

Lopapeysa: Til minja um Ísland

Guðrún Helgadóttir

„We grow up relating to things in changing but familiar object worlds, and the presence of these objects and their ordering in space provide material proof of shared ways of living over time that are replete with cultural values and meanings rarely subject to reflexive assessment“ (Edensor, 2004, bls. 102). Þessi lítt meðvituðu tengsl þjóðernis og hlutanna sem þjóð hefur milli handanna eru áhugavert athugunarefni ferðamálafræða.

Minjagripir endurspegla ímynd áfangastaðar með vísun til menningar og náttúru. Sjónum ferðafólks er beint, ákveðnar væntingar vaktar og atvinnulíf/viðskiptalíf áfangastaðarins sýnir gestrisni sína með því að mæta þessum væntingum. Handverk og minjagripir sem vísa til hefðar og þjóðmenningar eru þáttur í þessarar gestrisni (Timothy og Boyd, 2003). Minjagripir byggja þó ekki bara á ímynd og hefð. Gripir, sem tengjast ferðalögum eru ekki endilega hugsaðir sem minjagripir. Ferðaföt, ferðaútbúnaður er grundvallarþáttur í efnislegum veruleika ferðarinnar. Ferðaföt eru þannig bæði hagnýt og táknað fyrir athöfnina að ferðast og jafnframt eru föt algengur minjagripur bæði um ferðareynsluna og áfangastaði ferðarinnar. Þetta bendir Birna Kristjánsdóttir (1995) á í kynningu á samkeppni um lopapeysu fyrir hestamenn: „hestamenn, sérstaklega erlendir, fjárfesta í peysum bæði vegna notagildis og ekki síður til minningar um skemmtilega ferð“ (bls. 36).

Norðrið hefur á sér yfirbragð kulda og auðnar í heimsmynd vestrænna samfélaga. Til að njóta norðursins þarf að læra að meta veðurfarið með því að finna leiðir til að halda á sér hita. Ferðaþjónusta á norðurslóðum bregður upp svipmynd af brosandí fólki með eplakinnar, dúðað í hlýjar flíkur að hætti heimamanna. Áfangastaðurinn Ísland er einkenndur með lopapeysunni sem hefur yfirburðastöðu á handverks- og minjagripamarkaði, er sá hlutur sem best hefur selst (Guðrún Helgadóttir, 2000; Hulda Jósefsdóttir, 1986).

Gísli Pálsson (2007) bendir á að hið hefðbundna mynsturprjón lopapeysunnar sé ekki einungis mikilvægt útlitsins vegna heldur gerir útprjónið það að verkum að peysan er tvö- til þreföld um axlir og úlnliði. Mynstrið gerir peysuna að skjólflík. Á Íslandi er það semsé lopapeysan eða flíspeysa frá

66°Norður sem eru í forgrunni þeirrar myndar sem dregin er upp af þjóðinni í landinu.

„Íslensk sérkenni eru söluvara framtíðarinnar“ er fyrirsögn viðtals við eigendur fyrirtækisins Farmers Market, en fyrirtækið sérhæfir sig í framleiðslu vöru úr íslensku hráefni, einkum ull (Freyr, 2006). Til að setja hlutina í sögulegt samhengi eru heimildir um útflutning þrjónavöru allt frá því á fyrri hluta 17. aldar, eða 1624 þegar getið er um útflutning á 73 þúsund sokkapörum með meiru (Elsa E. Guðjónsson, 1985). Eigendur og frumkvöðlar fyrirtækisins Farmers Market segja sína frumforsendu í hönnun að á tímum hnattvæðingar sé mikilvægt að halda í sérkenni og arfleifð, að íslendingar eigi að markaðssetja framleiðslu sína með tilliti til sérstöðu sinnar sem hreint, heilbrigt land með sérstök hráefni og hefðir, ullin sé miðill til þess (Freyr, 2006).

