

Religionssociologisk mångfald

Texter till minne av Berndt Gustafsson,
grundare av religionssociologi i Sverige

CURT DAHLGREN (RED.)

LUND STUDIES IN SOCIOLOGY OF RELIGION – VOLUME 13

Dahlgren, Curt. 2021. "Dödsannonser i två sociokulturella miljöer: förändringar över tid." S. 63—83 i *Religionssociologisk mångfald: Texter till minne av Berndt Gustafsson, grundare av religionssociologi i Sverige*, redigerad av C. Dahlgren. Lund, SE: Lunds universitet.



RELIGIONSSOCIOLOGISK MÅNGFALD

Texter till minne av Berndt Gustafsson,
grundare av religionssociologi i Sverige

LUND STUDIES IN
SOCIOLOGY OF RELIGION

Editor
Curt Dahlgren

VOLUME 13



LUNDS
UNIVERSITET

© Författarna 2021

ISSN: 1651-4432

ISBN: 91-974760-9-9

Distribution: Förlaget Förortskyrkan HB

Sankt Johannesgatan 4 B

753 11 Uppsala

jorgen.straarup@forortskyrkan.se

Tryck: Media – Tryck, Lunds universitet, Lund 2021

Innehåll

Förord	5
<i>Göran Gustafsson</i>	
Berndt Gustafsson som religionssociolog	9
<i>Jonas Alwall</i>	
Scientologi utifrån och inifrån: konfliktytor och paradoxer	19
<i>Jonas Bromander</i>	
En kyrka i förändring	41
<i>Curt Dahlgren</i>	
Dödsannonser i två sociokulturella miljöer: Förändringar över tid	63
<i>Maria Klíngenbergr & Mia Lövheim</i>	
Kvinnor och religiöst ledarskap: ny kontext och nya aktörer	85
<i>Magdalena Nordin</i>	
Institutets tidiga studier av ”religiösa organisationer bland invandrare” ...	107
<i>Pål Repstad</i>	
Sosial klasse – et underutforsket tema i religionssosiologien	127
<i>Jørgen Straarup</i>	
Vardagstro och kyrkoordning: En norsk problemformulering i Berndt Gustafssons anda	149
<i>Erika Willander</i>	
Kvinnligt, manligt, kyrkligt – En uppföljning av Berndt Gustafssons genusforskning	159
<i>Göran Gustafsson</i>	
Religionssociologiska Institutet (RSI). Kort orientering om en forskningsorganisation och dess publikationer	181
<i>Margareta Skog</i>	
Berndt Gustafssons bibliografi	195

Dödsannonser i två sociokulturella miljöer

Förändringar över tid

Curt Dahlgren

Inledning

År 2000 publicerade jag boken *När döden skiljer oss åt. Anonymitet och individualisering i dödsannonser 1945–1999*.¹ I denna analyserade jag 13 328 dödsannonser från två slumpmässiga urval av dagstidningar, dels landsortstidningar, dels storstadstidningar. Sedan dess händer det att journalister ringer mig och frågar om förändringar, vilket är den primära orsaken till denna artikel. Ett ytterligare mål är att spåra skillnader mellan två miljöer.

Material

För att spåra eventuella förändringar i två olika miljöer, har jag valt dödsannonser dels, från Dagens Nyheter (DN), dels från Jönköpingsposten (JP) och Värnamo Nyheter (VN).² På så sätt har jag annonser dels från ett av Sveriges mest sekulära³ områden, dels från den del av vårt land som man ibland kallar för ”Sveriges Jerusalem”. Tidsperioden är kort, enbart september månad åren 1998 och 2017, vilket ger ett 20-årigt tidsperspektiv. Att september valdes, beror på att denna månad inte innehåller några helgdagar, vilka kan ha betydelse för när dödsannonser publiceras. I redogörelsen nedan sammanför jag JP och VN till en enhet. Antalet annonser från DN är 1273 stycken, medan JP och VN tillsammans hade 307 annonser.

