 2011) 1-2.

<sup>9</sup> In het boek schrijft McHugh de Engelse term 'Acknowledge' toe aan de veranderende houding ten opzichte van het internet. Ik vertaal dit met erkenning omdat dit het dichtst bij de lading van het woord komt.

McHugh, *Postinternet: notes on the internet and art, 12.29.09>09.05.10*, 5-6.

<sup>10</sup> De eerste iPhone wordt vandaag de dag meestal aangeduid als de iPhone 2g, refererend aan de snelheid van het internet op de telefoon. Ter vergelijking, vandaag de dag gaan we al richting de 5g.

omstreden was. Met de komst van de iPhone en andere smartphones is er geen 'na het internet' meer, men is constant verbonden.<sup>11</sup>

Deze constante stroom aan informatie via het internet heeft de rol van de kunstenaar en de kunst veranderd. Quaranta beschrijft in zijn boek de rol van digitale media in de hedendaagse kunst en dat aandacht via sociale media enorme invloed kan hebben. Teruggrijpend op het boek 'attention economy' van Thomas H. Davenport en John C. Beck uit 2001, stelt Quaranta dat de rol van het publiek belangrijker is dan ooit.<sup>12</sup> Quaranta is niet de enige die deze verandering ziet. Kunstenaar Brad Troemel (1987) beschrijft de toenemende rol van sociale media op post-internetkunst. In zijn essay *Athletic Aesthetics* beschrijft Troemel dat de rol van de kunstenaar op het internet en sociale media meer om het imago gaat, dan om de kunst. Troemel schrijft dat het voor de hedendaagse kunstenaar belangrijker is om een publiek te hebben, dan kunst te maken. Sociale media veroorzaken een culturele verandering waarin de kunstenaar meer werk moet creëren in een kortere periode. Troemel stelt dat de gigantische stroom van informatie in ons dagelijks leven onze manier van kijken naar kunst heeft veranderd. Er wordt niet meer gekeken naar een afzonderlijk kunstwerk, maar men ziet kunstwerken binnen een stroom aan verschillende werken. Dit heeft als gevolg dat de kunstenaar meer en matige werken moet produceren om naar voren te blijven komen in de top van bijvoorbeeld het Facebook nieuwsoverzicht. Daarnaast is het als kunstenaar nodig om complete transparantie te geven. Het kunstwerk van de kunstenaar moet vanaf het begin zichtbaar worden gemaakt voor het publiek, een studio waarin privé wordt gewerkt is een vorm van censuur. De verhouding van kunstenaar en publiek moet open zijn en, waar er commentaar wordt gegeven door publiek is het de taak van de kunstenaar om op zijn beurt daar weer op te reageren.<sup>13</sup> Kunsthistoricus David Joselit schrijft dat het bij post-internetkunst juist gaat om vervangbaarheid en herkenbaarheid en niet om uniciteit, in tegenstelling tot uniek.<sup>14</sup>

In een ander essay van Troemel gaat hij in op drie andere aspecten van post-internetkunst en sociale media: het verdwijnen van auteursrecht, er is geen eigendomsrecht op een kunstwerk meer en er is geen context meer nodig om een kunstwerk te begrijpen. Troemel gaat in op het laatste punt. Hij stelt dat je op twee manieren kan kijken naar kunstwerk. De eerste noemt Joselit de 'image fundamentalist'. Deze zien dat kunstwerken betekenis krijgen als ze samen worden gebracht met vergelijkbare kunstwerken. De tweede manier noemt Joselit de 'Image Neoliberal'. Hierbij is de rol van het kunstwerk niet bepaald door context maar door kwantiteit en de hoeveelheid mensen die het zien.<sup>15</sup> Daarnaast is de rol van de kunstinstututen, zoals musea en galerijen, veranderd. Troemel beschrijft dat een veertienjarig meisje meer invloed kan hebben dan de belangrijkste galerij.<sup>16</sup> Quaranta schrijft ook over de veranderende museale rol bij internet- en post-internetkunst. Hij verklaart dat de post-internetkunst is opgekomen als reactie op de institutionalisering van internetkunst. In de jaren 2000 was

---

<sup>11</sup> Michael Connor, "Post-internet: What it is and What it was," in *You are here: art after the internet*, ed. Omar Kholeif (London: SPACE, 2014) 60-61.

<sup>12</sup> Domenico Quaranta, *Beyond New Media Art* (Brescia: LINK Editions, 2013) 116.

<sup>13</sup> Brad Troemel, "Athletic Aesthetics," *The New Inquiry* 16, no. 10 (Augustus 2013) 1-4.

<sup>14</sup> Domenico Quaranta, "Situating Post Internet," in *Media Art: Towards a New Definition of Arts in the Age of Technology*, ed. Valentino Catricalà (Rome: Fondazione Mondo Digitale, 2015) 8.

<sup>15</sup> Brad Troemel, "Art after Social Media," in *You are here: art after the internet*, ed. Omar Kholeif (London: SPACE, 2014) 37-40.

<sup>16</sup> Troemel, "Art after Social Media," 38-39.



internetkunst aan het overgaan van een anti-institutionele kunstvorm naar een geïntegreerde vorm van digitale kunst. Internetkunst was in de jaren '90 opgezet om de museumwereld, die vrijwel verbonden was met digitale media, te omzeilen en op het internet een nieuwe rebelse kunstvorm op te zetten.<sup>17</sup> Deze vorm van institutionalisering is beschreven door internetkunstenaars Natalie Bookchin en Alexei Shulgin aan het eind van de jaren '90. In een soort manifest over de geschiedenis van internetkunst en de groepering *net.art* beschrijven ze 'de culturele lus'.<sup>18</sup> De twee internetkunstenaars beschrijven de overgang van internetkunst als radicaal nieuw, anti-institutionele kunstvorm, naar een opgenomen genre binnen de museale wereld. De lus benadrukt de constante verandering van de internetkunstenaars. Wie als internetkunstenaar wil opvallen en meedoen aan het kunstdiscours moet binnen de instituten werken.

### Kritiek

Post-internet is door zijn vele aspecten lastig te definiëren. Dit is ook de kritiek van zowel kunstenaars als theoretici. Kunstenaar Jennifer Chan geeft aan dat de kunstenaars die zich scharen onder de stroming post-internetkunst weinig met elkaar gemeen hebben en dat er geen richting in de kunststroming zit. De term is populair omdat deze nieuw is. Curator Ben Vickers stelde dat de term populair is gemaakt door studenten van kunstacademies en dat het niet meer is dan een term om kunst op de markt te brengen.<sup>19</sup> Ook schrijver Brian Droitcour is niet positief over de term. Voor hem is post-internet niet meer dan een excuus voor kunstenaars om objecten te maken die online komen te staan. De houding van kunstenaars en critici tegenover post-internet omschrijft hij als: 'ik zie het, wanneer ik het zie.' Voor Droitcour is post-internet niet meer dan een merk om de marktwaarde van de kunst omhoog te krijgen.<sup>20</sup> Droitcour ziet niet in dat internet daadwerkelijk veranderd is en dat internet ook een andere rol heeft in ons dagelijks leven dan in de jaren '90. Connor noemt dit de opnemings van internetcultuur in de 'normale' cultuur.<sup>21</sup>

Met de toenemende rol van internet in ons dagelijks leven begin 2000, is er een nieuwe relatie ontstaan tussen internet en kunst. Waar de internetkunstenaars van de jaren '90 in musea werden opgenomen, begon een nieuwe generatie kunstenaars op een nieuwe manier tegen internet aan te kijken. McHugh heeft beschreven dat we internet niet meer los kunnen zien van ons dagelijks leven, Connor heeft dit aangevuld door de rol van de smartphone te noemen. Door onze constante verbindingen met het internet hebben online sociale media een steeds grotere rol ingenomen in ons dagelijks leven. Dit heeft invloed op de huidige kunstinstellingen en kunstenaars. Troemel schrijft dat kunstenaars niet serieus meer worden genomen als ze geen complete transparantie tonen aan hun volgers. De rol van kunst is

---

<sup>17</sup> Quaranta, "Situating Post Internet," 7.

<sup>18</sup> The Cultural Loop is de naam van een hoofdstuk uit de internetpagina.

Natalie Bookchin and Alexei Shulgin, "Introduction to net.art (1994-1999)," Easylife, last modified 1999, last accessed 12-04-2019, <http://www.easylife.org/netart/>.

<sup>19</sup> Jennifer Chan, "Notes on post-internet," in *You are here: art after the internet*, ed. Omar Kholeif (London: SPACE, 2014) 117.

<sup>20</sup> Brian Droitcour, "The Perils of Post-Internet Art," *Art in America* 102, no. 10 (November 2014), available on: <https://www.artinamericamagazine.com/news-features/magazines/the-perils-of-post-internet-art/>.

<sup>21</sup> Connor, "Post-internet: What it is and What it was," 62.

hiermee veranderd. Waar kunstwerken eerst een product waren van een creatief proces, is het creatieve proces juist datgene wat het publiek wil zien. Kunstenaars moeten al hun stappen verantwoorden aan een online publiek en de stappen beargumenteren in reacties van volgers. Volgens Troemel gaat de kwaliteit van kunst zo achteruit omdat het niet meer gaat om het eindproduct, maar om een momentum dat moet worden vastgehouden. Om als kunstenaar ergens te worden gezien moet je in de nieuwsoverzichten van sociale media als Facebook en Tumblr blijven staan. Om in de nieuwsoverzichten te blijven staan, moet je veel kunst blijven produceren.

Post-internetkunstenaars gebruikt internet als podium om hun kunst te verspreiden. Het internet wordt ook wel gebruikt binnen de kunst maar is niet meer het belangrijkste aspect van de kunst. Internet en sociale media worden gebruikt om kunst te verspreiden onder publiek, en het sociale aspect van internet is onderdeel geworden van de kunst. Post-internetkunst gaat in op de mensen die internet gebruiken, niet meer om het internet zelf.

