



Ásmundur Ásmundsson

Writings

Pages 3-8

“Kwitzerbellíakin.” [in collaboration with Hannes Lárusson and Tinna Grétarsdóttir.], Kwitzerbellíakin, exhibition catalogue 2016.

Pages 9-14

„Zombienes grytelokkrevolusjon.” [with Tinna Grétarsdóttir and Hannes Lárusson], Power Ekroth, Bernhard Ellefsen og Remi Nilsen (ed.), Fabrikk. Antologi-Møllebyen Literaturfestival 2013.

Pages 15-24

“The Cultural Worker.” [in collaboration with Tinna Grétarsdóttir and Hannes Lárusson], Ása Guðný Ásgeirs dóttir, Helga Björnsdóttir og Helga Ólafs (ed.), Þjóðarspegillinn XII, Conference in Social Science. Reykjavik, Social Science Research Institute, University of Iceland, 2011.

Pages 25-36

“Koddu.” [in collaboration with Hannes Lárusson and Tinna Grétarsdóttir], Koddu, exhibition catalogue, 2011.

Page 37

“The Decade of Fine Arts.” The Reykjavik Grapevine, January – February 2011.

Pages 38-40

“Capital Capitulates.” Framework, 10th issue - June 2009: Rescue Plan.

Pages 41-46

“From the margins of the visual sphere.” the weekly Viðskiptablaðið. Five of forty-eight articles on fine arts and visual culture (in Icelandic).

Kwitcherbællíakin

In English, kwitchyerbellyakin is a colloquialism from the English phrase “quit your belly aching”. It is a casual but authoritative dismissal that means, “stop complaining”.

The expression surfaced in the socio-political landscape in Iceland during WWII. Daniel V. Gallery, the commander of a US naval air base in Reykjavík, dubbed the camp Kwitcherbællíakin as a witty boost to his troops, both acknowledging and dismissing their critical complaints of poor living conditions and harsh climate on the island. In good spirit, and as a consoling reminder of the troop home base in the Caribbean, steel palm trees were planted in front of the Fleet Air Club. These palm trees became an amusing and ironic symbol of the camp setting, evoking tropical paradise and sun, an endless bliss without struggle and worries. Considering the complexity and the accuracy of Commander Gallery's execution, we can read Kwitcherbællíakin as the first art installation in Iceland.



Kwitcherbællíakin at the Reykjavík Art Museum presents unresolved narratives that speak to the camp-like conditions of today's ecological and socio-political realities and the future that is unfolding in the shifting geopolitics in the Arctic. The locus to reflect on and stay with the uncertainty of our disturbed grounds of being—our existential “belly aching”—was an abandoned checkpoint for the former NATO base in Reykjanes. These narratives and future visions are framed by the past and present of this site, which is currently in transformation from a private, fenced-off territory to a public civilian site—its history marking the transition from Iceland's Cold War past to its warming future.



I

The former NATO base on the Reykjanes peninsula, now Ásbrú Enterprise Park, stood at the front lines of the ideological rivalry of East and West during the Cold War. Now it sits as reminder of the race between the two grand ideological narratives of modernity and their version of “good life”— both of which, under the flag of progress, have had catastrophic consequences for humans and the environment. While the breakdown of Soviet communism has been evident for over twenty years, it is clear that we are now adrift in the ruins of capitalism.[1] Aptly named “Ásbrú” after the rainbow bridge between the earth and the gods in Norse Mythology, the site is a link between the past and the future, marking the transition from the Cold War to the “warm wars” of climate change. While it may be a wild dream that the north is turning into “sub-tropical zone”—to use the words of the author J. G Ballard in his book *The Drowned World* [2]—as the ice caps melt and temperature rises, this irruption of nature is more of a nightmare with catastrophic consequences for the planet.

II

This windy and barren field has played a central role in Iceland’s national project and its dreams of independence and modernity. A gateway to the world and foreign influence, the site has always been a subject of great controversy, driven by the colonial, racist, capitalist, and patriarchal values foundational to the making of the Icelandic nation. The Second World War and the prolonged presence of US military force fuelled economic growth, consumption, employment, and international contact. “The Beloved War”, as WWII was commonly referred to by Icelanders, had a different fate for Iceland than many other nations under foreign rule.[3] Being one of the poorest nations in Northern Europe, Iceland became not only one of the richest countries in Europe at the end of the war, it gained its full independence from Nazi-occupied Denmark in 1944.[4] Thus, Iceland reached its “utopian goal—its own *tausendjähriges Reich*—but it had happened through foreign invasion and occupation rather than through Icelandic actions”.[5] The role of the war and foreign powers in the storyline of the Icelandic narrative of independence has, however, been “conspicuously absent”. [6] The official narrative, as Guðmundur Hálfdanarson points out, “assumed that the nation had literally pulled itself up from poverty by its own bootstraps, or propelled itself forward solely through its own effort”. [7] Yet another quiet storyline in the Icelandic national narrative is how the NATO base turned into a gigantic plant, channeling funds into the Icelandic national pocket and laying the foundations of local corporate clans and kinship dynasties.

Moreover, Iceland's march towards modernization was sponsored by the West through, among other sources, Marshall Plan aid, which fuelled Icelanders to bulldoze what was left of their traditional earthen architecture and become fully modern in new, high-tech homes; they constructed dams, laid roads, built factories, and drained wetlands—causing massive carbon dioxide emissions.[8] The rush to modernity, however, was a selective process. While the flow of funds, technology, and goods from US sources was unhindered, the Icelandic government's agenda fueled racial and social prejudices by requesting that troops of colour not be sent to the island; so-called "situation" girls involved with military personnel were ruthlessly shamed and displaced. The concern was that the "ethnic purity" of the Icelanders should stay intact: its population, culture, and the national moral order were seen as threatened by foreign pollution.[9] At the same time, Icelanders remained unconcerned about the military's actual contamination of the ground and water. And as it turned out, the military departed from the NATO base in 2006 without cleaning up their pollution.

III

The former NATO base and its surroundings, with its half-built aluminium smelter and rising silicon plant and data centers, can be read as a microcosm of Iceland, bearing strong marks of the present state of affairs: privatization, society in debt, high hopes of exploiting the Arctic, and aspirations of turning Iceland into a service station and commercial hub for new geopolitics in the Arctic. The North Atlantic faces complications and challenges like never before in the warming future that will be marked by resource competition, emerging shipping routes, and melting ice caps. It is not a question of if, but when pollution from the exploitation of natural resources, transport, and accidental oil spills will devastate the already threatened biodiversity and damaged ecosystems in the Arctic. Future progress rests on the putative "great opportunities" that lie in this region. The Arctic is the last frontier where natural resources such as oil, gas, and minerals can still be found and drained. Icelanders (Eykon Energy) have already teamed up with the Norwegians (Petro) and the Chinese (CNOOC) for oil exploration in the Dragon zone, north of Iceland.[10] Moreover, the opening of new shipping lanes through the Arctic for part of the year will bring the traffic of global shipping trade to Icelandic waters. Iceland has already deepened its relations with the East by being the first European country (along with Switzerland) to enter into free-trade agreement with China in 2014. "Iceland is one of the eight countries of the future", [11] stated the Icelandic Prime Minister, Sigmundur Davíð Gunnlaugsson, in 2014 (referring to The World in 2050). While climate change has had a catastrophic effect on the world, the Prime Minister spoke rather of the great number of imminent opportunities that the environmental and social crises will open for Iceland: "There's a water shortage, energy is becoming more expensive, land is in short supply and it is predicted that the cost of food will rise in the foreseeable future... So there are great opportunities for Iceland there and we are mapping it out".[12] Instead of throwing today's entire economic system into question, Gunnlaugsson's opportunistic and progressivist mindset relies on the old gluttonous attitudes that brought us to this point in the first place. The preservation and protection of a neoliberal ethos continues to reduce species cohabitation to the competitive market values of the here and now—even as societies and vast ecosystems sink deeper and deeper into precarious conditions. Despite the morbid symptoms' call for the death of the old system, we seem to be nightmarishly stuck in a repetitive clean up of the wreckage—sustaining old forms and the status quo.[13]

Iceland seems to be back to bargaining business deals with Super Powers and corporations—just as it did in the Cold War—in order to make the most out of current opportunities and its strategic location within renewed geopolitics in the North. Yet, while negotiating with other stakeholders, the small state has to "remain agile and flexible, friendly with all major players and open to all possible twists and turns in the development process".[14] The nation

Moreover, Iceland's march towards modernization was sponsored by the West through, among other sources, Marshall Plan aid, which fuelled Icelanders to bulldoze what was left of their pasts become well versed in playing different identity cards, shifting the representation of Icelanders accordingly, from exotic natives at the border of the Arctic frontier to free-spirited Europeans, and innovative, opportunistic cosmopolitans.[15] This ambivalence has become a somewhat intrinsic part of the nation, which left its traditions and the past in a haste for the "new world", adopting models and structures from abroad to become a nation among nations, without reflecting on what it was becoming.[16] Regardless of how hollow the projected image is, Icelanders—whether "children of nature", innovative entrepreneurs, or peace-loving Europeans to name a few—actively perform and negotiate their identities to accommodate global politics, tourism, and media.

The Arctic race for influence, power, and wealth is underway, heightening former Cold War tensions. Russia, the only non-NATO Arctic state, planted its flag on the Arctic seabed in 2007. While Iceland's Arctic policy, approved by the parliament in 2011, claims that Iceland is against "any kind of militarization of the Arctic", current developments suggest that this is not the case[17]: the Pentagon has already requested \$19 million of the 2017 US budget for the renovation of the base airfield in Keflavik to facilitate surveillance in the North Atlantic and offset increasing Russian military presence.[18] In one form or another, the dream of many Icelanders—that Iceland reverts to being a military base again, might not be so wild.



IV

Since the NATO base was closed in 2006, the area has been under development as Ásbrú Enterprise Park, a community of innovation, education and business. The park, a self consciously transitional and liminal space, portrays itself as "The center of innovation in Iceland" in its calls for potential partners.[19] The development of the Enterprise Park is in conjunction with the enterprise culture implemented in Iceland since the late 1990's, when the island was turned into a globalized, neoliberal nation-state. Grandiose tales of "creativity and innovation" have been repeated in public discourse promoting entrepreneurialism. This "creative turn" in Iceland still permeates the present political and economic zeitgeist.

Neoliberal government policies demand that creatives and innovators in art, science and technology "stay alert, awake, and on the move. If they stand still in the context of today's "mandatory entrepreneurialism", they...will be relieved of duty".[20] The prevailing neoliberal approach to creativity, with its entrepreneurial drive, relies on anticipated conformity, and quantifiable, progress-driven imagination. As Pascal Gielen points out, "Utopia and excessive imagination is out of the question in this ideology of realism".[21] This development contributes to what Gielen calls the "wet, flat network world", a world where creation as mere differentiation has "neither depth nor height", [22] where art institutions and artists have been subjected to the "creative destruction"[23] of neoliberal reforms, "swim[ming] hastily and blindly from one project to the next".[24] There seems to be no shortage of cheap and renewable creative recruits willing to contribute to the needs of neoliberal progress—and "to the lofty national

project, right in step with marketing specialists, PR people, cultural managers, tourist agents, cultural economists, cultural advisers...and other specialists in 'creative thinking".[25] Cultural creatives have, or so it seems, accepted the national and supra-national policies of the creative industries designed to regulate, in collaboration with the market and the state, innovation and creativity. Cultural policies and the attendant public discourse make no distinction between not-for-profit visual art spaces, manufactures of souvenirs and other commercial products, video game developers, etc., despite the significant differences between the groups and the nature of their work, methodology, and goals.[26] Spaces that traditionally provided a "spine to those who wish to stand up straight and undertake some daring creative act"[27] have been eliminated, with dire consequences for authoritative position of art and artists' ability to maintain control over their own field. Like every other industry, the creative industries have been successfully coopted by neoliberal government policies and are now "subject to performance-oriented, statistically measureable, pragmatic results—results that render [their] successes indisputably valid".[28]

Calling for a critical discussion of "the creative turn" is tricky in Iceland. Those who critique or question this development are seen as attacking the hard-working laborers of the creative class and run the risk of becoming disloyal to the high-minded belief that the creative industries constitute a genuine alternative to the more traditional production line of aluminium smelters, hydropower plants, and fishing fleets. Moreover, unlike the more traditional industrial plants on the island, the powerhouse of ideas absorbs labor, affection, and goods at bargain basement prices.

V

Notions of "encampment" reflect upon developments of the present socio-political and ecological realities.[29] We live in a system that generates short-term thinking, "one big carousel of responsibilities that are continuously passed on"[30], while the foundations of the welfare state are liquefied, the environment degraded and species destroyed. Distinctions between private and public space are blurred, and lifelong insecurity, stress, fear, and burnout are normalized.[31] Dominance, violence, profitability and linear progress—values central to the idea of modernity and its logic—have hit their limit. It is time to recognize that the unsustainable fantasies of the "good life" act as barriers to the well-being of humans, nonhuman others, and the planet.[32] While the exhibition *Kwitcherbellíakin* does not provide answers to the question of "how to inherit this history"[33], along with its violence and exploitation, it stresses the importance of finding ways to "address the imaginative challenges of living without those handrails, which once made people think they knew, collectively, where people were going".[34]

While cultural critique is disappearing along with ecosystems and species, *Kwitcherbellíakin* attempts to address unresolved narratives of the present and make them visible. This project calls for greater awareness, more attuned listening, and the imagining of ways of life "after economic growth"[35] and outside of "instantaneous time".[36] The challenge to (re)tell one's self and one's place in the world requires new relations and imaginative thinking, feeling, and acting that do not endorse the prevalent exchange system or subscribe to individual self-valorizations of the neoliberal regime. It's time "to look around rather than ahead".[37] Something is growing and crawling out from behind the illusionary curtains of modernity; interrupting forces challenge people to engage in new modes of thinking about human and nonhuman entanglements in our ecological coexistence.[38] As Donna Haraway states, "We become-with each other or not at all".[39] The troubled landscape of the Anthropocene, an epoch marked by the profound change humans have made to the planet, calls for our recognition that the time of "fixes" has passed. Haraway advises, at this point we must "stay...with the trouble"; we need to rethink and contest borders of the nature and culture divide (including object and subject,

science and art, facts and values)—the key mantra of modernity.[40] Challenging established boundaries, in order to cast light on “the possibility of life in capitalist ruins”,[41] is to keep close attention to the present precarity, suspense, disorientation, and the bellyache.

Ásmundur Ásmundsson

Hannes Lárusson

Tinna Grétarsdóttir.

[1]Anna Lowenhaupt Tsing, *The Mushroom at the End of the World: On the Possibility of Life in Capitalist Ruins* (Princeton: Princeton University Press, 2015). [2]J.G. Ballard, *The Drowned World* (Berkeley: Berkeley Medallion, 1962), 35. [3]Guðmundur Hálfdanarsson, “The Beloved War’: The Second World War and the Icelandic National Narrative,” in *Nordic Narratives of the Second World War: National Historiographies Revisited*, ed. H. Stenius et al. (Lund: Nordic Academic Press, 2011). [4]Guðni. Th. Jóhannesson, “To the Edge of Nowhere? U.S. Icelandic Defence Relations during and after the Cold War,” *Naval War College Review* 57 (2004): 114–37. [5]Hálfdanarsson, “Beloved War,” 85. [6]Hálfdanarsson, “Beloved War,” 92. [7]Hálfdanarsson, “Beloved War,” 93. [8]Sigrún Elíasdóttir, Marshall áætlun og tæknivæðing Íslands. Óbirt MA-ritgerð, (Háskóli Íslands, 2012). [9]Hálfdanarsson, “Beloved War,” [10]See Eykon Energy’s website: <http://www.eykonenergy.com> [11]Nanna Árnadóttir, “P.M.: Climate Change Might Work in Our Favor,” *The Reykjavík Grapevine* April 2, 2014, accessed October 2, 2016, <http://grapevine.is/news/2014/04/02/pm-climate-change-might-work-in-our-favour/> [12]Árnadóttir, “P.M.: Climate Change Might Work in Our Favor.” [13]Antonio Gramsci, *Selections from the Prison Notebooks*, ed. and trans. Quintin Hoare and Geoffrey Nowell-Smith (London: Lawrence & Wishart, 1971), 276. [14]Alyson Bailes, Margrét Cela, Katla Kjartansdóttir and Kristinn Schram, “Iceland: Small but Central,” in *Perceptions and Strategies of Arcticness in Sub-Arctic Europe*, ed. Andris Spruds and Toms Rostoks (Riga: Latvian Institute of International Affairs, 2014), 96. [15]Anna Sofie Gremaud, “Ísland sem rými annarleikans. Myndir frá bókasýningunni í Frankfurt árið 2011 í ljósi kennninga um dullendur og heterotýpur” [*Iceland as a Place of Otherness. Crypto-Colonial and Heterotypical Perspective in Imagery from the 2011 Frankfurt Book Fair*], *Ritið* 12 (2012): 7–29; Bailes et al, “Iceland: Small but Central”; Ásmundur Ásmundsson, Hannes Lárusson and Tinna Grétardóttir, *Koddu*. (Reykjavík: Félagið Koddu, 2011). [16]Hildigunnur Sverrisdóttir, nd., Hin kakfóniska staðarmótun lýðræðisbarnsins - eða hvað er arkitektúr? Unpublished manuscript (Reykjavík, 2016). [17]“A Parliamentary Resolution on Iceland’s Arctic Policy (Approved by Althingi at the 139th legislative session March 28 2011),” accessed October 2, 2016, <https://www.mfa.is/media/nordurlandaskrifstofa/A-Parliamentary-Resolution-on-ICE-Arctic-Policy-approved-by-Althingi.pdf>. [18]Gregory Winger and Gustav Petursson, “Return to Keflavik Station: Iceland’s Cold War Legacy Reappraised,” *Foreign Affairs*, February 24, 2016, accessed September 23, 2016, <https://www.foreignaffairs.com/articles/unit-ed-states/2016-02-24/return-keflavik-station>. [19]See “Ásbrú: The Center of Innovation in Iceland,” accessed September 23, 2016, <http://www.asbru.is/english>; “Ásbrú Enterprise Park: Innovation Powered by Green Energy,” accessed September 23, 2016, http://www.freeradepark.com/down/upload/Asbru_brochure_en.pdf. [20]Tinna Grétarsdóttir and Bryndís Björnsdóttir, “Run for your Life,” in *Scarcity in Excess: The Built Environment and the Economic Crisis in Iceland*, ed. A. Mathiesen, et al. (Barcelona: Actar Publishing, 2014). [21]Pascal Gielen, “Institutional Imagination: Instituting Contemporary Art Minus the ‘Contemporary’,” in *Institutional Attitudes: Instituting Art in a Flat World*, ed. Pascal Gielen (Amsterdam: Valiz, 2013), 25. [22]Pascal Gielen, *Creativity and Other Fundamentalisms* (Heijningen: Japan Books, 2013), 41. [23]Joseph A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Demos* (London: Routledge, 2010). [24]Gielen, *Creativity and Other Fundamentalisms*, 41. [25]Ásmundsson et al., *Koddu*, 25. [26]David Hesmondhalgh, *Defining the Future EU Culture and Media Programmes*, public hearing, European Parliament, Brussels, April 26, 2012, accessed August 16, 2016, <http://www.europarl.europa.eu/document/activities/cont/201205/20120507ATT44555/2012050>. [27]Pascal Gielen, “Institutional Imagination,” 19. [28]Tinna Grétarsdóttir, Ásmundur Ásmundsson, Hannes Lárusson, “Creativity and Crisis,” in *Icelandic Meltdown: Causes, Implications, and Consequences of the Collapse of the Icelandic Economy*, ed. Gíslí Pálsson, and Paul Durrenberger (Boulder: University Press of Colorado, 2015), 103. [29]Pascal Gielen, “Situational Ethics,” in *The Ethics of Art: Ecological Turns in the Performing Arts*, ed. Guy Cools and Pascal Gielen (Amsterdam: Valiz, 2014). See also, Giorgio Agamben, *Homo Sacer: Sovereign Power and Bare Life*, trans. D. Heller-Roazen (Stanford: Stanford University Press, 1998). [30]Gielen, “Situational Ethics,” 22. [31]Gielen, “Situational Ethics,” 22. [32]Lauren Berlant, *Cruel Optimism* (Durham, NC: Duke University Press, 2011). [33]Isabelle Stengers, *In Catastrophic Times: Resisting the Coming Barbarism* (Lüneburg: Open Humanities Press, 2015), 23. [34]Tsing, *Mushroom at the End of the World*. [35]Stengers, *Catastrophic Times*, 24. [36]Gielen, “Situational Ethics,” 27. [37]Gielen, “Situational Ethics,” 52. [38]Timothy Morton, *Hyperobjects: Philosophy and Ecology After the End of the World* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2013). [39]Donna Haraway, *Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene* (Durham, NC: Duke University Press, 2016), 19. [40]Haraway, *Staying with the Trouble*, 19. [41]Tsing, *Mushroom at the End of the World*.



Caserolazo of the zombies

¹
Pascal Gielen (red.), «Introduction. When Flatness Rules», *Institutional Attitudes. Instituting Art in a Flat World*, Valiz, Amsterdam, 2013, s. 25.

²
«Sinopec looks north for oil», China.org.cn, 18. juni 2013; «Kínverjar í olíuleit við Ísland», ruv.is, 6. juni 2013.

³
Catharine Fulton, «Huang Nubo Continues Bid to Investment in Iceland», grapevine.is, 15. mars 2013.

⁴
For mer informasjon om treet, se Islands nasjonalmuseum: <http://www.thjodminjasafn.is/jol/jolaskraut/>.

⁵
Se «Christmas Tree Lit in Reykjavík», icelandreview.com, 4. desember 2012.

Zombienes grytelokkrevolusjon

Koddu (Ásmundur Ásmundsson, Hannes Lárusson og Tinna Grétarsdóttir)

Islands banker kollapset bare fem år etter at de ble fullprivatisert.

Fem år etter det økonomiske sammenbruddet sitter de samme partiene som innførte det nyliberale regimet og ga statlige selskaper og banker til sin partivenner, igjen ved makten. En framtid uten dem er for risikabel, sies det. I dag framstår grytelokkrevolusjonen i 2009 og troen på et alternativ til nyliberalismen – til dens avreguleringer, privatiseringer, korrumasjon og ulikheter – som et taust minne fra en fjern fortid, trygt arkivert på Nasjonalmuseet i Reykjavík. Troen på det politiske, økonomiske og sosiale alternativet som grytelokkene banket fram, har forduftet. Selv oppslutningen om en grunnlovsreform har smuldret bort. De dominerende politiske kretene kan fortsatt støle på fabrikkgolvets konformitet og enkle fantasi, der folk finner trøst i det gamle utbyttende systemet. Nok en gang omfavner de «nyliberalismens krav om mer realisme».¹

Mange av de skadelidende og de som har gått lei av øyas rovdyr, ser nå på Norge som en mulighet til å starte på ny. Norge ligger ikke bare nærmere, det er også en utopi, et oljeland. Islendingene har lenge drømt om å tappe Nordishavets oljereserver. Myndighetene har allerede innledet uformelle samtaler med kinesiske oljeselskaper.² Og om oljen er utenfor rekkevidde, kan vi alltid selge landområder til kineserne.³

Selv symbolet på utenlands sjenerositet er juletreet som hver jul lyser opp torget Austurvöllur i sentrum av Reykjavík – hvert år siden 1952 har norske myndigheter gitt dette treet til Island.⁴ Som Jón Gnarr, Reykjavíks populære borgermester, bemerket i Oslo i fjor, var det skamelig av grytelokkrepresentantene å sette fyr på denne gaven i 2009.⁵ Gnarrs parti – Besti flokkurinn (Det beste partiet) – var opprinnelig ment som satire, men ble en reell politisk aktør da det vant kommunevalget i 2010. Partilederen, som hevder å være i slekt med Mummitrollet, underholder jevnlig sine medborgere med å kle seg ut eller å gå i drag. Han har lovet at bedre tider vil komme, hvis de bare følger de skandinaviske barnebøkenes moralske budskap. Dydrene i Hakkebakkeskogen og innbyggerne i Kardemomme by har truffet en nerve hos islendingene. Det henvises så mye til dem at de nærmest er blitt politiske premissleverandører på Island. Men ideen om at de har bidratt



⁶
Se <http://skapandigreinar.wordpress.com>.