Kodning av materialet

Varje annons har fått följande koder: Tidning, nummer, år, namn på den avlidna, kön, födelseår, dödsår, symbol, sörjande, vers/annan text, poet, extravars/text, var och hur begravningen ägde rum/genomfördes, om den avlidna jordbegravdes, om minnesstund eller motsvarande förekom, om efterlevande vädjade om bidrag till någon fond eller liknande, förekom tack till någon institution eller liknande i annonsen,

¹ Boken redovisar resultat från det HSFR-finansierade projektet Att offentliggöra döden. Symboler, religiösa temata och individualisering i Svenska dagspressens dödsannonser (1945) 1975-1995.

² Annonserna från Dagens Nyheter 1998 är hämtade från Kungliga Bibliotekets tidningsdatabas (<https://tidningar.kb.se/8224221/1998-09-03/edition/11184/part/1/page/1/?newspaper=DAGENS%20NYHETER&from=1998-09-01&to=1998-09-30>) och de från 2017 har jag fått av Per Eriksson som har sparat dem åt mig från sin arbetsplats i Solna kommun. Tack Per! Annonserna i Jönköpingsposten och Värnamo Nyheter från 1998 är hämtade från Lunds Universitetsbiblioteks filmade tidningsarkiv. Jönköpingsposten 2017 är kopierade från tidningar på Lunds stadsbibliotek. Annonserna i Värnamo Nyheter från 2017 är hämtade från Familjesidan.se (<https://www.familjesidan.se/>).

³ Jag avser inte diskutera sekulariseringsbegreppet här. För mer information om detta, se: Gustafsson, G. (2000) och Tuhrfjell, D. (2016).

den avlidnas titel, klädsel, annat, samt om fler än en annons. I det följande kommer kodernas innehåll att presenteras närmare vid de enskilda analyserna, i vilka DN och JP+VN kommer att jämföras med varandra.

Antal annonser, kön och ålder

Efter sammanslagning av JP och VN består materialet av följande: DN 1998 754 annonser, DN 2017 519 annonser, JP+VN 1998 155 annonser och JP+VN 2017 152 annonser.

Kön

Skillnaderna i antalet annonser över män och kvinnor, se tabell 1, är ganska svårförklarliga. Gissningsvis tyder annonserna från 2017, både de från DN och de från JP+VN, på förhållandet att kvinnor lever längre än män. Att så inte skulle vara fallet för året 1998 är knappast troligt.

Tabell 1. Antalet annonser över avlidna män och kvinnor i DN och JP+VN september 1998 och 2017 i procent av alla annonser respektive år.⁴

Kön	Tidning och år			
	DN 1998 N=754	DN 2017 N=519	JP+VN 1998 N=155	JP+VN 2017 N=152
Man	54	48	56	41
Kvinna	46	52	44	59
Summa	100	100	100	100

Ålder

De avlidnas ålder enligt annonserna varierade mellan 7 och 111 år, båda kvinnor och båda annonserades i DN 1998. Den vanligaste åldern för de annonserade var 86 år, medelåldern var 78 år. I nio annonser uppgavs inget födelseår och i en fanns inget dödsår. Av alla annonserna framgick det att få dog i tidig ålder. 17 personer av de avlidna var 30 år eller yngre, 39 var mellan 31 och 49 år, 127 var mellan 50 och 64 år, 559 var mellan 65 och 80 år och resten 828 stycken var mellan 81 och 111 år.⁵

Kungörelse, symbol och vers

Kungörelsen

Dödsannonser inleds oftast med en symbol samt några ord som till exempel ”Vår älskade”, ”Vår varmt uppskattade vän och kollega”, ”Vår käre” och liknande, vilket jag har kodat som sekulära – även om denna text föregås med en symbol av religiös karaktär – eftersom ord som på ett eller annat sätt syftar på kristendomen eller annan

⁴ I görligaste mån försöker jag undvika decimalsiffror i text och tabeller.