## **Hoofdstuk 2: Internetkunst en de eerste sociale media**

Om het gebruik van sociale media bij post-internetkunst te onderzoeken, moet er eerst worden gekeken naar de internetkunstenaars van de jaren '90 en begin 2000. Deze internetkunstenaars hebben de basis gelegd voor de post-internetkunstenaars. Hoe gingen de internetkunstenaars om met de eerste sociale media zoals e-mail, MySpace en blogs? Hoe werden deze media gebruikt in de kunst en welke boodschap werd er meegegeven aan de kunst?

Het begin van de jaren '90 wordt gekenmerkt door de eerste kleine projecten binnen de internetkunst. Tim Berners-Lee had in 1989 het eerste World Wide Web opgezet en daarmee het startschot gegeven voor het internet. In dezelfde tijd werd ook de scheiding tussen West- en Oost-Europa doorbroken met de val van het communisme en de Sovjet-Unie. De Oost-Europese en Russische kunstenaars zagen in het internet een nieuwe mogelijkheid om de lokaal georiënteerde kunstgemeenschap van de Sovjet-Unie breder te maken. De vrijheid van het internet was een grote verandering voor deze kunstenaars.<sup>22</sup> De eerste kunstwerken die we onder internetkunst kunnen scharen bestonden voornamelijk uit losse websites. De vroege internetkunstenaars konden zo elkaars werk makkelijk bekijken en van over de gehele wereld kwamen er steeds meer websites op. Correspondentie tussen verschillende kunstenaars werd ook makkelijker met e-mail en discussieboards (BBS).<sup>23</sup> Met de groeiende groep internetgebruikers ontstonden er steeds hechtere gemeenschappen op het internet. Dit was de eerste opstap naar de grote sociale media. Internetkunstenaars vormden websites als THE THING en Rhizome.org. THE THING werd opgericht in 1991 als een BBS en telefoonnetwerk. Wolfgang Staehle (1950) was hiermee een van de eerste kunstenaars die sociale media gebruikte om kunstenaars met elkaar te verbinden (zie afbeelding 1). Staehle was van grote invloed op THE THING, door zijn reputatie als kunstenaar en criticus. THE THING groeide zo uit tot een groot netwerk van kunstenaars die interesse hadden in de online kunst. Als galerij eigenaar had Staehle nieuwe ideeën over het verspreiden en verkopen van kunst. Hij zag dat een internetforum een ideale plek was om kunst te verspreiden. Staehle verkocht digitale afbeeldingen en geluidsfragmenten via het forum. Het eerste netwerk van THE THING was gevestigd in New York en daarmee vooral gericht op Westerse kunst, Oost-Europese kunstenaars hadden geen rol binnen dit netwerk. In Oost-Europa ontstond vier jaar later pas een tegenhanger in de vorm van The Syndicate (1995).<sup>24</sup> Al snel kwamen er meerdere lokale netwerken met dezelfde naam THE THING in West-Europa en groeide de gemeenschap langzaam.<sup>25</sup> Internet had vanaf het begin al veel potentie om als communicatiemiddel te worden gebruikt. De eerste projecten van kunstenaars op het internet zijn dan opgezet om elkaar sneller te verbinden. Hoewel er in de eerste helft van de jaren '90 nog niet echt kan worden gesproken van internetkunst werd er al wel gebruik gemaakt van internet door kunstenaars. De eerste sociale media die werden opgezet waren nog kleinschalig en op een nationaal niveau.

---

<sup>22</sup> Rachel Greene, *Internet Art* (London: Thames & Hudson, 2004), 19, 32.

<sup>23</sup> In het Engels staat BBS voor Bulletin Board System.

<sup>24</sup> Greene, *Internet Art*, 32-34 en 53-56.

<sup>25</sup> Klaus Ottmann, "The Thing International," ARS Electronica Catalog Archive, last accessed 29-03-2019, [http://90.146.8.18/en/archives/festival\\_archive/festival\\_catalogs/festival\\_artikel.asp?iProjectID=8654](http://90.146.8.18/en/archives/festival_archive/festival_catalogs/festival_artikel.asp?iProjectID=8654).



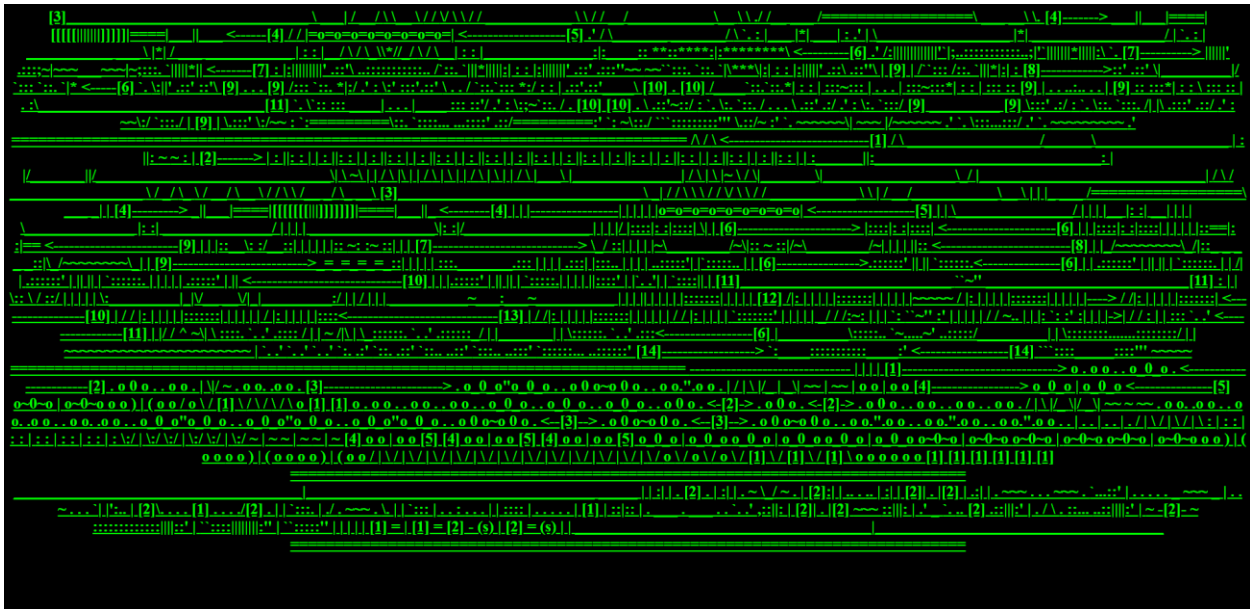
**Afb. 1:** THE THING, *THE THING*, c. 1992-1993, Screenshot van website, (Foto: Rachel Greene, *Internet Art*, [London]: Thames & Hudson, 2004, 56. © Wolfgang Staehle). Staehle zelf staat helemaal aan de linkerkant van de foto.

### Nettime.org en net.art

In 1995 begon een nieuwe fase binnen de internetkunst. In dat jaar komen de gevestigde namen binnen de internetkunst samen in Venetië om het internet en de kunst te bespreken. Deze kunstenaars zijn de oprichters van de internationale kunstenaarsgroep *Nettime.org*. De in 1995 gestarte e-maillijst omvatte een grote groep enthousiastelingen die zich bezig wilde houden met het internet. Onder hen was onder andere Geert Lovink (1959), Pit Schultz (1965), Vuk Cosic (1966) en Heath Bunting (1966). NetTime was een van de eerste internationale sociale media. E-mail mag niet worden onderschat als een belangrijke factor voor internetkunst. Daarnaast was 1995 ook het jaar dat internetkunstenaars Joan Heemskerk (1968) en Dirk Paesmans (1965) de website [www.jodi.org](http://www.jodi.org) online zetten (zie afbeelding 2). Deze website wordt vandaag de dag vaak gezien als een van de eerste internetkunstwerken.<sup>26</sup> Jodi.org was vernieuwend door in hun werk de codering van hun website bloot te leggen. Waar internet eerst voornamelijk werd gebruikt als een plek waar men afbeeldingen en tekst kon delen, veranderde jodi.org de websites zelf naar een kunstwerk.<sup>27</sup> Deze manier van werken, door codering en de HyperText Markup Language (HTML) letterlijk weer te geven, is overgenomen door andere internetkunstenaars van de jaren '90.

<sup>26</sup> Greene, *Internet Art*, 30.

<sup>27</sup> Cat Hope and John Ryan, *Digital arts: an introduction to new media* (London: Bloomsbury academic, 2014) 140-142.



**Afb. 2:** Jodi.org, [www.jodi.org](http://www.jodi.org), 1995, Screenshot van website, (<https://web.archive.org/web/20190419164815/http://www.jodi.org/>).

In zijn essay uit 2002 kijkt Geert Lovink terug op de eerste versie van Nettime.<sup>28</sup> Ze waren vooral kritisch op het commerciële gebruik van internet. In de Verenigde Staten werd internet voornamelijk gebruikt door bedrijven. Volgens Lovink was Nettime ook een protest tegen magazines zoals *Wired*. Dit was een tijdschrift dat ook was opgericht van het internet. Het communiceerde de nieuwe trend in de toen nog bekende media zoals televisie en papieren uitgaven. NetTime was een maillijst, wie zich aanmeldde via de mail kon zo op de hoogte worden gehouden van het debat dat zich vrijwel online afspeelde. Omdat iedereen iets te zeggen had, was er weinig diepgang binnen de debatten.<sup>29</sup> Verder waren er problemen tussen de NetTime abonnees. Er was een geschil tussen de 'hogere' intellectuelen en de 'normale' media geïnteresseerden. Waar er een verbintenis moest komen tussen de volgers van NetTime ontstond er een verhitte discussie over welke onderwerpen er moesten worden besproken, wie de meeste autoriteit had binnen de kunst en wat wel en niet moest worden opgenomen in de lijst van doelen die NetTime moest behalen binnen het internet.<sup>30</sup> NetTime was een discussieplatform, er werden afbeeldingen en fragmenten gedeeld maar er werd zelf geen kunst gemaakt. Vandaag de dag wordt de e-maillijst NetTime beschouwd als een van de eerste internetkunst projecten. Terugkijkend naar de jaren '90 en de eerste internetkunstenaars zien we dat deze e-maillijsten een belangrijke rol hebben gespeeld voor de verdere internetkunst. Jodi.org had voor NetTime het werk \*Yeeha gemaakt. Een e-mail waarin visuele aspecten en codetaal samen werden gevoegd en massaal werden doorgestuurd naar de volgers van