Lopapeysan er í þessu tilliti ekki einstök, textílar og fatnaður öðlast tengjast gjarnan þjóðarímynd. Þeir eru órofa þáttur í manngerðu umhverfi og hafa fylgt mannkyni um ómunatíð. Orðin texti og textíll eru rótskyld og vísa til þess að bera merkingu. Textílar eru sá miðill sem vinnandi fólk, einkum þó konur hafa tjáð sig í (Bachmann, 1998; Conroy, 1998; Parker, 1986). Menningarsögulegt gildi þeirra er bæði vegna notagildis og merkingar í menningarlegu samhengi sem list, hönnun og handverk (Lucie-Smith, 1981). Rétt eins og lopinn tengist Íslandi, tengist silki Kína, baðmull Indlandi og svo mætti lengi telja.

Sarah Browne notar lopapeysuna sem miðil til að grafast fyrir um sjálfsmynd íslendinga í verki sínu *Model Society*. Notkun texta í verkinu er táknað fyrir ímynd bókabýðarinnar og tengsl textíla og texta, sem áður er bent á. Í verkinu eru raktir saman ýmsir þræði orðræðunnar. Browne sér lopapeysuna sem fullkomna og sér-íslenska tjáningu sambands landslags og fólks (Gísli Pálsson, 2007).

Gott dæmi um tengsl textíla og þjóðmenningar er skotapilsíð, bæði flíkin og efnið *tartan* eru samofin ímynd Skotlands. Hér er þó um að ræða nútíma-fyrirbæri, hannað af ákveðnum frumkvöðlum í efnahagslegum og pólitískum tilgangi. Þegar samfélag Háländanna var að fótum komið var tíðarandinn móttækilegur fyrir tákni um hefðir þess, var tartan þróað og markaðssett í til að mæta rómantískri fortíðarþrá og ótta við að framleiðsluhættir og samfélagsþróun ógnuðu tilvist hins göfga villimanns (Trevor-Roper, 1983).

Íslendingar þurfa reyndar ekki yfir lækinn til að sækja vatnið þegar kemur að hönnun klæðnaðar og klæðaburði í pólitískum tilgangi (Margrét Guðmundsdóttir, 1995). Sjálfur þjóðbúningurinn, hátíðabúningur kvenna það er faldbúningurinn er dæmi um slíkt. Sigurður Guðmundsson málari hannaði

hátíðarbúning sem hyllti land og þjóð - og konan er þar í hlutverki táknsins um landið, sem framlag til þjóðfrelsis íslendinga. Konur lögðu málstaðnum lið með því að tileinka sér þessa hönnun og útfæra hana í gerð búningsins og notkun (Björn Th. Björnsson, 1964; Jón Auðuns, 1950). Textíll, fremur en hefðbundinn texti, var öðrum þræði pólitískur miðill kvenna.

Uppfinning hefðar getur verið markviss, þ.e. að hefðin er hönnuð, sett á svið og stofnuð af ákveðnum aðilum oft af ákveðnu tilefni - eða að hefð verður til á óljósari hátt á stuttum en ákveðnum tíma en nær fótfestu. Hefðin vísar til athafna sem lúta ákveðnum reglum og/eða ritúali eða hafa táknræna merkingu og gildi, um er að ræða endurtekningu, ætlunin er að mynda samfellu sem leiðir til þess að nýja hefðin er tengd við valda þætti sögulegrar fortíðar (Hobsbawm, 1983).

Þegar hugað er að því hvernig þjóðareinkenni verða til er þó ekki rétt að einskorða sig við hefðir. Venjur, daglegt líf og umhverfi skipta jafnvel meira máli við að átta sig í landslagi þjóðanna. Edensor (2004) beinir sjónum sínum fyrst og fremst að því hvernig þjóðir nota hluti, en bendir jafnframt á að hið þjóðlega í þessum skilningi þarf ekki að vera upprunalegt eða innlent. Fjölbjóðleg fyrirtæki, innfluttar vörur geta verið hluti af þjóðlegu menningarlandslagi.

