KAPITEL 3

Ritualernas marknad: etnologisk forskning om livscykelriter och upplevelseindustri

Karin Salomonsson och Lynn Åkesson

Intresset för *events*, det vill säga noggrant regisserade händelser i syfte att fånga och behålla uppmärksamhet, har fått förnyad aktualitet i dagens forskning kring upplevelsemarknaden (Ristilammi 2000, Berg et al. 2002). Kultur- och samhällsvetenskapliga analyser av den nya ekonomins produktion, försäljningsgrepp och marknadsföringstekniker har satt begreppet upplevelse i fokus (O'Dell 2001, 2005, Salomonsson 2001a, 2006). En tydlig skärningspunkt mellan ekonomi och marknad, kultur och tradition utgör firandet av livsloppets ritualer. Trots att de i allra högsta grad kan kategoriseras som upplevelser – känsloladdade och symboliskt viktiga – och att de i sin iscensättning involverar många av de yrkesgrupper som sägs tillhöra den växande upplevelsenäringen (Berggren & Tydén 2001, Lindsjöö 2001), har de hitintills inte fått något större utrymme i undersökningen av "the Experience Economy" (Pine & Gilmore 1999).

Ritualers funktion och materialitet har å sin sida belysts i klassiska sociologiska, kultur- och religionsvetenskapliga texter. En utmärkt genomgång och kritisk granskning av de klassiska teorierna presenteras av Anne-Christine Hornborg (2005). Inom etnologin har forskning kring årets fester och livets högtider en lång och stabil tradition (Bringéus 1987). Under 1990-talet fick livscykelsriterna i viss mån träda tillbaka för ett förnyat intresse för mer publika ritualer på offentliga platser. Influerad av amerikansk folkloristik (Moore & Myerhoff 1997) och med inspiration av antropologen Don Handelmans idéer kring *public events* (1990) initierades forskning kring rituella processer i stadsrummet (Klein 1995, Engman 1999, Blehr 2000, Gustafsson 2002). Moderna ritualers samband med en växande upplevelseindustri har däremot varit ett försummat forskningsområde. I projektet "Ritualernas

marknad" vid dåvarande Etnologiska institutionen i Lund utforskade vi just detta samband genom att koppla ekonomi och marknad till ett ökat intresse för moderna livscykelsritualer (Åkesson, Salomonsson, Hagström 2008).[1]

Ritualer är en god affär

Ritualer har hög samtidsfaktor. Dags- och veckopress, tv-program och webbsidor översvämmas av råd och förslag på rekvisita inför studentfesten, dopet, bröllopet eller begravningen. Jämfört med 1970-talet är förändringen påtaglig. Då var intresset för att markera livscykelns faser med påkostade fester minst sagt svagt. Men att människor helt tog avstånd från ritualer är naturligtvis inte sant. Så kallat alternativt julfirande i andra kollektiv än inom kärnfamiljens hägn, liksom att bränna upp studentmössor var symbolladdade och ritualiserade handlingar avsedda att provocera och/eller förändra invanda livsmönster. De som sett Lukas Moodyssons film *Tillsammans*, eller som själva upplevt 70-talet, har en aning om tidsandans syn på konsumtion och familjeliv, en syn som också resulterade i en avritualisering av traditionellt högtidlighållande.

Förhållandena är annorlunda nu. Kungliga eller andra kända personers bröllop och begravningar fungerar åter som intressemagneter och inspirationskällor för eget, mera modest firande. För den som inte omedelbart kan se fram emot att vara bröllopsgäst, eller för den som kanske vill öva sig, finns andra koncept att tillgå än de som TV och veckotidningar erbjuder. I *Sydsvenska Dagbladet* fanns exempelvis artikelrubriken *Gifta på låtsas. Eller. Tills ridån skiljer oss åt* (2002-3-22). Artikeln handlar om hur den som vill spendera 725 danska kronor får vara gäst på ett fejkat bröllop med präst, kyrka, bröllopsmiddag, släktgräl, tal… *Tonys og Tinas bryllop* är en teaterföreställning, en "realityshow", där du enligt tidningen "lika gärna kan bli uppbjuden till dans som inblandad i ett fyllebråk". Flera hundra personer deltar i föreställningen som blott rymmer ett tjugotal professionella aktörer.