⁵ Om man gör en ålderspyramid av de uppgifter som fanns i dödsannonserna, skulle denna avvika starkt från den för Sveriges levande befolkning (se <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/befolkningspyramid/>) med få människor i de lägre åldrarna och många i de övre.

religion saknas i denna kungörelse. Denna typ av kungörelse dominerade i annonserna med 1344 stycken (85 %). Nästa stora grupp 196 stycken (12 %) var de som enbart har namnet på den avlidna som kungörelse. 39 kungörelser anknöt till kristendomen, med texter som till exempel: ”har lämnat oss för att vara hos Herren”, ”Gått hem till Gud”, ”har lämnat oss i djup sorg och innerlig tacksamhet över hennes stora kärlek, förböner och omsorger om oss alla under alla år” samt ”flyttat till sitt himmelska hem”. En kungörelse har jag kallat för allmänreligiös, nämligen denna: ”Bort gå de, stilla, skrida de en efter en till skuggornas dal”, vilken är en strof ur en dikt av Heidenstam. Enligt min mening finns här en föreställning om någon form av existens efter detta livet, en föreställning som jag beskriver med begreppet allmänreligiös.

När kungörelsen bröts ner efter kön och tidning/tidningsår, framgick det, enligt tabell 2, att det inte var någon skillnad mellan könen i DN:s dödsannonser. Både män och kvinnor kungjordes i princip på samma sätt de två undersökta åren. I JP och VN såg det däremot annorlunda ut. 1998 var det en något större andel kvinnor än män som presenterades med kristna termer, en skillnad som var markant större för dessa tidningar september 2017. Dock ska man här hålla i minnet att det rörde sig om ganska få annonser. De 12,2 % kvinnor som 2017 presenterades med kristna ord var enbart 11 stycken.

En analys av materialet visade inte oväntat att annonser med kungörelse som refererar till kristendomen framför allt förekom i den äldsta åldersgruppen, det vill säga bland dem som var 81 år eller äldre hade 3,6 % av annonserna en sådan kungörelse. Vidare granskning av annonsernas kungörelse visade följande:

Tabell 2. Annonsernas kungörelsetext i respektive tidningen för män och kvinnor september 1998 och 2017. Procent.

	Tidning och år							
	DN 1998		DN 2017		JP+VN 1998		JP+VN 2017	
Kungörelse	Man N=408	Kvinna N=346	Man N=248	Kvinna N=271	Man N=86	Kvinna N=69	Man N=62	Kvinna N=90
Sekulär	80,9	79,5	90,3	90,8	87,2	84,1	96,8	84,4
Enbart namn	18,6	19,7	9,3	8,9	1,2	0,0	1,6	3,3
Allmänreligiös	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kristen	0,2	0,9	0,4	0,4	11,6	15,9	1,6	12,2
Summa	99,9	100,1	100,0	100,1	100,0	100,0	100,0	99,9

- DN 1998. Av alla 747 annonser fanns det fyra med kristen kungörelse och dessa fanns enbart bland dem som var mellan 81 och 111 år.
- DN 2017. Av alla 518 annonser fanns fyra annonser med kristen kungörelse; två av dessa fanns i åldersgruppen 65–80 år och resterande i åldersgruppen 81 och 111 år.
- JP+VN 1998. Av alla 154 annonser hade 21 annonser kristen kungörelse varav fyra i åldersgruppen 65–80 år och 17 i den äldsta åldersgruppen (81–111 år).

- JP+VN 2017. Av alla 151 annonser hade 12 annonser kristen kungörelse. Fem av dessa fanns i åldersgruppen 65–80 år och övriga sju fanns i den äldsta åldersgruppens annonser.

Symboler

I materialet identifierade jag 302 mer eller mindre olika symboler, vilka jag förde samman till 18 grupper. Bland dessa grupper fanns en symbol som jag inte lyckats identifiera samt 15 som saknade symbol.