Í bændasamfélaginu íslenska og þeim sjálfsþurftarþúskap sem þar þróaðist var ullin mikilvægt og verðmætt hráefni. Ull var unnin frá upphafi Íslands byggðar en þrjón er hinsvegar nýrra fyrirbæri. Elsa E. Guðjónsson (1985) leiðir að því líkum að þrjón hafi borist til Íslands frá á fyrri hluta 16. aldar. Þrjón varð mikilvægt eða eins og Elsa kemst að orði „segja má að íslenska þjóðin hafi vart lagt frá sér þrjónana nema um blánóttina - og ef til vill um hásláttinn - í meira en þrjúhundruð ár“ (bls. 8).

Tóvinna voru þau vinnubrögð og tækni sem þróaðist við vinnslu ullar. Það tókast að skilja að tog og þel og vinna með mismunandi hætti (Halldóra Bjarnadóttir, 1966). Að skilja að tog og þel var handavinna og þegar kom að vélvæðingu ullariðnaðar var því hætt. Áratugum saman var umræða um þróa og laga þetta hráefni að kröfum tímans, því það þótti galli á íslenskri ull að togið gerði hana grófari. Hver kannast ekki við stíngupeysur og óþægilega ullarbolí? Árið 1978 birti tímaritið Hugur og hönd kafla úr greinum eftir þá Halldór Pálsson (1944), Stefán Aðalsteinsson og Pétur Sigurjónsson (1969), sem allir höfðu kynnt sér aðferðir við aðgreiningu togs og þels í ullariðnaði. Í stuttu máli komust þeir að því að hægt væri að aðgreina tog og þel íslensku ullarinnar í kembivélum. Við vélvæðinguna varð þó ofan á að nýta tog og þel saman, blanda blíðu og stríðu.

Fyrir vélvæðingu táknaði orðið lopi þráð, sem teygður var úr kömbum án þess að snúa hann eða spinna, lopi var ekki álitin fullunnin afurð. Að teygja lopann var því ekki sérlega merkileg athöfn. Í verksmiðjuframleiðslunni var orðið lopi notað á sama hátt, þ.e. um ullina á vinnslustiginu eftir kemberingu og fyrir spuna. Lopi var ekki notaður sem þrjónagarn fyrir en á fyrri hluta 20. aldar (Elsa E. Guðjónsson, 1985; Halldóra Bjarnadóttir, 1938). Elsa E. Guðjónsson (1985) telur að það hafi verið enn síðar að farið var að handþrjóna úr lopa og ekki vinsælt fyrir en í kringum síðari heimsstyrjöld.

Erlendar fyrirmyndir voru að lopapeysunni en innlendir hönnuðir áttu sinn þátt með því að garnframleiðendur létu hanna mynstur til sölu. Uppruninn er ýmist úr gömlum sjónabókum með hefðbundnum mynstrum, innlendum sem erlendum, og þau aðlöguð sniði peysunnar (Elsa E. Guðjónsson, 1985). Fljótt hafa orðið til mýtur um hver hafi fyrst hannað eða þróað íslensku lopapeysuna. Sonja Bent Þórisdóttir (2007) afgreiðir það mál þannig „...ekki er hægt að segja að ein manneskja hafi hannað íslensku lopapeysuna. Hún er sameiginleg hönnun íslensku þjóðarinnar og í [sic] þá sérstaklega íslenskra kvenna“ (bls. 12).