Teaterbröllopet visade sig vara aningen för dyrt för att bli en riktig succé, men affärsidén i övrigt var det inget fel på.[2] I en sådan iscensättning kombineras nämligen ett ökat intresse för livscykelsriter med en expanderande upplevelseindustri och ett flödande rikt materiellt utbud. Gamla övergångsritualer i nya former ger utrymme för senmodern fokusering på individuell identitet och nätverkstänkande. Med hjälp av övergångsritualernas dramaturgi kan relationer och preferenser synliggöras, stärkas eller förkastas. Ett förnyat intresse för livscykelns ritualisering tycks vara ett oomstritt faktum (Frykman 1992, Grimes 1995, 2000). Kyrkans klassiska roll som professionell ritualförvaltare och ceremonimästare är inte längre självklar (Reimers & Lindström 2000). Flera handböcker i hur profan ritualisering kan gå till har därför givits ut under senare tid. *Den svenska högtidsboken* (2000) är ett omfångsrikt exempel som behandlar såväl övergångs- som kalendariska och krisriter. Till det facila priset av 84 kronor kan man botanisera bland drygt 700 sidor med rituella förslag. Klassiska rituella tillfällen som dop, giftermål eller begravning finns naturligtvis representerade, men även förslag på skilsmässans eller partnerskapets ritualisering.

Ritualer är konkreta och multidimensionella manifestationer av social och kulturell hemvist. De är processuella, föränderliga, kontext- och tidsbundna, skapar mening samt bär vittnesbörd om djupgående sociala och kulturella ordningar (Bell 1997, Åkesson 2006a). Ritualer rymmer berättelser om relationen mellan individ och samhälle, om fantasi och längtan eller om livsåskådning och mänsklig existens. Berättelsernas grundläggande teman har stark kulturell permanens samtidigt som de modifieras och förändras i samklang med övergripande samhällsförändringar. Dagens riter gestaltas därför med delvis annorlunda materiell rekvisita än gårdagens, och med kopplingar till delvis andra kulturella teman. Kombinationer av gammalt och nytt, profant och religiöst, individuellt och kollektivt utmärker samtidens markering av livscykelns övergångsfaser (Åkesson 1997, Hagström 2001, Hagström 2005). Den personliga friheten att välja ritualens utformning tycks, med marknadsföringens retorik, endast begränsas av fantasin. Privatekonomi, social och kulturell tillhörighet samt ritens särskilda karaktär innebär förvisso andra begränsningar. Än är det exempelvis svårt att föreställa sig en ”realityshow” liknande bröllopet ovan när det gäller begravning. Inte desto mindre är det materiella utbudet för begravning tveklöst en bransch på uppåtgående.

Rituell rekvisita

Allt fler ritualer säljs och firas med motiveringen att de utgör en så stark upplevelse, att det vore oförsvarligt att gå miste om den. Transformationen av personliga känslor till rituella upplevelser framstår i reklam och rådfrågningsspalter som något av naturen nödvändigt och i grunden värdefullt. Detta upplevelseimperativ får givetvis konsekvenser för ritualernas symbolspråk, dramaturgi och gestaltning.

När människor planerar och utformar, drömmer och fantiserar om ritualer, är rekvisitan ofrånkomlig. De val som görs kring den materiella och fysiska utformningen kan bekräfta att ritualen genomförs på ”rätt” sätt – eller medvetet bryter med konventionen. Bröllopet är kanske den rituella ceremoni i livet som – än så länge – omsluts av den mest genomförda scenografin (Knuts 2005, Salomonsson 2005). Många och långa är de kom-i-håg listor som erbjuds blivande brudpar i specialtidningar och rådgivningsböcker. Här kan man få en mall till listan över vem man skall bjuda, hur man skall placera gästerna, vad som skall beställas och bokas och vad som behöver inhandlas. Den lyckliga blivande bruden, som illustrerar ännu en shoppinglista i tidningen *Amelias* specialnummer *Brud & Bröllop*, utbrister: ”Elva kassar – och jag har inte bröllops-shoppat färdigt ännu!” Den alfabetiska inköpslistan med 42 poster från balsam till örhängen rymmer bland annat torselette, munspray, kroppsglitter, löshår, krinolin och strumpeband.