- I 470 annonser (30 % av alla,) bestod symbolen av en eller annan form av *kors*, ganska ofta kombinerat med någon annan figur som till exempel flygande duva med olivkvist i näbben, korset har en sol i bakgrunden, kors med tre kornax, Frälsningsarmékors och kors med blomma. Vanligast var dock ett helt vanligt kors, vilket fanns i 398 annonser.
- På andra plats kom 316 annonser (20 %) som hade *blomma/or, bukett, krans, bär träd* som gran, tall, ek – ibland med flygande fåglar i solnedgång/uppgång.
- I 294 (19 %) annonser fanns det *fåglar*, som till exempel blåmes, svalor, en flygande örn, tofsvipa, tornseglare, en fågel som sitter på en grönskande kvist, fem flygande fåglar med solnedgång över vatten, kust med klippor, vatten och tre flygande fåglar i solnedgång samt tre flygande fåglar mot ”solnedgång” där solen är ersatt av ett hjärta.
- Knappt 10 % (143 stycken) annonser hade symbol som kan ses som representera en *hobby eller ett yrke*. Till denna grupp har jag fört symboler som folkdanspar, snickarverktyg, olika musiktecken som g-klav, cello, basfiol, cittra men också palett, badmintonracket, flugfiskande man, fiskande man i eka på vatten samt två flygande fåglar och solnedgång, apotekarsymbol, fyra ess, foto på hund, alla katter, Hammarby IF:s logga, läkarstav, smalfilmrulle, sportflygplan, olika bilder på hästar, älg, med flera.
- 109 (7 %) annonser hade *duvan* som symbol, oftast med en olivkvist i näbben. Duvan kan flyga eller sitta stilla. Ibland var det två bevingade duvor näbb mot näbb med en olivkvist i näbben. Andra exempel var två flygande duvor bärandes ett hjärta näbb mot näbb, flygande duva med olivkvist i näbben samt segelbåt på vatten och flygande duva med olivkvist i näbben omgivet av ett hjärta.
- *Hjärta* eller hjärtan fanns i 75 annonser (5 %). Även dessa symboler kunde variera: ett stort hjärta samt två mindre och fyra små, hjärta format av klockblommor, hjärta med ros lyft i händer och hjärta med delfin.
- En symbol som återkom i 43 (3 %) fall var *båt* med eller utan person. Det kan vara en segelbåt på vatten och tre flygande fåglar i solnedgång eller eka med roddare och likaså tre flygande fåglar i solnedgång.
- I 28 (2 %) annonser fanns olika *naturmotiv*. Exempel på dessa är landskapsbild med träd, kulle och moln, solnedgång över fjällnatur, solnedgång över kustlandskap med ros på stranden, liten husgavel vid strand med skogsbakgrund och två flygande fåglar, ängsmark med träd, buskar med solnedgång och betande ko. Vanligast här var dock en sol som går ner vid vattenhorisonten.
- Olika typer av *fordon* fanns i 12 (1 %) annonser. Exempel på dessa är buss, cykel, veteranbil, lastbil och motorcykel.
- Bland alla annonserna hittade jag nio stycken som hade *davidsstjärnan* som symbol.
- Sju annonser innehöll ett *foto* av den avlidna, sex hade en *ängel* eller barnängel i annonsen, fem hade ett *ordenstecken* och i en annons var symbolen *Den helige ande*.
- Förutom ovan nämnda hittade jag 40 (3 %) annonser med *symboler som inte passade in i de hittills presenterade grupperna*. Exempel bland dessa övriga är ankare, fyr, fjäril, sol,

trampsymaskin, uppslagen bok, en öde ö med ett palmträd, dalahäst, handslag och ett tält ljus.

Andelen kors i dödsannonserna var enligt tabell 3 klart högre i JP+VN både 1998 och 2017, men korsen har fallit i popularitet och då något mer i de båda Smålandstidningarna än i Dagens Nyheter. Blommor, buketter av olika slag, träd med mera hade ungefär samma andel av annonserna i DN de två undersökningsåren. För Smålandstidningarna sjönk andelen något mellan 1998 och 2017. Symboler som betecknar yrke eller hobby ökade kraftigt både i DN och i JP+VN de två undersökta åren, medan annonser med duva/duvor minskade i de två tidningskategorierna.

Det är ingen mening att jämföra tidningarna när det gäller de resterande symbolerna, eftersom Smålandstidningarnas dödsannonser är få. Man kan notera att Davidsstjärnan, kors + ankare + hjärta, det vill säga tro hopp och kärlek, änglar och Den Helige Ande endast förekom i DN.