Það er helst á tímum breytinga, það er þegar venjur breytast að gripið sé til hefðarinnar til að reyna að ná stjórn á aðstæðum. Það sé þekkt í sögunni að hagsmunaaðilar höfði til hefðar til að styrkja stöðu sína og ímynd. Það að athöfn verði hefðbundin er því að vissu leyti til marks um að hún er ekki lengur hluti daglegs lífs, ekki lifandi nema í þeirri mynd sem hún er endurvakin sem hefð (Hobsbawm (1983). Handþrjónuð lopapeysan kemur fram einmitt á þeim tíma þegar dregur úr mikilvægi handþrjóns í framleiðslu-háttum þjóðarinnar. Það er vart söguleg tilviljun að þetta er á eftirstríðsár-unum þegar Ísland er nýlega sjálfstætt þjóðríki og hér er dæmi um hversdagslegan hlut sem verður einkennandi, þjóðlegur í merkingunni almennur (Edensor, 2004).

Endurreisn hennar verður svo í kjölfar hremminga í ullariðnaði og sauðfjárrækt á síðustu áratugum 20. aldar (Guðrún Hafsteinsdóttir, 1996; Birna Kristjánsdóttir, 1995). Þessi endurnýjun lífdaganna gerist samtíða því að sam-tímalistamenn taka að vísa til þeirrar íslensku náttúru sem ógnað er af stórframkvæmdum, sem uppsprettu sinnar andagiftar. Það er á tímum harðrar samkeppni við gerviefni s.s. flíspeysuna að lopapeysan virðist fá stöðu hins hefðbundna og einn helsti frumkvöðull endurreisnarinnar talar einmitt um að sín hönnun sé andsvar við stöðnun (Bergþóra Guðnadóttir í Sonja Bent Þórisdóttir, 2007). Þeir hönnuðir sem dustuðu rykið af lopanum í upphafi nýrrar þúsaldar gerðu það í fullri meðvitund um lopapeysuna sem „þjóðar-tákn“. Það orðfæri kallast skemmtilega á við tilraunir Sigurðar Guðmunds-

sonar til að hanna táknrænan búning sem innlegg í sjálfstæðisbaráttu þjóðarinnar.

Ég tók til skoðunar hvernig merkisberar íslensks handverksarfs, höfundar efnis í tímariti Heimilisiðnaðarfélags Íslands tala um ull, lopa og lopapeysur. Á þrjátíu ára tímabili, frá 1978 til 2008 er íslenska ullin aðalefni 16 greina í blaðinu ef þrjónauppskriftir eru frátaldar. Í greinum 1978 er sjónum mjög beint að tóvinnu, einkum um aðskilnað togs og þels og mismunandi úrvinnslu þess bæði í greinum sem rifja upp gömul vinnubrögð (Jóhanna Kristjánsdóttir, 1978; Hildur Jónsdóttir, 1978) og greinum sem fjalla um ullariðnað (Halldór Pálsson, 1944/1978; Stefán Pálsson og Pétur Sigurjónsson, 1969/1978). Höfundum er hugleikið að halda til haga tóvinnunni á tímum ullariðnaðar.

Sá þráður er tekinn upp aftur í greinum á tímabilinu 1990-1996 þegar verið er að efla handverk eftir hrun ullariðnaðarins (Rúna Gísladóttir, 1990; Aðalsteinn Aðalsteinsson, 1990; Sigrún Björgvinsdóttir, 1990; Karl Sigurgeirsson, 1990; Helga Thoroddsen, 1990; Sigríður Halldórsdóttir, 1991; Guðrún Hafsteinsdóttir, 1996). Einstaka greinar fjalla um sögu ullarvinnslu og sauðfjárræktar og er þar helst að nefna greinar Elsu E. Guðjónsson (1985) og Stefáns Aðalsteinssonar (1986). Tvær greinar á tímabilinu fjalla um og hvetja til dáða á sviði hönnunar ullarvöru Hulda Jósefsdóttir (1986) og Birna Kristjánsdóttir (1995) auk þess sem Sigríður Halldórsdóttir (1981) greinir frá í samantekt frá fagráðstefnu að leggja beri áherslu á hönnun fyrir handverk.