Den rituella rekvisitan består av så mycket mer än den personliga utstyrseln. Bröllopsproffsen presenterar flera listor över saker att tänka på. Till exempel kan det vara lämpligt att sticka en egen checklista i handen på mannen, så att han inte ”trasslar in sig” i brudens bröllopsplanering. Här finns uppgifter som att fixa musik till festen, prova festmaten, växla pengar inför resan, eventuellt boka en barnvakt samt ”hela tiden säga till sin fru att han älskar henne”. Ytterligare en lista utgör

budgetunderlaget för bröllopet. Paret måste ta ställning till hur mycket frackblomman, menykorten, festlokalen, fotograferingen, fågelfröna (istället för de farliga risgrynen), bröllopsnatten eller transporten till kyrkan får kosta. Här finns också brudens respektive brudgummens morgongåva budgeterad, liksom presenter till tärnor och en liten minnesgåva till samtliga gäster. Naturligtvis förväntar sig brudparet något i gengäld. För att underlätta för brudpar och gäster (och för att sälja mer) har flera butiker utarbetat sinnrika system med elektroniska önskelistor och speciella broschyrer med tips om just bröllopspresenter.

Utbudet och valmöjligheterna i samband med begravning har också förändrats dramatiskt under de senaste 10 åren (Dahlgren 2000, Davidsson Bremborg 2002, Åkesson 2006b). Den mörka kistan, de svarta och vita färgerna, psalmerna och det strama korset är inte längre normgivande. Istället tenderar begravningar att ritualiseras på ett allt mer individuellt sätt. Den dödes personlighet och preferenser speglas gärna i musikval, färger, val av blommor eller i dödsannonsernas symboler. Begravningen kan förrättas hemma i den avlidnes trädgård. Kistan kan smyckas med vass och snäckor eller enkla ängsblommor. Den kan vara pastellfärgad och försedd med ett foto av den döda och i musikvalet blandas psalmer med profan favoritmusik. I en broschyr från *Euroflorist* möts exempelvis läsaren av vackra färgbilder med originella binderier avsedda att inspirera de anhöriga att anknyta till det personliga, intima och särskilda med bildtexter som: ”En palett och penslar av blommor till den konstnärlige” eller ”En blomsterprydd hatt till minne av den som älskade naturen”, alternativt ”Kistdekoration med gamla verktyg för den som hade snickeri som yrke eller hobby” (Åkesson 1997).

Flyttar man blicken bortom Sverige kan man, som i Rotterdam, finna speciella begravningsbutiker. Där kan man gå sin egen shoppingrunda och välja rekvisita för en personligt utformad begravning. En annorlunda affärsidé lanseras av det amerikanska företaget *LifeGem*. Där erbjuds de efterlevande att för 30 000 kronor och uppåt, få askan efter en avliden förvandlad till en diamant. Metoden går ut på att kolet utvinns ur den dödes aska och processas till en syntetisk diamant. Intressenter har redan hört av sig och på företagets hemsida presenteras idén enligt *Svenska Dagbladet* på följande sätt:

”LifeGem är mer än en plats du kan besöka på helgerna, det är något som gör att du kan hedra din älskades minne dag efter dag. Likt minnet av en bortgången och älskad människa varar en diamant för alltid” (2002-08-24). I sanning en konkret förening av materia och känsla.