⁷
Se Gregory Sholette, *Dark Matter. Art and Politics in the Age of Enterprise Culture*, Pluto Press, London, 2011, s. 117. Se også Pascal Gielen, *The Murmuring of the Artistic Multitude. Global Art, Memory and Post-Fordism*, Valiz, Amsterdam, 2009.

⁸
Andri Snær Magnason, «Í landi hinna kíkkuðu karlmannax», www.visir.is, 11. september 2010.

til å gjenoppfinne det islandske demokratiet, eller innstiftet en radikal politisk eller institusjonell endring er diskutabel. Tross bedringene i livskvalitet som kommer med en borgemester som kler seg ut, tross valgløftene om å redusere husholdningenes gjeld: Oslo-treet vil nok brenne igjen, snart.

Den sosialdemokratiske venstresiden har ikke klart å skape et alternativ til det nyliberale styret. Det eneste alternativet som har blitt hyllt som veien ut av krisen er satsning på de kreative næringene. Den kreative vendingen er nå en skjør men samlet stemme, hevder radikalerne. Selv om Islands gründerkultur har hatt sine grunnstønninger, er det tilsynelatende ingen vei tilbake. Et nytt forjettet land av innovasjon og kreativitet skimtes i horisonten, som erstatning for de tradisjonelle produksjonslinjene i Islands smelteverk, vannkraftverk og fiskeflåter.

I 2011 samlet de mange spredte, splittede, frihetssøkende kreative organisasjonene seg i Samtök skapandi greina (De kreative næringers forbund).⁶ Organisasjonen har entusiastisk omfavnet nasjonale og overnasjonale reguleringer av de såkalt kreative næringene. Kunstnerne, de sårede overlevende etter sammenbruddet, de tilpasningsdyktige outsiderne, er den muntre og fleksible arbeidsstyrken på golvet. Fabrikkgolvet her er et mangefasettert panoptikon av selvregulerende mikroenheter som produserer «kreativitet» i stor skala. Verken giftavfall eller fabrikkstøv tetter til tannhjulene på disse samlebåndene. «Problemloserne» drømmer opp nye måter å hjelpe det nyliberale prosjektet på, for å bidra til vårt felles mål om nasjonal velstand. Snarere enn å problematisere situasjonen, har «kunstnerne» tilsynelatende akseptert deres tomme rolle som bidragsytere til øyas BNP.

Selv om stadig flere kaller seg kunstnere, eller kreative kulturarbeidere, bekymrer de seg for at en ny krise brygger opp – ikke bare en økonomisk krise, men også en krise for demokratiet og landets selvstendighet. I fraværet av genuin kulturkritikk har det oppstått et foruroligende vakuum. Gregory Sholette mener at disse kunstnerne har «fått større sosial legitimitet innenfor den nyliberale økonomien», der den nye bedriftskulturen «har avradikalisert kunstnere i en slik grad at et slags historisk kompromiss eller *détente* har oppstått.»⁷ I den offentlige debatten og kulturpolitikken skiller det ikke mellom kunst og kreativ næring. Radikale analyser av situasjonen eller tilløp til kritikk oppfattes som et brudd med «den kreative vendingen».

Å kreve en kritisk drøfting av denne samfunnsmessige og politiske utviklingen er vanskelig. I «de gale menns land»⁸ framstilles de kreative næringene som redningen ikke bare for landets økonomi, men også

⁹
Se www.toppstodin.is.

¹⁰
Tinna Grétarsdóttir, Ásmundur Ásmundsson og Hannes Lárusson, «The Cultural Worker», in Ása G. Ásgeirsdóttir, Helga Björnsdóttir og Helga Ólafs (red.), *Bjöðarspegi Conference. Research in Social Sciences XII*, The Social Science Research Institute, Reykjavík, 2011, s. 611.

¹¹
Se David Hesmondhalgh, «Public hearing on Defining the Future EU Culture and Media Programmes», Europaparlamentet, Brussel, 26. april 2012.

¹²
Ásmundur Ásmundsson, Hannes Lárusson og Tinna Grétarsdóttir, *Koddu* (katalog), Living Art Museum, Reykjavík, 2011, s. 25.

for Islands plass i naturen. Ifølge denne visjonen er de kreative næringene et alternativ til å høste det som gjenstår av Islands jordvarme, noe som ville innebære å forvandle landet til et perlekjede av smelteverk. I bestselgeren *Dreamland, a Self-help Manual for a Frightened Nation* (2008), ledet forfatteren Andri Snær Magnason hjemlandet sitt bort fra dets miljøfiendtlige industrivaner. Men Magnason bidro med mer enn bare ønsketenkning: Han realiserte selv sitt drømmeland, da han transformerte en gammel, nedlagt kraftstasjon i Reykjavik. Dette bygget, fullt av asbest og giftavfall, gjorde han til et knutepunkt for ideer, innovasjon og entreprenørskap, som han ga navnet The Top Station.⁹ Men til tross for Magnasons luftige visjon, befinner vi oss fortsatt på det nyliberale fabrikkgolvet. Den eneste forskjellen er at vi nå produserer følelser, opplevelse og stemning, i stedet for aluminium. Behovet for realisme har fått mange til ydmykt å akseptere at kreativiteten skal underkaste seg økonomiske og materielle behov, selv om de er grundig lei sin nye rolle som fabrikanter av en «kunst» det allerede er overproduksjon av.

Kunsten underlegges kreativitetsbusinessen. Dermed er de kreative næringenes behov og dagsorden i ferd med å bli bestemmende for kunstverdenen. På tross av betydelige forskjeller mellom de ulike gruppene – autonome non-profit videokunstkollektiv, gamere, kunstmuseer og suvenirmakere – blir alle stuet inn i båsen «kreative nærlinger». Disse næringene er nå, som alle andre nærlinger, «underlagt prestasjonsorienterte, statistisk målbare og pragmatiske resultater – resultater som gir suksessene udiskutabel gyldighet.»¹⁰ Idealistene (f.eks. alternative kunstnerdrevne utstillingsrom) og deres kommersielle motsvar (f.eks. dataspill) kan nå ikke skjelnes fra hverandre, i likhet med måtene deres relative verdi måles på. Dermed vil de verken få like eller tilstrekkelige muligheter til å blomstre.¹¹

I forhandlingene med de kreative nærlingene mistet kunstverdenen (dvs kunstnere, kunstinstansjoner og grasrotprosjekter) sin autoritative posisjon i kunstdiskursen, og dermed også kontrollen over sine egne prosjekter, sin skaperkraft og sin autonomi. Utviklingen bekymrer kunstnerne, men de har tilsynelatende akseptert sin rolle som kulturarbeidere «med lite reell motstand, og dermed bidrar de til det høytflyvende nasjonsprosjektet, sammen med markedsførerne, PR-folkene, kulturlederne, turistbyråene, kulturøkonomene, kulturrådgiverne og andre spesialister på kreativ tenkning.»¹²

Det har blitt hevdet at nyliberalismens syn på kunsten dreier seg om mer enn å overleve harde tider. Gullåren skjult i hjertet av de kreative nærlingene skinner ved siden av sagalandets økonomiske behov, i den

13
Pascal Gielen (red.), «Introduction. When Flatness Rules», *Institutional Attitudes. Instituting Art in a Flat World*, Valiz, Amsterdam, 2013.

14
Ibid, s. 25

15
Þorvaldur Þorsteinsson, «Gervireynd», presentasjon ved symposiet *Creative industries-from the point of artists' organisert av Det islandske kunstnerforbundet, Iðnó, Reykjavík, 9. februar 2013.*

16
Pascal Gielen (red.), «Introduction. When Flatness Rules», *Institutional Attitudes. Instituting Art in a Flat World*, Valiz, Amsterdam, 2013.

17
Se Chantal Mouffe i Markus Miessen, *The Nightmare of Participation (Crossbench Praxis as a Mode of Criticality)*, Sternberg Press, Berlin, 2010, s. 106. Se også Tinna Grétarsdóttir og Hildigunnur Sverrisdóttir, «(I) ndependence and (a) state of the art: the agonism of collaboration», in Jonatan Habib Engquist (red.), *InDependence. Collaboration and Artists' Initiatives*, Torpedo Press, Oslo, 2013.

18
Hito Steyerl, *The Wretched of the Screen*, Sternberg Press, Berlin, 2012, s. 95.

grad at de islandske kunstnerne bevisst har ruslet inn på fabrikkgolvet og begynte å pakke inn Islands landskap, litteratur og språk i lettfordøyelige porsjoner til salgs både nasjonalt og i utlandet. De har begynt å spre myten om Island som en magisk verden av vakre kvinner, hester og alver, på tross av at Island ligner stadig mer på en grim øy full av umettelige gjeldsstyrte patriotiske zombier. Utstillingene og prosjektene gir ingen kritiske blikk på «virkeligheten» som ligger til grunn for den uimotsagte «nasjonalrealismen». De bidrar snarere til det Pascal Gielen kaller den flate, våte regelen, en horisontal verden der kunstnstitusjoner og kunstnere har blitt underkastet den nyliberale rasjonalitetens destruktive bevegelser.¹³ I beste fall forsyner de en lamslått og utslett nasjon med kortvarig lindring – beroligende bekreftelser på at noe fortsatt fungerer på øya. Islands kulturmeglere og kulturledere sørger for at «kunstnerne» deres går stille i gangene, for ikke å grumse til vannet for alle andre.

Denne kulturelle virkeligheten mangler dybden og bevegelsen som kommer med konflikter, splittelser og uro. Som Gielen påpeker, «utopi og overskuddsfantasi er utelukket i denne realisme-ideologien.»¹⁴ Øyas utdannings- og kulturfelt, som har gjennomgått en intens profesjonalisering og redusert kreativiteten til sørgelige «500 tegn (inkludert mellomrom),»¹⁵ er perfekte eksempler på denne erosjonen. Kvalitative posisjoner har blitt utslettet eller forkastet på grunn av krav om kvantitative resultater, men som Gielen påpeker, gjenstår det et spørsmål: Hvor er den faste grunnen for et nytt verdiregime?¹⁶

Kunstnererklæringer som høylitt vedkjerner sin del av skylden for tingenes tilstand, og forsøker å kritisere, intervenere og forstyrre det de bidro til å skape, beskrives som smakløse og respektløse. De ses på som angrep mot de hardtarbeidende arbeiderne på det kreative fabrikkgolvet – de ødelegger deres image! De som våger å sette spørsmålstegn ved den «nye» visjonen, utfordrer en subtil og diffus styreform. De stiller spørsmål ingen vil høre. Derved løper de risikoen å bli oppfattet som destruktive snarere enn konstruktive motstandere i en viktig debatt.¹⁷

Men ulikt de tradisjonelle fabrikkene på øya, absorberer «idékraftverket» arbeid, følelser og gjenstander gratis, eller i det minste til sterkt rabatterte priser. Når de «postfordistiske arbeid-så-mye-du-vil-samlebandene»¹⁸ uttømmer seg selv, revitaliserer bare fabrikken sin kreative hær, dens følelser, drømmer og håp, med et påfyll av peptalks og rapporter dekorert med glitrende grafer. Utslitte arbeidere støttes opp med tall som forsikrer dem at det fortsatt finnes nok kraft til å drive



The cultural worker

Tinna Grétarsdóttir
Ásmundur Ásmundsson
Hannes Lárusson

In May 2008, a panel discussion called *What's Icelandic about that?* was held as part of the Icelandic/Icelandic Canadian *Núna/Now* art convergence in Winnipeg, Canada.¹ The interdisciplinary panel of artists and scholars featured both Icelanders and Canadians of Icelandic descent.² An interesting tension arose when one Icelander, Hannes Lárusson (an author on this paper), was introduced as an artist, curator and *cultural worker*. Lárusson used the opening of his talk to challenge the description, clarifying that he did not want to be referred to as a *cultural worker*. He stressed that, as an artist, he is a researcher invested in art, theoretical strategies and aesthetics.

In recent years artists have increasingly been referred to as *cultural workers* in public discourse. Art is contextualized as a part of the creative cultural industry rather than as an engagement with theory and aesthetics. Previously, we have argued that little distinction is made in the public discourse between art and the creative cultural industry in Iceland: “Like others who belong to the creative culture industry, the art world increasingly justifies itself, and is justified by the outside world, through references to societal and economic progress and is measured and presented in numbers, graphs, charts, and scales” (Ásmundur Ásmundsson, Hannes Lárusson og Tinna Grétarsdóttir, 2011, p. 24). Artists are becoming agents or “soft versions of the technocrat and the bureaucrat” (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011, p. 4)—a part of the ‘managerial’ class suited to solving economic and socio-cultural problems appropriate to the neoliberal project and what Eva Mackey (2002) has called corporate nationalism (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011; Grétarsdóttir, 2010).

This paper is built on previous research that each of us has carried out both individually and collaboratively—research that recently brought us together on the exhibition *Koddu*, or *Come along*, at the Living Art Museum and the Alliance House; and the present discussion is largely based on writings that we published in the catalogue *Koddu* earlier this year.

¹ This research project is supported by Edda Center of Excellence.

² The participants at the panel were Freya Olafson, Erika MacPherson, Hannes Lárusson, Ryan Eyford and Laurie Bertram.



Figure 1. From the exhibition *Koddu*. Artists: Koddu (Ásmundur Ásmundsson, Hannes Lárusson and Tinna Grétarsdóttir). Titled: Untitled – 2010. We derived the name of the exhibition *Koddu* –*Come along from a scene in the Inspired by Iceland campaign which circulates on the Internet through Facebook and Twitter etc.* The campaign is considered very successful and has won international marketing awards.

Our goal in *Koddu* was to participate in critical discussions on the conjunction of art, systems of representation, institutions and ideology—a discussion that we chose to frame within Icelandic cultural politics. *Koddu* addressed recent cultural changes, before and after the Icelandic meltdown, “in relation to how aspects of the country itself—the people and culture, along with accompanying imagery and iconography—are increasingly wielded as ‘resources’ and have become enclosed in an Icelandic brand” (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011, p. 3).

Thus, *Koddu* was an attempt to generate social and institutional critique by investigating and exposing the power politics and the processes of subjectification within the creative cultural industries in order to reveal the presuppositions built into artistic activities and values. The underlying aim was to address the disquieting question regarding “the destiny of the power of creation” (Rolnik, 2011, p. 23). In recent years, scholars and artists have become preoccupied not only with analysing the renaissance of creation in neoliberal nation-states but also with reformulating and re-conceiving “a contemporary critique of creativity” (Raunig, Ray & Wuggenig, 2011, p. 2).

Creative contractual relationships

Armed with statistics from a report that attempts to map for the first time the economic scale of the creative industry (Margrét S. Sigurðardóttir & Tómas Young, 2011), Icelandic artists find themselves finally able to defend themselves in a systematic and acceptable language. They can now point to the economic turnover of the cultural sector when members of parliament or the public voice frustration at state endowments for the arts and tell artists to “get themselves proper work like everyone else” (Einar

Pór Sigurðsson, 2010). Legitimizing narratives that link art with aesthetics, humanist values, and critical creativity are considered odd, disruptive or irrelevant in the present discourse. It is significant that the rise of neoliberal governmental modes goes hand-in-hand with this predominant utilitarian discourse. So does the triumph of “the creatives” or “the creative class” and the popularized discourse of creativity which imposes “new representations of the world” and serves as “an important part of the new order” (Fairclough, 2000, p. 147). Art, as part of the creative cultural industry, is, like other industries, subject to performance-oriented, statistically measureable, pragmatic results—results that render its successes indisputably valid. Interestingly, in wake of the publication of the aforementioned economic report on the creative industries and their revenue, the minister of industry was so thrilled that she proclaimed, “We have finally begun to understand the importance and the possibilities of the creative industries” (Katrín Júlíusdóttir, 2011).

Conflated with the creative industry, art is associated with “societal services [and] marketing agendas and [is] governed by the State and municipal bodies, as well as by business agents, planners, directors, and entrepreneurs”—all of whom encourage the managerial instrumentalization of art to reinvigorate the economy, to network internationally, to stimulate the labour market and to aid in nation-branding (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011, p. 4). The aforementioned *Núna/Now* art convergence exemplifies art in such a context. Although its curatorial board has now gained more autonomy, *Núna* was originally created by the Icelandic consul in Winnipeg in conjunction with *Iceland Naturally*, the nation-branding programme, as an instrument in the process of creating and marketing “Icelandicness” and of engineering transnational relations (Grétarsdóttir, 2010). According to the consul, to be selected to participate in the festival one had to be of Icelandic descent or have an Icelandic connection, either through personal relationships or though the artwork itself. Thus, it should not be surprising that one of the primary critical concerns about the convergence was that there was “something unsettlingly white about *Núna*.” On a more humorous note, banter coined the term “Icelandophiles” (Fuller, 2007, p. 10) and questions were raised as to whether Icelandic artists are obsessed with their heritage (Grétarsdóttir, 2010).

The restructured/reframed space of art

Socio-political changes brought on by the rise of market rationality and neoliberal enterprise culture have affected the arts, as they have affected every other sector of Icelandic society. The realignment of public, private, aesthetic and entrepreneurial spheres has generated new ways to govern and shape creative practices and has instituted shifting values, ideals, morality and norms. While we acknowledge that art has always been involved with powerful agents of the state and the capitalist market, we want to stress that it is public-private partnership that has redefined the scope and discourse on contemporary art (Wu, 2002). Scholars have argued that this restructured/reframed space shaped by neoliberal rationality and values not only affects the content of artworks and the ways in which institutions operate within the art world, but also influences the “different meanings art takes on in the social milieu” (Wu, 2002, p. 269; see also Sholette, 2011). Such restructuring also raises questions that need to be addressed, questions related to “a new work ethic of creativity and personal risk-taking” and what appears to be the de-politicization of the artist’s role as “a force of independent social criticism” (Sholette, 2011, p. 117). Reflecting upon the booming number of people identifying themselves as artists in the neoliberal moment, Gregory Sholette suggests that artists have “gain[ed] improved social legitimacy within the neoliberal economy” as the enterprise culture “has so de-radicalized artists that something approaching an historic compromise or *détente* is taking shape” (Sholette, 2011, p. 117).

The renaissance of creativity has become a mantra in the shaping of Icelandic culture. Artists and the image of untamed creativity have gained improved social status in this new order. Artists, and other representatives from the creative industries, might be described as Iceland's new "beauty queens"—icons of free spirit, originality and innovation—in line with the branding and global positioning of the all-inspiring, creative and market-friendly Iceland (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011).



Figure 2. From the exhibition *Koddu*. Artist: Julia Staples. Title: Beauty queens – 2009.

In the *Koddu* catalogue we mention several examples that reflect upon the role of art/artists in enterprise culture. For instance, in 2005, Halldór J. Kristjánsson, director of Landsbankinn, a major patron of Icelandic culture, wrote:

Creative forces in culture influence creativity in the professional sector. Pioneers in business and the arts are therefore in the same boat. Ambitious people in the workforce and in culture can mutually benefit from working together. Culture and the arts create ideas and open up business opportunities, the business sector supports the arts by providing funds, investment capital and encouragement. Furthermore, culture can, as everyone knows, be a pure source for business with its inspired thinking and innovation... With increased globalization of the workforce, the promotion of Icelandic culture becomes a more important factor in strengthening business relations. For a company that builds on trust and security, cultural issues are one of the best marketing venues available (Halldór J. Kristjánsson, 2005).

Another example of the co-option of artists by enterprise culture can be found in the motives of the Future Group of Iceland Chamber of Commerce. The Chamber invited the visual artist Þorvaldur Þorsteinsson to a lunch meeting where Iceland's future was on the agenda. Subsequently, to his surprise, both his name and his portrait appeared prominently in the report *The Icelandic Business Assembly: Iceland: 2015*. Þorsteinsson was featured alongside other business leaders and representatives from the creative industry as a member of the Future Group of Iceland Chamber of Commerce and one of the authors of the report. Significantly, Þorvaldur Þorsteinsson rejects being an author of the report:

My affiliation with the Future Group's report was to be invited along with Magnús Scheving for a lunch at which there was supposed to be

a discussion on the future of Iceland. As it turned out, there was little substance to discuss, my words were difficult for businessmen to digest and, not far into the lunch, people started to get uneasy and answer phone calls; only the most polite waited for me to finish what I had to say....

I should have foreseen this, of course. Artists know from experience that, when you're invited to a meeting at any of the ministries, or to participate in an official 'workgroup', or to come to an introductory meeting on behalf of governmental agencies, it's pure spectacle. That's what it's for. And, as an artist, that's what you're for (Þorvaldur Þorsteinsson, email 30 March, 2011).

A further example calls attention to the ways in which artists are employed as useful marketing tools in nation branding. Often the national project contextualizes artists as "suitable agents" who "create, perform, embody and promote appropriate 'success stories' of Icelanders on the global stage" (Ásmundur Ásmundsson et al. 2011, p. 15). For instance, the so-called "Image of Iceland Report" from 2008 advocates how Icelandic artists, as representatives from the creative industry, can be useful in the business of branding and image enhancement:

It is widely accepted that the most profitable way of marketing today is through the positive example of success stories. A story that is convincing and unique is considered the best possible endorsement available in the deluge of advertising and promotional activity all around us. One way would be to compose stories of the success of Icelandic companies and individuals in different sectors of society, culture, art and business. Here we need to utilize poets, writers, photographers and soundmen in order to portray these stories in a convincing manner. These stories could be presented, among other things, through the website, as well as through Friends of Iceland, the media and promotional visits (Icelandic Prime Minister Office, 2008).

During marketing and branding campaigns abroad, artists are invited by joint efforts of the public and private sectors to participate in "lobby exhibitions", (Íslandskynningar) as one artist has put it, to promote and accentuate "the nation's characteristics, spicing up Iceland's idiosyncrasies in order to promote a distinction on the basis of nationality" (Ásmundur Ásmundsson et al. 2011, p. 18).



Figure 3. Bozar Festival 2008. Image from the Bozar website (<http://www.bozar.be/activity.php?id=7552&lng=en>)

Figure 4. Island Bilder Festival 2005. Image from the festival website <http://www.islandfestival.de/index.php>

One such exhibition created turmoil within the art community—the panoramic exhibition *From Another Shore: Recent Icelandic Art* at the Scandinavia House in New York in 2008. The exhibition, featuring a selection of the National Gallery of Iceland's permanent collection, is often referred to as an example of a partnership of art, international politics and business. The exhibition was sponsored by Alcoa's community fund (as explicitly stated on the corporation website) and by the Icelandic government³—and was held in connection with Iceland's election campaign for a seat in the United Nations Security Council. It was very much in sync with the aforementioned “Image of Iceland Report,” which recognizes artists as suitable agents to advertise and promote applicable success stories of the country and its people on the global stage. Fulfilling these expectations, the exhibition highlighted the unique qualities of Icelandic art—and thus Icelandicness in general. Specifically, “the exhibition tapped into the clichéd equation: Iceland=nature” (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011, p. 18). What differentiates Icelandic artists and their work from others, as stated by the director of the National Gallery of Iceland, in the exhibition press release, “is the attitude of Icelandic artists toward nature, which is the basis of their art whether it is conspicuous or not” (Scandinavia House, 2008; see also Chilling with Icelandic art... at the Scandinavia House, 2008). As one artist stated in the wake of the exhibition, “[w]on't be a bad thing for Alcoa when these children of nature, which artists are indeed, these natural scientists, give their blessings to Alcoa operations in this decisive way” (Ásmundur Ásmundsson, 2008, p. 20).