Ett kors kan ju vara ganska opersonligt, likaså en ros eller flygande fåglar. Ett foto av den avlidna förekom ungefär lika andelsmässigt i DN och i Smålandstidningarna år 2017, men inte alls 1998. Detta inslag i annonserna visar faktiskt vem som är död. På liknande sätt kan yrkes- och hobby-symboler, till exempel golfklubba, hund, häst, fiskande man, ses som ett sätt att berätta något om den döda, vilket kan ses som att dödsannonser personifieras.

Tabell 3. Annonsernas symboler i respektive tidning 1998 och 2017. Procent.

Symbol	Tidning			
	DN 1998 N=754	DN 2017 N=519	JP+VN 1998 N=155	JP+VN 2017 N=152
Kors	31,8	19,5	51,6	32,2
Blommor m.m.	21,4	19,7	20,0	14,5
Fåglar m.m.	21,2	16,2	16,8	15,8
Hobby, yrke	3,8	18,7	0,6	10,5
Duva	10,1	2,5	8,4	4,6
Hjärta	0,8	10,8	0,6	7,9
Båt	3,7	2,5	0,6	0,7
Naturmotiv	2,4	1,0	0,6	2,6
Inget	1,2	1,0	0,0	0,7
Fordon	0,0	1,3	0,0	3,3
Davidsstjärna	0,5	1,0	0,0	0,0
Foto av avliden	0,0	1,2	0,0	0,7
Ängel	0,1	1,0	0,0	0,0
Tro, hopp, kärlek	0,3	0,2	0,0	2,0
Ordenstecken	0,1	0,2	0,6	1,3
Den helige ande	0,1	0,0	0,0	0,0
Övriga	2,3	3,5	0,0	3,3
Summa	99,8	100,3	99,8	100,1

Kön och symbol

Skillnaden i vald symbol för män och kvinnor varierade för de olika symbolerna. Kvinnor fick i något högre grad (33 %) kors än män (27 %). Skillnaden mellan könen var däremot betydligt större vid kategorin ”Blommor”. Här hade mer än dubbelt så många kvinnor (27 %) än männen (13 %) fått en blomma, bukett, krans, bär, träd etc. som symbol. För kategorin fåglar var förhållandena det motsatta. Olika bilder på dessa varelser fanns i 22 % av männens dödsannonser, jämfört med 15 % för kvinnorna. Olika typer av båtar dominerade i annonser över avlidna män, 5 % jämfört med 0,5 % för kvinnorna. En stor skillnad mellan könen fanns även i kategorin Yrke/hobby: 12 % för männen och 6 % för kvinnorna.

Ålder och symbol

Korsen är vanligast i den äldsta åldersgruppen (81–111 år). Här hade nästan två femtedelar (37 %) av alla annonser ett kors. Det var också i denna åldersgrupp som störst andel av annonserna (26 %) hade en blomma, bukett, krans, bär, träd eller liknande som symbol. Fåglarna var vanligast (28 %) bland dem som var 50–64 år tätt följd av åldersgruppen 65–80 år (23 %). För övriga symboler var det för få individer när de kontrolleras mot åldersgrupper för att det ska vara meningsfullt att kommentera de skillnader som fanns.

Kungörelse och symbol

Hur kungörelsen var formulerad tycks ha viss betydelse för vald symbol. Inte oväntat hade majoriteten, 87 %, av annonserna med kristen kungörelse, som till exempel ”Gått hem till Gud” också ett kors i dödsannonserna. Även i de annonser där kungörelsen enbart består av namnet på den avlidna, dominerade korset (29 %), tätt följt av blommor (24 %) och fåglar (21 %). Annonserna med sekulär kungörelse (till exempel ”Vår käre”) dominerades också av ett kors (28 %), och liksom för annonserna med enbart namn som kungörelse, kom blommor (20 %) och fåglar (19 %) på andra respektive tredje plats.