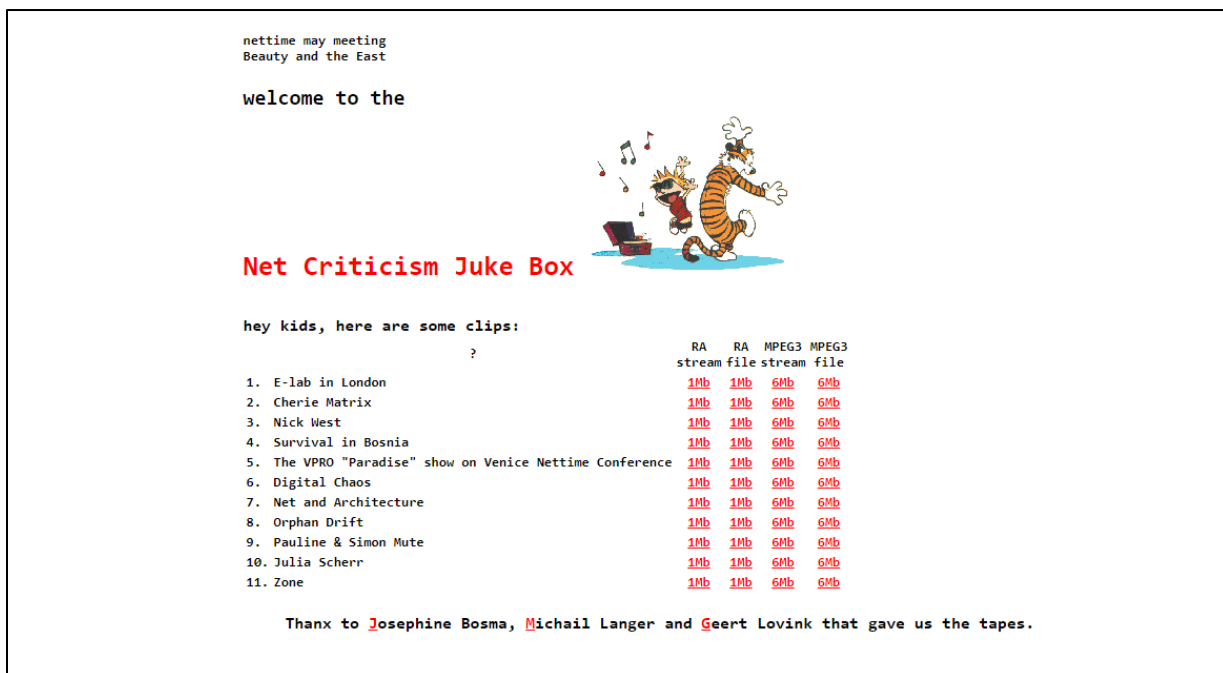
<sup>28</sup> Geert Lovink, *Dark Fiber: tracking critical internet culture* (London: MIT Press, 2002), 69.

<sup>29</sup> Door het open karakter van de maillijst kon iedereen zijn mening uitspreken. Op het hoogtepunt van NetTime had alleen de Nederlandse fractie al 400 leden. De leden die in de Verenigde Staten en Groot-Brittannië waren groter. Daarnaast benoemde Lovink het probleem over de fysieke afspraken van de participanten. Veel van de leden hadden onderling al afgesproken waardoor er kleine groepen ontstonden met bepaalde visies en ideeën die NetTime in moest gaan.

<sup>30</sup> Lovink, *Dark Fiber: tracking critical internet culture*, 92-93.

NetTime.<sup>31</sup> Vanaf 1997 daalde het aantal participanten voornamelijk omdat de meeste Britten en Amerikanen uit het project stapten.

Een van de NetTime kunstenaars Cosic ging verder met zijn eigen websites. Cosic was het niet eens met Pit Schultz, de moderator van NetTime, over de democratische ideeën op NetTime. Schultz had verklaard dat hij berichten ging weigeren die niets toevoegden aan het debat. Cosic had voor de bijeenkomst een werk gemaakt, *Net Criticism Juke Box (1997)*. Het werk is een website met verschillende HTML's naar interviews afgenomen door Geert Lovink, Josephine Bosma en Michail Langer. Het werk is een kritiek op de serieuze houding van Schultz op het internet. De website (nog steeds online) bestaat uit een aantal links naar de afgenomen interviews, opgebouwd als een ouderwets jukebox waar men nummers kon intoetsen om muziek af te spelen (zie afbeelding 3). De serieuze interviews en de speelse opmaak van de site contrasteren met elkaar, precies zoals Cosic het internet ziet.<sup>32</sup> *Net.art* was het tegengeluid van Cosic tegen de gecontroleerde maillijst die NetTime was geworden. Samen met andere kunstenaars die NetTime verlieten, zoals Jodi.org, Heath Bunting en Alexei Shulgin, startte Cosic een nieuwe e-maillijst, *7-11*. Deze lijst was meer open dan NetTime en was een lang open werk. Iedereen die in de maillijst zat had dezelfde mogelijkheden als de moderator, en alles kon dus worden toegevoegd. Cosic beschrijft het werk niet zozeer als een kunstwerk, maar meer als een experiment om de limieten van een e-maillijst te onderzoeken.<sup>33</sup>



**Afb 3:** Vuk Cosic, *Net Criticism Juke Box*, 1997, Screenshot van website, (<https://web.archive.org/web/20190419152514/http://www.ljudmila.org/~vuk/nettime/jukebox.htm>).

<sup>31</sup> Greene, *Internet Art*, 74.

<sup>32</sup> Greene, *Internet Art*, 76-77.

<sup>33</sup> Greene, *Internet Art*, 54-56.

Hope and Ryan, *Digital arts: an introduction to new media*, 130.

Maillijsten als NetTime en 7-11 waren niet zo groot als de hedendaagse sociale media en er bestonden nog andere maillijsten voor internetkunstenaars. Dit gaf internetkunstenaars geen samenhangende kunst. Er waren natuurlijk ook internetkunstenaars die zich niet wilden aansluiten bij maillijsten en daardoor een ander soort kunst gingen maken. De eerste sociale media binnen de internetkunst waren er en de groepen groeiden gestaag.

Alle internetkunstenaars trokken de aandacht van de gevestigde kunstinstituties. Voor die tijd viel internetkunst buiten het gevestigde kunstdiscours, want mediakunst was nog voornamelijk gericht op video en computeranimatie. Steve Dietz en Christiane Paul hebben een belangrijke rol gespeeld in de opnemng van internetkunst in de museumwereld. Dietz organiseerde in 1998 de eerste online tentoonstelling voor internetkunstenaars. Veel van de eerder genoemde kunstenaars waren hierbij betrokken. *Beyond Interface*, zoals de tentoonstelling werd genoemd, moest een opstap worden naar het toenemende gebruik van internet. Dietz beschrijft in de inleiding naar de tentoonstelling dat internet nog een nieuw fenomeen is en dat dit pas het topje van de ijsberg is.<sup>34</sup> Dietz heeft met deze tentoonstelling het spits afgebeten voor de museumwereld omtrent internetkunst. De tentoonstelling liet zien dat er kwalitatief werk werd geleverd in een genre dat, tot dan, niet was opgenomen door andere musea.<sup>35</sup> Paul was de curator van het Whitney Museum in New York. In 2001 organiseerde zij het online platform *Atport*. Met deze ingang naar de museumwereld konden internetkunstenaars hun werken uploaden. De eerste werken bestaan uit verschillende genres internetkunst, er wordt ingegaan op coderen, webcams maar ook archiveren. Wat alle projecten verbindt is dat ze allemaal te vinden zijn op internet als website.<sup>36</sup> *Atport* bestaat vandaag de dag nog en er worden nog steeds nieuwe kunstwerken geüpload. De twee tentoonstellingen markeren de interesse van de kunstwereld voor het internet. Deze interesse markeerde ook het einde van de vroege internetkunst. De toenemende populariteit van internet zorgde ervoor dat coderen door meer mensen werd gedaan en dat er dus betere en mooiere websites opkwamen. In het jaar 2000 waren er al meer dan dertig miljoen geregistreerde websites, in vergelijking met de vijf miljoen geregistreerde websites in 1998. De e-maillijsten en 'simpele' websites van de eerste internetkunstenaars waren niet meer voldoende om bij te blijven.<sup>37</sup> Met de vorming van internet tot een populair gebruiksvriendelijk medium kwamen er ook nieuwe internetkunstenaars op.

### **Nieuw millennium, nieuw internet**

De groeiende interesse van musea voor internetkunst zorgde voor een aantal problemen. Internetkunst was begonnen als een tegenstander van de gevestigde kunstinstituten door zich direct te richten op de toeschouwer zonder de 'barrière' van een museum. De

---

<sup>34</sup> Steve Dietz, "Beyond Interface: Net art and art on the Net I," Museum and the Web, last modified 04-1998, last accessed 29-03-2019, [https://www.museumsandtheweb.com/mw98/beyond\\_interface/bi\\_fr dietz.html](https://www.museumsandtheweb.com/mw98/beyond_interface/bi_fr dietz.html).

Steve Dietz, "Beyond Interface: Net art and art on the Net II," Museum and the Web, last modified 04-1998, last accessed 29-03-2019, [https://www.museumsandtheweb.com/mw98/beyond\\_interface/dietz\\_pencilmedia.html](https://www.museumsandtheweb.com/mw98/beyond_interface/dietz_pencilmedia.html).

<sup>35</sup> Domenico Quaranta, *Beyond new media art* (Brescia: LINK editions, 2013) 136.

<sup>36</sup> Eva Respini, "No Ghost Just a Shell," in *Art in the age of the internet: 1989 to today*, ed. Eva Respini (London: Yale university press, 2018), 16-17.

Whitney Museum of American Art, "Atport," last accessed 29-03-2019, <https://whitney.org/artport>.