Á þessu tímabili endurvakningar ullaráhuga í innsta hring heimilisiðnaðar í landinu koma einnig fram nýjar áherslur. Það er ákall um endurnýjun hefðar með aðferðafræði hönnunar til að færa menningararfinn fram; „Nýtt líf - ný hönnun“ er niðurstaða Huldu Jósefsdóttur (1986, bls. 25) eftir að hafa reifað stöðu ullariðnaðar, sérstaklega þrjónavöru. Hún spyr einnig hversvegna „hinn hraðfleygi fugl tækninnar“ hafi ekki fært sér þá finu, mjúku þræði sem formæður hennar höfðu handa á milli (bls. 23). Kristín Schmidhauser Jónsdóttir (1999), Birna Kristjánsdóttir (1995), Sigríður Halldórsdóttir (1991) og Hulda Jósefsdóttir (1986) kalla allar sérstaklega á endurnýjun í hönnun lopapeysunnar og nefna hversu skaðlegt það getur verið gæðum handverksins hversu lágt verð og virðingu það hlýtur.

Steinunn S. Ingólfsdóttir (1995) greinir frá lokaverkefni sínu í bókasafns- og upplýsingafræði, sem er ritaskrá um íslenska ull. Þetta verk er mikilvæg forsenda þeirrar endurnýjunar á grundvelli hefða, sem áhugi virðist fyrir undanfarna áratugi. Jafnframt er gerð skráarinnar merki um að fræðilegur áhugi á viðfangsefninu og rannsóknum á því sviði sé fyrir hendi.

Það er ákveðinn fasti í allri umfjöllun um ullina af íslensku sauðfé að telja hana ákaflega sérstaka, tengja sérstöðun við íslenska náttúru í víðum skilningi. Sérstaða er leiðarstef í myndun þjóðarímyndar og myndun áfangastaða ferðafólks. Eftirfarandi er lýsandi fyrir þennan skilning „Sauðfé var undirstaða mannlífs í landinu, við lifðum í nábýli við hrjúfa og sérstæða náttúru landsins og nýttum okkur gæði hennar til lífsbjargar“ (Hulda Jósefsdóttir, 1986, bls. 23). Stefán Aðalsteinsson (1986) talar einmitt um sauðfjármenningu og nær með því nokkuð vel utan um samband fjár, fólks og náttúru. Samsömun Íslendinga við sauðfé, sauðfjármenningin er þráður sem oft fangar athyglina. Mynstur lopapeysunnar hefur jafnvel verið sett í samhengi við kortlagningu genamengis þjóðarinnar (Gísli Pálsson, 2007).

Þetta samband fólks og fjár er upphafið í lýsingum Halldórs Laxness á Bjarti í Sumarhúsum og sambandi hans við sauðfé. Bjarti þótti einsýnt að konan hans hefði í einsemd sinni ánægju af félagsskap forystuærinna. Henni var hinsvegar hugstæðara að nýta afurðirnar (Halldór Laxness, 2005). Það má því segja að kaldhæðnin í vinsælum minjagrip, bol með mynd af kind og textanum *Icelandic killer sheep* sé margræð, bæði er þar vísað til vegarollunnar sem ógnar öryggi ferðafólks en jafnframt er þetta auðvitað öfugmæli því oft er það kindin sem verður lífið að láta.

Lopapeysan er táknmynd þessa sambands og er ýmist talað um peysuna eða sauðkindina sem tákn þjóðarinnar; „Það má segja að íslenska lopapeysan sé spröttin úr einu af helstu táknum þjóðarinnar íslensku kindinni, sem endurspeglar einnig okkar helsta stollt [sic], hreinleika og náttúru“ (Sonja Bent Þórisdóttir, 2007, bls. 8). Katrín Andrésdóttir verðlaunahafi í samkeppni um hönnun lopapeysu telur að hún verði jafnan „forystusauður íslensks handverks, þótt mörgum þyki hún geld og mögur“ (Birna Kristjánsdóttir, 1995, bls. 36). Í grein Sigríðar Halldórsdóttur (1991) talar hún um lopapeysuna sem ímynd íslensks handiðnaðar.