Så skapar längtan hos individen efter att göra någonting personligt av begravningen, bröllopet eller vilken livscykelrit som helst, nya förutsättningar för trendkänsliga ritual-entreprenörer, och tillfällen till egen uppfinningsrikedom.

Utan tvivel erövrar livscykelriternas firande en allt större del av konsumtionslandskapet. Checklistor och önskelistor, bröllopsplanerare och webbsidor för konfirmationsgåvor, alla vill de underlätta för oss att bli goda (läs stora) konsumenter. Det verkar finnas två olika slags lösningar på kravet om det alltmer elaborerade, tidskrävande och dyra ritualfirandet. Antingen engagerar man t ex en bröllopskoordinator (likt Jennifer Lopez i filmen *Bröllopsfixaren*) eller en ”eventmanager” som

ordnar allt. Eller så väljer man att, istället för att köpa färdigt, tillverka en stor del av rekvisitan själv, från inbjudningskort på hemmagjort papper och tackkort på CD-rom, till festmat och brudklänning.

Att människa och ting kommunicerar och att skiftande tolkningar av det materiella produceras är väl utforskat (Fredriksson 2002). Men hur interagerar vi med ritualens föremål och platser? Vilka relationer byggs upp till enskilda ting, texter och bilder? Kanske indikerar intresset, tiden och de stora pengasummor som läggs på förberedelser och materiella detaljer att vi är på väg mot ett samhälle präglat av postsociala relationer, där umgänget och relationen till ting och begrepp är lika avgörande som relationen till människor (Giddens 1994, Salomonsson 2001b). Tingens närvaro fungerar som bekräftelse och förankring i en tid som präglas av ambivalens, mångtydighet och kulturell friställning (Beck 2000). Rekvisitan kan hjälpa till att ”återinbädda” deltagarna i sociala sammanhang, i nya nätverk där banden mellan människa och objekt är lika betydelsefulla som banden människor emellan (Latour & Johnson 1998, Knorr Cetina 2000).

Upplevelsekreatörerna

Upplevelsenäringen är en av de riktigt stora framtidsbranscherna, menar Arbetsmarknadsstyrelsen i sin rapport *Arbete för nöjes skull*. Många av de yrkesgrupper som är involverade i dagens ritualfirande hör definitivt till denna tillväxtbransch: frisörer, stylister, florister, tidningarnas annonsavdelningar, fotografer, transportföretag, researrangörer, restauratörer, modedesigners, arkitekter, journalister, presentaffärer, stenhuggare och kulturarvsproducenter. Konkurrensen på uppmärksamhetens marknad är knivskarp samtidigt som förväntningarna på extraordinära upplevelser skruvas upp (Salomonsson 2005). Begravning i stillhet eller middag på Stadshotellet, svensk eller iransk bröllopsceremoni, dop i kyrkan eller namngivningsfest hemma (Hagström 2006)? Och väljer man ett destinationsbröllop (dvs resa till någon mer eller mindre exotisk avkrok) kan man passa på att vigas i VIP-rummet på Arlanda en timma innan planet lyfter. Vill man ha en riktigt minnesvärd upplevelse i samband med t ex konfirmationen eller möhippan kan man hos det danska företaget Crazy Night beställa en åktur på en äkta Harley Davidson med den danska Robinsonvinnaren som chaufför. Andra möjligheter är bodypainting, massage eller modellfoto hos en professionell fotograf. Bilderna kan sedan användas i minnesalbumet eller till inbjudan. Den som vågar använda ”säsongens trendigaste” brudklänning som är svart, lär säkert uppmärksammas.

Mångfalden av nya upplevelsekreatörer ska dock inte skymma sikten för den förändring som också de mera traditionella ritualförvaltarna och ceremonimästarna genomgår (Åkesson 2006a). Så har många begravningsbyråer utökat både sortiment och tjänster och man kan nu finna byråer med intressant och annorlunda skyltning med till exempel färgsprakande afrikanska kistor. På liknande sätt är många präster och kantorer öppna för alternativa upplägg av begravningsakten och välkomnar anhörigas initiativ och förslag.