Moreover, some of the “lobby exhibitions” are propped up in questionable spaces, displayed and branded in relation to other Icelandic industrial products, far removed from the aesthetic context of the art world. At so-called Icelandic festivals abroad (*Íslandskynningar*), organized by joint forces of the public and private sector, “artists are summoned and used as mules to pull the marketing wagon, to enter communities across borders and catch foreign attention at critical moments in international politics and business” (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011, p. 18). When it comes time to evaluate and measure the value of the partnership, significant achievements are recounted using success stories, such as the one expressed by the managing director at Icelandair (Iceland's international airline). In an interview about Islandbilder, The Festival of Icelandic Culture in Cologne, he stated, “[Icelandair] would not hesitate to invest in another such festival if it were to happen next month or in one year's time—because it benefits [Icelandair] much more than an ad in a large newspaper in Germany” (Birkir Hólm Guðnason, 2005). Thus, as we have stated in previous work, “the branding masters, both from the public and private sectors, claim that everybody involved is benefitting” (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011, p. 22).

Essential to the aforementioned success stories is the association of creativity with nature—so often repeated in discourses that Icelanders produce about themselves. Apparently, creativity in Iceland is not only comparable to the forces of nature but also takes roots in nature—natural forces have moulded the national physique and find expressions in the Icelander actions. The concept of capital-N “Nature” in Iceland is a master narrative in contemporary cultural politics—and it also forms the core of the Icelandic “brand.”

Central to such a narrative is the conflation of art, nature and ethnicity that dominates discussions and presentations on Icelandic art. Nature, as a concept, is associated with a primal energy, an energy that correlates to human qualities such as wildness, honesty and innocence, to name a few (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011, p. 19).

³ The exhibition was supported mainly by the Alcoa Foundation and the Icelandic government.

Additional support was provided by Baugur Group; Icelandair Cargo; Blue Lagoon; Iceland Naturally; and the Icelandic Cultural Fund of The American-Scandinavian Foundation (see Alcoa website http://www.alcoa.com/iceland/en/news/whats_new/2008/2008_05_scandinavian.asp).

These qualities, for example, form the core of Christian Schoen's description of Icelandic art. Schoen, former director of the Icelandic Art Centre, states that, "Icelandic art has kept a bit of its creative virginity, which most other European societies had already lost centuries ago. That is my explanation of what makes Icelandic art so special" (Canarezza, 2010, p. 182). This cliché fits perfectly with the accepted interests of Iceland's branding campaign. Meanwhile, "Icelandic artists find themselves tied down, and some might want to say haunted, by this dominant reduction of Icelandic art to a simplistic formula—the conflation of art with ethnicity and the land/nature" (Ásmundur Ásmunsson et al., 2011, p. 18).⁴

A story of success?

Although it has been voiced that the Icelandic state holds no official cultural policy, scholars have argued that policy may be found by observing art/culture administration and management bodies (see Sigurjón B. Hafsteinsson and Heiða Árnadóttir, 2010). In this context, it is interesting to look at Promote Iceland or *Íslandsstofa*, which, according to its mandate, promotes Icelandic culture abroad. Promote Iceland is a peculiar institution, an example of private/public enterprise by which the Trade Council of Iceland, Invest in Iceland Agency and the overseas marketing department of the Icelandic Tourist Board are joined in one body. As stated on the webpage of the Ministry of Foreign affairs, Promote Iceland is in fact more than the "the sum of these bodies, as the focus will be broadened to include the promotion of Iceland's image, reputation and culture abroad" (Ministry of Foreign affairs, 2010).

Shortly after the establishment of Promote Iceland, a restructuring within the institution took place, which is currently celebrated within the creative sector. This restructuring involved the establishment of a professional committee (*fagráð*) made of representatives from the creative cultural industries, including a position for the director of the Center of Icelandic Art. This board is to collaborate and have an impact on the policies and activities of the institution. Indeed, collaborative relations between Promote Iceland and institutions within the cultural sector, such as Iceland Music Export and Icelandic Design Center, have strengthened. Iceland Music Export is now even located within the same building as Promote Iceland.

Promote Iceland's inclusion of committee members from the creative sector might be seen as a response to the criticism that the promotion of Icelandic art/culture abroad has been characterised by nepotism and cultural and political paternalism. However, more transparent and democratic operations in regards to promoting art abroad are still adrift. The projects Promote Iceland funds continue to be evaluated based on their

⁴ The conflation of contemporary art, ethnicity and land/nature has become commonplace in discussions and presentations of Icelandic art and taken up in foreigner's descriptions on Icelandic art. In a review of the exhibition *From Another Shore: Recent Icelandic Art* in *The New York Times*, entitled "Inspired by Vikings and Volcanoes", Karen Rosenberg identifies a "friction between global contemporary art and an island nation's folk traditions, between urban hives and otherworldly landscapes...What, then, makes their work recognizably Icelandic? In some cases, a yearning for the volcanic and glacial landscape of home; in others, an interest in local folklore" (2008, p. 25). In *Art in America*—Gregory Volk argues that what characterizes Icelandic art is that "eventually the country itself comes to figure in their work: as a physical locus, as a trove of images and materials or—more mysteriously for outsiders—as comprehensive forces with which one is perpetually in dialogue" (2000, p. 40). And just recently a reviewer closed his discussion on an Icelandic art exhibition in Pittsburgh by stating "It's well worth seeking out to get the full spectrum of the kind of work presented in this exhibit—work that not only represents artists from a certain country, but in essence, the country itself" (Shaw, 2010).

potential to strengthen Iceland's *good* image and reputation, increase foreign currency and create synergistic opportunities. Promote Iceland leads nation-branding programmes to wrap up "the country, the people and its culture, including the arts, in portrayals that run in accordance to the branding interests of the market and the State" (Ásmundur Ásmundsson et al. 2011, p. 6). Such efforts find themselves at odds with art exhibitions such as *Koddu*, which attempts to problematize the emerging ways in which neoliberal authorities practice their power in the field of cultural policies. Other exhibitions that fall outside Iceland's promotional mandates might also be mentioned, such as the one in Sweden titled *The Nordic Third World Country?—Icelandic Art in Times of Crisis* (2010). In a personal communication with one of the authors of this paper, the director of Promote Iceland not only shared his antipathy of the exhibition title, but detailed his further frustrations with the exhibition publication. He pointed out the catalogue's disparaging content, in particular critical narratives of both the president and the Icelandic minister of the interior. Expressing his antipathy, he emphasized that Promote Iceland would never have supported such a publication had he known of its critical approach. He pointed out disappointedly that the logo of Promote Iceland was on the catalogue (Jón Ásbergsson, 6 July, 2011). As it turned out, the exhibition had received some dried fish for the opening from Promote Iceland (Jonathan Habib Engquist, email, 13 October 2011).

Inherent in private-public partnerships that co-opt artists and their work are expectations that artists will "manage the social rather than ... provide societal critique" (Grétarsdóttir, 2010). Progressively mandated to promote the country and its people abroad, "artists are evidently expected to work within the confines of the anticipated results and expectations inherent in contractual relationships" (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011, p. 24). The neoliberal project will always make room for cultural workers—often recruited as "cheap labour"—willing to perform for small honorariums and a pat on the head. Not least, as Ásmundur Ásmundsson once put it, both private and public interests will valorize artwork that "in the right context [can] transform into a volcano, declaration of support, an advertisement or something else" (2008, p. 20).

Conclusion

Despite the boom of creative cultural workers, we are witnessing "crises of voice" and de-politicized and de-radicalized subjects within the "creative class" (Sholette, 2011, Lorey, 2011). Artists often exist in a marginalized, precarious space—reflected in a lifestyle that exists outside the mainstream, positioned in a space of insecurity, at the margins, in order to keep their autonomy and creative juices flowing. They also often take on less creative temporary jobs to fund their own creative projects and unpaid hours. In the neoliberal moment, such precariousness is becoming normalized (Lorey, 2011). In other words, subjects at the social margins—in this case, artists—are normalized and brought to the centre of the neoliberal project as "cultural workers." Isabell Lorey (2006), suggest that the precarious condition such of artists is a neoliberal instrument of governance. She states that

creative workers, these voluntarily precarized virtuosos, are subject so easily exploited; they seem able to tolerate their living and working conditions with infinite patience because of the belief in their own freedoms and autonomies, and neoliberal instrument because of the fantasies of self-realization. In a neoliberal context, they are so exploitable that, now, it is no longer just the state that presents them as role models for new modes of living and working. (Lorey, 2011, p. 87)

While artists might reflect on their condition, they “accept the role of the … culture worker with little actual resistance, thereby contributing to the lofty national project, right in step with marketing specialists, PR people, cultural managers, tourist agents, cultural economists, cultural advisers...and other specialists in creative thinking” (Ásmundur Ásmundsson et al., 2011, p. 25). As an arena of action for neoliberal governmentality, cultural policies as reflected in operations of public/private institutions, such as Promote Iceland, rely on anticipated conformity and the precarious state of the cultural worker.

References

- Ásmundur Ásmundsson. (2008, May 16). LÍ-ALCOA-Sþ. *Viðskiptablaðið*, pp. 20.
- Ásmundur Ásmundsson, Hannes Lárusson & Tinna Grétardóttir. (2011). *Koddu* [catalogue]. Reykjavík: Félagið Koddu.
- Birkir Hólm Guðnason. (2005). *Vtösjá*. Ríkisútvarpið, Rás 1. 23. November.
- Canarezza, R. (2010). Interview with Christian Schön, Director of CIA – Center for Icelandic Art, Reykjavík. In R. Canarezza and P. P. Coro (Eds.), *Little constellation, contemporary art in geo-cultural micro areas and small states of Europe* (bls. 182). Milano: Mousse Publishing.
- Einar Þór Sigurðsson. (2011, October 6). Kolbrún ósátt við ummæli Ásbjarnar: “Bera vott um fátaðt í andanum.” *DV*. Retrieved from <http://www.dv.is/frettir/2010/10/6/kolbrun-osatt-vid-ummaeli-asbjarnar-bera-vott-um-fatakt-andanum/>
- Fairclough N. (2000). Language and neo-liberalism. *Discourse and Society*, 11(2), 147-148.
- Fuller, D. (2007, April 1). A Convergence of Events. *Lögberg Heimskringla*, pp.10-11.
- Grétarsdóttir, T. (2010). Let's make a toast to art! A transnational economic paradigm. In Gunnar Þór Jóhannesson & Helga Björnsdóttir (Eds.), *Rannsóknir í Félagsvísindum X: Félags-og Mannvísindadeild* (pp. 304-311). Reykjavík: The social science research institute.
- Halldór J. Kristjánsson. (2005, 15 October). Viðskipti og menning. Retrieved from http://www.mbl.is/mm/gagnasafn/grein.html?grein_id=1043870
- Icelandic Prime Minister's Office. (2008). *Ímynd Íslands, Styrkur staða og stefna. Skýrsla nefndar*. Reykjavík: Prime Ministry.
- Katrín Júlíusdóttir (2011) *Culture and Business*. Retrieved from <http://eng.idnadarraduneyti.is/minister/speeches/nr/3078>
- Lorey, I. (2006). Governmentality and self-precarization. On the normalization of cultural producers. Retrieved from <http://eipcp.net/transversal/1106/lorey/en>
- Lorey, I. (2011). Virtuosos of Freedom: On the Implosion of Political Virtuosity and Productive Labour. In G. Raunig, G. Ray and Ulf Wuggenig (eds). *Critique of Creativity. Precarity, Subjectivity and Resistance in the 'Creative Industries.'* London: May Fly Books.
- Mackey, E. (2002). *The House of difference: Cultural politics and National Identity in Canada*. Toronto: University of Toronto.
- Margrét Sigrún Sigurdardóttir &Tómas Young (2011). *Kortlagning á bagranum áhrifum skapandi greina*. Reykjavík: Samráðsvettvangur skapandi greina.
- Ministry of Foreign Affairs (2010). Promote Iceland formally established. Retrieved from <http://www.mfa.is/speeches-and-articles/nr/5705>
- Raunig, G, G. Ray and U. Wuggenig (eds.) (2011). Introduction: On the Strange Case of ‘Creativity’ and its Troubled Resurrection. *Critique of Creativity. Precarity, Subjectivity and Resistance in the 'Creative Industries.'* London: May Fly Books.
- Rolnik, S. (2011). The Geopolitics of Pimping. In G. Raunig, G. Ray and U. Wuggenig (eds). *Critique of Creativity. Precarity, Subjectivity and Resistance in the 'Creative Industries.'* London: May Fly Books.

- Rosenberg, K. (2008, June 25). Inspired by vikings and volcanoes. *New York Times*, pp. 25-28.
- Shaw, K. (2011). *Iceland exhibit peers into a world not so far away*. Retrieved from http://www.pittsburghlive.com/x/pittsburghtrib/ae/museums/s_752043.html#
- Sholette, G. (2011). *Dark Matter. Art and Politics in the Age of Enterprise Culture*. London: Pluto Press.
- Sigurjón B. Hafsteinsson and Heiða Árnadóttir (2010). Menninarstefna og fagurfræði. In Gunnar Þór Jóhannesson & Helga Björnsdóttir (Eds.), *Rannsóknir í Félagsvísindum X: Félags-og Mannrísindadeild* (pp. 276-284). Reykjavík: The social science research institute.
- Tinna Grétarsdóttir. (2010). Let's make a toast to art! A transnational economic paradigm. In Gunnar Þór Jóhannesson & Helga Björnsdóttir (Eds.), *Rannsóknir í Félagsvísindum X: Félags-og Mannrísindadeild* (pp. 304-313). Reykjavík: The Social Science Research Institute.
- Volk, G. (2000). Art on Ice – Icelandic Art. *Art in America*, 1(88), 40-46.
- Wu, C. (2002). *Privatising culture: Corporate art interventions since the 1980s*. London: VersoBooks.

* KODDU *

Ásmundur Ásmundson / Hannes Lárusson / Tinna Grétarsdóttir

Political changes occurring in Iceland since the 1990s have sailed in on a tidal wave of market rationality, neoliberal enterprise culture and shifting fields of governing and social engineering. The exhibition *Koddu* is the culmination of research directed at the range of discourses, images and technology used to regulate and shape individual activities (including artistic production) and to reform and direct the population to be enterprising and creative as appropriate to the neoliberal project and to “corporate nationalism”.¹ Coming from both the arts and anthropology, the curators compile the works in *Koddu* to observe these recent cultural changes in relation to how aspects of the country itself—the people and culture, along with accompanying imagery and iconography—are increasingly wielded as “resources” and have become enclosed in an “Icelandic” brand.² Moreover, we share an interest in approaching culture as a “contested, contingent and political field”.³

Contemporary Iceland has seen a blurring of the boundaries between public, private, aesthetic and entrepreneurial spheres that has “given rise to a new way to channel conduct and enable action”⁴ and that generates shifting values, ethics and norms. It is within this context that the exhibition addresses the “diffuse, subtle and invisible”⁵ neoliberal governmental mode of ‘managerializing’ the arts and also raises questions as to what presuppositions are built into artistic activities and values. The arts, conflated with the creative industry, are increasingly associated with societal

Með uppgangi nýfrjálshyggju og einkavæðingar, sem náði allt frá sjálfu erfðaefnini til bankakerfisins, urðu mikil umskipti í samfélags- og stjórnarháttum í landinu. Frá því á tíðu áratug síðustu aldar voru flest svíð samfélagsins markaðsvædd og frumkvöðuls- og athafnamenning festi rætur í íslensku samfélagi. Sýningin *Koddu* er afrakstur rannsóknar á örðræðu, ímyndum og tækni sem notuð er til að koma skipulagi á athafnir og skapandi starf einstaklinga, virkja mannaðiinn í framtakssemi á forsendum nýfrjálshyggju og „markaðsvæðingu þjóðernishyggunnar“.¹ Sýningarstjórar *Koddu* sem koma úr listum og mannfræði hafa á síðustu árum skoða þessar samfélagsbreytingar í ljósi þess hve landið sjálf, þjóðin og menningin ásamt ímyndum og tákngervingum er í auknum mæli gert að „auðlind“ og markaðssett sem hið íslenska vörumerki.² Við nálgumst svíð menningar sem vettvang „margræðra átaka og viðureign ólíkra sjónarmiða og hagsmuna“.³

Þær samfélagslegu breytingar sem átt hafa sér stað endurspeglast m.a. í því að mörkin milli hins opinbera, einkageirans, fagurfræðinnar, frumkvöðla- og athafnamenningar hafa orðið óljós og „gefa tilefni til nýrra aðferða við að leiða hegðun og tilhlýðilegt framferði“.⁴ Þessi tilfærsla hefur jafnframt leitt til breyttra gilda, siðferðis og viðmiða. Í þessu samhengi tekst *Koddu* á við hina „margháttuðu, fágúðu og ósýnilegu“⁵ nútímalegu stjórnarhætti til að verkefnastýra listinni og vekur spurningar um forsendur listrænnar sköpunar, gildi hennar

4

services and marketing agendas, and are governed by the State and municipal bodies, as well as by business agents, planners, directors, and entrepreneurs—all of whom favour utilitarian outcomes to art, such as international networking, nation branding and economic growth, to name a few. Artists become agents, part of ‘the managerial class’ suited to solving socio-cultural problems. They are soft versions of the technocrat and the bureaucrat.

As curators, our main goal with *Koddu* is to create an account of the relations between iconography/images/language and ideology in contemporary Iceland before and after the meltdown and, further, to address core ideas of national identity and its construction within a small nation. The exhibition invites a discussion of Icelandic aesthetics—a discussion that we choose to frame within Icelandic cultural politics by addressing the role of the market, the State and academia in influencing how art is represented. We have commissioned local artists to address these relations and to come up with raw and unabridged depictions of the condition. Central to the methodology of the curatorial process was appropriating hundreds of images and text from every corner of the creative and image-making industry, such as the press, websites, advertising, design, governmental reports and official arts-event media—all of which intermix with the artistic commissions, which are primarily new artworks. *Koddu* is thus the result of an interdisciplinary case study and relates to and reflects upon identical situations across borders. Its motives call for a dialogue within the global arts community, as well as an unbounded dialogue on an international scale.

The name of the exhibition, *Koddu*, is a spoken version of the imperative, *kom þú*, which in English means *to come*. *Koddu*, however, suggests an inviting “come along”, which carries a soft and cuddly tone. In some contexts it is associated with juvenile talk, yet it also has erotic undertones. We derived the name *Koddu* from the *Inspired by Iceland* nation-branding campaign.

og hlutverk. Listir, eru lagðar að jöfnu við starfsemi hinna skapandi greina. Peim er skeytt í auknum mæli saman við samfélagslega þjónustu, markaðsþáðgerðir og ferðamál sem stjórnast af ríki, sveitarfélögum og viðskiptajöfum, ferðamálafrömuðum, frumkvöldum, menningarstjórnendum, framkvæmdastjórum og athafnamönnum. Allt eru þetta aðilar sem taka listina í sína þjónustu til að skapa alþjóðleg tengslandi og stuðla að vöruvæðingu þjóðar svo að fátt eitt sé nefnt. Listamenn eru erindrekar og verkefnastjórar, heppilegir til að annast hið samfélagslega og leita lausna á menningar- og samfélagslegum vandamálum. Þeir eru mjúka útgáfan af tækniratánum og skriffinninum.

Meginmarkmið okkar er að fjalla um tengsl hugmyndafræði og virkni myndmáls/tungumáls/tákngervinga sem eiga sér misdjúpar rætur í þjóðarsálinni á tímum góðærисins og hrunsins. Sýningin leggur áherslu á ný og beinskeytt verk og gefur tilefni til umræðu um þjóðlega fagurfræði – umræðu sem við viljum fléttu inn í íslenska menningarpólitík með því að fjalla um hvernig markaðurinn, ríkið og akademían hafa áhrif á framgöngu listanna. Við höfum fengið listamenn til að fást við þessi tengsleins og þau blasa við þeim sem þátttakendum í samfélagini og leggja fram hráa og óbundna túlkun á ástandinu. Nálgun okkar felst ekki hvað sist í því að skoða og vinna úr birtingarmyndum ástandsins við vegar að úr samfélagini. Sjónum er beint að fjöldum, vefsíðum, auglýsingum, hönnun, opinberum skýrslum og listviðburðum og allt gert að virkum hluta af umgjörð og inntaki sýningaráinnar og sýningarskrár. Sýningin er afrakstur þverfaglegra rannsókna og endurspeglar aðstæður þvert á landamæri. Forsendur hennar kalla á samræður við hið alþjóðlega listasamfélag og óheftar umræður í samfélagini.

Sýningin ber nafnið *Koddu* sem er talmálsútgáfa af boðhættinum kom þú. *Koddu* gefur einnig til kynna kitlandi hvatningu, persónulegt talmál og jafnvel barnamál en hefur einnig erótiska undirtóna. Orðið *Koddu* kemur úr markaðsherferðinni *Inspired by Iceland* og er hugmyndafræðileg þungamiðja hennar.



The small island nation of Iceland turned into a veritable microcosm of the ethos of privatization that has become dominant over the last two decades in Euro-American societies. Iceland had high expectations to become more visible in the global competition for power, influence, investment, export and tourism. These high expectations were reflected, for example, in the country's goals to transform itself into what politicians were calling a "global financial center",⁶ evidenced by its race for a seat on the United Nations Security Council. Citizens, meanwhile, were encouraged to be "both creative Icelander[s] and efficacious cosmopolitan[s]".⁷ Governmental officials persistently and publicly reminded Icelanders that they needed to adjust to the new global economy, become active players in the global community and exploit the opportunities that lay ahead of them—or otherwise be left behind. As stated by the Icelandic Minister of Foreign Affairs in 2004, "we need to learn quickly how to proceed down that path into the future. We have no choice. We are back to our historic beginnings of Icelandic conquests—we go Viking again but use modern methods".⁸

Íslenska smáþjóðin varð í raun örheimur þeirrar einka- og markaðsvæðingar sem tröllreið Evrópu og Norður-Ameríku síðustu tvo áratugi. Íslendingar voru drifnir áfram af sterkri löngun til þess að vera sýnilegir í samkeppni umheimsins um völd, áhrif, fjárfestingar, útflutning og ferðamenn. Þessar miklu væntingar birtust til dæmis í markmiðum um að gera landið að því sem ráðamenn þjóðarinnar kölluðu „alþjóðlega fjármálamiðstöð“⁹ og því að keppa um sæti í öryggisráði Sameinuðu þjóðanna. Á sama tíma voru landsmenn hvattir til „að vera í senn skapandi Íslending[ar] og áhrifarík[ir] heimsborgar[ar].“¹⁰ Íslendingar voru þráfaldlega minntir að þeir byrftu að laga sig að alþjóðlegu markaðsumhverfi, verða virkir í alþjóðasamfélaginu og nýta sér þau tækifær sem biðu þeirra – eða heltast úrlestinni að öðrum kosti. Eins og þáverandi utanríkisráðherra Íslands orðaði þetta árið 2004: „Við verðum að læra fljótt að feta stíginn inn í framtíðina. Við höfum ekkert val. Við erum komin aftur á upphafsstílinn í sögu okkar í íslenskri útrás – við förum komin aftur í viking – en beitum nútímalegri aðferðum.“¹¹

The word "conquistador"/"útrásar vikingur" stirs up a diffuse mangle of emotions for Icelanders. It has positive connotations and is deeply rooted in the Icelandic mindset. The arena of the Icelandic conquistadors is the Saga-legacy; the Edda (Codex Regius/the Mona Lisa of the North); the saga-island; and the "new world" at large. We find our new conquistadors in the die hards, the busy bees, the beauty queens and in "our boys" (the lads in our national handball team); we find them in high spirits at fancy parties, tipsy on their wobbly feet with horned plastic helmets on their heads—it is no surprise that Santa Claus himself is a burly viking in the minds of Icelandic children.

Orðið „útrásarvikingur“ visar til margvislegra kenndu í hugum Íslendinga og hefur á sér grínagtugan blaðen á sér jafnframt dýjupar rætur í þjóðarsálinni. Leikvið (útrásar) vikinganna er sagnaarfurinn, Konungsbók/Móna Lisa norðursins, söguyjan og sjálfur „nýi heimurinn.“ Við hittum þá fyrir í hörðum nöglum, dugnaðarbrussum, fegurðardísum og strákunum okkar. Við sjáum þá í góðum filing í veislusólum veltast um á braudfótum með hynda plasthjálma á hofði og gott ef sjálfur jólasseinni er ekki vikingur í hugum íslenskra barna.