Sérstaðan er rökstudd með tilvísun til þess að í reyfi íslensku sauðkindarinnar er tvennskonar hár, tog og þel, sem hefur mismunandi eiginleika. Togið er strítt en þelið mjúkt (Stefán Aðalsteinsson, 1956; Magnús Guðmundsson, 1988; Halldóra Bjarnadóttir, 1966; Elsa S. Guðjónsson, 1985). Þessar andstæður stríðra og blíðra strengja bergmálar í hljómfalli kaldhæðni og hlýju sem gætir í sauðfjármenningu Íslendinga; frá Sumarhúsum til Dogma.

Hönnuðir vöru úr lopa benda á sömu þætti og hafa verið gegnumgangandi í lýsingum á eiginleikum ullar sem efnis í flíkur; hún hrindi frá sér vatni og hafi einstaka einangrunareiginleika samanborið við önnur efni sem notuð eru t.d. í útivistarfatnað (Freyr, 2006). Af þeim sökum „er nauðsynlegt að framleiða ávallt sem mest af nærfatnaði, sokkum og peysum til sjávar og

sveita, og eins handa öllu fólki er stundar íþróttir og fjallgöngur“ (Halldór Pálsson 1944/1978, bls. 50). Tæpri hálfri öld síðar biður handverkskonan Sigrún Björgvinsdóttir (1990) þess „að ullin okkar fái uppreisn og verði aftur viðurkennd sem gott hráefni til heilsufatnaðar“ (bls. 40). Kristín Schmidhauser Jónsdóttir (1999) orðar hugmyndina um nytjahlutinn vel þegar hún segir lopapeysan henti „jafnt sjómönnum við störf á hafi úti, sem göngugörpum á fjöllum, eða borgarbúum við leik og störf“ (bls. 10).

Það er athyglisvert að aðalhönnuður Farmers Market, Bergþóra Guðnadóttir, vann áður að hönnun útivistarfatnaðar fyrir 66°N þar sem hún hannaði m.a. vinsæla flíspeysu með útsaumuðu lopapeysumynstri. Í þeirri hönnun er leikið að þeim eldi að að vinsældir flíspeysunnar gangi að lopapeysunni dauðri. Bergþóra hefur þó óbílandi trú á lopanum sem hún segir draga fram kosti íslensku ullarinnar með því að hann inniheldur bæði tog og þel eins og reyfi kindarinnar. Þarna kemur aftur fram samsömun íslendingans við sauðfé; lopapeysan er reyfið okkar.

Í tímans rás hefur tíðkast að blanda erlendri ull í lopann til að mýkja hann. Jafnframt hafa komið og farið tískubylgjur í litun, þó sauðalitirnir hafi alltaf átt ákveðinn sess. Árið 1985 telur Elsa E. Guðjónsson að lopapeysur þrjónaðar fyrir markað séu í sauðalitum en litaður lopi meira til einkanota. Þetta er athyglisverð athugasemd því hún bendir til að í hinu opinbera rými þ.e. á markaði sé haldið í hugmyndir um upprunaleika eða hreinleika hefðarinnar, en í einkarýminu viðgangist blöndunin.

Farmers market og fleiri samtímahönnuðir tengja sig við þjóðmenningu með því að gefa framleiðsluvörum sínum íslensk örnefni að heiti en nafn fyrirtækisins sjálfs og sú staðreynd að framleiðsla og sala fer fram bæði hérlandis og erlendis, minnir á fullyrðingu Edensor (2004) um að vörur geti verið þjóðlegar óháð uppruna sínum. Bergþóra Guðnadóttir telur einmitt að ekki skipti máli hvort íslenska lopapeysan hafi orðið til útfrá erlendum fyrirmyndum, hún hafi orðið þjóðartákn (Sonja Bent Þórisdóttir, 2007).