Materialet är för litet för att det skall vara meningsfullt att kommentera alla kombinationer av kungörelse och symbol. En ofta förekommande symbol var duva/duvor med eller utan olivkvist i näbben eller tillsammans med något annat som till exempel segelbåt på vatten. I kungörelsekategorin sekulär utgjorde denna typ av annonser 7 %. Det var också i annonser med denna typ av kungörelse som hjärtan dominerade (5 %), liksom när det gällde symboler som handlade om yrke eller hobby (10 %). En slutsats man kan dra är att korset för många antagligen visar att någon har dött, men då det kombineras med en kristen kungörelse, kan man anta att det starkt signalerar att den avlidna var troende kristen.

Förändring över tid

I DN utgjorde korset 1998 32 % av alla symboler, en procentandel som sjunkit till 20 % år 2017. Minskningen av korset bland övriga symboler var ännu mer markant i de båda Smålandstidningarna. 1998 utgjorde korset 52 % av alla symboler medan andelen kors var 32 % 2017. Blommor minskade marginellt i DN (21 % 1998 och

20 % 2017). Fåglarnas närvaro krympte i Dagens Nyheter från 21 % 1998 till 16 % 2017, medan förändringen i Smålandstidningarna var marginell: från 17 % (26 stycken) 1998 till 16 % (24 stycken) 2017. Duva/duvor med eller utan olivkvist i näbben eller kombinerad med annat som till exempel kors, minskade kraftigt i Dagens Nyheter: från 10 % (76 stycken) 1998 till (3 % (13 stycken) 2017. Samma typ av symbol minskade också i Jönköpingsposten och i Värnamo Nyheter. År 1998 hade 8 % (13 stycken) någon variant av duva som symbol. År 2017 var andelen duvor i stället 5 % (7 stycken).

Symboler vars andel ökade i båda tidningskategorierna var de som signalerade yrke eller hobby. I Dagens Nyheter utgjorde dessa 4 % (29 stycken) 1998 medan de omfattade 19 % (97 stycken) 2017. För Smålandstidningarna var motsvarande siffror 1% (endast en) 1998 och 11 % (16) 2017. En annan typ av symboler vars andel har ökat i både DN och Smålandstidningarna tidningarna var hjärtan. I Dagens Nyheter utgjorde dessa 1 % (6 stycken) 1998 medan 56 (11 %) annonser hade ett hjärta 2017. För Smålandstidningarna var motsvarande siffror 1 % (ett hjärta) 1998 och 8 % (12 stycken) 2017.

De sörjande

Under kungörelse och symbol finns i de allra flesta annonser namn på de ”efterlevande”, ofta kompletterat med ”släkt och vänner”. De ”efterlevande” har jag identifierat genom att kungörelsen ofta innehåller ord som ”Min käre/a”, ”Vår älskade Pappa, Morfar, Farfar” etcetera, namnet på den döda, härefter i fallande ordning de efterlevandes namn, där ordningen visar hur nära man stod den döde, som till exempel änka, barn och barnbarn. Av alla dödsannonserna var den vanligaste typen (67 %) just den med namnen på de närmaste kompletterat med orden ”släkt och vänner”. I drygt 20 % av annonserna saknades tillägget ”släkt och vänner”. 30 annonser hade enbart ”släkt och vänner”, i 34 uppgavs de sörjande som ”efterlevande” samt ”vänner”, och i 16 annonser var undertecknarna de ”efterlevande” samt ”släkt”. I 43 annonser fanns även vänner i en kristen församling med bland de sörjande. Församlingar som nämndes var pingstförsamlingar, missionsförbundsförsamlingar och Frälsningsarmén. I Dagens Nyheter 1998 fanns det fyra sådana annonser och 2017 enbart en. Även i Smålandstidningarna minskade dessa annonser: från 24 1998 till 14 2017.

Versen

De allra flesta dödsannonser innehåller en vers, eller ibland en kort text, som på ett eller annat sätt antingen vill beskriva den döda eller ge uttryck för de efterlevandes känslor. Av alla 1580 annonser som ingår i undersökningen, saknade 385 (24 %) sådan text. 917 (58 %) annonser hade en text som jag klassat som sekulär. Med sekulär avser jag texter som:

- ”Det kom en dag en stilla vind Som smekte ömt Din trötta kind Liksom ett ljus som blåstes ut Din levnadsdag har nått sitt slut.”