6

During the so-called modern era of útrás (conquest), figures of speech such as "incursion," "go Viking" and "occupation" were used in governmental and public discourses in relation to various activities of the Icelandic state, business entrepreneurs and other cosmopolitans participating in the new global economy. The public media in Iceland was saturated with "success" stories of the global affairs of Icelanders in various sectors, including business, banking, culture, energy and high-tech development; further, "conquest" was used to describe the nation's global affairs and the spirit of entrepreneurialism, which had been elevated in cultural status within Icelandic society. The "conquistadors" were often referred to as a new generation of "modern Vikings".⁹

While the State claimed to be minimizing its involvement in both the private and public spheres, this toolbox of Viking metaphors was indeed important in order to impose "new representations of the world"¹⁰ on Icelanders. Language, images and iconography were not only central to engineering and redefining the nation-project, but also to making and presenting the Icelandic brand, which was given higher priority than ever before. Joint efforts of the public and private sectors launched costly and extensive nation-branding programmes, wrapping up the country, the people and its culture, including the arts, in portrayals that run in accordance to the branding interests of the market and the State. These aligned interests, as evidenced in projects launched by Promote Iceland (Íslandsstofa), dominate Icelandic funds and authority—particularly in terms of which Icelandic assets are commoditized on the international market through highly coordinated image-making. The process of nation branding has become an integral part of the establishment and is not just an instrument of power but also an invisible "institution" of government, reworking people's agency and their practices. With a degree of autonomy, responsibility and empowerment, artists, along with other subjects, learn to behave and conform as expected by the establishment and its systems of representation. As a disciplinary institution, the synchronized, consistent and coherent brand—projected internationally—provides the nation with a symbolic



„Strandhögg,“ „leggjast í viking“ og „landvinnningar“ voru myndlíkingar þessa tíma. Þær birtust í opinberri orðræðu í tengslum við margvislega starfsemi íslenska ríkisins, athafnamanna og annarra „íslenskra heimsborgara.“ Opinberir fjöldiðlar á Íslandi sögðu sögur af einstökum árangri Íslendinga á alþjóðavelli hvort sem var á svíði bankaviðskipta, menningarmála, orkumála eða hátækni. Ennfremur varð hugtakið „útrás“ samheiti yfir skapandi sóknarskeið einstaklingshyggju, frumkvöðlasókn, dirfsku og kraft „íslensku heimsborgaranna“ – hinnar nýju kynslóðar „núútíma vikinga.“⁹

Á sama tíma og ríkið lagði áherslu á að draga úr umsvifum sínum í hinu opinbera kerfi og afskiptum af einkageiranum gegndi þetta orðfæri mikilvægu hlutverki í að endurskapa þjóðina samkvæmt „hinni nýju heimsmynd.“¹⁰ Tungumálið, myndirnar og tákngervingarnir skiptu ekki aðeins höfuðmáli til að virkja framtak og endurskilgreina þjóðarverkefnið (e. nation project) heldur einnig við að markaðsetja hið íslenska vörumerki - sem fékk meiri forgang en áður. Með samræmdum aðgerðum ríkisins og einkageirans hefur fjármunum verið ausið í vöruvæðingu á íslenska góssinu. Landinu, þjóðinni og menningunni, bar á meðal listunum, er pakkað inn sem markaðsvöru á hinu alþjóðlega markaðstorgi með markvissri og samstilltri ímyndarsköpun sem er drifin áfram af vörumerkjastjórnun ríkisins og einkageirans. Þessar samvöxnu aðgerði í markaðsdrifinni vörumerkjastjórnun og ímyndaútgerð kristallast í stofnun eins og Íslandsstofu sem fer bæði með fjármagn og vald til að ákveða hverju er stillt upp í íslenska básnum. Ímyndaútgerðin er orðin eðlislæg í kerfinu en er ekki aðeins tæki heldur einnig „óosýnileg“ stjórnvaldsstofnun sem mótar aðkomu og virkni fólks. Listamenn jafnt sem aðrir borgarar léra með tilteknusjálfstæði, ábyrgð og valdastöðu að hegða sér í samræmi við kerfið og hina samstilltu ímynd. Hið hagræna og samræmda vörumerki, og meintur alþjóðleiki þess, lætur þjóðinni í té táknerfi þjóðlegra viðmiða, sérkenna, fagurfræðilegra skilgreininga og smekk.

Gagnrýnin umræða um þessi tengsl hugmyndafræði og lista, eins og hún birtist á sýningunni Koddu fer inn á viðkvæmt



Axel Jón Fjelsted - Secret Thread / Leynibráður - 2011

8

system of national paradigms, peculiarities, aesthetic distinctions and taste.

This analysis of Icelandic cultural politics, however, is sensitive and highly controversial. To engage in critical discussions that tackle the intertwining relationships between art, systems of representation and ideology—as attempted by Koddu—necessarily means facing opposition from the cultural institutional apparatus and other agencies that have vested interests in utilizing arts and culture. The content of Koddu has stirred agitation and turbulence and, as a result, the project was censored out of its original exhibition venue. The act to stop what does not please “hegemonic taste” (dismissing controversial views as disrespectful and distasteful) reflects the “contemporary crises of voice” in times of uncertainty.¹¹

svið þar sem menning og pólitík fléttast saman og er þess vegna líkleg til að mæta vanþóknun menningarstofnana og annarra aðila sem eiga þeirra hagsmunu að gæta varðandi notkun á list og menningu. Inntak sýningarárinnar hefur þegar vakið kurr. Sýningin var ritskoðuð burt af upphaflegum sýningarástað. Það eitt að stöðva það sem ekki þóknast „forræðissmekknum“ og telja það óvirðingu eða smekkleysu, endurspeglar „tjáningarkreppu nútímans“ á óvissutínum.¹¹





10



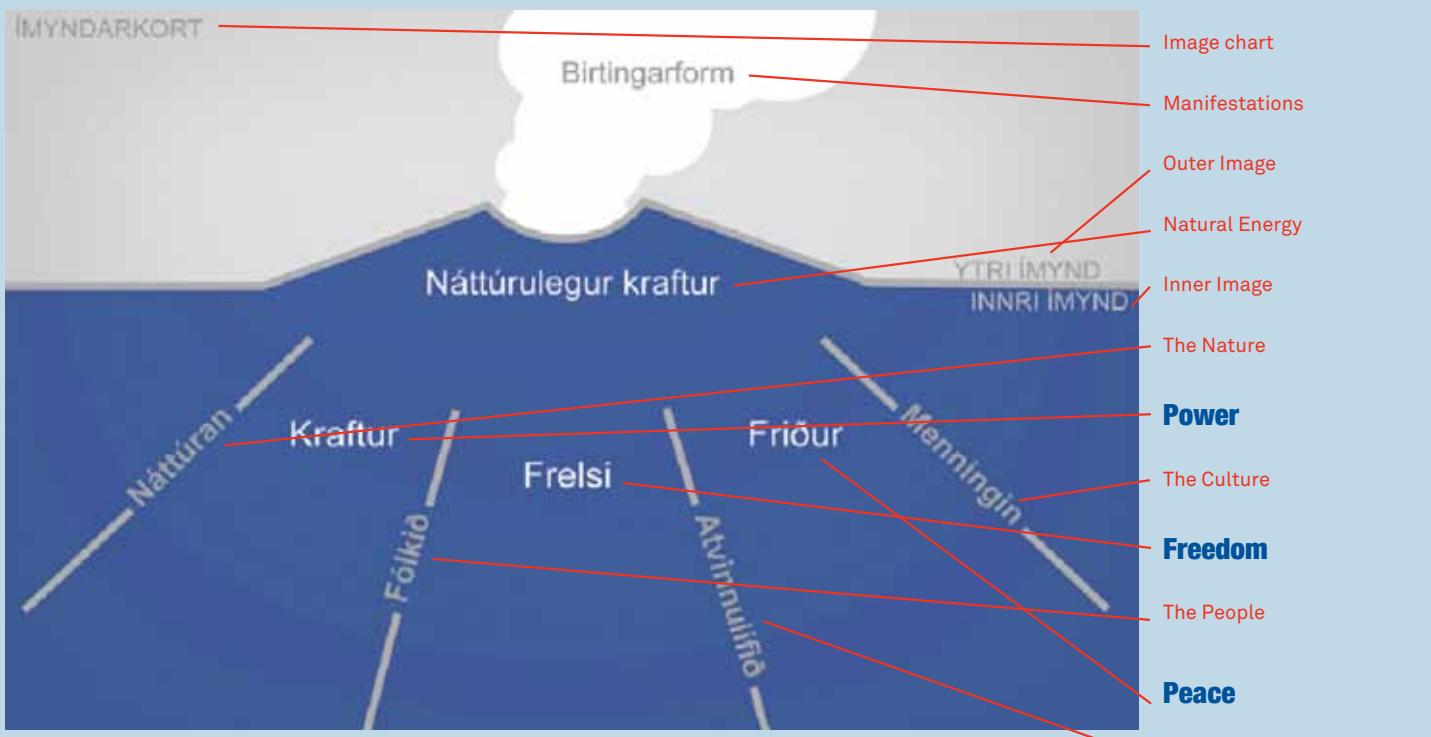
II

In earnest and in jest, the nation is responsible for disciplining itself and for projecting itself to the world. The development, management and streamlining of the Icelandic image is directed both outwardly at the larger world and inwardly at Icelanders themselves. Such dual focus is perhaps best reflected in the so-called "Image of Iceland Report", officially compiled by the Public Image Committee, directed by Svava Grönfeldt, then a rector of the University of Reykjavík, for the Icelandic Prime Minister's Office in 2008 to strengthen Iceland's brand, image and reputation.¹² The "Image of Iceland Report" shows the results of the committee's analysis — as represented by the image chart (opposite page)—in other words, the Icelandic brand arises from Icelandic characteristics, an erupting hot and boiling core, and can be summed up in the slogan *Power, Freedom, Peace*.

Icelanders are encouraged to participate directly in the promotion of their nation and its brand by disseminating Icelandic imagery and using it "to send friends, acquaintances and business partners abroad greetings and an invite to Iceland".¹³ A central example of such marketing strategies is the recent *Inspired by Iceland* video — part of *The nation invites*

Jafnt í gamni sem alvöru er það þjóðin sjálf sem sér um að aga sig í samræmi við væntingar hinnar ósýnilegu stofnunar og valdakerfis hennar. Þróun, stjórnun og straumlínulögun ímyndarinnar er bæði beint út á við gagnvart hinum stærri heimi og inn á við meðal Íslendinga sjálfr. Viðtekin markmið og aðferðafræði koma hvað best fram í svokallaðri ímyndarskýrslu forsætisráðuneytisins, *Ímynd Íslands*. *Styrkur, staða, stefna* (2008), sem Svava Grönfeldt, þáverandi rektor Háskóla Íslands í Reykjavík fór fyrir. Í skýrslunni voru gerðar tillögur um að styrkja ímynd og orðspor Íslands.¹² Ímyndarkortið úr ímyndarskýrslunni sýnir niðurstöður greiningar nefndarinnar og endurspeglar hugmyndir um að ímynd Íslands sé birtingarmynd fyrir innri eiginleika þjóðarinnar, hin sjóðheita kjarna — sem að gýs upp í reyk og ösku og pakkað er inn í niðurstöður nefndarinnar með slagorðunum: *Kraftur, friður, frelsi* (sjá ímyndarkort).

Íslenskur almenningur er hvattur til að taka beinan þátt í að dreifa þessum ímyndum, hinu samstilla táknumáli og nýta það til þess að „senda vinum, kunningjum og viðskiptaaðilum kveðjur og heimboð til Íslands“.¹³ Nærtækt dæmi um hvernig þjóðin sjálf er gerð að tannhjóli í stórtækri



"The image chart demonstrates the key factors in the image of Iceland, its core and characteristics...At the upper part of the picture are representations of the [Icelandic] image, the promotions, slogans or projects like *Iceland Naturally* that are direct results of the core and the specialities [of Iceland and Icelanders]. This is like a geyser where the columns of

water and steam are the results of the inner structure of the geyser, its shape, temperature, pressure and the chemical composition of the water. Thus what is above the surface in the geyser shows the characteristics below the surface. In the same way, the characteristics and inner image of the nation shape the image that others see and experience"¹⁴

„ímyndarkortið sýnir lykilatriðin í ímynd Íslands, kjarnann og sérstöðuna... í eftir hluta myndarinnar er að finna birtingarform ímyndarinnar, kynningaréfni, slagord eða verkefni eins og *Iceland Naturally* sem er bein afleidung af því sem er að finna á neðri hlutanum og myndar kjarnann og sérkennið. Þessu má líkja við heitan hver þar

sem gossúlan og gufubólstrar eru afleidung af innri gerð hversins, lögun hans, hitastiging, prýstingi og efnasetningu vatnsins. Þannig birtir hverinn ofanjarðar mynd af þeim eiginleikum sem eru undir yfirborðinu. Á sama hátt má segja að eiginleikar og innri ímynd bjóðarinnar móti þá mynd sem aðrir sjá og upplifa.“¹⁴



you home campaign—which was made for Promote Iceland. Circulation of the video was partly the responsibility of the Icelandic people; the Minister of Finance urged the nation to circulate the video across its borders and advocated that directors and managers give their employees leeway to circulate the video at work.¹⁵ Telecommunications did not charge for overseas phone calls over a whole week—end so that the nation could call their friends and clients overseas and “invite them home”. Ironically, the marketing effort seems to be one of the few things to create a sense of solidarity among the nation in the wake of hardship after economic collapse and volcanic eruption. Icelanders have adopted the inseparable interests of the State and the market as their own with what appears to be spontaneous enthusiasm, and these interests have become an integral part of their own identities—evidenced by how popular the *Inspired by Iceland* video became among Icelanders and by the volume of web traffic dedicated to sharing the video at home and abroad. It is interesting to note that those who refuse to protect the brand are often attacked from within—accused of undermining a small nation’s reasonable options for self-reliance and self-sufficiency. As it turns out, Icelanders have proven themselves quite receptive to this virtual reality. Perhaps in times of uncertainty and diffusion, the iconic image of Iceland provides them a break from heavy, sobering and painful resentment after the party came to an end and the bubble popped.

Áslaug Friðriksdóttir, chair of the Cultural and Tourism Committee of Reykjavík Municipality: “It is quite Icelandic to respond so quickly and say: Yeah, now all of us go online and invite people home. If each and every one of us gets two friends we create a wave abroad and get connected to 600,000 people instantly and this will be the talk of the town. That’s it, the tourist summer will be saved, right?” (*Vísir*, 1 June 2010)

Áslaug Friðriksdóttir, formaður menningar- og ferðamálaráðs Reykjavíkurborgar: „Það er ákaflega íslenskt að bregðast við svona hratt og segja: Já, nú fórum við öll á Netið og bjóðum heim. Ef við náum í tvö vini hvert og eitt okkar þá sköpum við bylgju í útlöndum og náum til 600 þúsund manns í einni svipan og þetta verður umtalað. Og þá er petta komið, ferðasumrinu bjargað. Er ekki svo?“ (*Vísir*, 1. júní 2010)



markaðssókn er nýleg dreifing *Inspired by Iceland* tónlistarmyndbandsins. Einn þáttur í átakinu *Bjóðin býður heim* var að hluta til á ábyrgð fólkssins í landinu og gekk út á að bjóða umheiminum í heimsókn. Fjármálaráðherra hvatti bjóðinu til að dreifa tónlistarmyndbandinu á netinu og lagði til að stjórnendur fyrirtækja og ríkisstofnana gæfu starfsmönnum sínum svigrum til þess í vinnuni.¹⁵

Fjarskiptafyrirtæki tóku einnig þátt í bjóðarátakinu og fólk var gert kleift að hrингja til útlanda endurgjaldslaust heila helgi til „að bjóða heim.“ Það er kaldhæðnislegt að þetta markaðsátask virðist eitt af því fáa sem skapað fer samstöðu meðal bjóðarinnar á erfiðum tínum í kjölfar hrunsins og eldgosa í framhaldi af því. Almenningur gerir samstofna hagsmuni ríkis og markaðar að sínum hagsmunum og sinni vegsemd, að því er virðist af sjálfsprottnum eldmóði sem sýnist samgróinn sjálfsmynd hans. Þeir sem ekki standa vörð um vörumerkið eru ásakaðir um að grafa undan eðlilegri sjálfsbjargarviðleitni smáþjóðarinnar. Þegar upp er staðið hafa íslendingar verið uppteknir og ginnkeyptir fyrir þessum ímyndum og sýndarveruleika enda er blákaldur raunveruleikinn þeim ofviða. Á tínum óvissu og ringulreiðar veitir það þeim kannski hvíld frá þungri og sársaukafullri gremju eftir að veislunni er lokið og gosið farið úr flóskunni. Samtakamáttur bjóðarinnar nær þannig nýjum hæðum við að viðhalda virkni ímyndaútgerðarinnar og í því að slá skjaldborg um tálsýn samfélagslegrar sáttar.



Oddgeir Karlsson - Solidarity / Samstaða - 2009



Jo DeMeester - 2008

III

In accordance with marketing strategies carried out under the Icelandic brand, artists have become catalysts for redefining and remodelling the culture of Iceland as one of adventure and innovation. What's in the foreground is not their work as such, but rather the artists themselves and the image of untamed creativity: the novel, the experimental and the undomesticated. Artists might be described as Iceland's new "beauty queens"—icons of free spirit and avant-garde lifestyles scaffolded by neoliberalism and cultural and political paternalism. The arts are subordinated to rational, technocratic management techniques that arguably serve the select interests of hegemonic power structures. They are addressed as suitable agents expected to create, perform, embody and promote appropriate *success stories* of Icelanders on the global stage. Such possibilities are advocated in the "Image of Iceland Report", which shows how contemporary Icelandic artists, representatives from the creative industry, are increasingly involved in the business of branding, design and image enhancement:

It is widely accepted that the most profitable way of marketing today is through the positive example of *success stories*. A story that is convincing and unique is considered the best possible endorsement available in the deluge of advertising and promotional activity all around us. One way would be to compose stories of the success of Icelandic companies and individuals in different sectors of society, culture, art and business. Here we need to utilize poets, writers, photographers and soundmen in order to portray these stories in a convincing manner. These stories could be presented, among other things, through the website, as well as through Friends of Iceland, the media and promotional visits.¹⁶

Ímynd listamanna, hegðun þeirra og listin sjálf eru smituð af þessari samfélagslegri samstillingu. Í samstarfi við yfirmenn sína, svo sem ríkið og einkaaðila, nýsköpunarvíkinga, erindreka ráðuneyta og verkefnastjóra hafa listamenn orðið nauðsynlegir og algjörlega ómissandi driftkraftar við að endurskilgreina menninguna sem djarfa og nýjungagjarna í samræmi við markaðssókn undir fána vörumerkisins. Verk þeirra sem slík eru þó ekki höfð í forgrunni og ekki er ætlast til að þau séu merkingarþrunin, afgerandi eða truflandi. Listamennirnir eru hinar nýju „fegurðardrottningar“, sjálfskipaðir tákngervingar hins frjálsa anda, hins frumlega og framúrstefnulega lífsstíls á leiksviði nýfrjálshyggju og forsjárhhyggju. Listamenn eru ávaraðir sem stétt hinna skapandi (skemmti)krafta sem ætlast er til að skapi, sýni og komi á framfæri viðeigandi **árangurssögum**. Lögð er áhersla á þessi sjónarmið í áðurnefndri ímyndarskýrslu sem leiðir í ljós að listamenn nútímans, fulltrúar hinna skapandi greina, verða æ flæktað í það að búi til vörumerkið, hanna það og hvetja til notkunar þess:

Talið er að ein árangursríkasta markaðsleiðin í dag sé í gegnum jákvæðar **árangurssögur**. En talið er að saga, sem er sannfærandi og sérstök, sé ein besta kynning sem völ er á í því auglýsinga- og kynningarflóði sem á sér stað. Ein leið væri að byggja upp sögur af árangri íslenskra fyrirtækja og einstaklinga á öllum svíðum athafnalífsins, menningar, lista og viðskipta. Hér þarf að nýta ljóðskáld, rithöfunda, ljósmyndara og hljóðmenn til þess að koma sögunum á sannfærandi hátt til skila. Þessum sögum væri meðal annars hægt að koma á framfæri í gegnum vefsíðuna sem og í gegnum Íslandsvini, fjölmíðla og þekkingarheimsóknir.¹⁶



16

The interplay between business, art and the market was also addressed by Halldór J. Kristjánsson, back when he was still director of Landsbankinn. In *Morgunblaðið* on October 15th, 2005, he writes:

Creative forces in culture influence creativity in the professional sector. Pioneers in business and the arts are therefore in the same boat. Ambitious people in the workforce and in culture can mutually benefit from working together. Culture and the arts create ideas and open up business opportunities, the business sector supports the arts by providing funds, investment capital and encouragement. Furthermore, culture can, as everyone knows, be a pure source for business with its inspired thinking and innovation... With increased globalization of the workforce, the promotion of Icelandic culture becomes a more important factor in strengthening business relations. For a company that builds on trust and security, cultural issues are one of the best marketing venues available.¹⁷

The fusion of art and business surfaces in other forms as well. For instance, consider the motives of the Future Group of Iceland Chamber of Commerce, which invited a visual artist to collaborate on a committee addressing Iceland's future—but, first and foremost, the artist's involvement in the project would "decorate" the proceedings and final report (*The Icelandic Business Assembly: Iceland 2015*). The artist, Þorvaldur Þorsteinsson, proffered in the report as one of its authors, was exhibited using his portrait and his name alongside those of other business leaders and representatives from the creative industry. Significantly, Þorsteinsson rejects being an author of the report:

My affiliation with the Future Group's report was to be invited along with Magnús Scheving for a lunch at which there was supposed to be a discussion on the future of Iceland. As it turned out, there was little substance to discuss, my words were difficult for businessmen to digest and, not far into the lunch, people started to get uneasy and answer

Samspil lista og viðskipta er viðfangsefni Halldórs J. Kristjánssonar, páverandi bankastjóra Landsbankans. Í *Morgunblaðinu*, 15. október 2005 skrifar hann:

Skapandi kraftur í menningarlífí hefur áhrif á sköpunarkraft í atvinnulífi. Frumkvöðlar í viðskiptum og listamenn eiga því samleið. Athafnafolk í atvinnulífi og menningarlífí hafa gagnkvæman hag af samstarfi. Menning og listir skapa hugmyndir og opna viðskiptatækifæri, viðskiptalífið styður listina með því að leggja til fjármuni, fjárfestingarfé – og hvatningu. Þá getur menning verið hrein uppsprettu viðskipta eins og allir bekkja með frjórrí hugsun og nýsköpun... Í aukinni alþjóðavæðingu atvinnulífs verður kynning á íslenskri menningu mikilvægari þáttur í að styrkja viðskiptasambönd. Fyrir fyrirtæki sem byggir á trausti og öryggi eru menningarmál ein besta markaðssetning sem völ er á.¹⁷

Samruni viðskipta og lista tók á sig fleiri myndir. Í framtíðarhópi Viðskiptaráðs var listamanni stillt fram til að skreyta og breikka ímyndaðan grundvöll skýrslunnar *Viðskiptaþing Íslands: 2015*. Þótt mynd og nafn myndlistarmannsins Þorvalds Þorsteinssonar séu hluti af lista framtíðarhópsins, sem forkólfar viðskipta og skapandi greina skipuðu, hafnar hann því að hafa tekið þátt í raunverulegri „vinnu“ hópsins:

Mín aðkoma að skýrslu framtíðarhópsins var að vera bodaður ásamt Magnúsi Scheving í hádegisverð þar sem til stóð að ræða meinta framtíð Íslands. Þegar til kastanna kom var samræðugrundvöllur lítil, tungumál gestsins illskilanlegt og ekki langt liðið á hádegisverðinn þegar menn voru farnir að ókyrrast og taka símtöl á meðan þeir allra kurteisustu biðu af sér það sem ég hafði að segja. Svo léttirinn þegar þessu er aflokið, nokkrar næstum því heiðarlegar sekúndur:

—Meira kaffi?