<sup>37</sup> Greene, *Internet Art*, 128-130.

tentoonstelling *Net\_condition* (1999-2000) wilde de aspecten van internetkunst via het museum communiceren. Het sociale aspect van het internet, het met elkaar kunnen communiceren en het communiceren van grote groepen, werd uitgevoerd door kunstenaar en mede curator Walter van der Crujisen (1958). In het kunstwerk *Lounge* probeerde Van der Crujisen de sociale interactie via het internet te reproduceren. Het publiek kon zich mengen in een online debat. Het werk was opgezet als een online forum waar men kon inloggen via de geplaatste computers in de museumzaal. Een deel van de inhoud op het forum werd geprojecteerd op een dichtbij geplaatst scherm. Van der Crujisen wilde hiermee het sociale aspect aantonen op het internet. Internet zorgde voor een nieuwe vorm van communicatie die radicaal anders was dan telefoon. Dit staat gelijk aan het doel van de gehele tentoonstelling, *Net\_condition* was een project om het publiek de rol van het internet te leren kennen.<sup>38</sup>

Internet was voor de tentoonstelling een vrijwel digitaal medium geweest en had weinig te maken met een fysieke uiting, de tentoonstelling probeerde dit te veranderen. Daarnaast waren er ook de internetkunstenaars als Cosic en jodi.org die weigerden te exposeren. Cosic ging wel naar de tentoonstelling toe, om bloemen neer te leggen en te verklaren dat internetkunst dood was. Veel internetkunstenaars uit de jaren '90 hadden hun werk vrijwel alleen digitaal geplaatst als reactie tegen de museumwereld.<sup>39</sup> Deze institutionalisering zorgde voor een verandering binnen de internetkunst.

Curator en schrijfster Caitlin Jones noemde de vermenging van de fysieke en de online wereld de definitieve scheiding tussen de eerste generatie internetkunstenaars en de tweede generatie.<sup>40</sup> Het internet werd toegankelijker, mede door de komst van verschillende sociale media. In de inleiding zijn al belangrijke sociale media benoemd die in deze periode opkomen, maar een nog niet benoemde sociale medium was *MySpace* (2003). De sociale media stonden nog in hun kinderschoenen en waren nog niet heel populair. Conservator Lauren Cornell karakteriseert de jaren 2000 tot en met circa 2005 als de periode van de 'professionele surfer'. Hiermee doelde ze op de grote hoeveelheid blogs die ontstaan van zowel kunstenaars als bedrijven en particulieren. Het internet krijgt meer geïnteresseerden en de technische barricade van de jaren '90 was verdwenen. Deze toename in gebruikers heeft consequenties gehad voor het sociale aspect van het internet. Cornell beschrijft dat de democratische gedachten waarop Web 2.0 zich had gebouwd al snel een illusie leek. Je kon delen wat je wilde, creativiteit via het internet verspreidde zich sneller dan ooit en de doelgroep werd steeds groter. Het probleem dat Cornell zag, was dat de sociale mediasites filterden op wat zij geschikt vonden. Vergelijkbaar met de moderators van de e-maillijsten van de jaren '90, hadden de grote sociale media macht in de zin dat ze konden bepalen wat werd geplaatst en verder gedeeld en wat niet. Cornell ziet hier een grote scheiding tussen de internetkunstenaars van de jaren '90 en de internetkunstenaars vanaf de jaren 2000. Waar het internet eerst onbekend was en het bereik kleiner was je wel vrijer in je doen, in tegenstelling tot het internet van Web 2.0 waar het bereik groter was maar de artistieke vrijheid beperkt. Je kon makkelijker op het internet komen en

---

<sup>38</sup> Walter van der Crujisen, "TheLounge," WVDC.me, last modified 1999, last accessed 29-03-2019, <http://www.wvdc.me/fascinaties/documentatie/tekst/thelounge/>.

"Net\_Condition," ZKM media museum, last accessed 29-03-2019, <https://zkm.de/en/exhibition/1999/09/netcondition>.

<sup>39</sup> Quaranta, *Beyond new media arts*, 137-139.

<sup>40</sup> Caitlin Jones, "It's a Website: the Enduring Promise of Art Online," in *Art in the age of the internet: 1989 to today*, ed. Eva Respini (London: Yale university press, 2018), 86-87.



sneller delen wat je wilde, maar het experimenteren met de websites en HTML was niet meer nodig.<sup>41</sup>

Binnen de context van web 2.0 kwamen kunstenaars op die zich bezighielden met deze groeiende sociale media en de invloeden van een groter publiek op het internet. Internet was niet meer alleen voor pioniers en met de komst van een grote groep 'leken' veranderde het internet in een nieuw platform. De 'surfclubs' waren een tegenhanger van de toen net opgekomen sociale media. Een van de alternatieve platformen was *Nasty Nets* (2006). Dit was een internetforum waar internetkunstenaars gedachten konden uitwisselen, kunst konden delen en kunst konden distribueren (zie afbeelding 4). Vergelijkbaar met de Nettime maillijst. Nasty Nets was toegankelijk voor iedereen, waardoor er wederom een scheiding leek te ontstaan tussen 'professionele' bijdragers en de 'gewone' bijdragers. Cornell ziet hierin ook een veranderend doel van de internetkunstenaar, het gaat niet meer om de inhoud van de geplaatste berichten van kunstenaars. Kunstenaar Cory Archangel (1978) benoemt dit het als het 'veertienjarig, Fins kind syndroom'.<sup>42</sup> Hierbij doelt Archangel op de grote hoeveelheid mensen die iets toevoegen aan het internet en daarmee ook internetkunst. Als internetkunstenaar gaat het niet meer om de experimenten op het internet, want er zijn miljoenen mensen die dat beter kunnen. Als internetkunstenaar moet je kijken hoe mensen omgaan met sociale media.<sup>43</sup>

Een van de curatoren van Nasty Nets was internetkunstenaar Guthrie Lonergan (1984). Terugkijkend op Nasty Nets vertelde Lonergan dat hij internet nooit zag als een utopisch, democratisch netwerk. Volgens hem is er altijd een basis waarop media is gebaseerd en zal er altijd iemand aan de macht van die basis zal staan. Het is dan niet het idee van utopie dat men moet bereiken maar het uitblinken in het 'gewone' internet.<sup>44</sup> Lonergan heeft vanaf het begin van Web 2.0 gewerkt met de sociale media en de surfclubs. Een van zijn eerste werken gaat in op het media platform MySpace. In het werk *MySpace Intro Playlist* (2006) gaat Lonergan in op de representatie van mensen online (zie afbeelding 5). Verschillende participanten moesten hun vrienden begroeten op de webcam. De verschillende manieren van kijken in de webcam, de achtergrond van het beeld en de manier van kleden vertelden iets over hoe de persoon wilde overkomen.<sup>45</sup> Lonergan heeft op het moment twee websites over zijn kunst. De oudste van de twee, *GuthGuth.blogspot.com* (2005-2007), is opgebouwd als een blog. In de verschillende berichten geeft Lonergan weer waar hij het internet zoal voor gebruikt. De site is, ondanks zijn nieuwere versie, nog steeds online en geeft weer wat Lonergan allemaal deed en hoe hij dacht over de sociale media. In een bericht vertelt hij bijvoorbeeld dat hij MySpace hackt en geeft hij daarbij filmpjes en uitleg over hoe men dat thuis ook kan doen.

---

<sup>41</sup> Lauren Cornell, "Professional Surfers," in *Art in the age of the internet: 1989 to today*, ed. Eva Respini (London: Yale university press, 2018), 91-93.

<sup>42</sup> Cornell, "Net Aesthetics 2.0 Conversation, New York City, 2006: Part 1 of 3," 104.

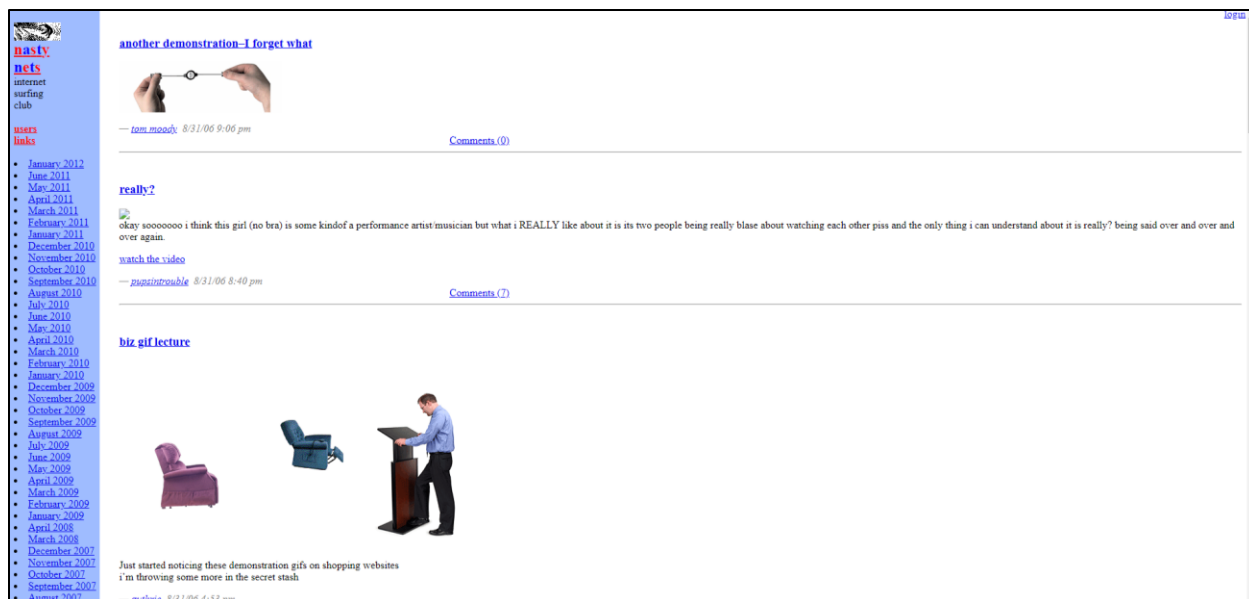
<sup>43</sup> Cornell, "Professional Surfers," 93.

<sup>44</sup> Cornell, "Professional Surfers," 93.

<sup>45</sup> Cornell, "Professional Surfers," 91.

Guthrie Lonergan, "MySpace Intro Video Playlist," GuthGuth, last modified 05-09-2006, last accessed 29-03-2019.