- ”Det är vackrast när det skymmer. All den kärlek himlen rymmer ligger samlad i ett dunkelt ljus över jorden, över markens hus.”
- ”Ditt hjärta som klappat så varmt för de Dina Och ögon som vakat och strålat så ömt Har stannat och slocknat till sorg för de Dina Men vad Du gjort skall aldrig bli glömt”
- ”Du fattas oss” och ”Du finns i våra hjärtan”.

En ytterligare kategori som omfattar 118 annonser (7 %) har jag kategoriserat som allmänreligiösa, med vilket jag avser att texten uttrycker en föreställning om ett liv efter det jordiska. Exempel på denna typ av texter är bland annat:

- ”Mor har räckt ut handen Far har fattat den På den andra stranden Har de mötts igen”
- ”Nu är du äntligen hos Mormor Ta hand om varandra”.
- ”Nu när Din vandringsfärd är över väntar gröna ängars klöver”.
- ”Sakta, så sakta Du tynade bort Vi stod vid Din sida så hjälplösa blott Stilla kom döden Den kom som en vän tog Dig vid handen och förde Dig hem”.

Andra texter, 156 stycken (10 %) hade tydlig anknytning till kristendomen, vilket kan exemplifieras med följande:

- ”Ett verksamt liv har slocknat ut en flitig hand har domnat Din levnadsdag har nått sitt slut och du i Guds hand nu har somnat”.
- ”Gud märker när stegen blir tunga, och trötta de älskades drag. Han varslar när krafterna sina och hjärtat slår mattare slag. Då öppnar han kärleksfullt famnen och låter dem somna i frid.”
- ”Ps 23”.
- ”O mildaste Jesus med segrarens krona SV Ps 309:4” och ”Jordens oro viker för den frid som varar”.

Tre andra texter är värda att nämnas. Två anser jag visar på en föreställning om att vår tid här på jorden är utmätt:

- ”Ögonen slutits, *tiden var inne* Djup är vår sorg fastän ljusst Ditt minne Kärlek och godhet lyste din stig Tack kära Mamma, mormor och gammelmormor. Vila i frid” (min kursivering).”
- ”Tyst slocknar en mänsklig hjärna efter år av glädje och strid. En blomma, en människa, en stjärna, har varsin *bestämda tid*” (min kursivering).

Den tredje antyder en ödestro:

- ”Det finns inga ord. Varför är Du inte kvar här på vår jord? Du befann Dig mitt i livet. *Varför var detta i stjärnorna skrivet?* Du hade tid och hjälp åt alla vänner. Vi kan inte med ord berätta vad vi känner. I skogen älskade Du att vara Du tillhörde jägarnas trogna skara Saknaden efter Dig är så stor Tomheten i oss nu bor” (min kursivering).

Flera av texterna, 16 % eller 301 stycken, var hämtade från en poet eller annan författare. Flest av dessa, 44 stycken, hänvisade till en bibeltext, en psalmvers eller annan text med kristen konnotation. Exempel här är:

- ”Davids psalm” från Psaltaren.
- ”Bred dina vida vingar” (Svensk psalm 190).
- ”Vänligt över jorden glänser strålen av ett himmelskt hopp” (Sv. Ps 34 Johan Olof Wallin).
- ”De komma från öst och väst, de komma från syd och nord, att sitta till bords med Jesus en gång och höra hans välkomstord” (Amanda (Mandis) Sandbergh).

En poet, vars kristna texter ofta citerades i dödsannonserna, är Bo Setterlind (14 annonser). Vanligast bland dessa är ”Att dö är seger, inte nederlag. Det lyser över bergen. Natt har blivit dag. Sörj inte den som äntligen är fri och frukta ingenting Ty Gud är liv”, vilken förekom i fyra annonser. Förutom dessa 14 kristna texter fanns Bo Setterlinds texter i ytterligare 13 annonser. Av dessa har jag klassat nio som allmänreligiösa, vilket jag exemplifierar med följande texter:

- ”Det finns ett hav, som ingen ser, det finns en grav, där ingen dör, det finns en sol, som ej går ner, det finns en strand i varje själ”
- ”Det gick en gammal odalman och sjöng på åkerjorden. Han bar en frökorg i sin hand och strödde mellan orden för livets början och livets slut sin nya fröskörd ut. Han gick från soluppgång till solnedgång. Det var den sista dagens morgon. Jag stod som harens unge, när han kom. Hur ångestfull jag var inför hans vackra sång! Då tog han mig och satte mig i korgen och när jag somnat började han gå. Döden tänkte jag mig så”.