Nytt i tiden är också påkostade studentexamensfester med förfester och baler i en myckenhet som inte har någon historisk motsvarighet i Sverige. Inte minst har de många och påkostade förfesterna, som än så länge verkar vara vanligast i Stockholm, skapat en ny marknad för restauranger och festentreprenörer av skilda slag. Avgångsklasser hyr restauranger, musikklubbar eller liknande och bjuder in sina kompisar. Under ett par års tid kan då den blivande eller färdigbakade studenten bli en dryg utgift för föräldrarna, eftersom gymnasisten exempelvis ska gå på lite äldre vänners förfester och vanligtvis betala några hundralappar för det. Det blir lätt till tusenlappar om man har många vänner. Så kommer arrangemanget av den egna förfesten, examensfest och bal, plus lämplig klädsel för alla de olika tillfällena. Yngre kamraters fester kan senare ytterligare utsträcka firandet något år efter studenten. Trots att mamma verkar vara en mycket viktig person i studentexamens rituella iscensättning, innebär det allt mer elaborerande studentfestandet att professionella aktörer även i detta sammanhang fått allt större betydelse.

Frågan är då om det växande inflytandet från professionella kreatörer av upplevelser medför att ritualerna likriktas och homogeniseras? Tvärtom möjliggörs kanske en större differentiering av utformning och innehåll, med fler tillfällen att välja ett alternativt traditionsmanuskript. Men det alternativa riskerar ständigt att transformeras till allmängods, utan kraft att längre provocera eller utmärka sig. Upplevelseimperativet kan så småningom förvandlas till upplevelsestress, med krav på upplevelsefria zoner.

För att kunna uttala sig om hur och varför ritualer utformas som de gör under upplevelseimperativet, måste man samtidigt ställa frågan för och av vem? Vem säljer och vem väljer vilka ritualer? Vissa har inga möjligheter att välja – på grund av ekonomi, social konvention eller andras vilja. I vilka samhälleliga grupper är vilka ritualer betydelsefulla – och vad händer när olika traditioner och uppfattningar skall förenas (Blomberg 1995, Reimers 1999)?

Kulturell osäkerhet

Att många drabbas av t ex ”brudstress” (lugn – det finns en checklista även för detta) beror givetvis på de normerande berättelser och praktiker som konstituerar ritualfirandet. Inför den symboliska, emotionella och inte minst ekonomiska investering som en livscykelritual utgör är det lätt att känna social och kulturell osäkerhet. I *Aftonbladets* nätupplaga fick läsarna frågan ”Har du blivit osams med någon inför ett bröllop”? (acc.9.4.2005) Ja, var det bestämda svaret. En blivande brud skriver att hennes far vägrar att hålla det traditionella talet vid middagen. ”Visst, det kommer att vara 50 personer på festen och visst, många är jätterädda för att tala inför folk, men skaffar man barn tycker jag att man ska ställa upp på att hålla tal på deras bröllop!” Flera känsloladdade inlägg berör frågan om vem som skall få vara med under vigseln. Bör barn från tidigare äktenskap (ett, två eller fler), eventuellt i sällskap med sin pappa eller mamma (alltså tidigare make eller maka) vara med vid sin pappas eller mammas nya bröllop? Vem skall bjudas till kyrkan och vem skall få komma på festen? ”Det är lustigt det här med bröllop… det har visat sig att de par

vi inte bjöd på vårt bröllop för ett halvår sedan inte längre vill umgås med oss." Upprörda känslor kring brudtärnor som inte vill följa det föreslagna färgschemat i sitt klänningsval, gäster som inte har vett att svara på inbjudan inom föreskriven tid och toastmasters som inte vill acceptera det hedersamma uppdraget dyker också upp. I diskussionsforum som dessa lyser det ceremoniella firandets mer traumatiska sidor igenom; besvikelse, hat, tvång, underlägsenhet och åsidosättande.