<http://guthguth.blogspot.com/2006/05/>.



**Afb. 4:** Nasty Nets, *Nasty Nets*, 2006, Screenshot van website, (<https://web.archive.org/web/20190419165802/http://archive.rhizome.org/artbase/53981/nastynets.com/index9a21.html?m=200608>).

## Conclusie

De vroege internetkunstenaars van de jaren '90 waren vooral bezig met het onderzoeken van de visuele aspecten van het internet. Dit deed bijvoorbeeld Jodi.org door de codetaal letterlijk weer te geven op hun website. Verder werd er geëxperimenteerd met tekstuele aspecten. E-mail was de voornaamste bron van communicatie binnen de kunstenaarsgemeenschap. Vanaf het begin van het internet is er al kritiek geweest vanuit de internetkunstenaars. Bedrijven zagen internet vooral als een medium om goederen te verkopen, de internetkunstenaars zagen het internet vooral als open medium dat toegankelijk moest zijn voor iedereen. De openheid van het internet heeft de kunstenaarsgemeenschappen uit elkaar gedreven omdat men het niet eens kon worden over de koers van de kunst.

De overgang van een alternatief naar een geïnstitutionaliseerd kunstgenre heeft er mede toe geleid dat er een nieuwe generatie internetkunstenaars opkwam. Met het Web 2.0 en de groeiende deelnemers aan het internet veranderde de sociale aspecten van het internet. In deze periode komen de grote sociale media als Facebook, Twitter en MySpace op. Kunstenaars gaan hier tegenin door hun eigen blogs op te zetten. De kritiek van internetkunstenaars uit de jaren 2000 op de grote sociale media ging vooral over de rol van een moderator. Internetkunstenaars wilde een open media waarin alles gedeeld kon worden maar dit bleek al snel een utopische visie. Er is altijd iemand aan de macht die bepaalt wat er wordt geplaatst op de sociale media. De surfclubs en blogs probeerden dit te omzeilen door hun eigen websites op te zetten. Visueel was de internetkunst ook veranderd. Vooral in de jaren '90 ging het om blootleggen van code en HTML. Na Web 2,0 werden de internetgebruikers zelf een belangrijk onderdeel van de internetkunstwerken. Sociale media hebben internet voor veel mensen toegankelijker gemaakt en internetkunstenaars hebben dit opgenomen in hun kunst.



**Afb. 5:** Guthrie Lonergan, MySpace Intro Playlist, 2006, collage van videobeelden, (Lauren Cornell, "Professional Surfers," in *Art in the age of the internet: 1989 to today*, ed. Eva Respini, [London]: Yale University press, 2018, 95. © Guthrie Lonergan).

### Hoofdstuk 3: Post-internetkunst en sociale media

Internetkunst was aan het veranderen in het begin van de jaren '10. Sociale media werden steeds meer gebruikt en internetkunstenaars werden door musea tentoongesteld in museumzalen. Voor de vroege internetkunstenaars was dit een verlies van hun onafhankelijkheid, de post-internetkunstenaars gebruiken museumzalen juist om hun werk te tonen. De digitale wereld viel samen met de fysieke wereld. Doordat post-internet nog geen definitieve omschrijving heeft is het lastig om kunstenaars aan te wijzen die we de term post-internetkunstenaar kunnen geven. Er worden drie hedendaagse kunstenaars besproken die sociale media en internet gebruiken in hun kunst. De kunstenaars zijn geselecteerd omdat hun kunst sociale media specifiek gebruiken. Door de kunst van deze drie kunstenaars te vergelijken kan er een analyse worden gemaakt hoe post-internetkunstenaars omgaan met sociale media.

#### **Aram Bartholl**

Kunsttijdschrift *Metropolis M* benoemde Aram Bartholl (1972) in 2011 als post-internetkunstenaar in een artikel over de opkomende kunststroming. Met de werken *Speech Bubbles* (2007) en *Tweet Bubble series* (2009) haalde Bartholl de digitale wereld naar een museumzaal. Door tekstballonnetjes die worden gebruikt in games en sociale media uit te printen en op te hangen wilde Bartholl het publiek wijzen op de manier waarop Twitter fysieke communicatie stopt. Ook stelde Bartholl de vraag of we wel alles willen delen als het ook in de offline wereld zichtbaar wordt.<sup>46</sup>

In recentere werken gaat Bartholl in op de bedrijven achter Google en Facebook. Als iemand een profiel wil aanmaken op sociale media zoals Facebook of Twitter, moet die persoon bewijzen dat hij of zij menselijk is. Deze test op het internet heet de captcha-test en bestaat uit het ontcijferen van een combinatie van letters en cijfers die in een onleesbaar schrift zijn opgesteld.<sup>47</sup> Het argument van deze veiligheidsmaatregel is dat een robot dit nooit zou kunnen ontcijferen. Bartholl begon het project *Are you Human?* (2009-2013) met het idee dat een computer nu bepaalt wat menselijk is. Bartholl heeft verschillende captcha-codes nagemaakt met staal en plastic, en verspreidt deze in steden (zie afbeeldingen 6 en 7). De codes verdwijnen zo op het internet maar worden bewaard in de fysieke wereld, het omgekeerde wat er gebeurt met afbeeldingen op het internet.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Annet Dekker, "Post-internet art," *Metropolis M*, no. 6 (December 2011), [https://www.metropolism.com/en/features/22795\\_post\\_internet\\_art](https://www.metropolism.com/en/features/22795_post_internet_art).

"Tweet Bubble Series," V2, last accessed 18-04-2019, <https://v2.nl/archive/works/tweet-bubble-series>.

<sup>47</sup> Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart. In het Engels wordt deze term met hoofdletters geschreven. De van Dale schrijft dat captcha in het Nederlands met kleine letters wordt geschreven.

<sup>48</sup> Aram Bartholl, "Are You Human?," interview by Rik Dijkhoff, Nils Dierx and Stein de Bont, *Graphic Design Festival Breda*, Vimeo, 8 may, 2010, video and audio, 1:36, <https://vimeo.com/11832548>.

Aram Bartholl, "Are You Human?," archive, last accessed 18-04-2019, <https://arambartholl.com/are-you-human/>.



**Afb. 6:** Aram Bartholl, *Are You Human?*, 2009-2013, aluminium, staal en variabelen, (© Aram Bartholl).



**Afb. 7:** Aram Bartholl, *Are You Human?*, 2009-2013, aluminium, staal en variabelen, (© Aram Bartholl).

In 2017 ging Bartholl verder met het idee *Are you Human?* Nu niet meer een performance in de buitenlucht maar prints in een museumzaal. Een aantal jaar later zijn de sociale media enorm gegroeid en de bedrijven achter de sociale media ook. Bartholl gaat verder met de menselijke verhouding met de sociale media. Doordat captcha-codes steeds beter omzeild kunnen worden gebruiken sociale media ook een afbeeldingen test (Zie afbeelding 8). Naast een captcha-code moeten nieuwe gebruikers ook bepaalde afbeeldingen selecteren die aangeven dat ze geen robots zijn. Bartholl geeft kritiek op de manier waarop we moeten bewijzen dat we menselijk zijn. Terwijl er vele humanitaire crises aan de gang zijn in de wereld en de grenzen van landen steeds verder op slot gaan, groeien de bedrijven achter de sociale media. Het project levert ook kritiek op de onmenselijke omstandigheden waarin medewerkers van Google en Facebook moeten werken. De sociale media vragen gebruikers of ze menselijk zijn terwijl de bedrijven daarachter zelf onmenselijke praktijken uitvoeren. De veiligheidsmaatregel geeft een vals gevoel van veiligheid schrijft Bartholl. Sociale media willen persoonlijke gegevens zowel beschermen als gebruiken. Want ze gebruiken de persoonlijke gegevens wel voor persoonlijke advertenties.<sup>49</sup>



**Afb. 8:** Aram Bartholl, *Are You Human?* (prints), 2017, canvas, 4c print, 110 cm x 160 cm, (© Aram Bartholl).

<sup>49</sup> Aram Bartholl, "Are You Human? (Prints)," archive, last accessed 18-04-2019, <https://arambartholl.com/are-you-human-prints/>.

## Amalia Ulman

De Argentijnse kunstenares Amalia Ulman (1989) heeft met haar kunstproject *Excellences & Perfections* kritiek geleverd op de manier waarop sociale media omgaan met identiteit. Vanaf 19 april 2014 tot aan 14 september 2014 heeft ze zich voorgedaan als een plattelandsmeisje dat naar Los Angeles verhuisde. Het medium dat ze gebruikte om haar verhaal te vertellen was Instagram, een mobiel sociaal medium waarin foto's en filmpjes worden gedeeld met volgers. In een periode van een half jaar heeft Ulman 172 afbeeldingen en twaalf video's geplaatst op haar account.<sup>50</sup> Het project is een combinatie van verschillende kunstvormen. In de inleiding van het uitgegeven boek dat bij het project hoort, wordt geschreven dat het project begon als een performance. Het genre Performancekunst vereist de aanwezigheid van een lichaam, de kunst bestaat uit een handeling die wordt uitgevoerd door een of meerdere personen. Ulman geeft performancekunst een nieuwe vorm. Doordat ze Instagram gebruikt als het medium waarin ze haar kunst toont is ze wel aanwezig. Al haar geplaatste video's en foto's zijn per direct te bekijken waardoor er ook gelijk kritiek kan worden geuit. Dit is ook indirecte kritiek op sociale media als Instagram. Binnen performancekunst is de kunstenaar fysiek aanwezig en dus 'echt'. Als toeschouwer ben je aanwezig en kun je zien dat de actie die wordt uitgevoerd daadwerkelijk gebeurt. Op sociale media is 'echt' niet meer te onderscheiden van nep. Ulmans verhaal op sociale media leek 'echt' omdat we als kijker willen dat het echt is.<sup>51</sup>

De performance bestaat uit drie delen. In het begin van het project speelt Ulman een meisje dat van het platteland naar de stad verhuist. We zien haar verhaal in de vorm van afbeeldingen die ze verstuurt via Instagram. De foto's die ze plaatst zijn voornamelijk selfies, foto's van zichzelf. Selfies in de spiegel, met nieuwe kleding, met make-up en foto's van zichzelf met haar kleine konijntje. Het tweede deel van het verhaal begint als Ulman zogenaamd de relatie met haar vriend verbreekt. Hierdoor verandert ze van karakter en ook de foto's die ze plaatst zijn anders. De foto's worden pikanter en ze wordt roekelozer in haar acties. Ulman laat haar borsten vergroten, poseert met een zakje cocaïne en laat selfies voorbij komen met een pistool. De laatste fase bestaat uit het terugkomen op het goede pad. De foto's worden lichter en de acties rustiger. Er worden foto's geplaatst van gezond eten en yoga maar ook afbeeldingen met vrolijke teksten. Het project eindigt met een gelukkig meisje met een nieuwe vriend (zie afbeeldingen 9, 10 en 11).

