

## Persbericht



Benjamin, TE KOOP, 2013

### Social Image

Kunstenaars: Benjamin Li (1985, NL), Eva Olthof (1983, NL), Helen Flanagan (1988, UK), Marijn Alexander de Jong (1989, NL), Puck Verkade (1987, NL) en Gino van Weenen (1986, NL)

Curator: Gerben Willers

Opening: Vrijdag 20 juni 2014, 17:00-21:00

Tentoonstellingsdata: 21 juni – 24 augustus

Locatie: MAMA, Witte de Withstraat 29-31, 3012 BL Rotterdam

De afgelopen maanden heeft MAMA samengewerkt met een groep kunstenaars rondom het onderwerp social image. Na een open call in januari 2014 verkeerde MAMA in de luxe positie dat zij zes jonge kunstenaars over de vloer had die zich verbonden voelden met de term. De afgelopen maanden voedden zij elkaar met ideeën over dit relevante begrip. Social image is weliswaar geen geïnstitutionaliseerde term, maar raakt actuele thema's in de hedendaagse beeldende kunst zoals sociale media, sociaal geëngageerde performances/happenings en internet gerelateerde kunst.

Online marketeer Tony Obregon heeft het over 'social image curating' als mensen zich verbinden met beelden om zichzelf te vereenzelvigen met hun behoeften en verlangens. Als dit zo is, is elk beeld dat online wordt gepost een social image; het hoeft alleen maar gepost te worden op een persoonlijke account. Zodoende is een social image om het even een foto van iemands nieuwe schoenen of een reproductie van de Mona Lisa.

In Obregons visie op social images zijn beelden zelf passief. Beelden worden gebruikt om iemands online profiel te construeren in sociale media. Mensen hoeven zich

## Press release



Puck Verkade, Persona, 2013

### Social Image

**Artists: Benjamin Li (1985, NL), Eva Olthof (1983, NL), Helen Flanagan (1988, UK), Marijn Alexander de Jong (1989, NL), Puck Verkade (1987, NL) and Gino van Weenen (1986, NL)**

**Curator: Gerben Willers**

**Opening: Friday 20 June 2014, 17:00-21:00**

**Exhibition dates: 21 June – 24 August**

**Location: MAMA, Witte de Withstraat 29-31, 3012 BL Rotterdam**

**In recent months, MAMA has worked with a group of artists on the topic of social image. Following an open call in January 2014, MAMA found itself in the privileged position of finding six young artists who were connected by a strong affinity to the term. Over the past months, they have informed one another with relevant ideas about this concept. Although social image may not yet be an institutional term, it touches on many of the current themes important to contemporary art such as social media, socially engaged performances and happenings, and internet-related art.**

**Online marketer Tony Obregon talks about 'social image curating' as a way of people connecting by using pictures to identify with their needs and desires. If so, any image that is posted online is a social image: it need only be posted on a personal account. Thus a social image can be a picture of someone's new shoes or a reproduction of the Mona Lisa.**

**In Obregon's vision, social images are passive images. They are used to construct someone's online profile on social media. To make a social image, one need only to connect with different images,**

slechts te verbinden met verschillende beelden, muziek, films, etc. om een social image te maken. In zijn idee van 'social image curating' is er een totale gelijkheid tussen beelden, of het nu (reproducties van) kunstwerken zijn of afbeeldingen van alledaagse consumentenartikelen. Ze zijn de bouwstenen van iemands sociale verschijning.

Kunstenaar Rafaël Rozendaal is eveneens geïnteresseerd in social images. Hij gelooft dat er een potentieel is voor social images die in verloop van tijd veranderen door gebruikers toe te staan ze te veranderen "zoals een Wikipedia artikel". Een veranderend beeld of veranderende tekst dat zijn of haar eigen leven gaat leiden door derden doet denken aan het gedrag en de betekenis van memes, on- en offline. Een social image als meme opgevat gedraagt zich als een capsule die culturele ideeën, symbolen en praktijken meedraagt die worden doorgegeven van de ene op de andere persoon door middel van schrijven, spreken, gebaren, rituelen en andere reproduceerbare fenomenen.