Ég: Nei takk, þarf að vera annars staðar.

—Alltaf hressandi að heyra í ykkur listamönnunum.

phone calls; only the most polite waited for me to finish what I had to say. I felt relieved when it was over, and finally met with an almost honest few seconds:

—More coffee?

Me: No, thank you, I am needed elsewhere.

—Always so refreshing to listen to you artists.

—Did you want milk?

Me: No. Thank you.

—Many good points you mentioned.

—Yes. You have certainly moved us a lot!

I should have foreseen this, of course. Artists know from experience that, when you're invited to a meeting at any of the ministries, or to participate in an official 'workgroup', or to come to an introductory meeting on behalf of governmental agencies, it's pure spectacle. That's what it's for. And, as an artist, that's what you're for.¹⁸

—Vildirðu mjólk út í?

Ég: Nei. Takk fyrir.

—Margt gott sem þú komst inn á.

—Já, aldeilis sem þú ert búinn að hræra í okkur! Auðvitað átti ég að sjá þetta fyrir. Listamenn sem einhvern tíma hafa verið boðaðir á fund hjá einhverju ráðuneytanna, svarð fyrirsprung frá einhverjum opinberum „vinnuhópi,“ eða mætt á kynningarfund á vegum valdhafans, vita að fenginni reynslu að í flestum tilvikum er um hreint sjónarspil að ræða. Til þess er leikurinn gerður. Og maður sjálfur.¹⁸



A few members of the Future Group of Iceland Chamber of Commerce 2006.
(The Icelandic Business Assembly: Iceland: 2015)

Nokkrir meðlimir í framtíðarhópi Viðskiptaráðs Íslands 2006.
(Úrskýrslunni Viðskiptaþing Island: 2015)



IV

At decisive moments, "lobby exhibitions", as one artist put it, have been given the task of framing and accentuating the nation's characteristics, spicing up Iceland's idiosyncrasies in order to promote a distinction on the basis of nationality. Promoting national stereotypes and nationalised conceptions of art has indeed been a part of the national project at home, a necessary "pep talk" in a small nation's alleged fight for independence. During marketing campaigns abroad, artists are summoned and used as mules to pull the marketing wagon, to enter communities across borders and catch foreign attention at critical moments in international politics and business—and often their work is sought by government and business as desperate measures to bolster the "Iceland" brand.

Perhaps the panoramic exhibition of contemporary Icelandic art at the Scandinavian House in New York in 2008 is the best example of a partnership of art, international politics and business. The exhibition, *From Another Shore: Recent Icelandic Art*, featuring works owned by the National Gallery of Iceland, was sponsored by Alcoa's community fund and the Icelandic government—and was an official part of Iceland's campaign for a seat in United Nation Security Council. It was indeed in line with the aforementioned "Image of Iceland Report", which pinpointed artists as suitable agents to promote appropriate success stories. Fulfilling these expectations, the exhibition highlighted the unique qualities of Icelandic art—and thus Icelandicness in general. Specifically, the exhibition tapped into the clichéd equation: Iceland=nature. What separates the work of Icelandic artists from other artists, according to Halldór B. Runólfsson, the director of the National Gallery of Iceland, "is [their] attitude ... to nature, which is the basis of their art whether it is conspicuous or not".¹⁹ This cliché fits perfectly with the accepted interests of Iceland's branding campaign, and

þegar mikið hefur legið við, hefur „lobbísýningum,“ eins og einn listamaðurinn orðaði það, verið fengið það hlutverk að ramma inn og skerpa á sérkennum þjóðarinnar, krydda sérviskuna í einstöku samhengi þjóðlegrar sérstöðu. Ímyndarsköpun þjóðar og „þjóðvæðing“ lista og listaumræðu hefur vissulega verið nauðsynlegur hvatningaráður í baráttu smáþjóðar fyrir sjálfstæði í beinni samræðu við þegna landsins og þjóðarsjálfið. Nú á tímum síaukinnar hnattvæðingar er sköpun hins staðbundna og hins sérstæða í menningunni höfð í fyrirrumí og helst í hendur við markaðsvæðingu á hinu séríslenska. Í herferðum erlendis eru listamennirnir enn kallaðir til leiks og notaðir sem Trójuhestar til að fanga athyglina á ögurstundum íslenskri alþjóðapólitík, viðskiptum og í örvgætingarfullum aðgerðum til að styrkja vörumerkið Ísland.

Yfirlitssýning íslenskrar samtímalistar í Scandinavian House í New York árið 2008 er gott dæmi um samneyti lista, alþjóðastjórnmála og viðskipta. Sýningin, *From Another Shore: Recent Icelandic Art*, sem samstóð af verkum í eigu Listasafns Íslands, naut styrks úr samfélagssjóði Alcoa og frá íslenskum stjórnvöldum og var einn af yfirlýstum liðum í kosningabaráttu Íslands um sæti í óryggisráði Sameinuðu þjóðanna. Verkefnið fellt mjög vel að fyrnlefndri ímyndarskýrslu þar sem talað er um listamenn sem heppilega gerendur í því að koma á framfæri viðeigandi árangurssögum. Sýningin stóð undir væntingum aðstandenda því hún gaf listinni, landinu og þjóðinni, hinu séríslenska, sérstöðu í nafni náttúrunnar. Það sem aðgreinir verk íslenskra listamanna frá öðrum samkvæmt forstöðumannni Listasafns Íslands, Halldóri B. Runólfssyni, „er viðhorf [þeirra] ... til náttúrunnar sem er höfuðþáttur í list þeirra hvort sem það er auðkennanlegt eða ekki.“¹⁹ Þessi glannalega tugga rímar vel við viðteknna hagsmuni (og fyrnlefnt ímyndarkort) þar

indeed with the image chart (see page 11), by which Icelandic originality and entrepreneurship are not only comparable to the forces of nature, but can also be traced back to nature, taking root in the natural world and finding expression in the individual Icelander and his or her actions. Ironically, while Icelanders are promoting the “pure” and “unspoiled” nature of the island, they are simultaneously turning it into one of the world’s greatest aluminium smelting sites. And as one artist stated, “It [won’t] be a bad thing for Alcoa when these children of nature, which artists are indeed, these natural scientists, give their blessings to Alcoa operations in this decisive way”.²⁰

The concept of nature in Iceland might be seen as a master narrative in Icelandic contemporary cultural politics. Central to such a narrative is the conflation of art, nature and ethnicity that dominates discussions and presentations on Icelandic art. Nature is not only thought to have shaped the Icelandic physique for generations, it is presented as the source of creativity, freedom, purity, entrepreneurship etc., which supposedly characterize Icelanders as people and Icelandic society as a whole. Whether we speak about it as a serious factor in the development of Iceland as a nation or with humorous undertones (or even with our tongues in our cheeks), the extremes of climate and landscape in Iceland are presented as an indispensably formative factor for every Icelander. Nature, as a concept in Iceland, is associated with a primal energy, an energy that correlates to human qualities such as wildness, honesty and innocence, to name a few. To give an example, these qualities lie at the heart of Christian Schoen’s description of Icelandic art. According to Schoen, a former director of the Icelandic Art Centre, “Icelandic art has kept a bit of its creative virginity, which most other European societies had already lost centuries ago. That is my explanation of what makes Icelandic art so special”.²¹

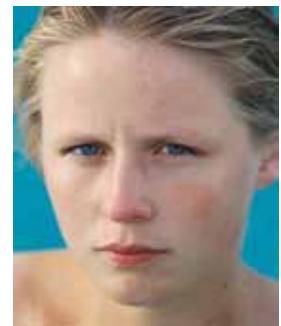
A branding master of Iceland’s branding programme *Iceland Naturally* proudly declares that the programme has been quite successful, as people increasingly perceive Iceland and Icelandic products as “pure, natural and unspoiled”. On the side of the arts, Icelandic music is seen to be distinctive

sem hugmyndir um frumleika má rekja til krafta náttúrunnar sem eru sagðir endurspeglast í Íslendingnum og athöfnum hans. Á sama tíma og þjóðin markaðssetur hið náttúrulega, „hreina“ og „óspillta“ er um leið verið að sökkva landi og bræða ál og spilla náttúrunni í öllum landshlutum. Og eins og einn listamaðurinn orðaði það: „Bað er ekki amalegt fyrir Alcoa þegar þessi náttúrubörn sem listamenn eru, þessir náttúrufagurfræðingar, leggja blessun sína yfir starfsemi Alcoa með svona afgerandi hætti.“²⁰

Hugmyndin um íslenska náttúru og náttúrulega krafta er einn af hornsteinum íslenskrar menningarstefnu og sameinar stoðir í myndarinnar. Hún drottner yfir kynningu og umræðu um íslenska list þar sem náttúra, list og þjóðerni renna iðulega saman. Náttúran er ekki aðeins talin hafa mótað Íslendinga kynslóð fram af kynslóð – heldur er hún sögð vera uppsprett skópunar, frelsis, hreinleika, og framtakssí í íslensku samfélagi og menningarlfí. Hvort sem talað er í alvöru með glettnislegum undirtón eða jafnvel í gríni eru óbeislud náttúruöflin sögð móta Íslendinga og endurspeglast í þeim. Náttúran er tengd við frumkraft og orku sem á sér hlíðstæðu í mannlegum eiginleikum þjóðarinnar eins og heiðarleika, sakleysi og því vilita, svo að fátt eitt sé neft. Þessir eiginleikar eru kjarninn í lýsingu Christians Schön á íslenskri list. Schön, fyrrum forstöðumaður Kynningarmiðstöðvar íslenskrar myndlistar, heldur fram: „Íslensk list hefur haldið að hluta í hreinleika skópunarinnar sem flest önnur samfélög í Evrópu glötuðu fyrir mör gum oldum. Það gerir íslenska list svo sérstaka.“²¹

Vörumerkjásérfræðingur *Iceland Naturally* vörumerkisins lýsti því ánægjulega yfir að markaðsverkefnið hefði náð miklu árangri og fólk upplifði Ísland og það sem kæmi frá Íslandi „hreint og náttúrulegt.“ Hann yrði jafnframt var við að íslensk tónlist sé nú talin hrein og frumleg. Á heimasíðu íslenskra Expo skálans í Shanghai er íslenskt tónlistarfólk sagt undir áhrifum náttúrunnar og tónlisting gædd náttúrulegrí dýpt.²²

Á sama tíma telja margir íslenskir listamenn sig vera niðurnjörvaða, jafnvel ofurselta þessari smættun íslenskra lista – sem eru spyrtar svo sterkt við landið/náttúruna og



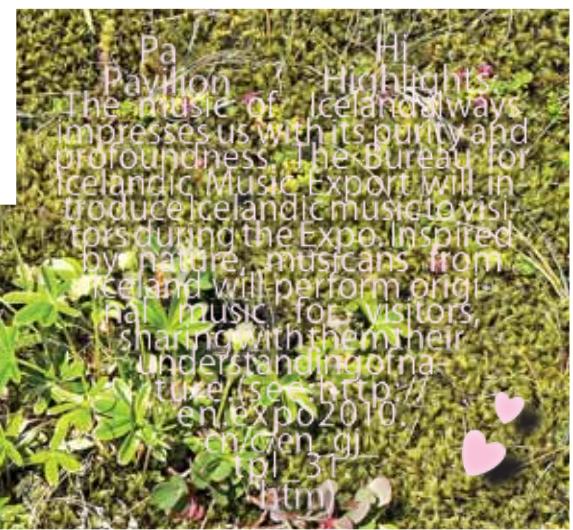
20

on the world stage; at Iceland’s pavilion at Expo, Shanghai, for example, Icelandic musicians are presented as inspired by nature and Icelandic music as pure and profound.²²

Meanwhile, Icelandic artists find themselves tied down, and some might want to say haunted, by this dominant reduction of Icelandic art to a simplistic formula—the conflation of art with ethnicity and the land/nature. The link between Icelandic art, ethnicity and nature is so prevalent that it is often taken up in foreign descriptions of Icelandic art. A review of the exhibition *From Another Shore: Recent Icelandic Art* in *The New York Times*, for example, was entitled “Inspired by Vikings and Volcanoes”. The review’s author, Karen Rosenberg, identified a “friction between global contemporary art and an island nation’s folk traditions, between urban hives and otherworldly landscapes...What, then, makes their work recognizably Icelandic? In some cases, a yearning for the volcanic and glacial landscape of home; in others, an interest in local folklore”.²³ Rosenberg’s review, significantly, seems to mimic descriptions of Icelandic art that appeared in an article published in *Art in America* in 2001—in which Gregory Volk argues that what characterizes Icelandic art is that “eventually the country itself comes to figure in their work: as a physical locus, as a trove of images and materials or—more mysteriously for outsiders—as comprehensive forces with which one is perpetually in dialogue”.²⁴



þjóðernið. Samsuðu listarinnar, þjóðernisins og náttúrunnar má gjarnan greina í lýsingum og umræðum um íslenska list. Grein um sýninguna *From Another Shore: Recent Icelandic Art* í *The New York Times* bar titilinn: „Inspired by Vikings and Volcanoes.“ Greinarhöfundur, Karen Rosenberg, fann „núning milli samtíma heimslistar og þjóðsagnaðars eyþjóðarinnar, milli borgarhýða og landslags annars heims...Hvað er það þá sem gerir verk þeirra sérstaklega íslensk? Í sumum tilvikum er það þráin eftir landslagi eldfjalla og jöklar að heiman, í öðrum er það áhugi á þjóðsögum úr átthögunum.“²³ Grein Karenar er samhljóða lýsingum á íslenskri list í grein sem birtist í *Art in America* árið 2001 bar sem Gregory Volk segir að það sem einkenni íslenska list sé að „þegar allt kemur til alls er það landið sjálf sem birtist í verkum þeirra: sem raunverulegur staður, uppsprettu mynda og efnis eða það sem er enn dularfyllra fyrir gestkomandi, þá birtist það sem samfelldur kraftur sem maður er í síféltri samræðu við“.²⁴





„[Icelandair] myndi ekki hika við að leggja fram fé í aðra slíka hátið ef hún yrði í næsta mánuði eða eftir eitt ár — því [Icelandair] hagnast miklu meira á henni en auglýsingu í stóru dagblaði í býskalandi.“

(Birkir Hólm Guðnason, Viðsjá, RÚV, 25. nóvember 2005)

“[Icelandair] would not hesitate to invest in another such festival if it were to happen next month or in one year's time — because it benefits [Icelandair] much more than an ad in a large newspaper in Germany”

(Birkir Hólm Guðnason, Viðsjá, RÚV, 25 November 2005)



“When we look at renaissance Florence, renaissance Venice and even classical Rome and classical Athens, they were all about the same size as Iceland is now. It is an important lesson of history that small creative communities can do extraordinary things”. (Ólafur R. Grímsson, President of Iceland, from “The Renaissance Speech”, *The Observer*, 20 November 2005).



As part of an international market, artworks are propped up in a questionable space, displayed and branded in relation to other Icelandic promotional products, far removed from the vortex of the art world. The result of this partnership generates discussions that have little to do with aesthetic values, ideals or critical assessment of the art itself.

Art becomes a form of currency that can drive economic capitalistic markets, decorate and reinforce the Icelandic brand. When it comes to measuring the profit of the partnership, significant achievements are recounted using number gymnastics in the media. The managing director at Icelandair (Iceland's international airline) illustrates this point nicely in an interview about *Islandbilder*, The Festival of Icelandic Culture in Cologne: “[Icelandair] would not hesitate to invest in another such festival if it were to happen next month or in one year's time—because it benefits [Icelandair] much more than an ad in a large newspaper in Germany”²⁵. Inspired by a highly flammable cocktail of nationalism and business interests, the branding masters, both from the public and private sectors, claim that everybody involved is benefitting.

The partnerships are presented as “win-win” situations—a mantra often repeated in the art world. The morality of the system is reflected in the trickle-down effects of the pyramid, which is enterprise culture's version of “egalitarianism”²⁶.

Artists are generally closer to the bottom of the pyramid, often seen as “cheap labour”. As citizens of a nation that has, from generation to generation, been bound to serfdom, artists are, of course, content with small honorariums and pocket money as a reward for their work—on a good day, they will be grateful for free trips, lodging and a drink at a party where they might make some fruitful contacts. Most importantly, they relish the experience of hanging out with peers in an international context where everything clicks into place as in a dream.

Íslenskum listamönnum er gjarnan stillt upp í vafasömu rými og kæfandi samhengi, þeir eru álfar út úr hól íslenska vörubásnum og listin er notuð sem ódýr myndskreyting við fjarri hringiðu listheimsins. Árangur þessa samneytis á lítið skylt við framgöngu listarinnar eða umræðu um fagurfræðileg gildi, hugsjónir eða gagnrýnið mat á sjálfr listinni, tungumálinu og samfélaginu.

Forkölfar ímyndaútgjerðarinnar eru inn-blásnir af eldfimum kokteil þjóðernishyggu og beinharðra markaðshagsmunu. Þeir eru sjálfskipaðar ánægjuvogir begar meta skal árangur og framlegð fjármögnumunarinnar og slá um sig í fjölmöblum með árangurssögum og talnaleikfimi í bland við sefjandi og fjarstæðukennda framtíðarsýn. Í gulllædinu er listin skiptimýnt sem getur knúið áfram hagkerfi kapitalismans og skreytt og styrkt vörumerkið. Yfirmaður hjá Icelandair dregur þetta snyrtilega fram í viðtali um íslensku menningarhátiðina í Köln, *Islandbilder*, þar sem íslensk myndlist var í fyrirrúmi: “[Icelandair] myndi ekki hika við að leggja fram fé í aðra slíka hátið ef hún yrði í næsta mánuði eða eftir eitt ár — því [Icelandair] hagnast miklu meira á henni en auglýsingu í stóru dagblaði í býskalandi.”²⁵

Það ætti að vera með öllu óparft að taka fram að þetta samneyti snýst um þá hugmynd að „allir græði“—mantra sem brástagast er á öllum kimum samfélagsins. Síðferði kerfisins endurspeglast í molunum sem falla af háborði síðan í sýna hvernig frumkvöðla- og athafnamenningin hugsar sér „jafnrétti í reynd“.²⁶

Reknir áfram af tálsýn, glamúr og árangri eru listamenn iðulega ódýrt og viljut vinnuflí í neðstu lögum bílmáðans. Þeir sætta sig við smánarlegan heiður, jafnvæl vasapeninga sem laun fyrir þátttökum sína og vinnu, eða fríar ferðir og gjistingu og dropa í glas og gott party á góðum degi í von um happadrjúga kontakta. Það sem toppar allt er tilfinningin um að fá að vera með alvöru fólk í alþjóðlegu samhengi þar sem allt smellur saman eins og í draumi. Vingjarnlegt klapp á bakið vekur auðmjúka þakklæstistilfinningur þegna þjóðar sem hefur verið landfræðilega afskipt, í áthaga- og æternissfjörum en síðast en ekki síst vistarbandi manna fram af manni.



RAX - Ice / Is - 2004

24



VI

No distinction is made between art and the culture industry and its products. Artists are increasingly referred to as cultural workers, part of the creative cultural industry, instead of being associated with art, theoretical strategy and aesthetics.²⁷ Like others who belong to the creative industry, the art world increasingly justifies itself, and is justified by the outside world, through references to societal and economic progress and is measured and presented in numbers, graphs, charts, and scales.

Increasingly channelled to manage the social rather than to provide societal critique, artists work within the confines of the anticipated results and expectations inherent in contractual relationships. The utilitarian perspective has “become hegemonic, so much so that even ‘progressives’ have found a way of making peace with it”.²⁸ The scholar George Yúdice argues that this shift may “push society to a phantasmatic happy medium”²⁹

The superficial frenzy of the market’s creative sector dominates the stage where there is always room for maids and servants of art, goofy entertainers, cultural footmen and, not least, artwork that “in the right context [can] transform into a volcano, declaration of support, an advertise-

Enginn greinarmunur er gerður á listum og varningi skapandi greina. Ístað þess að tengjast listinni sjálfri, aðferðafræðilegum innviðum og fagurfræðilegri kænsku er listamönum aðlað hlutverk sem viljugum menningarverkamönnum á gölfí sköpunarsmiðjunnar.²⁷ Eins og aðrir sem tilheyra hinum skapandi greinum réttlætir listaheimurinn tilvist sína og nýtur stuðnings umhverfisins í síauknun mæli með skírskotunum til samfélagslegrar nýsköpunar og hagrænna athafna þar sem mælistikan birtist í formi talna, grafa, línlituna og framleiðslu.

Fremur en að leggja til gagnrýnnar umræðu starfa listamenn við samfélagslega þjónustu. Þeir vinna innan árangursmiðaðra verkefna og koma til móts við væntingar sammningsbundinna niðurstaðna. Hið hagnýta sjónarhorn hefur „orðið allsráðandi, jafnvæl svo að ‘þeir framsæknu’ hafa sætt sig við það.”²⁸ Fræðimaður George Yúdice heldur því fram að þessi breyting „geri almannasviðið að uppspunnum hamingjumiðli.“²⁹

Yfirborðslegur æðibunugangur sköpunarsmiðju markaðs-hygjunnar krefst þess að eiga svíðið þar sem alltaf er rími fyrir listpjóna, skemmtikrafta og menningarverkamenn og ekki síst listaverk sem hefur þá eiginleika að í „réttu samhengi umbreytist það í eldfjall, stuðningsyfirlýsingu, auglýsingu eða eitthvað allt annað“³⁰ Listsköpun sem ómissandi

ment or something else".³⁰ Artistic creation that serves as an indispensable vehicle for defining the roots of humanity and the limitation and essence of language, on the other hand, is considered odd and disruptive. In this context, disquieting questions arise relating to art's ability to act as an instrument by which people's conceptions of themselves are transformed and relations to one another are engineered—a discussion that is connected to fundamental questions of existence.

Artists try to meet the demands of society. They help stakeholders stir up the most deep-rooted feelings according to the corporate national project, in some instances inspiring laughter or wrapping things in reverential pomposity. What you will find on the palette of artists, politicians and marketing specialists alike may be crystallized in a statement by Roni Horn:³¹ "Iceland is my studio". Here you will find anything from volcanoes, glaciers, Vikings, and clean energy to strong men and beauty queens, to moss, freedom, the stillness of untouched nature, elves and Aurora Borealis. Cunning and streamlined images serve the interests of "corporate nationalism" and a market that distorts people's sense of reality. Art, cultural wealth and national identity are all spun with the same thread that tightly enwraps the discussion, analysis and understanding. Artists and intellectuals have become knotted into the process and now participate in an economic synergy and social nurturing favourable to neo-liberalism, marketization and ethnocentricity. While they might reflect on their participation, artists nevertheless accept the role of the positive culture worker with little actual resistance, thereby contributing to the lofty national project, right in step with marketing specialists, PR people, cultural managers, tourist agents, cultural economists, cultural advisers, art dealers, innovators, pioneers, and other specialists in creative thinking.

vettvangur til að skilgreina rætur mensekunnar og takmörk og eðli tungumálsins þykir hjáraenuleg og óviðeigandi. Í þessu samhengi vakra áleitnar spurningar um möguleika listarinnar í því að víkka skynsviðið, dýpka skilning og miðla heim tengslum sem við eignum við okkur sjálf og aðra; umræða og athafnir sem spryja grundvallarspurninga um tilvist og tilgang.