Alles wat Ulman had geplaatst in een half jaar bleek uiteindelijk niet waar te zijn. Haar verhaal van een half jaar bleek gespeeld. In een half jaar kreeg Ulman er circa negentig duizend volgers bij. De reacties die ze kreeg op de foto's waren zeer verschillend en onderdeel van het kunstwerk. De grote vraag die Ulman opriep met haar project gaat over authenticiteit. Aspecten van identiteit, gender, seksualiteit en levenswijze komen naar voren in het project. Hoe moet een vrouw zich voordoen op sociale media? Reacties op haar dagelijkse foto's waren zowel positief als negatief. De negatieve reacties waren soms ongegeneerde scheldpartijen. Het project wijst ook op de onpersoonlijkheid van sociale media. De reacties op de foto's konden niet worden gecontroleerd en kwamen van over de hele wereld. Daarnaast had Ulman het hele

---

<sup>50</sup> Rózsa Farkas, "Foreword," in *Excellences & Perfections*, ed. Amalia Ulman (London: Prestel, 2018) 6-7.

<sup>51</sup> Farkas, "Foreword", 6.

project als het ware opgezet om aan te tonen hoe makkelijk het is om een valse identiteit te creëren, met welke reden dan ook.<sup>52</sup>



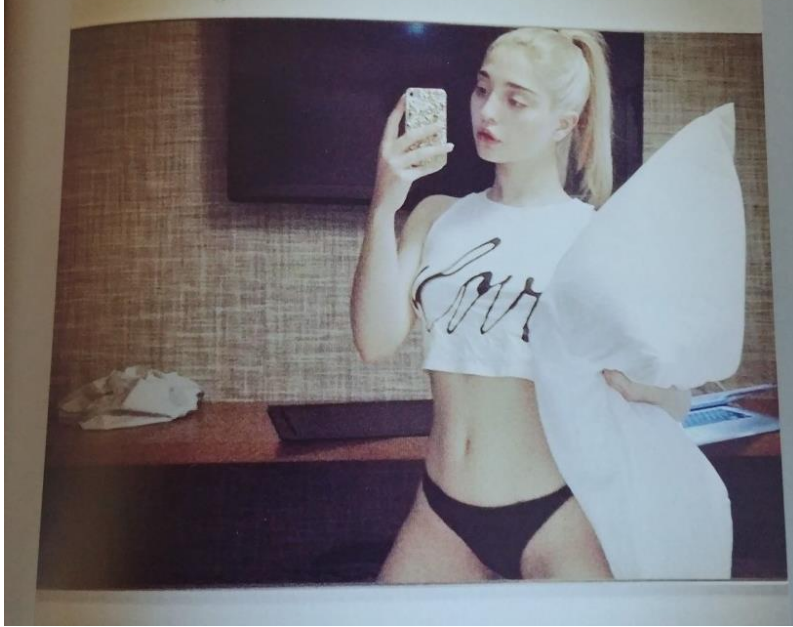
**Afb. 9:** Amalia Ulman, *May 17, 2014*, geprinte foto, (Ulman, Amalia, *Excellences & Perfections*, [London]: Prestel, 2018, 68).

---

<sup>52</sup> Amalia Ulman, "Perpeptual Provisional Selves," in *Excellences & Perfections*, ed. Amalia Ulman (London: Prestel, 2018) 23.

Alicia Eler, "Amalia Ulman's Instagram performance exposed the flaws in selfie culture," CNN Style, last modified 29-03-2018, last accessed 18-04-2019, <https://edition.cnn.com/style/article/amalia-ulman-instagram-excellences-perfections/index.html>.





**Afb. 10:** Amalia Ulman, *June 28, 2014*, geprinte foto, (Ulman, Amalia, *Excellences & Perfections*, [London]: Prestel, 2018, 138).



**Afb. 11:** Amalia Ulman, *august 24, 2014*, geprinte foto, (Ulman, Amalia, *Excellences & Perfections*, [London]: Prestel, 2018, 201).

### **Constant Dullaart**

Een andere kunstenaar die ook Instagram gebruikt voor zijn kunst is de Nederlandse kunstenaar Constant Dullaart (1979). Samen met het Franse Jeu de Paume en het Duitse Hartware MedienKunstVerein (HMKV) heeft Dullaart het werk *100.000 followers for everyone*

(2014) of *High Retention, Slow Delivery* (2014) gemaakt.<sup>53</sup> Het project gaat over de oneerlijke verdeling van aandacht binnen de sociale media. Geïnspireerd door Brad Troemels essay *athletic aesthetics* heeft Dullaart twee en een half miljoen nep-accounts laten produceren om te verdelen onder verschillende gebruikers van Instagram. De gebruikers die Dullaart heeft gekozen zijn voornamelijk opkomende kunstenaars die zich manifesteren op sociale media. Dullaart ziet net als Troemel in dat het niet meer gaat om de kwaliteit van een werk en dat musea worden beïnvloed in hun aankopen door sociale media. Om alle kunstenaars een eerlijke kans te geven op sociale media heeft hij de twee en een half miljoen nep gebruikers eerlijk verdeeld zodat iedereen een eerlijke kans heeft.

De tentoonstelling van *100.000 followers for everyone* bestaat uit een aantal gebruikersprofielen die zijn uitgeprint (zie afbeelding 12). Om de nep-profielen echt over te laten komen moet er een aantal zaken instaan: een profielfoto, een beschrijving, een gebruikersnaam en verschillende foto's om je profiel op te vullen. Dullaart heeft alle profielen op vergelijkbare manieren gemaakt. Door verschillende foto's van willekeurige, echte, gebruikers op bepaalde plekken af te snijden of door foto's te combineren, worden de nep-gebruikers niet herkend door de sociale mediadiensten. De gebruikersnamen en omschrijvingen van de verschillende nep-profielen worden op een vergelijkbare manier 'gestolen'. Door bewust spelfouten in namen en omschrijvingen te plaatsen kunnen de plagiaatsdiensten van Instagram en Twitter minder makkelijk de nep-profielen opsporen (zie afbeelding 13).<sup>54</sup>

Dullaart gaat dieper in op de werking van de hedendaagse kunstmarkt en hoe sociale media daar een rol in speelt. Daarnaast geeft de manier waarop Dullaart te werk gaat aan dat hij zich ook bezighoudt met de slecht controleerbare auteursrechten binnen sociale media. Dullaart probeert zich ook te verzetten tegen de bedrijven die sociale media gebruiken als reclame netwerk. Hij heeft expres de sociale media Instagram en Twitter gekozen om zijn project op te gebruiken. Op sociale media als Facebook moet de gebruiker accepteren wie hij als volger neemt, op Twitter en Instagram is dit niet nodig want iedereen kan elkaar volgen.

---

<sup>53</sup> Beiden worden door elkaar gebruikt als titel voor het project. Ook Dullaart zelf heeft twee links staan op zijn website naar hetzelfde project.

Constant Dullaart, last accessed 19-04-2019,

<https://constantdullaart.com/>.

Inke Arns, "CONSTANT DULLAART: «HIGH RETENTION, SLOW DELIVERY»," *Jeu de Paume espace virtuel*, last accessed 18-04-2019,

<http://espacevirtuel.jeudepaume.org/constant-dullaart-high-retention-slow-delivery-2474/>.

<sup>54</sup> "Constant Dullaart: 100.000 followers for everyone," *FOAM*, last accessed 18-04-2019,

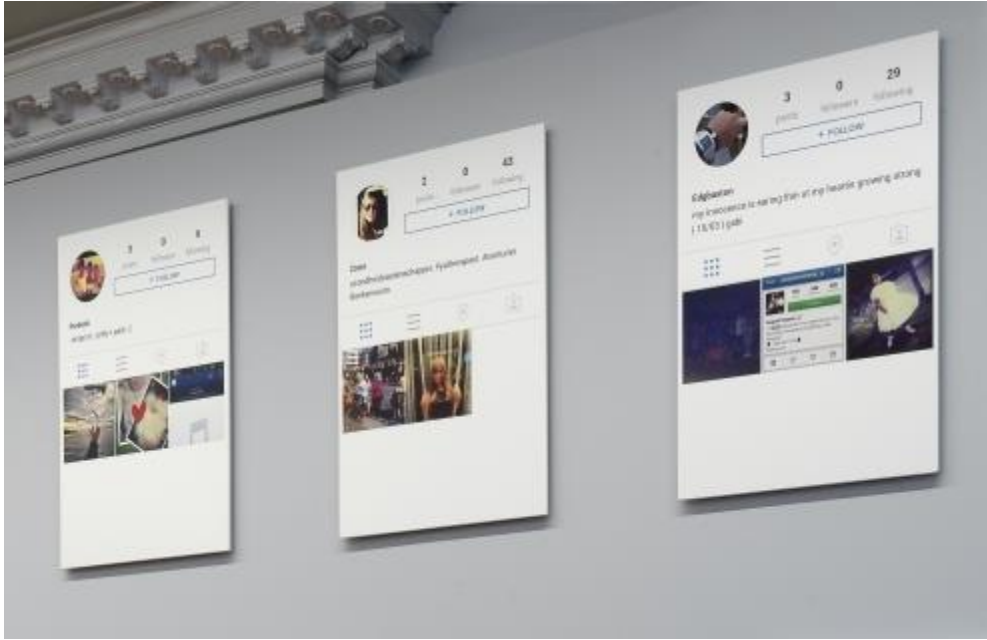
<https://www.foam.org/nl/museum/programma/constant-dullaart>.