Uppruni hráefnisins, ullarinnar sjálfrar er hinsvegar minna ræddur. Hið þjóðlega tákn vekur upp og viðheldur hugmyndum um uppruna, um hið sérstæða og einstaka. Það er því rík tilhneiging til að líta svo á að táknið sé hreint, óspillt af utanaðkomandi áhrifum og menningarstraumum. Fólki verður tamt að líta framhjá, jafnvel afneita vísbendingum um fjölmenningslegt eðli þjóðartákna. Gísli Pálsson (2007) setur þá tilhneigingu að sjá lopa og lopapeysu sem hreinlega íslenskt fyrirbæri í samhengi við hreinleikann í orðræðunni um íslenska náttúru, tungumál og genamengi. Eins og að framan er greint hefur blöndun íslenskrar og erlendarar ullar þó lengi tíðkast (Elsa E. Guðjónsson, 1985). Þeirri hlið vörubrúnarinnar sé lítt haldið á lofti í mark-

aðssetningu en leiða má að því líkum að lopi geti eins verið ull af kind frá Falklandseyjum og Íslandi.

Lopapeysan festist fljótt í sessi en það gildir einnig um prjón, sem er talið berast til Íslands á 16. öld og þegar í biblíu Guðbrands Þorlákssonar prentaðri 1584 er kyrtli Krists lýst sem prjónuðum (Elsa E. Guðjónsson, 1985). Árið 2007 er svo komið að í samtali mannfræðings og listamanns er orðaður sá skilningur að íslenska lopapeysan sé „an extension of the skin of the Icelander's body“ (Gísli Pálsson, 2007, bls. 150). Sagan endurtekur sig í hve skjótt prjónlesið lopapeysa verður helgigripur í hofi þjóðarinnar, messuskrúði menningararfsins.

Heimildir

- Aðalsteinn Aðalsteinsson. (1990). Ull til handiðnaðar. *Hugur og hönd*, 39.
- Bachmann, I. (1998). Material and the promise of the immaterial. Pp. 23-34 In Bachmann, I. and Scheuing, R. (Eds.). *Material matters. The art and culture of contemporary textiles*. Canada: XYZBOOKS.
- Birna Kristjánsdóttir. (1995). Að hanna og prjóna. Spjall um hönnun í tilefni af peysusamkeppni Heimilisiðnaðarskólans síðastliðið vor. *Hugur og hönd*, 36-37.
- Björn Th. Björnsson. (1964). *Íslenszke myndlist á 19. og 20. öld. Drög að sögulegu yfirliti*. Reykjavík: Helgafell.
- Conroy, D.W. (1998). An archeology of tapestry. Pp. 55-60. In Bachmann, I. and Scheuing, R. (Eds.). *Material matters. The art and culture of contemporary textiles*. Canada: XYZBOOKS.
- Edensor, T. (2004). Automobility and national identity. Representation, geography and driving practice. *Theory, Culture & Society* 21(4/5), 101-120.
- Elsa E. Guðjónsson. (1985). Um prjón á Íslandi. *Hugur og hönd*, 8-12.
- Freyr (2006). Íslensk sérkenni eru söluvara framtíðarinnar. Farmers market hannar, framleiðir og selur vörur úr ull. *Freyr* 105(5), 10-11.
- Gísli Pálsson. (2007). A model society. The skin and the universe within. In Edward H. Huijbens and Ólafur Páll Jónsson (eds.) *Sensi/able spaces: Space, art and the environment*, 150-166. UK: Cambridge Scholars.
- Guðrún Hafsteinsdóttir. (1996). Ullariðnaður í Mosfellsbæ 100 ára. *Hugur og hönd*, 7-9.
- Guðrún Helgadóttir. (2000). Handlistir við aldahvörf, *Hugur og hönd*, 44-46.
- Halldór Laxness. (2005). *Sjálfstætt fólk*. 9. útg. Reykjavík: Vaka-Helgafell.
- Halldór Pálsson. (1944/1978). *Hugur og hönd*, 50-51.