Listamannastéttin leitast við að mæta kröfum samfélagsins. Hún hjálpar hagsmunaaðilum að hræra upp í dýpstu þjóðerniskennndum landsmanna og þá gildir einu hvort sá hrærigrautur kitlar hláturtaugarnar, hittir í hjartastað eða er hjúpaður helgislepju. Það sem er að litaspjaldi listamanna, markaðsmanna og stjórnámamanna kristallast í yfirlýsingu Roni Horn³¹ „Iceland is my studio.“ Þar er að finna allt frá eldfjöllum, skriðjökum, víkingum, áhættusækni, fegurðardrottningum, hrauni og hreinni orku til mosa, skófa, frelsis, öræfakyrðar, álfa og norðurljós. Á þessum leikvelli er hent á lofti ísmeygilegum og straumlínulögðum ímyndum í þjóðernislegri hagsmunagæslu og vörvæðingu sem brenglar veruleikaskynið og gerir menn glámskyggna og hírðulausa um raunveruleg verðmæti og innri gildi. Upplifun á listum, menningarverðmætum og sjálfsmýnd þjóðarínar er spunnin úr sömu þráðum og mynda vef sem hjúpast þétt um alla umræðu, greiningu og skilning. Þar með eru listamenn og fræðimenn orðnir þáttakendur í vel smurðri vél hagrænna samlegðaráhrifa og samfélagslegrar aðhlynningar að forsendum nýfrjálshyggu, markaðsvæðingar og

þjóðrembu. Þeir ganga mótpóra- og spurningalaust inn í hlutverk hins jákvæða menningarverkamans og vinna að háleitum þjóðprifaverkefnum með markaðsfræðingum, almannatenglum, menningarstjórnendum, ferðamálafrömuðum, menningarhagfræðingum, menningarráðgjöfum, árangursstjórnendum, listmiðlurum, nýsköpunar- og frumkvölfaforkólfum, útrásarvíkingum og öðrum sérfraðingum í skapalóni skapandi hugsunar.



26

Footnotes

1. Mackay, Eva, *The House of Difference: Cultural Politics and National Identity in Canada*, Toronto: University of Toronto, 2002, p. 123.
2. See Grétarsdóttir, Tinna, "Let's make a toast to art! A transnational economic paradigm", *Þjóðarspeglir, Rannsóknir í Félagsvisindum XI*, Reykjavík: Social Science Research Institute, University of Iceland, 2010, <http://skemman.is/item/view/1946/6801;jsessionid=195FEA2F05E30DAB96743A52E3601135>
3. Gupta, Akhil and James Ferguson, "Culture, Power, Place: Ethnography at the End of Era", *Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology*, eds. Akhil Gupta, and James Ferguson, Durham: Duke University Press, 2001 [1997], p. 5.
4. Yúdice, George, "The Privatization of Culture". *Social Text* 59(17): 17-34, 1999, p. 18.
5. Shore, Chris, and Susan Wright, "Policy. A New Field of Anthropology", *Anthropology of Policy. Critical Perspectives on Governance and Power*, eds. Chris Shore and Susan Wright, London: Routledge, 1997, p. 78.
6. Ásgrímsson, Halldór, "Ræða Halldórs Ásgrímssonar, forsetaðórherra, á Viðskiptaþingi Verslunaráðs", 8 February 2005, Reykjavík: Prime Minister Office, <http://eng.forsaetisraduneyti.is/minister/Speeches-HA/nr/1709>. Accessed 5 January 2006.
7. Grímsson, Ólafur Ragnar, "Fyrilestur forseta Íslands Ólafs Ragnar Grímssonar í fyrilestrararð Sagnfræðingafélagsins", 10 January 2006, Reykjavík: The President of Iceland, <http://forseti.is/media/files/06.01.10.Sagnffel.pdf>. Accessed 3 April 2007.
8. Ásgrímsson, Halldór, "Hátiðarræða Halldórs Ásgrímsson, utanríkisráðherra, á ársfundi Viðskipta og hagfræðideilda Háskóla Íslands" 27 January 2004, Reykjavík: Ministry of Foreign Affairs, <http://www.utanrikisraduneyti.is/frettaefni/raedurHA/nr/2122>. Accessed 1 March 2011.
9. Helgason, Jón Karl, "Víkingar efnisins", *Morgunblaðið, Lesbók*. 11 November 2006, p. 6-7.
10. Fairclough, Norman, "Language and neo-liberalism", *Discourse and Society* 11(2):147-148, 2000, p. 147.
11. Couldry, Nick, *Why Voice Matters: Culture and Politics After Neoliberalism*. London: Sage, 2010.
12. Ímynd Íslands, *Styrkur staða og stefna. Skýrsla nefndar*, ["The Image of Iceland Report"], Reykjavík: Prime Minister Office, 2008.
13. Ímynd Íslands, *Styrkur staða og stefna. Skýrsla nefndar*, ["The Image of Iceland Report"], p. 26-27.
14. "Þjóðarátakið Þjóðin býður heim", *Vísir*, 1 June 2010, <http://www.visir.is/thjodaratakid--thjodin-bydurheim--article/201048319853>. Accessed 10 June, 2010.
15. "Þjóðarátakið Þjóðin býður heim", *Vísir*, 1 June 2010. See also www.inspiredbyiceland.is
16. Ímynd Íslands, *Styrkur staða og stefna. Skýrsla nefndar*, ["The Image of Iceland Report"], p. 37.
17. Kristjánsson, Halldór J. "Viðskipti og menning", *Morgunblaðið*, 15 October 2005, http://mbl.is/mm/gagnasafn/grein.html?grein_id=1043870. Accessed 16 October , 2006.
18. Þorsteinsson, Þorvaldur, email communication, 30 March 2011.
19. "Chilling with Icelandic art...at the Scandinavian House", *Commuter Week* (3)32: 12 May 2008.
20. Ásmundsson, Ásmundur, "LÍ-ALCOA-SP", *Viðskipablaðið*, 16 May 2008, p. 20.
21. Canarezza, Rita, "Interview with Christian Schön, Director of CIA – Center for Icelandic Art, Reykjavík, Iceland", *Little Constellation, Contemporary Art in geocultural micro States of Europe*. Mousse Publishing, 2010, p. 182.
22. Interview with Hlynur Guðjónsson, 4 October 2006. See also "The Icelandic Pavilion Highlights", http://en.expo2010.cn/c/en_gj_tpl_31.htm.
23. Rosenberg, Karen, "Inspired by Vikings and Volcanoes", *New York Times*, July 25 2008, p. 25.
24. Volk, Gregory, "Art on Ice – Icelandic Art", *Art in America*. nr 9, p. 40-45. 2000, p. 40.
25. Guðnason, Birkir Hólm, Interview by Jórunn Sigurðardóttir. Viðsjá. *RÚV*, 23 November 2005.
26. Heelas, Paul and Paul Morris, *The Values of the Enterprise Culture. The Moral Debate*. London: Routledge, 1992.
27. Sjá Canclini, Néstor García 2007 "Policies of Cultural Creativity. The Power of Culture", <http://www.powerofculture.nl/nk/archive/commentary/canclini.html>. Accessed 13 October 2008.
28. Yúdice, George, "The Privatization of Culture", p.17.
29. Yúdice, George, "The Privatization of Culture", p. 31.
30. Ásmundsson, Ásmundur, "LÍ-ALCOA-SP", *Viðskipablaðið*, 16 May 2008, p. 20.
31. Roni Horn is a well known American visual artist.



Ásmundur Ásmundsson is a visual artist and a writer. Until recently he wrote a biweekly column for Icelandic Financial News. He has written for various publications as well as shown his artwork, in Iceland and abroad. Útúrdúr just published a collection of his speeches: Dear Friends, Collection of Speeches 2000 – 2010.

Icelandic Art Center



Art | Fine Art

The Decade Of Fine Arts

Words

Ásmundur Ásmundsson

I am deeply honoured to have the opportunity to write for Reykjavík Grapevine. Not only because I am a great fan of rock and roll (and pop) music, but also because I value foreigners. I am of course not talking about guest workers from Eastern Europe, whom I also value and have great respect for as a group. No, I am talking about you, dear reader, and perhaps your friends, if my intent to do a good job pans out nicely. You have a big role to play in the future of this great nation. It is my duty to write a favourable article about the Icelandic art scene and I will do it for you, since we are depending on your moral support, and I will do it for the rest of us, because we need it.

To capture a candid and attractive gaze at the last decade of fine arts is a difficult chore. Not only because time is short and money is scarce, but because fine art is so huge and what happened before the total crash seems decades ago. I have faint memories of openings and parties, some in the company of good-looking celebrities (Ólafur Elíasson, Hans Ulrich Obrist, Mr. and Mrs. Barney, Baroness Francesca von Hapsburg and Christoph Schlingensief (bless his soul)) and their local counterparts, but others in the company of wolves (could that be?). Luckily I was living abroad during the height of the great boom, so I missed out on most of the ordeal of the holy matrimony between art and business and the hideous exhibitions it fashioned, but I heard some rumours—none worth mentioning in a respectable publication like ours.

The Satanic monument of Viðey

I could try to remember a few important exhibitions and ponder on their significance, but smiling faces keep interrupting. I do have fond memories of Safn, a private art collection that was briefly open to the public in the beginning of the decade, but I might be the only one. The owner of the private collection, Mister Pétur Arason, was given one hundred million krónur from the City of Reykjavík. But who cares now? Today it is like Safn never existed, and that's how we want it. In the context of total economic collapse it is a corruption scandal on a miniature scale (like the collection, actually!).

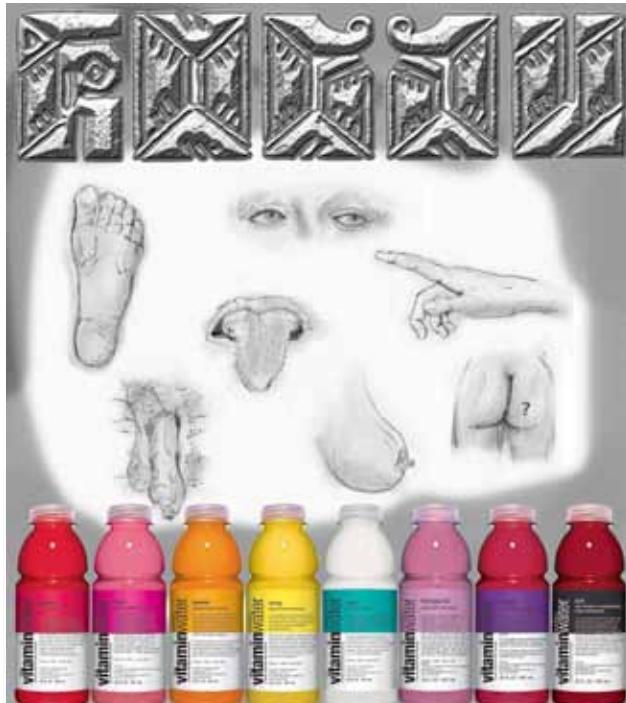
As a matter of fact, the whole decade will surely be completely forgotten in a few years, with few exceptions, and those are not exceptional because of their artistic value, but because they are on permanent display, blocking our view. I am of course talking about the Satanic monument of Viðey: Imagine Peace Tower by Yoko Ono, and the glass façade of Harpa Concert Hall and Conference Centre which covers the entire building and was designed by renowned visual artist Ólafur Elíasson in collaboration with the Danish architects of the building. The latter is a civil-engineering scandal in the making, and it involves the Chinese and incompetent local civil engineers. The frontage has been built and torn down again at least twice (by the Chinese) and only God knows how it will end. But it can't be a happy ending. You just watch!

Now I must calm down; it was never my intention to let too much reality take over this piece of writing, since I am writing this as service to my country—an image must be kept alive. The more I think about it the more I am convinced that this image is first and foremost directed at the locals hanging in there, but that's a whole different kettle of fish.

The Grapevine's top five

I must take a deep breath and deliver what I promised: a favourable article, an attractive gaze. If I had a stack of old Grapevines I could simply leaf through them and quote the talented and free spirited artists on the pages, particularly the multi-talented ones, the ones with one foot in pop and/or rock and/or fashion. I don't have that stack in front of me, but with an imaginary stack I can easily make a list of top five artists: Gabréla Friðriksdóttir, Ragnar Kjartansson, Haraldur Jónsson, Egill Sæbjörnsson, Hrafñkell Sigurðsson and the Icelandic Love Corporation (actually six). I think that list is as good as any, but I don't have these artists' imagination to make profound or funny quotes coming out of their mouth off the pages of Reykjavík Grapevine. They do come highly recommended and have made an important mark on the Reykjavík Art scene. Thank you.

Thank God this nation has progressed in a linear fashion since day one, but not in a cyclic eternal spiral shape of the second and the third world. Therefore we can easily assume that the best of the decade did in fact take place in the year 2010. And the best is yet to come; 2011 will be the pinnacle of our culture. Thus my remembrance is not as important as an uninformed reader might think. The un-



aware reader might also say to himself or to his girlfriend that this article was scantly researched and consequently poorly written. To those people, we, the people of the Grapevine simply say:

Don't be ignorant! We firmly oppose the notion that history repeats itself, even if we find communism's favourite joke "first time as tragedy, the second time as farce" to be utterly hilarious.

The decade's top three

We do believe in progress, at least when it comes to culture and fine arts. There are three art exhibitions, or should I say events that wrap up the decade in a peaceful and unrestricted way. The funny thing is that they are all from the latter half of 2010 and I didn't see any of them and that is what makes this article unusual.

'Koddu' in Listasafn Árnesinga, Hveragerði, a group exhibition of some of the most prominent Icelandic artists (two are on the aforementioned Grapevine top five list). The word "koddu" means an inviting "come along" in Icelandic; it has a soft and cuddly sound to it. The exhibition, which drew its title from the great tourism campaign "Inspired by Iceland," was planned to be put up at the Listasafn Árnesinga, Hveragerði but was censored out of the museum on the grounds of visual material, text and methodology. Both the catalogue and the majority of the exhibition material are ready for publication and installation, but it remains to be seen if it will ever go up. The exhibition was meant to be a succinct account of the relations between iconography and ideology in contemporary Iceland; a mapping of contemporary aesthetics of Icelandic cultural politics and addressing the central role of the state, market

and academia by canalizing how art is produced, exhibited, seen and used."

'Body Parts in Religion' in Hallgrímskirkja Church, by Hannes Lárusson, is another censored exhibition. The show was shut down two days before its announced opening. When the church administrators and priests saw the invitation card bearing illustrations of various body parts, e.g. a breast, a penis, buttocks, and they eliminated the exhibition. Some of us had been expectantly waiting and preparing for the celebration of this event like a Christian waiting for the Second Coming of Christ, thus the disenchantment was huge. This happened just after the censorship of 'Koddu', which was a double disgrace and a step back, especially since the intelligentsia and the art world seemed either anesthetized or perfectly content with these occurrences.

Another example of the pinnacle of the great culture that thrives in our area of sway was a remarkable jamboree at the oldest hotel in Reykjavík, Hôtel Borg. This is not another tragic example of censorship, but a success story of corporate sponsorship, the amalgamation between the stock of the fine arts, the plebs of the fitness centres and the creatures of the night (what a night!). The only tragedy was how few could enjoy the shindig, since it was a one night only event. At least three artists from the Reykjavík Grapevine top five list showed their work in the beautiful suites of the classy old hotel. The wingding was held to celebrate the first coming of Vitamin Water, a vigorous fluid developed by one of the greatest friends of Iceland, 50 Cent. The liquid is produced by the Coca-Cola Company, owner of the trademark Vitamin Water.

The writer is an artist and writer based in Reykjavik.
Translated from Icelandic by Valur B. Antonson.

Capital Capitulates

Ásmundur Ásmundsson



Few think of the Iceland as a cultural nation, and those that do are usually ridiculed. Truth be told, for some time there have been traces of cultural life, but even the most fervent optimist knows that Iceland has a long way to go before it can be considered part of the civilized world. Seldom, if ever, has this been as apparent as it is now. Now when almost everything has collapsed, one can also see the pillars of our supposed cultural structures crumble. Icelanders have for a long time nurtured the delusion that they are the frontrunners in every endeavor: their men are strongest, their women the most beautiful; the best education; the best musicians and writers; and they even brew the best beer. Even our ancestry of raping and pillaging was celebrated with a happy wink. Furthermore, during the economic boom, the media, the politicians and the President of the Republic perpetuated the delusion that Icelanders were also the best bankers in the world. The nation was filled with pride when an 'Útrásarvikingur' – the modern-day version of a Viking doing business abroad – bought a well-established Danish company and thereby took revenge for a centuries-old grudge from when Iceland was a part of Denmark.

What began as a sweet inferiority complex turned into a delusion of grandeur. It has barely been a century since swim bladders and margarine were presented at exhibitions along with fine art, and barely 30 years since Iceland was most like an Eastern bloc country, with limited rights to travel

and exchange currency for its citizens (not to mention the functional fashions and tasteless cuisine). However, when Iceland joined the EEC and the banks were privatized, it started a boom of economic growth which ended only recently – and abruptly – as sadly everybody knows.

When the pillars of society crumble and all is exposed (despite the lies from a score of salaried people), it is clear that nothing good came out of this boom, only trash. Luxurious cars and a fleet of private jets have been put on fire sale, while the infrastructure has been neglected. What was being built was often nothing more than a flight of fancy. For example, the University of Iceland was planning to become one of the world's top 100 universities, supposedly financed by Icelandic companies, but these plans are never mentioned in polite company after the crash. Unfortunately, not only flights of fancy were being built, but whole neighborhoods into which nobody is moving, and skyscrapers whose windows are being shuttered; they will be empty for years to come. An unfinished building on Reykjavik Harbor, which was to become the Icelandic National Concert & Conference Centre, says

were not completely sound. Instead of becoming a European capital, we have become a snow-bound Dubai. We went from riches to rags, and coming generations will have to spend most of their lives paying for other people's debt because of the economic expansion. Now, whether people toll all day and night to pay off debts or buy useless goods is of no real importance. Surely this nation has proved itself too immature for anything but wage-slavery. In this regard, nothing has really changed, except that the stark truth has been revealed.

Some have said that nothing of value remains in Iceland but the language and spectacular landscape (something which foreigners have always known). The language is of no use to anyone but the fewer than half a million who speak it, and it is probably best to ditch it along with the currency. We might as well switch to Esperanto and the Argentinean Peso. The spectacular landscape will probably be sacrificed in the coming years and the natural resources sold to foreign corporations. And Icelanders will probably be content with this, because they will have something to do with their time. They will get jobs in an aluminum smelter, be allowed to speak Icelandic during coffee-breaks, and even string together a poem or two when they are not too drunk or suicidal.

Even if I refuse to spend precious column-space speaking of the landscape, I can hardly resist the temptation of mentioning the American artist Roni Horn and the Danish designer Ólafur Elíasson and thereby draw attention to the triumphs of the human spirit and a spectacular landscape in the same breath. But resist I will in deference to my remaining sense of patriotism.

Everyone is a friend

Unfortunately there are few Icelandic artists willing to give the world what it wants (á la Elíasson and Horn). What Icelandic artists thought they had to offer the world is what they called the *drive*. This drive was mainly something that took place in bars and the dark corners of night life, but some even claim that this drive could result in immortal works of art. The creative drive of the Icelandic people was considered to be top-notch in the world, and our national power, courage and spontaneity something unique. The reason given for this is that Icelanders are children of nature and not as burdened by the weight of civilization, unlike other nations. Icelanders are not as old-fashioned as the rest of the civilized world and can let go of their inhibitions whenever it suits them. Foreign media flocked to the country (and maybe still do, though newspapers are having some of the same problems we are), along with pop stars, movie stars and international art world luminaries, which drove Icelanders into a party frenzy, eager to perform as was expected of this savage nation. When Aki Kaurismäki, Francesca von Habsburg or Kiefer Sutherland showed up at a local bar, Icelanders would drink the Icelandic aquavit Brennivín, which no

Ásmundur Ásmundsson, *The sweetest moment of the revolution*, 2009, collage.



Icelander usually drinks (they usually drink Mojitos) and jump on tables, like an attention-seeking high school girl. As a reward, the cleverest Icelanders would catch some falling crumbs, sometimes a free drink, even though most were content with just taking part in the fun, and saying something witty – in flawless English – just for the honor of joining the party. Of course they nodded and bowed to the bankers, and the banks seized the opportunity; not only did they become patrons of the arts, not only did they support the museums and the art festivals, but also the grass roots and the young radicals. The radical artists, the very ones supposed to dissent, most fervently took part in the fun. For example, Landsbanki provided the artist collective Kling og Bang with an abandoned factory to be filled with creative youths in exchange for mentioning the bank in every promotion of projects taking place in the factory. The factory was named *Klink og Bank* ('klink' means change in Icelandic), and the bank got a lot of free space in the media and some positive press. Even before the factory was opened to the public, the board of the bank started to intervene in the projects. Björgólfur Guðmundsson, head of the board of Landsbanki, was supposed to formally inaugurate the building with a member of the Kling og Bang collective. However, the bank was taken aback when this member turned out to be the artist Snorri Ásmundsson – who also was running in the presidential elections – so the bank threatened to

throw out all 160 artists if the unpalatable Mr. Ásmundsson took part in the inauguration. Of course the members of Kling og Bang complied, and that is how *Klink og Bank* was born. For a while *Klink og Bank* was one of most popular destinations in Reykjavík. The beautiful presidential couple Ólafur Ragnar Grímsson and Dorrit Moussaieff brought their guests there rather than showing them the Golden triangle (Gullfoss waterfall, Geysir and Thingvellir). Great care went into making sure that everything was sullied in dirt before the noble guests arrived, however before the bankers came the place was cleaned up in an orderly fashion. (1) It was heaven on earth: the lambs lied down with the lions and everyone scratched each other's back. Those who protested reaped nothing but scorn; all criticism was considered inappropriate on this island of the innocents.

The revolution

Fortunately, artists are very adaptable, and they became the vanguard of the *kitchenware-revolution*, banging pots and pans outside Parliament alongside the writers and the students. Art, as such, seems vain in this larger context, and perhaps it is best for artists to make some noise, participate in underground meetings and organize the revolution, rather than splash paint on a canvas or photograph their naked friends or whatever they do nowadays. I was filled with pride the first days of the revolution when I observed my fellow artists

in the fog of war, banging away at their cooking utensils and throwing eggs at Parliament.

It is not every day we Icelanders can witness a revolution, and rarer still to be able to say that we are part of the civilized world. Outside Parliament, I saw a French teacher who has lived in Iceland for decades and has been one of us for a long time standing on Austurvöllur Square crying like a baby. He was not begging for sympathy like the businessmen and the Central Bank Governor, his were tears of joy. Many of his former students cried with him, and together they formed a choir of tears, which was silenced only by the noise of explosions, savage drumbeating, flashes of fire and the rattle of pans. 'How exciting it is to be an Icelander and how apparent it is that the force of this nation stems not least from a difference of opinions, the disputes over which can resemble a force of nature', one artist explained in his speech at the exhibition *From Another Shore* at the Scandinavia House in New York. (2)

Savior

By coincidence there was a celebration in a building next to Parliament at the height of the kitchenware revolution. The hostess was none other than Baroness Francesca von Habsburg – Francesca Anne Dolores Freiin Thyssen-Bornemisza de Kászon et Impérfalva – a dear friend of Iceland, an art collector and a distinguished patron of the arts. The Who's Who of the art world and the cultural elite of the nation

were invited. Baroness Francesca von Habsburg is a stalwart supporter of the nation and an enthusiastic partygoer as well. Which might be precisely why the nation's artists are so fond of her? Of course her wealth has something to do with it as well, and now we are speaking of true wealth, not mere paper money or speculative wealth, but old money that will never perish. She is also planning to have her collection of art on permanent display in Iceland. Could we then blame the artists for deciding to take a break from the revolution and celebrate the princess's birthday? After all, nature also rests sometimes.

The tabloid press reported a rumor that David Bowie might come along with his entourage; not a paid visit as is the case when showing up in a party of businessmen, but simply to celebrate with his favorite princess and her subjects. This turned out to be a lie, which teaches me not to trust the tabloid press (and I must say, it's really heartless of the press to raise such false hopes for a desperate nation like ours). Rumor had it also that Johnny Rotten would come – or John Lydon as he is now called after his days of punk rock – which is why some riffraff came to the party dressed in strange punk clothes with protest signs, simply to see their idol. This also turned out to be a lie, and a fight almost broke out when the disappointed punk rockers were refused entry. Would their energy have been better used elsewhere? It's hard to say, even nonconformists should get to have fun every once in a while.



Ásmundur Ásmundsson, *Flames of Doom*, 2008, collage.