I begravningssammanhang vittnar både präster och entreprenörer om släktingar som inte kan komma överens om begravningens utformning. Det kan handla om syskon som måste placeras i olika rum på begravningsbyrån och där entreprenören måste fungera som medlare eller budbärare mellan de olika lägren. Det kan handla om enkel eller påkostad kista, om vilka som ska bjudas, om begravningsdagen ska offentliggöras över huvud taget eller om vissa delar av släkten ska få vara med i samma dödsannons. Vid begravningar kan också nya familjekonstellationer bli extra känsliga. Förutom uttalade konflikter mellan efterlevande maka/make och en före detta, eller mellan barn från olika äktenskap, kan begravningen ske utan att den dödes gamla familj ens får veta det (Åkesson 2006a).

Ritualer kan alltså användas och upplevas som medel för frigörelse och kreativitet såväl som för förtryck och social distansering. Dagens ritualisering kännetecknas av mångfald både vad gäller ett växande kommersiellt utbud och dess etniska, sociala och kulturella bredd. Det är då inte förvånande att vägledning, goda råd och tips om vett och etikett finns till salu i riklig mängd. Ritualernas marknad har öppnat upp ett offentligt samtal kring de ting och ceremonier som krävs för att händelsen skall igenkännas som en livscykel-ritual. Det finns som sagt speciella tidskrifter och webbsidor för giftassugna, mässor för brud och begravning, nya sånger och dikter för alternativa dopceremonier. Vilken inverkan har detta på upplevelsens implicita krav på autenticitet och unicitet? Vilka konsekvenser får den personliga rådgivning som erbjuds av ritualkoordinatorer och upplevelseföretag, bröllopsresearrangörer eller begravningsentreprenörer? Det finns strategier för att motverka inslaget av standardisering och massproduktion. Den stora egentillverkningen av minnestexter, dopklänningar eller fotoalbum på CD-rom kan tolkas som ett motdrag mot serie-ritual-firande, närmast som folkkonst eller familjekonst (Pacey 1989, Klein 1992). Överhuvudtaget är den omfattande minnesproduktionen i form av annonser och fotografier, redigerade videoband, tackkort och hälsningar via nätet en viktig del i ritualhållandet. Dessa minnen konserverar inte bara, utan rekontextualiserar ständigt den ursprungliga upplevelsen (Löfgren 2002).

Ritualernas marknad

Att tala om en "ritualernas marknad" har dubbel innebörd. I den första betydelsen används begreppet marknad bildligt. Här syftar begreppet på ett ökat intresse för ritualisering av livscykelns övergångsfaser, en ritualernas återkomst. Den rituella marknaden utgörs i denna mening av den kulturella och känslomässiga basen för ritualernas uppsving. Det finns en kulturell marknad för dem. Den andra betydelsen utgår från marknadsbegreppet i dess bokstavliga mening, från ritualer som af-

färsidé. Ritualernas marknad avser då det konkreta, materiella utbudet i form av mässor, handbokslitteratur och specialiserade nischföretag som marknadsför produkter och hela ritualpaket. Ritualer har blivit en god affär, eftersom det finns en ekonomisk marknad för dem. Det vi ser är exempel på kulturens ekonomisering och ekonomins kulturalisering som mediaforskaren Johan Fornäs så träffande uttryckt det (2001).

Den övergripande frågan som då söker sitt svar handlar om hur moderna ritualer iscensätts på upplevelsernas marknad. I ritualernas praktik – i handgrepp, rekvisita och utformning – sammanflätas gestaltningen av privata önskemål om upplevelser bortom vardagen med kollektiva ideal om smak och stil. Samtidigt som intimitet och närhet betonas i livsloppets ritualisering, regisseras de personliga känslorna efter diskursiva scripts. I media utspelas ett livligt offentligt samtal om måsten och möjligheter kring firandets omfattning och utformning. I spänningsfältet mellan privat och kollektiv identitet konstrueras ritualernas många betydelsebottnar som både privata känslodeklarationer och som normativa redskap.

Referenser

Beck, Ulrich (2000). *The Brave New World of Work*. Cambridge: Polity Press.