Het doel van het Social Image project is om de kennis en inzicht in het begrip social image te verrijken en te meten aan de praktijk van een groep getalenteerde makers vanuit verschillende praktijken: beeldend kunstenaars, een theatermaker, fotograaf, dichter. De Social Image groep functioneert daarbij als een 'community of practice', te definiëren als een groep mensen met een gemeenschappelijke interesse die van elkaar leert door in de praktijk met elkaar te werken en discussiëren. Binnen de 'community of practice' vormt de informele uitwisseling en de verbondenheid met het gemeenschappelijke doel een belangrijke voorwaarde tot ontwikkeling van de deelnemers, resulterend in nieuwe werken.

De afgelopen maanden hebben de kunstenaars met elkaar, met de MAMA staf en met externe gasten over het onderwerp social image gesproken en dit begrip gereleerd aan hun eigen beroepspraktijk. Door dit proces van informatie en ervaringen delen heeft men van elkaar geleerd en zijn er extra mogelijkheden ontstaan om zich professioneel te ontwikkelen. MAMA heeft deze gesprekken en de atelierbezoeken met externe gesprekspartners – JODI (Dirk Paesmans & Joan Heemskerk), Bruno Listopad, Abner Preis en Boris van Berkum – gefaciliteerd en nieuw werk mede mogelijk gemaakt, resulterend in de tentoonstelling Social Image; een rol die we voorheen ook hadden bij andere solo- en groepstentoonstellingen van jonge makers, maar die nu rondom het Social Image project meer is geformaliseerd. De discussies en gesprekken waren ook voor MAMA belangrijk. Het is een vorm van betrokkenheid met kunstenaars waarin we geloven en waarin we willen investeren.

**music, movies, etc. In his idea of 'social image curating', there is an overall similarity between images, whether (reproductions of) works of art or images of everyday consumer products. They are the building blocks of someone's social appearance.**

**Artist Rafaël Rozendaal also has an interest in social images. He believes there is potential for social images that transform over time, 'like a Wikipedia article', by allowing users to change them. A changing picture or text that takes on a life of its own, as determined by third parties, is reminiscent of the behaviour and meaning of memes, both on and offline. A social image understood as a meme behaves like a carrier of cultural ideas, symbols, and practices that are passed from one person to another through writing, speech, gestures, rituals, and other reproducible phenomena.**

**The aim of the Social Image project is to enrich the knowledge and understanding of the social image concept, and measure the practice of a group of talented artists from different practices: visual artists, a theatre maker, a photographer, and a poet. The Social Image group functions as a 'community of practice' – a group of people with a common interest who, in practice, learn from each other through discussions and working together. Within the 'community of practice' the informal exchange and the connectedness with a common goal form an important condition for the participant's development and results in new work.**

**In recent months, the artists, together with MAMA's staff and external guests, discussed the subject of social image and related this concept to their own professional practice. Through this process of sharing information and experiences, they have learned from each other, and created additional opportunities to develop professionally. MAMA facilitated the exchange of information and studio visits with external partners – JODI (Joan Heemskerk and Dirk Paesmans), Bruno Listopad, Abner Preis, and Boris van Berkum – making new works possible and resulting in the exhibition Social Image. MAMA has adopted a similar role with previous solo and group exhibitions with young artists, but in the Social Image project it has been more formalized. The discussions and information exchange were also important for MAMA because it is a form of engagement with artists in which we believe and want to further develop.**

Bij de tentoonstelling verschijnt de gelijknamige publicatie Social Image met interviews door stagiaire Milou Terpstra met alle leden van de groep. De Nederlandstalige publicatie (oplage 750 ex., vormgeving OONA) wordt gratis ter beschikking gesteld aan de bezoekers van de tentoonstelling.

Voor meer informatie en persbeeld kunt u contact opnemen met Alyssa Mahler ([alyssa@showroommama.nl](mailto:alyssa@showroommama.nl)).

**The Social Image publication accompanies the exhibition and includes interviews by intern Milou Terpstra with all members of the group. The Dutch publication (edition of 750, designed by OONA) is available to visitors of the exhibition for free.**

**For more information and press images please contact Alyssa Mahler ([alyssa@showroommama.nl](mailto:alyssa@showroommama.nl)).**

Follow us on:



showroom:  
Witte de Withstraat 29-31  
3012 BL Rotterdam - NL

post:  
PO Box 23070  
3001 KB Rotterdam - NL

T +31 10 2332022  
[info@showroommama.nl](mailto:info@showroommama.nl)  
[www.showroommama.nl](http://www.showroommama.nl)

MAMA is supported by:  
City of Rotterdam,  
Mondriaan Fund