¹⁾ If I may digress a little, I'll mention that Björgólfur Þór Björgólfsson, the son of the bank's CEO, celebrated his 40th birthday in Jamaica, and the American rapper 50 Cent performed for the guests, when his record *Get rich or die tryin'* was a bestseller. I'll also mention that when the banks were privatized, the State forgot to take into account the banks' spectacular collection of art, which they then got for free.

²⁾ The aluminum giant Alcoa was the main sponsor of this general exhibition of contemporary art in Iceland, which opened May the 1st,

2008. The exhibition was one of a series of events in the city intended to highlight Iceland's bid for a seat in the United Nations Security Council. What took place was an exciting mix of visual arts, international politics and business, where the participants, joined together, cheered each other on, for what purpose is not all too clear or simple.

³⁾ Everyone that has been to Berlin recognizes the palace of the republic, a concrete monster, built in the 60s in East-Berlin. It was recently torn down, a memorial of the GDR's regime of terror.

Of course there was plenty of alcohol, and one philosopher mused that it was as if the guests were to die tomorrow and that they drank in a fashion referred to by the Parisian as doomsday drinking. One might be tempted to compare it to Edgar Allan Poe's *The Masque of the Red Death*, but then again analogies are cheap. Many of the guests wanted to learn more about the customs of Arabic nations, since the place had partly been decorated as a Moroccan parlor. In the parlor one could see a slide show from the baroness's 50th birthday party in Morocco, celebrated with some exotic Arabs. What memories! And if it occurred to any of the partygoers that this year they were the exotic guests in a future slide show, well, there was no need to spoil the party by pointing it out. In the middle of the night a delicious fish soup was served, cooked by none other than First Lady of Iceland. One cheered for the revolution and the arts, but mainly for the baroness. Some stepped out on the balcony to smoke cigars and drink champagne while

watching the police disperse the crowd with teargas and batons.

The day after, we learned that the demonstrations had turned more violent because some riffraff from the suburbs replaced the artists and started throwing rocks at the police. Someone even started a fire outside Parliament. This riffraff had not been at the seminar on civil disobedience; they were uneducated people that did not understand the difference between Marx and Engels; some had even drunk beer. The protesters starting the 'revolution' did not want to be lumped in with this group so they dressed up in a uniform. Many thought that the sweetest moment of the revolution was when students dressed up in an orange uniform and protected a group of policemen being assailed by rocks. The 'revolution' was successful in toppling the Government, only to have a new one formed by some of the people responsible for the crash. The 'radicals' had thwarted the revolution, but the center of Reykjavik looks as if a real revolution had

taken place. After years of economic boom, City Center is in ruins and an unsophisticated visitor might assume that there had been a recession in Iceland for a decade.

The end

Before taking on the colossal challenge of paying off the nation's debts, everybody agrees on one thing, and that is that the National Concert and Conference Centre on the waterfront must be finished. It was to be bigger than the newly inaugurated opera house in Oslo, which says everything about Icelanders' persistence and magnanimity. Of course there is no money to finish the building, and the politicians and even the public have become desperate. And it is no wonder because the unfinished Concert and Conference Centre is well on the way to becoming Iceland's saddest monument, a memorial of dashed hopes and thwarted expectations, our very own Palast der Republik. (3)

Some considerable compromises have to be made, if the Concert and

Conference Centre is to be finished. The building, whose architecture from the outset was nothing but second-rate – 'like a dead whale in an urban area', to quote a specialist in architecture – will likely turn into something even worse: a monstrosity blocking the people's view of the Mt. Esja. A colossal glass bell by Ólafur Elíasson – something which could at least partially atone for the building – will probably not be built. Politicians are eager to finish the building even without knowing how to finance it, while the public wants to scrap it. The most sensible thing to do would be to let it stand as is, as a memorial of the old regime. Such a memorial will come in handy when we Icelanders get lucky again and find offshore oil, or if salmon prices quadruple. The other alternative, which might please some, is to build the center without any compromise, i.e., according to the original plans. After the magnificent building is finished, violinists will play some pretty tunes as the flames of doom surround us. +



„Inni á þaðstofu World Class í Laugarnesi og á Seltjarnarnesi hefur Sigurður Guðmundsson, í samráði við arkitekta, komið fyrir skrautnumun með erótískum undirtón, sáðfrumum og drykkjarfönti í konulíki sem höggvinn er í stein,“ skrifar Ásmundur Ásmundsson.

Stykkin sín

Allir hafa gaman af höggmyndum og myndhöggvurum þykir gíraun gaman að búá þær til. Sumir þeirra ganga miðög í að láta þann draum sinn rætast að geta látt að gott að sér leida með meitlana sína eina að vopni. Þá á ek auðvísdir við meitlana í sínum viðasta skilningi, því hvað er framkvæmdagleði og góður ásetningur annað en meitill, jafnvel þótt pensill eða blýantur sé hið fífsísk tólf.

Margt listamaðurinn hefur öfundast út í framkvæmdamanninn út avtunnilfundi fyrir dugaðn hans, sþróttamanninn fyrir líkumsburði hans og hetjulund, og barnalaekinn á spítalanum fyrir ásetning hans, ekki síður en út í kollega sínum sem betur er tækjum búinn eða er sffellt fullur af andagif.

Pegar stórkarlalegra vinubragða er krafist af myndhöggaranum sem manneskjú er þó sjaldgæft að hann skorist undan því. Oft er sagt um myndhöggarva að þeir hafi stórt hjarta en gleymi að nýta sér það til góðs, vþi metnáðurinn sé svo mikill og meitillinn standi svá hætulega nærrí þessu dularfullra líffari par sem hið góða í manninum á heima.

Oft er ég minntur á þetta eðli myndhöggarsára þegar ég kom inn á listasófnir og virði fyrir mér höggmyndir af bestu gerð. Og nýlega var ég minntur á þetta eðli þegar ég hugðist þjónusta líkama minn í World Class í Laugarnesinu, en fókk í stæðinn andans fóður í formi höggmyndar sem stendur tilguleg fyrir utan þetta musterí



Ásmundur

„Það er ekki andleg
þrá og samkennd
sem er yrkisefni
Sigurðar heldur
eru líkamarnir
formlausir og skyni
skroppnir eins og
gínum í búðarglugga,
andlausar klessur
sem vekja
hjá glöggum
listunnendum
innilokunarkennd
og viðbýjóð. Satt
að segja minnir
stykkið undirritaðan
á risavaxinn
mannaskít.“

kroppsns „eins og gríðarstór böllur“, svo vitnð sé í dýjan listunnanda af kyni kvenna sem virti vera í góðum tengslum við líkam sinn. Höfundur verksins er Sigurður Guðmundsson og eru festir sammála um að þarna sé á ferðinni hans allra besta verk í langan tíma. Sumir ganga meira að segja svo langt að segja að þetta stykkni sé hans opus magnum. Margir héldu að hann væri fyrir löngu búinn að syngja sitt síðasta sem listamaður en með þessu verki sannar hann, svo ekki verður um vilst, að hann er einn okkar fremsti listamaður, og það þótt hann sé kominn á eftirlaunaaldur. Með öðrum orðum: Maðurinn hefur engu gleymt. Verkið er steindrangur sem í hafa verið höggðir fagurskapaðir kvenmannskífari í belg og biðu en ofarlega á miðum drangunum er karlmanns-torso í einhvers konar háseti, ef svo má að orði komast. Á einum stað má sjá hendi virðist vera á kafi í skópum eða endaþarmi kvenmannsbelgs, en að öðru leyti er líkönunum fléttat saman á smekklegan hátt.

Stykkið minnir óneitanlega á verkð Monolith eftir norska myndhögvarann Gustav Adolf Vigeland sem allir Óslóarfararekja. Það er hrein unun af fara í Vigeland Park sem tileinkaður er glasilegum höggmyndum meistara, ekki síst til að skoða Monolith sem er í garðinum miðjum. Verk Sigurðar Guðmundssonar er einhvers konar plastútgáfa af Monolith. Vigelandars og virðist til einkað líkamsdýrknun og nautna-síki á meðan stykkid hans Ví-
ðars.

lands fjallar um „þrá mannsins eftir andlegu lífi og hinu guðdóm-lega. Hugsanlega má skilja það sem upprissi mannsins, fólkjöri virðist sogast í áttina að himinum, ekki eingöngi í sorg sunni og örventingu, heldur einnig í gleði, von og samkenni, líkamrnir halda þéttingsfast en þó varfarsneslega hver í annan í þessu underlægri bjargröðri sem virðist eiga sér stað í steininum.“ svo vitnað sé í vefsíðu Vigelandar Park.

Það er ekki andleg þrá og samkenn sem er yrkisefni Sigurðar heldur eru líkamarnir formlausir og skyni skropninn eins og gínum í búðarfleggu, andlausar klessur sem velja hjá glögum listunnendum innilokunarKenni og viðbóð. Satt að segja minnir stykkið undirritanðir á rasaavinnu mannaskift. Engu er líkara en að heljarlinnar trúllskessa hafi gert stykkini sin í Laugarnesinu, eða listamaðurinn sjálfur, og það án press að eingundur World Class tækju eftir því. Stykkid stendur upp á endann, minnisvarði um saurugt hvatalif manneskjunnar.

Í bókinni Syndirnar sjó eftir Jaakko Heinimaki í þýðingu Aðalsteins Davíðssonar, sem kom út hjá Bjartí fyrir nokkrum árum, er fjalla um dauðasyndirnar sjó: hroka, ágírð, ófund, heift, mun-dó, nautnasýki og andlega leti. Bókin er fyrir lóngu orðin lykilrit fyrir þá sem vilja láta gott af sá-leiða og lýsir afstöðu og hvítum ãð baki verkum okkar: „Nautnasýkin, sem stendur á lístunum um dauða-syndir, er brengluð afstaða til eing- í líkama og þarfa hins. Siðapost-

ular, sem steyptir eru í sama móti, hafa yfirleitt tengt þennan löst einungis við óhóflega hneigð fyrir mat og drykk en nautnásýnir er svoltið meira en ofat og ofdrykkja. Hún er sálarástand með ofuráherslu á munadí í mat, útlit, líkamshreysti og heilsu. Hún er náskýld munuð og lauslæti; eftirsóknir eftir líkamlegum þörfum og þægindum hófði sem guð; þar sinnir maðurinn einungis sínum ytri manni þar sem endanlegur ávinnungur verður tilgangsleysið pakkad inn í loftaðærnum umbúðir.“

Inni í baðstofu World Class í Laugarnesi og á Seltjarnarnesi hefur Sigurður Guðmundsson, í samráði við arkitekta, komið fyrir skrautmunum með örúfískum undirtón, sáfrumum og drykkjarkonum í konulíki sem höggvinn er í Stein. Ólkít steindrangunar vegja skrautmunirnir engin hughrif hjá undirrituðum, en það getur verið vegna þess að hann er ekki í nögu góðum tengslum við líkama sinn, enda maður andans. En miðaldra kona úr Laugarnesinu sagðist fá flöndum í klófli þegar hún baðaði sig innan um sáfrumur og líkams-parti. Og tröllkarl á þríttugsaldri af Seltjarnarnesi sagði að karhormónin spyttr út í blóðrásina þegar hann drykki vatn útkvæmannsklofi og gerði það honum kleift að lyfta þyngri lóðum en ella. „Þetta er eins og að fá steraspauti í rassinn,“ sagði hann og hló en bætti við að hann væri löngum haettur að nota stera; þarf þess ekki, sagði hann og hnyklaklöði óvðana.

Höfundur er myndlistarmaður.

Gefa þessu stykki séns?

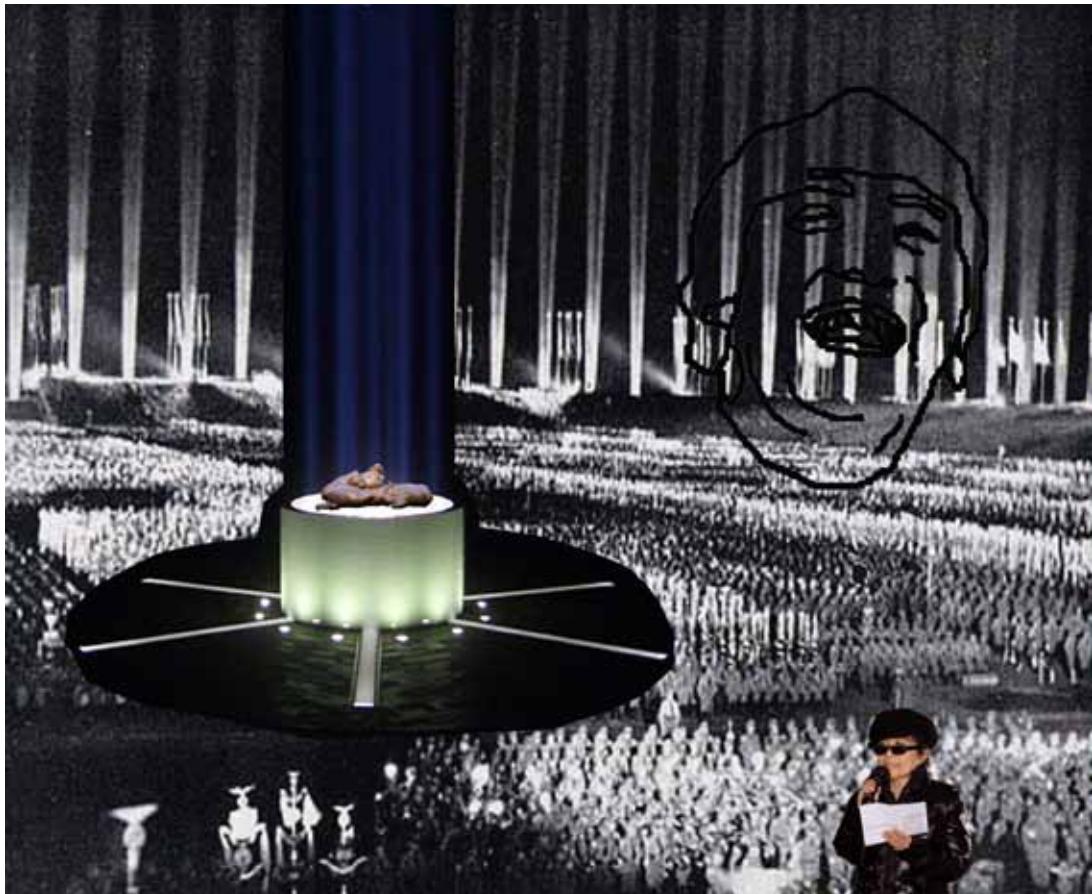
Bessa dagana er þungt hljóð í mönnum. Fullorðnir karlmenn skammast sín ekki fyrir að koma fram í fjölmíðlum hálfgrátandi og munun við líklega sjá meira af sílu í nánustu framtíð. Margir eru komir með áhugjuhrukku eða orðnir gráhæðir fyrir aldur fram og sjálfsagt eiga einhverjir eftir að ganga í sjóinn líkt og í kreppunni miklu 1929. Sumir héldu að þeir yrðu ekki eldri þegar fréttist af „stærsta bankaráni Íslandssógunnar“ svo vitnað sé í eina væluskjóðuna, meðan aðrir vissu að það væri bara tímuspursmál hvernær Davið Oddsson næði fram hefndum. Þeir sem eiga ekki neitt hafa gaman af að fylgjast með herleghetunum líkt og hverju öðru skemmtiefni og margir eru alveg til í að borda velling, slátur og annan ódýran mat yfir skemmtiefnu.

Baráttá góðs og illis er það sem flestir vilja, samanber viðsældir Batman – The Dark Night. Það hefur og alltaf verið viðsælt að gleðjast yfir ófórum annarra og að sjá uppáhalds peningakallana okkar kengbogna eru auðvitað óorganlegt. Og þegar ballini loksns lýkur er aldrei að vita nema gildismat þjóðarinnar breytist til hins betra. Margir eru viðir með að draga fram Bíblíuna út úr bókahillunum og aðrir viðir með að vera kurt-eisir eða láta gott af sér leiða á annan hátt, án þess að fá greitt fyrir það.

Yoko Ono kemur eins og kölluð inn í þetta taugaveiklaða samfélag og er sannkallaður gleðjigafi kreppunnar. Yoko Ono munar ekkert um að óska eftir friði mannninu til handa, án þess að stygga nokkurn mann, og er eins og hver önnur fegur-dardrottningad óvín. Og þó að Yoko sé komin af léftasta skeiði var hún brádhugguleg á sinum tíma. Þegar hún og John Lennon elskuðust í beinnum fyrir friði var hún til dæmis alveg frábær. Brátt fyrir að hún sé farin að láta á sjá gleðjumst við bítlafólk, þ.e. við sem erum hrifnari af tónlist Bítlanna en gauraganginum í Rolling Stones, yfir komu hennar.

Flestir hafa fyrirgefisíð henni fyrir að sundra Bítlunum, enda voru slagarnar sem John Lennon gerði í kjölfarið ekki síðri en þeir sem hann gerði í samvinnu við Sir Paul og hina Bítlana. Lag Johns, Imagine varð einmitt kveikjan að verkinu Imagine Peace Tower sem bíður spennit (ef við gefum okkur það að listaverk getið spennit) eftir 9. október enda er verkið hálf aumkunarvert þegar slökkt er á því.

Í upphafi átti verkið að vera súla úr fóstu efni fyllt með friðaróskum fólkis en eftir að Orkuveit Reykjavíkur komst í mál-ið var hugmyndinn breytt og ljósasánum reist. Brátt fyrir það lífta mórg okkar á Imagine Peace Tower sem síðasta verk Johns Lennon, allavega í þessum heimi. Yoko Ono sagði eftir að verkið var vígt fyrir ári að Frið-



Friðarsúla Yoko Ono minnir óneitanlega á Cathedral of Light sem Albert Speer hannaði fyrir Nürnberg fjöldafundinn 1937.

MYND / ÁSMUNDUR



Ásmundur Ásmundsson

„Það má kannski segja að Yoko Ono hafi klárað það sem nasistarnir byrjuðu á.“

arsúlan væri það besta sem hún og John Lennon hefðu nokkurn timan gert saman.

Tæknilega séð er það mögulegt en þó ólíklegt að John Lennon hafi hannað verkið ásamt nasistaarkitektinum Albert Speer og Orkuveit Reykjavíkur hafi þá ekkert með lokaútfærslu verksins að gera. Verkið minnir óneitanlega á Cathedral of Light sem Albert Speer hannaði fyrir Nürnberg fjöldafundinn 1937 þótt það sé ámatlegt í samanburði. Engu er líkara en að

einu af ljósunum hundrað þrjáfu og fjórum hafi verið bjarg-að frá glötun og flutt til Viðeyjar. Það gæti verið tilviljun en nákvæmlega tveimur árum eftir fjöldafundinn í Nürnberg 10. september (ennum degi fyrir 11. september) fæddist Cynthia Powell Lennon, fyrri eiginkona Johns Lennon. Cynthia og Yoko hatast enn þann dag í dag og segir Cynthia að Yoko sé ill-gjörn konan og gráðug. Cynthia er nú gift svörtum manni.

Nokkrum dögum fyrir fæðingu hennar stóð til að halda ellefta fjöldafundinn í Nürnberg sem átti að heita Reichsparteitag des Friedens eða Fjöldafundur friðarin, en ekkert varð úr honum því Þjóðverjar ákváðu að ráðast inn í Pólland í staðinn og hófu þar með seinni heimsstyrjöldina. Það má kannski segja að Yoko Ono hafi klárað það sem nasistarnir byrjuðu á.

Undirstöður verksins hafa einnig yfir sér nasiskan blað en ónefnudum listamanni og tfsku-hönnuði af yngri kynslöð þótti físlaslagðar undirstöðurnar minna að klósett og klífráði upp á þær til að gera stykki sín. Á fæboðum hefur verið stofnaður félagskapur í kríngum uppátki listamannsins og getur hver sem er skráð sig, eins skilyrðið er að gera stykkin sín á Imagine Peace Tower að minnsta kosti

einu sinni. Félagskapurinn heitir „Give this Piece a Chance“ eða „Gefum þessu stykki séns“.

Það má auðvitað deila um það hvort verkið verði betra ef landsmenn fara að nota það sem klósett en allir hljóta að vera sammála um að það slái að-eins að þessa undarlega blönduðu fasisma og svokallaðrar hippavænni.

Það má sjá fyrir sér að ef nógum margir gera stykkini sín á sama tíma, birtist skuggamynd „stykkjanna“ á himinnum líkt og Batman-merkið í samnefndum teiknimyndablöðum og kvíkyndum. Við það myndi táknum.

Undirstöður verður ófært með fosför (glow-in-the-dark). Saman með verðum einnig friðarverðlaunin Lennon Ono Grant for Peace veitt í Höfða, í annað sinn. Mörg okkar bíða með óndina í hálsinum eftir að sjá hven verður fyrir valinu. Flest okkar vona að forsetahjónin fallegu, Ólafur Ragnar Grímsson og Dorrit Moussaieff fái verðlaunin enda fáir lagt baráttunni fyrir friði á jörð meira lið en einmitt þau.

EKKI ER VIÐEIGANDI AÐ ENDA ÞESSA GREIN Í PESS AÐ SEGA FRÁ Því AÐ RAFMAGNIÐ I Friðarsúluna er framleitt úr jarðhítia og kemur frá jarðvarmavirkjun Orkuveit Reykjavíkur á Hellishéði. Nürnberg rafmagnið var aftur á móti framleitt með kolum.

Höfundur er myndistarmaður.

Við erum saklaus

Pað skemmtilegasta við myndlistina er að hún ratar alltaf til sinna; að því leyti er hún ekki svo ólik ljóðinu. Margir spyrja hver tilgangurinn sé með myndlist og við því er bara eitt svar: Hver er eiginlega tilgangurinn með ljóðum? Og svo eru ljóðskáldin fengin til að svara því hver tilgangurinn sé með ljóðum. Þeirri spurningu svara þeir að hætti fyrverandi Moggarstjóra sem svarar að hætti skálds honum fremri: Hver er eiginlega tilgangurinn með kaffilykt. Svona vísa listamennirnir hver í annan og fá lánað eitthvað gott frá einhverjum góðum.

Fatt gleður listamann meira en þegar myndlistin ratar til fólksins, nema kannski þegar hún þjónar einhverjum tilgangi. Það er hressandi að sjá saudsvartan almúggan vísa í erlenda listamenn eins og ekkert sé sjálfsögðara, og það í góðum tilgangi. Peir voru snjallir þessir sem höfu á veraldarverfnum undirskrifasöfnunina „Icelandingar eru ekki hryðjuverkamenn“. Á vefsíðunni má finna fjöldannan allan af ljósmyndum af venjulegum íslendingum haldandum á handskrif-únum skiltum sem á stendur: „I am not a terrorist“ í umsum útgáfum. Glöggið listunnendur sjá strax að barna er verið að vísa í verkið „I'm desperate“ eftir ensku listakonuna og Íslandsvinin Gillian Wearing frá árinu 1992. Listakonan fékk aftur hugmyndina frá frægri ljósmynd af Bob Dylan, eða var það myndband? Stundum vill það gerast að því oftar sem hugmyndirnar eru kópíeraðar, því þynni verða þær,逮eit jafnvel orðið pínlegar. Það sem er pínlegast við nýjustu útgáfuna af hugmynd Boba er að á milli línnana eru skilaboð sem höfundarnir gera sér annaðhvort ekki grein fyrir eða hugsanlega samþykka og eru í ógeðfellari kantinum. Myndunum er atlað að vekja hjá fólk samúð og sjálf sagt tekst það. Ef íslendingunum á myndunum væri skipt til fyrir búruklæddar konur og fúlskeggjada karla með túban, væri ekki hægt að búast við mikilli samúð, allavega ekki frá íslendingum. Er þetta ekki einmitt búningur hryðjuverkamanna? myndi fólk spyrja.