- Halldóra Bjarnadóttir. (1938). Heimilisiðnaður íslendinga í Vesturheimi. *Hlín* 21, 17-35.
- Halldóra Bjarnadóttir. (1966). *Vefnaður á íslenskum heimilum á 19. öld og fyrri hluta 20. aldar*. Reykjavík: Menningarsjóður og Þjóðvinafélagið.
- Hildur Jónsdóttir (1978). Spjallað við Hildi Jónsdóttur. *Hugur og hönd*, 13-15.
- Helga Thoroddsen. (1990). Heimilisiðnaður með ull. *Hugur og hönd*, 40.
- Hobsbawm, E. (1983). Introduction: Inventing traditions. Í Hobsbawm, E. og Ranger, T. (ritstj.). *The invention of tradition* (bls. 1-14). Cambridge, UK: University Press.
- Hulda Jósefsdóttir. (1986). Þrónahönnun. Ullariðnaður. *Hugur og hönd*, 22-25.
- Jóhanna Kristjánsdóttir (1978). Ullin okkar - ljúfar minningar. *Hugur og hönd*, 11-12.
- Jón Auðuns (1950). *Sigurður Guðmundsson málari*. Reykjavík: Leiftur.
- Karl Sigurgeirsson. (1990). Mislit ull til handiðnaðar. Breytt viðhorf ullarframleiðenda í Húnaþingi. *Hugur og hönd*, 40.
- Kristín Schmidhauser Jónsdóttir (1999). Íslenska lopapeysan - þrjónalist - listiðnaður. *Hugur og hönd*, 10.
- Lucie-Smith, E. (1981). *The story of craft: The craftsman's role in society*. Oxford: Phaidon.
- Magnús Guðmundsson. (1988). *Ull verður gull. Ullariðnaður íslendinga á síðari hluta 19. aldar og 20. öld*. Reykjavík: Iðnsaga Íslands og Hið Íslenska bókmenntafélag.
- Margrét Guðmundsdóttir. (1995). Pólítísk fatahönnun. *Ný saga* (7), 29-37.
- Parker, R. (1986). *The subversive stitch. Embroidery and the making of the feminine*. N.Y.: Routledge.
- Rúna Gísladóttir. (1990). Ullarlist. *Hugur og hönd*, 4-7.
- Sigríður Halldórsdóttir. (1991). Ull er gull - ráðstefna um ullarmál. *Hugur og hönd*, 11.
- Sigrún Björgvinsdóttir. (1990). Er heimavinnsla á ull framtíðin? *Hugur og hönd*, 39-40.
- Sonja Bent Þórisdóttir (2007). *Íslenska lopapeysan*. Óbirt BA-ritgerð: Listaháskóli Íslands.
- Stefán Aðalsteinsson. (1956). *Íslenska ullin*. Sérprent úr Búnaðarritinu. Reykjavík.
- Stefán Aðalsteinsson. (1986). Íslenska sauðféð og sérkenni þess. *Hugur og hönd*, 14-15.
- Stefán Aðalsteinsson og Pétur Sigurjónsson (1969/1978). *Hugur og hönd*, 52-53.
- Steinunn Ingólfssdóttir (1995). Þar ull skal vinna er vex. *Hugur og hönd*, 50-51.
- Timothy, J.D. og Boyd, S.W. (2003). *Heritage tourism*. London: Prentice-Hall.

Trevor-Roper, H. (1983). The invention of tradition: the Highland tradition of Scotland. Í Hobsbawm, E. og Ranger, T. (ritstj.) *The invention of tradition* (bls. 15-42). Cambridge, UK: University Press.