"CONSTANT DULLAART'S FOLLOWER PROFILES IN FOAM MUSEUM," *Upstream Gallery*, last modified, 10-05-2018, last accessed 18-04-2019,

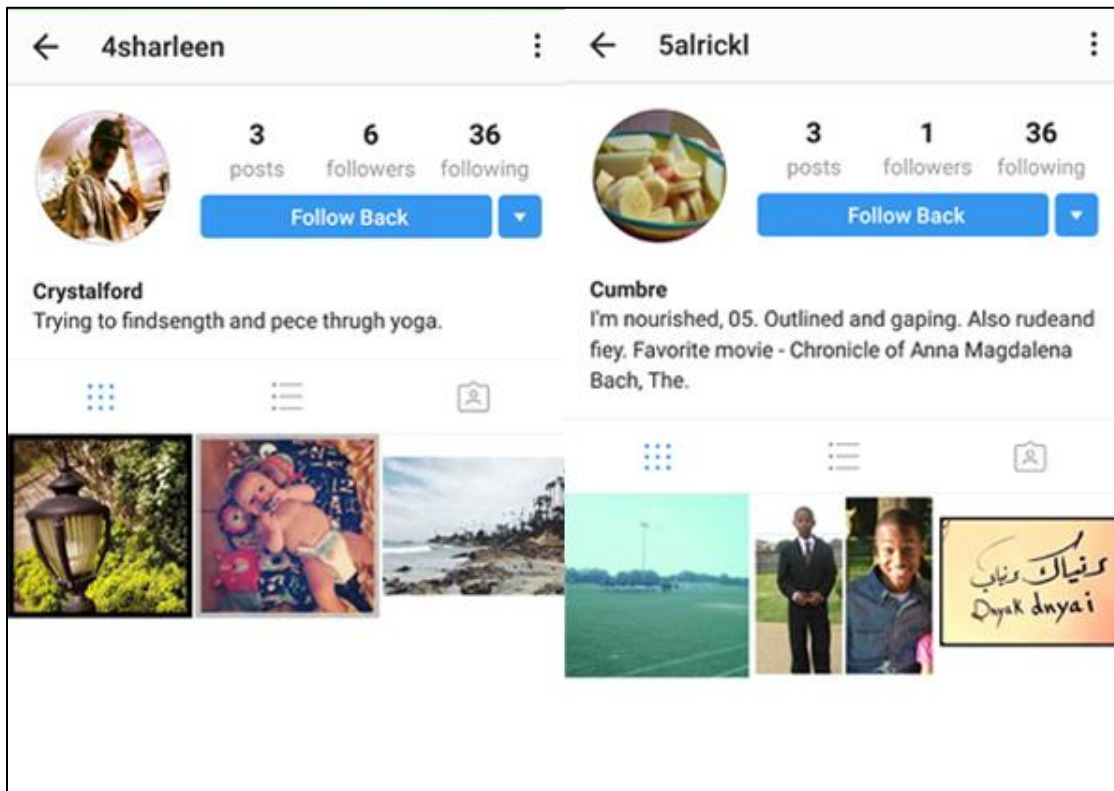
<http://www.upstreamgallery.nl/news/425/constant-dullaarts-follower-profiles-in-foam-museum>.

Constant Dullaart, "Constant Dullaart: 100,000 Followers for Everyone!," *Dis Magazine*, last accessed 18-04-2019,

<http://dismagazine.com/dystopia/67039/constant-dullaart-100000-followers-for-everyone/>.



**Afb. 12:** Constant Dullaart, *High Retention, Slow Delivery*, 2014, print op Forex, 119,5 cm x 84 cm, (<https://web.archive.org/web/20190419172705/http://www.upstreamgallery.nl/news/425/constant-dullaarts-follower-profiles-in-foam-museum>, © Gert-Jan van Rooij).



**Afb. 13:** Constant Dullaart, *Sharleen & 5alrickl*, 2014, print op Forex, 119,5 cm x 84 cm, (<https://web.archive.org/web/20190419172952/https://www.foam.org/nl/museum/programma/constant-dullaart>, © Constant Dullaart). Door de namen van de nep-profielen foutief of aangepast te schrijven vallen deze niet op.

## Conclusie

Al deze kunstenaars geven op hun eigen manier kritiek op sociale media. Ulman, Dullaart en Bartholl zoeken de grenzen op van performancekunst door deze te combineren met hedendaagse sociale media. Ulman combineert performance met sociale media door haar dagelijks leven via haar mobiel aan iedereen te tonen. Waar performance eerst een ervaring was waarbij je fysiek aanwezig moest zijn, laat Ullman zien dat dit niet meer nodig is dankzij sociale media als Instagram. Ulman geeft kritiek op sociale media vanuit het medium zelf, ze gebruikt Instagram om er kritiek op te uiten.

Deze manier van werken is ook terug te zien in het werk van Dullaart. Door Facebook en Instagram te verstoren via hun eigen systemen, toont Dullaart aan dat de sociale media makkelijk te beïnvloeden zijn. Zo laat Dullaart weten dat de online wereld niet zo echt is als het lijkt, een vergelijkbaar thema met dat van Ulman. Dullaart gebruikt het technische aspect van sociale media om kritiek te kunnen uiten. Door aan te tonen hoe een systeem als Facebook identiteitsfraude bestrijdt en vervolgens laat zien hoe makkelijk het is om dit te omzeilen, geeft Dullaart aan dat populariteit te koop is. Populariteit op sociale media is in de hedendaagse wereld een nieuw betalingsmiddel, je gebruikt geld om populariteit te kopen om zo meer aandacht te genereren.

Bartholl wil de invloed van sociale media bekritisieren door een vaak over het hoofd gezien aspect van veiligheid te tonen. De CAPTCHA-codes zijn een onderdeel van alle online sociale media en geven volgens Bartholl ook de macht aan van sociale media bedrijven. Bartholl gebruikt hier ook weer een onderdeel van de digitale wereld en verplaatst deze in de fysieke wereld. Door de digitale en fysieke wereld te combineren wordt duidelijker wat voor een online macht sociale media eigenlijk kunnen uitoefenen. Wat voor Bartholl begon met een ethische vraag over de verhoudingen tussen mens en internet, is tegenwoordig veranderd in de vraag wat de verhoudingen zijn tussen menselijkheid en sociale media.

Post-internetkunst is voor deze kunstenaars een combinatie van online en offline. De verschuiving van internetkunst naar post-internetkunst is van een vrijwel digitaal naar een combinatie van digitaal en fysiek gegaan. Internetkunstenaars waren vooral bezig met het technische aspect van internet en waren optimistisch over de nieuwe online wereld. Post-internetkunstenaars zijn pessimistischer geworden over internet. Ze gebruiken sociale media vooral om kritiek te leveren en de misstanden omtrent identiteit en privacy aan te geven. Opvallend is dat de kunst van post-internetkunstenaars sociale media gebruiken in hun kunst maar dat ze deze ook communiceren via musea. Technische aspecten zijn niet meer het belangrijkste binnen post-internetkunst. De interactie tussen kunstenaar en publiek heeft meer nadruk gekregen. Sociale media heeft hierbij een belangrijke rol door de mogelijkheid om intensiever en sneller met elkaar te communiceren.

## Conclusie

Internet heeft ons dagelijks leven en de kunst de laatste jaren enorm veranderd. Met de groei van internetgebruikers zijn ook de sociale media gegroeid en steeds populairder geworden. Hoe heeft sociale media bijgedragen aan de overgang tussen internet- en post-internetkunst?

Post-internet is door McHugh omschreven als een houding tegenover het internet. We zijn dagelijks met internet bezig en dat heeft geleid tot nieuwe opvattingen over internet. Post-internet gaat daarom niet meer om technische aspecten van internet maar over de omgang met het medium. Post-internetkunstenaars werken nog wel online maar doen dit door ook in museumzalen tentoon te stellen. Door de snelheid waarmee men verbonden is met elkaar heeft invloed op de rol van alle kunstenaars. Volledige transparantie in het leven en werken van een kunstenaar is een vereiste als men wil worden bekeken. Populariteit is van belang om het goed te doen als kunstenaar. Kwantiteit is belangrijker dan kwaliteit, hoe meer werk een kunstenaar kan plaatsen op sociale media, hoe vaker hij wordt gedeeld en daardoor bekeken.

Internetkunstenaars van de jaren '90 werkten vooral met de technische aspecten van het internet in de vorm van coderen. De sociale media van die tijd bestonden voornamelijk uit e-mail en e-maillijsten zoals NetTime en 7-11. Binnen deze e-maillijsten was de kunst vooral tekstueel en gericht op afbeeldingen. Door de opkomst van web 2.0, het internet na 2001, en de grote sociale media nam ook het aantal leken op internet toe. Waar internet in het begin van de jaren '90 vooral een wereld was voor technisch georiënteerden, werd met web 2.0 de toegang tot internet voor leken makkelijker. Het publiek veranderde en het technische aspect van internetkunst was niet meer nodig. Internetkunstenaars probeerde om de gevestigde sociale media te omzeilen door zelf alternatieve blogs op te zetten. Internetkunstenaars wezen de sociale media af. Naast de introductie van web 2.0 was ook de museumwereld geïnteresseerd in internetkunst. De internetkunstenaars waren begonnen als een alternatieve kunstvorm die vrijwel alleen online zichtbaar was, musea waren niet nodig. De institutionalisering heeft invloed gehad op de werkwijze van de post-internetkunstenaars.

Post-internetkunstenaars gebruiken sociale media op een andere manier in hun kunst, zoals gebleken uit het onderzoek naar de kunst van Bartholl, Ulman en Dullaart. Waar internetkunstenaars zich probeerden te verzetten tegen sociale media, gebruiken post-internetkunstenaars juist sociale media. Identiteit en de gevaren van intensief internetgebruik zijn de nieuwe thema's waar post-internetkunstenaars gebruik van maken als ze omgaan met sociale media. De toename van internetgebruikers heeft hieraan bijgedragen. Internet en sociale media zijn alleen maar gegroeid en daarmee zijn ook de problemen steeds meer aan het licht gekomen. De offline wereld speelt ook een belangrijkere rol binnen de kunstvorm. Waar internetkunstenaars zich verzetten tegen de fysieke wereld, hebben post-internetkunstenaars dit juist opgenomen. De post-internetkunst is ook minder technisch, vooral het gebruik van sociale media en de invloed die het heeft op het dagelijks leven en publiek zijn van belang. Door de steeds meer verbonden wereld is er meer mogelijkheid om met publieksparticipatie te werken en post-internetkunstenaars maken hier gebruik van.