Bell, Catherine (1997). *Ritual Perspectives and Dimensions*. New York: Oxford University Press.

Berg, Per Olof, Linde-Laursen, Anders & Löfgren, Orvar (red.) (2002). *Öresundsbron på uppmärksamhetens marknad: Regionbyggare i evenemangsbranschen*. Lund: Studentlitteratur.

Berggren, Katarina & Thydén, Hans (2001). *Arbete för nöjes skull. Var finns jobben inom upplevelsenäringen?* Arbetsmarknadsstyrelsen: Ura 2001:3.

Blehr, Barbro (2000). *En norsk besvärjelse: 17maj-firande vid 1900-talets slut*. Nora: Nya Doxa.

Blomberg, Barbro (red.) (1995). *Lycka för två. Kärlek och bröllop i ett mångkulturellt samhälle*. Lund: Studentlitteratur.

Bringéus, Nils-Arvid (1987). *Livets högtider*. Stockholm: LT.

Dahlgren, Curt (2000). *När döden skiljer oss åt – anonymitet och individualisering i dödsannonser 1945–1999*. Lund: Teologiska institutionen.

Davidsson Bremborg, Anna (2002). *Yrke: begravningsentreprenör*. Lund: Studies in Sociology of Religion 2.

Palm, Göran (red.) 2000. *Den Svenska högtidsboken*. En bok för alla.

Engman, Jonas (1999). *Rituell process, tradition och media: Socialdemokratisk första maj i Stockholm*. Stockholm: Stockholms universitet.

Fornäs, Johan (2001). Upplevelseproduktion i händelsernas centrum. I Becker, Karin et al. (red.) *Passager. Medier och kultur i ett köpcentrum*. Nora: Nya Doxa, ss. 364–397.

Fredriksson, Cecilia (red.) (2000). *Tingsligheter*. Kulturens årsbok. Lund: Kulturen.

Frykman, Jonas (1992). Livet är en fest. Årets och livets övergångar i 1900-talets kultur. I Nilsson, Sissi & Sydhoff, Beate (red.). *Folkkonsten. All tradition är förändring*. Stockholm: Kulturhuset och Carlsson, ss. 63–69.

Giddens, Anthony (1994). Living in a Post-Traditional Society. I Beck, Ulrich et al. (red.). *Reflexive Modernization*. Stanford: Stanford University Press, ss. 56–109.

Grimes, Ronald L. (1995). *Marrying & Burying: Rites of Passage in a Man's Life*. Boulder: Westview Press.

Grimes, Ronald L. (2000). *Deeply Into the Bone. Re-inventing Rites of Passage*. Berkeley: University of California Press.

Gustafsson, Lotten (2002). *Den förtrollade zonen*. Nora: Nya Doxa.

Hagström, Charlotte (2001). Anneli och Zoran, Rasmus och Matilda. Förnamnet som kulturell spegling. *RIG*, vol 2, ss. 65–81.

Hagström, Charlotte (2005). Sparbössor och silverskedar. *Kulturella Perspektiv*, vol 2, ss. 18–25.

Hagström, Charlotte (2006). *Man är vad man heter?* Stockholm: Carlsson.

Handelman, Don (1990). *Models and Mirrors. Towards an Anthropology of Public Events*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hornborg, Anne-Christine (2005). *Ritualer: Teorier och tillämpning*. Lund: Studentlitteratur.

Klein, Barbro (1992). Folkkonst i industrisamhällets bakgårdar och förgårdar. I Nilsson, S & Sydhoff, B (red.). *Folkkonsten – all tradition är förändring*. Stockholm: Kulturhuset och Carlssons, ss.129–142.

Klein, Barbro (red.) (1995). *Gatan är vår! Ritualer på offentliga platser*. Stockholm: Carlssons.