Kannski er undirritaður bara leiðinlegur, og alltof fljótfær, fellandi harða dóma yfir góðu og vel viljuðu fólk. Því mögulega stefnir IN-DEFENCE ekki að látat hér við sitja í baráttu sinni fyrir sannleiknum heldur mun næsta verkefni þeirra verða að stofna á Írlandi, Englandi og á meginlandi Norður-Evrópu minjasöfn og fræðasetur til að minna þópulinn á innrásir, rán, límlestingar og nauðganir Víkinga á árum áður, líkt og íslendingum er mikil í mun að byggja í Vestmannaeyjum til minningar um Tyrkjaránið. En kannski ekki.

Á vefsíðunni segir: „Hjálpið okkur að stöðva misbeitingu



Mynd: Ásmundur Ásmundsson og Ólafur Ólafsson.



Ásmundur Ásmundsson

Davíð Oddsson er þekktur fyrir ljóðaskrif og hvers kyns gárunga- og grallaraskap – snjall penni. Halldór Ásgrímsson er líka mjög frumlegur og skemmtilegur og fann til dæmis upp á nýyrðinu „friðarstríð“.

Breyð hafa verið brennimerkt sem hryðjuverkatrúarbrögð. Fjölmíðlar hafa tekið fullan þátt í þessu, stundum á ofsafenginn hátt; t.d. Egill okkar Helgason, eins og aðáendar Silfurs Egils þekkja. Og þeir sem hafa mótmælt hatrinu hafa verið brennimerktir sem naðvistar. Fyrir ekki svo löngu var gerð skoðanakónunum í Fréttablaðinu um hvort leyfa ætti byggingu mosku í

Reykjavík, og var yfirgæfandi meiri hluti þáttakenda alfaríð á móti því eins og við var að búast af skriflum, en spurningin ber líka merki fyrirlitningar. Íslendingar voru hins vegar alveg til í að sampykja með þögninni striðið gegn hryðjuverkum og að vera á lista hinna viljuga þjóða. Því við erum ekki þjóð sem gengur á bak orða sinna, eins og Davíð Oddsson og Halldór Ásgrímsson orðuðu það að svo hnyttin hátt á sínum tíma. Davíð er þekktur fyrir ljóðaskrif og hvers kyns gárunga- og grallaraskap – snjall penni. Halldór er líka mjög frumlegur og skemmtilegur og fann til dæmis upp á nýyrðinu „friðarstríð“.

Við reðumst ekki inn í Afganistan af því að talibanan voru svo vondir við konurnar sínar og bönnuðu krökkum að hlusta á tónlist, heldur af því að einhvern hátt ógnuðu þeir Vesturlöndum. Líklega með því að banna ófumrækt sem eðlilega hafði sleam áhrif á heróímarkaði í Evrópu og Bandaríkjum. Það er líka gott að hafa í huga að bæði talibanan og Saddam Hussein eru gamli bandamenn „okkar“ – eða ætti ég að segja vinir.

Það er ekki nema skiljanlegt að þjóð sem fyrir fáienum vikum tók við friðarverðlaunum úr hendi Yoko Ono, mesta og ötulasta fríðarsinna samfélags, botni ekki í ásökunum dagsins í dag, utan úr heimi nota bene, þess eðlis að þessi sama þjóð sé hryðjuverkamenn! Það þarf ekki mikla snillinga til að sjá að þetta gengur hreinlega ekki upp. Það er ekki hægt að vera hvort tveggja í senn. Eða hvað? Dr. Jekyll var líka herra Hyde og oft er tilfyr í saudargæru.

Höfundur er myndlistamaður

Hola

Itilefni þess að ákveðið hefur verið að halda áfram framkvæmdum við tónlistarhúsið í stað þess að rífa það niður eins og mörgum okkar hefði þótt að skilegra (svo það skyggi ekki á Esjuna), birtist hér ráða sem undirritaður hélt við opnum eigin sýningar í Listasafni Reykjavíkur, Hafnarhúsi, 22. janúar 2009. Sumum lesendum gæti fundist ráðan vera orðin úrelt og öðrum gæti fundist það ósmekklegt af undirrituðum að nota þennan vettvang (Viðskipablaðið) til kynningar á eigin verki, og það má til sanns vegar fára. Verkið samanstendur af myndbandi af börnum um Hlíðaskóla að moka holu á Klambratúni og afsteypu af holunni sem gerð er úr steinsteypu og vegur átta tonn. Undirritaður ætlar hinsvegar ekki að mæla með sýningunni sem stendur til áttunda mars, því það væri ósiðlegt, en hér er ráðan:

Kæru vinir, börn og forráðamenn,

Það er yndislegt að vera hérna með ykkur í kvöld þrátt fyrir að þarna fyrir utan sé byltingin hafin eða kannski einmít þess vegna, þ.e.a.s. fyrir ykkur sem róttæk eruð. Róttæknir hefur einmít alltaf verið fylgufiskur listanna og margir af helstu listamönnum þjóðarinnar eru annálaðir í róttæknin og kalla ekki allt ömu sína í þeim efnum. Það er ekki á hverjum degi sem við íslendingar fáum að upplifa byltingarástand og enn sjaldnar sem við getum kallað okkur síðað þjóð. Í fyrradag þegar herleghetin höfust sá óg miðevrópskan kennara sem búið nefur á Íslandi í áratugi og er fyrir lóngu orðinum einn af „ókkur“. Hann stóð á Austurvelli og grét eins og barn, ekki til að stjórna eins og bessaðir hryggleysingjarnir, heldur stafaði grátur hans af gleði. Ég hélt ég yrði ekki eldri þegar ég sá það. Og marginir af fyrrverandi nemendum hans tóku þátt í gráttinum með honum svo úr varð heljarinnar grátkór, sem reyndar druknaði í hávanda frá sprengingum og frumstæðum trumbusletti, eldglaðringum og pottaglamri. Já það er spennandi að vera íslendingur í dag og það hefur sýnt sig síðustu daga að kraftrit þessarar þjóðar liggur ekki síst í öflugum skoðanaágreiningi sem þegar best lætur jafnast á við óbeislud náttúruólin. En ég er ekki hér til að ráða deilur og dægurþras og tilfinningasúpu suður á Aust-



Og ég legg til að hún verði sett á stópul þar sem tónlistarhúsið átti að rísa.



Ásmundur Ásmundsson

„Hann stóð á Austurvelli og grét eins og barn, ekki til að stjórna eins og bessaðir hryggleysingjarnir, heldur stafaði grátur hans af gleði.“

urvelli, en auðvitað hefði verið fáranlegt að hunsa það alveg, eins og ástandið er, þó það hafi ekki mikil með þá skemmtilegu list sem við ætlum að bjóða ykkur uppá hér í kvöld að gera. Við erum hér

saman komin til fagna verki sem býður þess að þið berjið það augum, og ég bið ykkur í Guðs bænum að gera það með gagnrýnum hug! Þeir sem eru listasögulega penkjandi geta talað um Jóhann Eyfelli og jafnvel gert lítið úr mínu verki, en við þá segi ég einfaldlega: Það er hrein og klár tilvilmjun að ég og Jóhann séum fæddir á sama landi. Verkið heitir *Hola* en gæti allt eins heitið *Tappi* eins og Eyjólfur sem er kraftaverkamaður í flutningum á þungum hlutum, stuðlaðbergi og þessháttar, orðaði það. *Tappi* þjóðarsálarinnar sagði hann og þá held ég að hann hafi ekki verið að hugsa um kampavínstappa heldur baðkarstappa sem kippt hefur verið uppúr svegl. Því má búast við að „gamila“ Ísland sogist ofan í holuna sem á Klambratúni er (ha ha). En án gríns, ég fullþroði að hér er enginn svartgaldur eða særinger á ferðinni. Þó var það göldrum líkast að heyra börnum tjanta um leið og bora mokuhólu: Grafta niður! Synda niður!

Sjaldan hef ég á að minni séð gengið til vinnu af meiri kraftiogjákvæðni eins og þegar þessi hóla var grafin. Óg ef þessi börn eru góðir fulltrúar sinnar kynslóðar þá er framtíðin björt. Það eru ekki mörög ár í það að þessir yndislegukrakkarfariávinnumarkaðinn og geta þá tekið þátt í

að byggja upp nýtt Ísland. Ég streysti engum betur en þessum krökum til að vinna í bónkum, orkuvernum eða hvað það er sem þau vilja leggja fyrir sig. Það er allavega mjög mikilvægt að þau læri það að landflótti er heigulsháttur og það dugar ekkert að leggjast í sút og sorg þó að á móti blássí, heldur brettu upp ermarnar, standa sína pligt. Ég lít á það sem eitt af mínum hlutverkum að taka þátt í mótu þessara barna og ég held að þið (benda ógnandi) ættuð að gera það líka. Það má nefnilega ekki gleyma blessuðum börnumum í öllu havarfinu (broðs hjartnæmt).

Það er ótrúleg orka sem í barninu býr (upprifinn), og það var ekki sist með þessa vannytu orkulind í huga sem ég ákvað að fá blessuð börnin í þetta metnaðarfulla verkefni. Ekki er jafn holtt fyrir mannfólk og ég tala nú ekki um smáfólk, eins og líkamleg erfiðisvinna af til og til, því líkamminn sjálfur er jú stórkostlegasta orkuveri.

Það sem gerir gott listaverk gott er ekki tænileg kunnáttu og fallegt handverk eitt og sér, heldur sá eiginleiki að geta blásid andanum í efninu, svo vitnað sé í eim helsta myndrýni þjóðarinnar. Þess vegna er holan uppi á Klambratúni ekki tóm, heldur einmít full af anda. Anda jákvæðni og sakleysis og Guð má vita hverju. Og í afsteypunni hér

fyrir innan hefur andi verið hnepptur í einskonar klump.

Ég lít á þetta stykkji sem mónument um þá spennandi tíma í sögu lands og þjóðar sem við lifum. Og þótt það sé að umfangi eins og (fyrirgefioð mér orðbragðið) kúkum við hliðina á Tónlistarhúsinu og turninum í Borgartúni, svo daemi sér tekín af öðrum mögnuðum minnisvörðum sem dreift hefur verið um borgina, þá held ég að mér hafi tekist að blása andanum í efninu með hjálp barnanna.

Það er gaman að segja frá því að ég gerði tilraun til að gefa Reykjavíkurborg samþærulegt verk fyrir nokkrum árum, en á þeim tíma þótti það útfi hött og ég held að það hafi verið lítið að það sem grín. Það er ekki minna erfitt að gleðja folk með gárungríni í dag en það var þá. Enginn veit hvað er fyndið og hvað er ekki fyndið. Það sem var frábært fyrir premur mánuðum er sorglegt í dag og öfugt.

En hvað sem því líður þá ætlað er að gera aðra tilraun til að gefa Reykjavíkurborg stykkið, nái eða Íslenska ríkinu! Og ég legg til að það verði sett á stópul þar sem tónlistarhúsið átti að rísa, eða listaháskólinn. Eins má auðvitað setja það aftur í holuna á Klambratúni. Fara með það heim (hönd við hjarta).

Höfundur er myndlistarmáður.

Ævintýraeyjan

Pótt Reykjavík sé á margan hátt spennandi borg er mikilvægt og gaman að bregða sér út á land og kynna nýjum síðum og menningu af og til. Undirritaður er svo heppin að búa miðsvæðis og fær því menningu beint í eðlinn um morgunverðargluggann. Því fylgja að sjálfssöðu einnig ókostir því drykkjulæti í fyllibuttum og gauragangur í bílum og öðrum ókutækjum, svo ekki sé minnst á flugvélahljóð í miðri borg, eiga það til að halda fyrir honum vöku. Í ofanálag hafa svokallaðir blátöffarar tekið upp á því að gludda um Byko-planið í Orfisrey. Við sem setjum menningu og listir í fyrsta sæti gleðjumst yfir þessum jaðarkúltúr sem vex og dafnar fyrir utan gluggana okkar, prát fyrir háváðamengunina sem af honum hlýst, því það er yndislegt að sjá anga af einhverskonar menningu þótt hún sé innflut frá henni Ameríku, hugsanlega úr myndinni ógleymulanlegu, The Fast and the Furious, sem Sigurjón Sighvatsson framleiddi og einhverjur afturhaldsseggir myndu kalla ómenningu. Nýlega lagði undirritaður land undir fót og fór austur á Hérað og Firði til að kynna sér það helsta sem er í gangi í menningarlífinu þar.

Í Sláturnísinu á Egilstöðum hangir uppi sýningin Testosterone. Að sýningunni sýna nokkur alvörkarlmanni ljósmyndir og höggmyndir. Þótt karlmennskan svífi yfir vötnum bleðlings sem fylgr sýningunni, sem og nafni sýningarinna, eru verkin sjálf af allt öðrum toga. Listamennirnir nálgast óhikað sínar kvenlegu hliðar og duttlunga og fá útrás fyrir hvort tveggja í listsköpun sinni, og má meira að segja sjá hómó-erótískar stemmur fangaðar með ljósópi myndavéla og aðrar dularfullar kenndir tálgaðar í tré. Sýningin er skemmtileg afþví að hún er svo áhugaverð.

Af öllum þeim menningarviðburðum sem undirritaður sá á ferð sinni var einn sem vakti sérstaka athygli – sem væri ekki í frásögur færandi nema af því að ferðurðurinn átti sér stað árið 2004! Það var sýningin Fantasy Island sem Skógrækt ríkisins á Hallormsstað og Gunnarsstofnun á Skriðuklaustri stóðu fyrir. Sýningarástíri var Hannes Lárusson og gott ef Sigurjón Sighvatsson lagði ekki hönd á plógl með einhverjum hætti. Sýningin var í Hallormsstaðarskógi en einnig var eitt verk á Eiðum (Eiði) fókk einmitt fyrrnefndur Sigurjón Sighvatsson – og Sigurður Gísli Pálsson – á einbýlishúsaverði á sínum tíma með því skilyrði að þeir



SAMSETT MYND: ÁSMUNDUR ÁSMUNDSSON



Ásmundur Ásmundsson

„Listamennirnir nálgast óhikað sínar kvenlegu hliðar og duttlunga...“

er nú önnur saga. En aðkoman var ekki af verri endanum; engu líkara en að listunnandinn væri lentur á Apaplánetsunni eða í einhverri annarri fráberri framtíðarmynd. Verkið er farið að láta á sjá og það er til skammar að svona gott verk sé látið grotna niður ... og þó. Hugsanlega er verkið fullkomíð eins og það er. Það er allavega gaman að fara aftur til ársins 2004, pégar allt lék í lyndi, og sjá hrollvekjandi framtíðarsýn listamannanna sem nú hefur ræst, eða er í þann mund að raest. Manni verður hugsað til tómu byggingavöruverslunarinnar Bauhaus, rétt fyrir utan Reykjavík, og allra þeirra fjölmörgu verslunarhúsa sem hafa verið yfirgefin eða verða yfirgefin á næstu mánuðum.

Það er alltaf yndislegt að koma í listamannaparadísina Seyðisfjörð og heilsa upp á kollaga sína og aðra listunnendur. Úg hafði reyndar lofað sjálfum mér því að koma ekki nálgæt steini yfir steini á Eiðum síðan tvímenningarnir tóku við húsinu. Nálgæt Eiðum er verk eftir bandarísku listamennina Paul McCarthy og Jason Rhoades, risavaxið módel af Macy's-verslun, sem virðist haft verið yfirgefin. Það tók dálítinn tíma að finna verslunina því engin skilti vísa vegginn, og hugsanlega er hún uppistandandi í óþókk listamannanna. Reyndar er annar þeirra látin og því erftit að ímynda sér að eitt-hvað sé í óþókk hans, en það

að ráða gínum í búðarglugga og klæða þær í smekklega kjóla, en ég tel að sniðugra væri að fá Tedda í djöbbið. Og auðvitað getur tískugosinn danski látið krakkana spríkla eitthvað og veifa lituðum dulum í takt við skemmtilega tónlist með bundið fyrir augun og kalla það gjörningaflipp – sama er mér. Allavega ákváð ég að láta ekki þetta tískugleins spilla fyrir mér sumarfríun og lét til leiðast og gladdaði ofan af Héraði til Seyðisfjarðar. Það er ekki úr vegi að skella sér í Skafffell og skoða þá myndlist sem þar er til sýnis sem stundum hefur verið í heimsklaða. Sumarsýning Skaffells heitir Staðir og er eftir Kristján Steingrim. Í bleðli sem fylgr sýningunni segir, „Verkin fjalla með einum eða öðrum hætti um staði, þar sem jarðvegur er notaður til að skapa vangaveltur um fjar- og nærværu áhorfandans.“ Þarna er greinilega á ferðinni svokölluð hugmyndalist eða Conceptual Art. Það veikur athygli að Kristján Steingrimur hefur þróast frá þessu harðlinumkoncepti, sem hann er svo frægur fyrir, og blandað því saman við expressjónisma námsáranна. Listamaðurinn hefur tekið leir og einhverja drullu og klínt á veggi gallerí�ins svo minnir helst á crime scene úr einhverri hryllingsmyndinni eftir Sjónna (Sigurjón Sighvatsson). Drullumallsslettur úr Central Park á hvítmálaða veggi listhússins virkuðu eins og glað-

legt kjaftshögg á listunnandann, svo áhugaverðar voru þær og róttækær.

Og talandi um róttækni; um kvöldið skellti undirritaður sér á árlegu þungarokksáttíðin Eistnaflug í Neskaupstað. Háttíðin er svar þungarokkarsins við poppháttíðinni Neistaflugi sem einnig er haldin árlægá í sama bæ. Á Eistnaflugi koma saman hördustu þungarokksáhugamenn landsins og aðáendur þeirra. Helsta númer háttíðarinnar í ár var særnska hljómsveitin Valhalla Rising. Barna gat að líta síðhærð ungmeni sem ekki voru eingöngu saman komin til að rokka og róla, djamma og djúsa, heldur ekki síður til að sýna sig og sjá aðra og bera saman þeir og rókraða um nýjustu strauma í þrusurokki og bárujární. Það var áhugavert en dálítið ógvvekjandi að fylgjast með þessum rótausus og vígalegu ungmannum úr öruggri fjarlægð. Því kom sér vel að vera á traustum bíl og kraftmíklum, og þurfti undirritaður hálfpartinn að gefa í botn þegar skuggalegur náungi með sítt skegg reyndi að þvinga hann til að skutla sé yfir í hinn enda þejarins eftir landabrusa. Sá skuggjaði lýsti yfir vanþóknun sinni vegna óliðlegheita undirritaðs með því að skilja eftir sig stóra slummu á bílhúddinu og þá var kominn tími til að keyra aftur upp á Hérað og fara á rúntinn þar.

Höfundur er myndlistarmaður.

Bjartsýnisverðlaun Rio Tinto

Nú er gaman, syngum saman, gaman er í dag. Það er viðeigandi og frumlegt á tímamótum að hefja grein á glaðværu nótunum þótt áramotin sjálf hafi ekkert verið spes, árið 2009 í heild hrein hörnumg og útlír fyrir að 2010 verði enn verra. Undirritaður hefði viljað að bessi grein fjallaði um Bjartsýnisverðlaun Rio Tinto sem Ólafur Ragnar Grímsson ætlað að afhenda um það leytí sem þetta er skrifad en af augljósum ástæðum næst það ekki. Það má með lagni grafa upp ýmislegt sem vert er að minnast með gleði í hjarta og tralla með það inn í daginn. Það væri hins vegar óviðeigandi að eyða þessum dálksentimetrum í þvílít enda tilgangur þeirra að hrista upp í áhugamönnum um viðskipti með hvers kyns gárungagrínri ættuðu汝 myrkustu afkimum menningarinnar, skúmaskotunum þar sem málverk eru málud, rottuholum þar sem kvæði verða til, skuggalegum ísbúðum þar sem setið er á mjúkum púðum og talað um trotskisma og daðisma. Lesendum er og bent á að of mikil glaðværð getur bara endað á einn veg (samanber laugardags- og sunnudagsmorgnar í miðbæ Reykjavíkur, verslunarmannahelgi í Herjólfssdal, ára móti hér og hvar o.s.f.).



Ásmundur Ásmundsson

„Það er samt gaman að segja frá því að tæpt ár er liðið frá því að hressum krökkum tókst að standa upp af mjúkum púðum til þess að bola Sjálfstæðisflokknum frá völdum eftir áralanga setu með gassagangi búsáhaldanda. Ríkisstjórn Sjálfstæðisflokkurs og Samfylkingar sem var ekki bara vanhaf, eins og hressi krakkarnir hrópdu svo pent, heldur gjörslumagna óhæf. Hún hrökklalist grenjandi og krabbameinssjúk frá völdum með skottið á milli lappanna. Mörgum finnst það sjálfstæð kvíkindslegt, og eiginlega barnalegt, að vera allt rífja þetta upp núna þegar allir eru nýbúir að horfa á skaupið, lesa upprifjanir fjölmílanne, annála dagblaðanna og það allt saman, en það er mikilvægt að niðurlægingu valdhafa sé haldið til haga eða minningunni haldið á lofti, þó ekki væri nema til að gefa fólk falska von um að breyttingar séu mögulegar og jafnvel að það hafi eitthvað með þær að gera. Eftir áru allir hins vegar meðvitaðir um að hin

byltingar að láði og legi. Ekki hefur fundist viðeigandi lýðing á „collective joy“ án þess að grípa til orðaforða úr svartbók kommunismans og það myndi afvegaleida umraðuna. Þetta hefur meira með sálarfræði en sósíalismá að gera, Freud og þeingu frekar en Marx og skipulagða hryðjuverkastarfsemi.

Það kom undirrituðum á óvart í upprifjunum úti um borg og by sem hann fylgdist með úr fjarska að til eru þeir karakterar (og það er ekki að tala um annalaða líða eins og Hannes Hölmsteini Gissurarsen og hvad hann nú heitir aftur lögfræðingsserið, heldur krakka eins og mig og þig, kæri viðskiptafræðingur) sem lita á búsaðlastompið sem gróft ofbeldi! Það kom í ljós að í hugum þessara aðila er stompipið svartur blettur á sögu annars frábraðrar þjóðar og svöðusár skuggalegri nálgæt hjártarþotun hennar. Það er og áberandi hjá þessu sama líði að það heldur að mótmælin hafi verið þaulskipulögð, jafnvel af gamalreynnum kommunistum (Svabbi, Einsi, Ommi, Önni og Össi voru nöfn sem ég heyrði) í þeim tilgangi að koma nýverandi ríkisstjórn að. Þessi söguþóðun kemur skemmtilega á óvart því að hefð að allir viussu að stompipið hefði verið sjálfsprottið og það eina skynsamlega í stöðunni. Sjálfur var ég reyndar allt-að að vona að mótmælin gengju

töluvert lengra; færð af „collective joy“-stiginu og yfir á „collective fury“-stigið. Það var nefnilega fyrst og fremst glaðværð að ekkenndi stemninguna; reiðin var meira eins og krydd að gamni og það sama má segja um piparúðann. Helst hefði ég viljað sjá Alþingishúsíð brenna en þegar appelsínuguli liturinn lagðist eins og slepjuleg hippamara voru mótmælin för mið sjálfan að gruna að herleigitum væru braelskipulögð frá grunni og þá af Independence, Magga Scheving, Fjölni Porgeirs eða einhverjum álíka. Prátt fyrir vonbrigði okkar byltingarsína voru þetta eins konar söguleg titíindi. Svolitið vamenin en söguleg samt.

Það vakti kátni hjá undirrituðum að sjá að nýlega tilnefndi ónefnt dagblað löggregluna sem hetji ársins 2009 fyrir framstöðu hennar þessa hressu daga í janúar. Það er talað um „aðruleysi á ógúrstund“, „hofstillað framgöngu“ og fleira í helgislepursti. Einnig segir í greininni: „Löggreglunninn á vettvangi slösudust við stórf sín. Það segir sína sögu um stillingu þeirra að mótmælendur slösudust ekki.“ Þeir sem fylgdust með löggreglunni sprauta kryddi í augu krakka að tilefni slaus og lemja gamlingja til óbóta gapa hins vegar í forundran yfir svona lesningu; brosa þó góðlátlega í kampinn í tilefni hátiðanna. Það er eins og

Höfundur er myndlistarmaður.