Sociale media en web 2.0 hebben vooral de internetgebruikers veranderd. Waar internet eerst een medium was voor professionelen, is het veranderd in een medium voor iedereen. Het publiek is hierdoor zowel veranderd als toegenomen. Internet was in de jaren '90 nog nieuw, de houding tegenover het internet was optimistisch en er moest nog veel worden onderzocht. Met

toename van gebruikers op internet veranderde de rol van publiek tegenover internetkunstenaars. Er kwam meer kritiek op de online praktijken van sociale media. Post-internetkunstenaars hebben dit tot het voornaamste thema gemaakt binnen hun kunst. Toenemend en makkelijk gebruik van sociale media en internet hebben geleid tot kritiek. Post-internetkunstenaars werken minder met technische onderdelen van internet maar meer de internetgebruikers. Dit doen ze door zelf mee te doen binnen sociale media.

Het debat omtrent post-internet is vandaag de dag nog niet geëindigd. Dit maakt een goede definitie van post-internetkunst ook nog niet mogelijk. De post-internetkunstenaars die zijn besproken in dit essay zijn maar enkele voorbeelden, er zijn nog vele anderen en niet zijn genoemd. Daarnaast zijn er nog veel kunstenaars die op internet en sociale media werken die niet zijn opgenomen in de museale instituties. In dit essay is geen onderscheid gemaakt tussen de verschillende sociale media. Iedere vorm van sociale media heeft een ander publiek en een andere manier van communiceren en kunstenaars gebruiken elk medium weer op een eigen manier. Er zijn nog veel aspecten van hedendaagse kunst op sociale media die nog niet zijn onderzocht. Er is veel onderzoek gedaan naar de relatie tussen internetkunst en de hedendaagse kunst die op internet verschijnt, maar er is weinig diepgaand onderzoek gedaan naar de hedendaagse sociale media en hun invloed op de kunstwereld. Dit onderzoek draagt bij aan het debat over de veranderende rol van internet en internetkunstenaars.

## **Bronnenlijst**

### **Literatuur**

Connor, Michael. "Post-internet: What it is and What it was." in *You are here: art after the internet*, edited by Omar Kholeif, 56-64. London: SPACE, 2014.

Cornell, Lauren. "Net Aesthetics 2.0 Conversation, New York City, 2006: Part 1 of 3." in *Mass Effect: Art and the Internet in the Twenty-First Century*, edited by Lauren Cornell and Ed Halter, 99-106. London: MIT Press, 2015.

Cornell, Lauren. "Professional Surfers." in *Art in the age of the internet: 1989 to today*, edited by Eva Respini, 90-95. London: Yale university press, 2018.

Dekker, Annet. "Post-internet art." *Metropolis M*, no. 6 (December 2011), available on: [https://www.metropolism.com/en/features/22795\\_post\\_internet\\_art](https://www.metropolism.com/en/features/22795_post_internet_art).

Droitcour, Brian. "The Perils of Post-Internet Art." *Art in America* 102, no. 10 (November 2014), available on: <https://www.artinamericamagazine.com/news-features/magazines/the-perils-of-post-internet-art/>

Farkas, Rózsa. "Foreword." in *Excellences & Perfections*, edited by Amalia Ulman, 6-7. London: Prestel, 2018.

Greene, Rachel. *Internet Art*. London: Thames & Hudson, 2004.

Hope, Cat and John Ryan. *Digital arts: an introduction to new media*. London: Bloomsbury academic, 2014.

Jones, Caitlin. "It's a Website: the Enduring Promise of Art Online." in *Art in the age of the internet: 1989 to today*, edited by Eva Respini 82-89. London: Yale university press, 2018.

Keen, Andrew. *De digitale afgrond. Hoe de huidige sociale revolutie ons eenzamer en hulpelozer maakt*. Translated by Theo van der Ster. New York: Constable, 2012.

Lovink, Geert. *Dark Fiber: tracking critical internet culture*. London: MIT Press, 2002.

Magagnoli, Paolo. *Documents of Utopia: The Politics of Experimental Documentary*. New York: Columbia University Press, 2015.

McHugh, Gene. *Postinternet: notes on the internet and art, 12.29.09>09.05.10*. Brescia: LINK Editions, 2011.

Olson, Marissa. "PostInternet: Art After the Internet." *Foam Magazine* 29, no. 4 (Winter 2011): 59-63.

Quaranta, Domenico. *Beyond New Media Art*. Brescia: LINK Editions, 2013.

Quaranta, Domenico. "Situating Post Internet." in *Media Art: Towards a New Definition of Arts in the Age of Technology*, edited by Valentino Catricalà, 121-134. Rome: Fondazione Mondo Digitale, 2015.

Respini, Eva. "No Ghost Just a Shell." in *Art in the age of the internet: 1989 to today*, edited by Eva Respini, 13-41. London: Yale university press, 2018.

Troemel, Brad. "Athletic Aesthetics." *The New Inquiry* 16, no. 10 (Augustus 2013): 25-36.

Troemel, Brad. "Art after Social Media." in *You are here: art after the internet*, edited by Omar Kholeif, 36-43. London: SPACE, 2014.

Ulman, Amalia. "Perpeptual Provisional Selves." in *Exellences & Perfections*, edited by Amalia Ulman. 23-25. London: Prestel, 2018.

## Websites

Arns, Inke. "CONSTANT DULLAART: «HIGH RETENTION, SLOW DELIVERY»." Jeu de Paume espace vitruel. Last accessed 18-04-2019.  
<http://espacevirtuel.jeudepaume.org/constant-dullaart-high-retention-slow-delivery-2474/>.

Bartholl, Aram. "Are You Human?" Archive. Last accessed 18-04-2019.  
<https://arambartholl.com/are-you-human/>.

Bartholl, Aram. "Are You Human? (Prints)." Archive. Last accessed 18-04-2019.  
<https://arambartholl.com/are-you-human-prints/>.

Bartholl, Aram. "Are You Human?." Interview by Rik Dijkhoff, Nils Dierx and Stein de Bont. *Graphic Design Festival Breda*. Vimeo, 8 may, 2010. Video and audio, 1:36.  
<https://vimeo.com/11832548>.

Beard, Thomas. "interview with Guthrie Lonergan." Rhizome. Last modified 26-03-2008. Last accessed 12-04-2019.  
<http://rhizome.org/editorial/2008/mar/26/interview-with-guthrie-lonergan/>.

Bookchin, Natalie and Alexei Shulgin. "Introduction to net.art (1994-1999)." Easylife. Last modified 1999. Last accessed 12-04-2019.  
<http://www.easylife.org/netart/>.

"Constant Dullaart: 100.000 followers for everyone." FOAM. Last accessed 18-04-2019.  
<https://www.foam.org/nl/museum/programma/constant-dullaart>.

"CONSTANT DULLAART'S FOLLOWER PROFILES IN FOAM MUSEUM." Upstream Gallery. Last modified 10-05-2018. Last accessed 18-04-2019,  
<http://www.upstreamgallery.nl/news/425/constant-dullaarts-follower-profiles-in-foam-museum>

Crujisen, Walter van der. "TheLounge." WVDC.me. Last modified 1999. Last accessed 29-03-2019.  
<http://www.wvdc.me/fascinaties/documentatie/tekst/thelounge/>.



Dietz, Steve. "Beyond Interface: Net art and art on the Net I." Museum and the Web. Last modified 04-1998. Last accessed 29-03-2019.  
[https://www.museumsandtheweb.com/mw98/beyond\\_interface/bi\\_fr dietz.html](https://www.museumsandtheweb.com/mw98/beyond_interface/bi_fr dietz.html).

Dietz, Steve. "Beyond Interface: Net art and art on the Net II." Museum and the Web. Last modified 04-1998. Last accessed 29-03-2019.  
[https://www.museumsandtheweb.com/mw98/beyond\\_interface/dietz\\_pencilmedia.html](https://www.museumsandtheweb.com/mw98/beyond_interface/dietz_pencilmedia.html).

Dullaart, Constant. Last accessed 19-04-2019  
<https://constantdullaart.com/>.

Dullaart, Constant. "Constant Dullaart: 100,000 Followers for Everyone!" Dis Magazine. Last accessed 18-04-2019.  
<http://dismagazine.com/dystopia/67039/constant-dullaart-100000-followers-for-everyone/>

Eler, Alicia. "Amalia Ulman's Instagram performance exposed the flaws in selfie culture." CNN Style. Last modified 29-03-2018. Last accessed 18-04-2019.  
<https://edition.cnn.com/style/article/amalia-ulman-instagram-excellences-perfections/index.html>.

Loneragan, Guthrie. "MySpace Intro Video Playlist." GuthGuth. Last modified 05-09-2006 Last accessed 29-03-2019.  
<http://guthguth.blogspot.com/2006/05/>.

"Net\_Condition." ZKM media museum. Last accessed 29-03-2019.  
<https://zkm.de/en/exhibition/1999/09/netcondition>.

O'Reilly, Tim. "What's Web 2.0." O'Reilly. Last modified 30-09-2005. Last accessed 18-04-2019.  
<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.

Ottmann, Klaus. "The Thing International." ARS Electronica Catalog Archive. Last accessed 29-03-2019.  
[http://90.146.8.18/en/archives/festival\\_archive/festival\\_catalogs/festival\\_artikel.asp?iProjectID=8654](http://90.146.8.18/en/archives/festival_archive/festival_catalogs/festival_artikel.asp?iProjectID=8654).

"Tweet Bubble Series." V2. Last accessed 18-04-2019.  
<https://v2.nl/archive/works/tweet-bubble-series>.

Whitney Museum of American Art. "Atport." Last accessed 29-03-2019.  
<https://whitney.org/artport>.