Knorr Cetina, Karin (2000). Postsocial Relations: Theorizing Sociality in a Postsocial Environment. I Ritzer, George & Smart, Barry (red.). *Handbook of Social Theory*. London: Sage, ss. 520–537

Knuts, Eva (2005). Löftesrika ringar. *Kulturella Perspektiv*, vol 2

Latour, Bruno (1998). Technology is society made durable. I Law, John (red.). *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technolgy and Dominaton*. London: Routledge, ss. 103–130.

Lindsjöö, Anna (2001). *Aha Sweden. Om svensk upplevelseindustri och början på något nytt*. Stockholm: KK-stiftelsen.

Löfgren, Orvar (2002). Minnessaker. I Fredriksson, Cecilia (red.). *Tingsligheter*. Kulturens årsbok. Lund: Kulturen, ss. 88–95.

Moore, Sally & Myerhoff, Barbara (red.). (1997). *Secular Ritual*. Amsterdam: Van Gorcum.

O'Dell, Tom (2001). Are you experienced? *Kulturella Perspektiv*, vol 3, ss. 27–33.

O'Dell, Tom & Billing, Peter (red.) (2005). *Experiencescapes: Tourism, Culture & Economy*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.

Otnes, Cele, C. & Pleck, Elizabeth, H. (2003). *Cinderella Dreams: The Allure of the Lavish Wedding*. Berkely: University of California Press.

Pacey, Arnold (1989). *Family Art*. Cambridge: Polity Press.

Reimers, Eva (1999). Death and Identity: Graves and Funerals as Cultural Communication. *Mortality*, vol 4:2, ss. 147–167.

Reimers, Eva & Lindström, Susanne (red.) (2000) *"Blott I det öppna". Kyrkorna och kärlekens olika vägar*. Stockholm: Verbum.

Ristilammi, Per-Markku (2000). Cultural Bridges, Events, and the New Region. I Berg, PO, et al. (red.). *Invoking a Transnational Metropolis: The Making of the Öresunds Region*. Lund: Studentlitteratur, ss. 95–108.

Salomonsson, Karin (2001a). E-ekonomi och det kulinariska kulturarvet. I Hansen, Kjell & Salomonsson, Karin (red.). *Fönster mot Europa. Platser och identiteter*. Lund: Studentlitteratur, ss. 23–60.

Salomonsson, Karin (2001b). Karriärens kropp. *Kulturella Perspektiv,* vol 3, ss. 46–52.

Salomonsson, Karin (2005). Bröllopskoordinatorn som ceremonimästare. *Kulturella Perspektiv*, vol 2, 49–56.

Salomonsson, Karin (2006). En minnesvärd måltid. I Burstedt, Anna, Fredriksson, Cecilia & Jönsson, Håkan (red.). *Mat: Genealogi och gestaltning*. Lund: Studentlitteratur, ss. 165–184.

Åkesson, Lynn (1997). Mellan levande och döda: Föreställningar om kropp och ritual. Stockholm: Natur och Kultur.

Åkesson, Lynn (2006a). The Meaning of Rituals. I Wallrup, Erik (red.). *The Future of Religion*. Stockholm: Ax:son Johnson Foundation.

Åkesson, Lynn (2006b). Föränderlig död. I Åkesson, Lynn, (red.): *Inför döden*. Höganäs: Edition Andersson, ss. 9–29.

Åkesson, Lynn, Salomonsson, Karin & Hagström, Charlotte (2008). RIT, *ETN 2008:4, Etnologisk Skriftserie*, Etnologiska Institutionen, Lunds universitet.

Tidningar

Aftonbladet nätupplaga (acc. 2005-04-09 2005).

Amelia, Specialnummer Brud och Bröllop (2005).

Svenska Dagbladet (2002-08-24).

Sydsvenskan (2002-03-22).

Noter

1 Projektet ”Ritualernas marknad” finansierades av Vetenskapsrådet 2003–2006, samt Erik Philip-Sörensens stiftelse.

2 Pjäsen har däremot varit enormt framgångsrik i USA där den hade premiär på en teater i New York 1988 och fortfarande lär gå (Otnes & Pleck 2003, s. 278).