Alf Henriksson citerades i 21 annonser. 18 av dessa var:

- ”Ibland liksom hejdar sig tiden ett slag och någonting alldeles oväntat sker. Världen förändrar sig varje dag men ibland blir den aldrig densamma mer”.

Dan Andersson förekom i 13 annonser, av vilka åtta var följande:

- ”Det finns något bortom bergen bortom blommorna och sången. Det är något bakom stjärnor, bakom heta hjärtat mitt”.

Per Lagerkvist var med i 12 annonser. I sju av dessa citerades följande dikt:

- ”Det är vackrast när det skymmer All den kärlek himlen rymmer ligger samlad i ett dunkelt ljus över jorden, över markens hus. Allt är ömhet, allt är smekt av händer. Herren själv utplånar fjärran stränder Allt är nära, allt är långt ifrån Allt är givet människan som lån”.

Nils Ferlin var representerad i sju annonser, av vilka fem innehöll följande vers:

- ”Vårt liv är en vindfläkt, en saga, en dröm, en droppe som faller i tidernas ström. Det skimrar i regnbågens färg en minut men brister och faller och drömmen är slut”.

De två övriga var:

- ”Vårt liv, vår tid, en dag i sänder så tyst och stilla glider bort. Om litet eller mycket händer är tiden alltid lika kort. Det nyttjar ej att se sig om den tid som var, som är, som kom var blott ett lån från evigheten”
- ”Inte ens en grå liten fågel som sjunger på grönan kvist det finns på den andra sidan och det tycker jag nog blir trist Inte ens en grå liten fågel och aldrig en björk som står vit - Men den vackraste dagen som sommaren ger har det hänt att jag längtat dit”.

Bland de mer frekventa hör även Ylva Eggehorn, vars texter fanns i fem annonser och i fyra av dessa var:

- ”Var inte rädd, det finns ett hemligt tecken, ett namn som skyddar dig nu när du går. Din ensamhet har stränder in mot ljuset. Var inte rädd, i sanden finns det spår”.
Den resterande var:
- ”Du är på väg. En dag blir natten vit. En dag och stjärnor växer ur hans famn. Var inte rädd. Det finns en mörklagd hamn. Du ser den inte nu, men färdas dit.”

Även Zakarias Topelius kan räknas till nyss nämnda grupp. Hans dikter ingick i fyra annonser. I tre av dessa citerades

- ”Och nu är lampan släckt, och nu är natten tyst och klar, och nu stå alla minnen upp från längst försvunna dar, och milda sägner flyga kring som strimmor i det blå, och underbart och vemodsfyllt och varmt är hjärtat då”.
Den resterande var
- ”Var finns en kärlek som intill döden står oförändrad i alla öden, som likt Guds ängel oss övervakar och fordrar inget men allt försakar? På denna jorden finns endast en, en moders kärlek är det allen” och

Två andra författare kan vara värda att nämnas, nämligen Evert Taube, vars texter fanns i åtta annonser och Stig Dagerman. Populärast bland Taubetexterna var:

- ”Så skimrande var aldrig havet Och stranden aldrig så befriande, Fälten, ängarna och träden, aldrig så vackra Och blommorna aldrig så ljuvligt doftande” vilken förekom fem gånger.

Stig Dagerman var representerad i fem annonser med följande vers:

- ”Hur fort blir lönnarna gula, som lyser vår vandring i parken. Att dö är att resa en smula från grenen till fasta marken”, som är vald i samtliga fall.

En lång rad poeter (70 stycken) förekom färre än fyra gånger. Bland dessa kan personer som Anders Österling, Birger Sjöberg, Bo Bergman, Britt G. Hallkvist, Edith Södergran, Esaias Tegnér, Harry Martinsson, Hjalmar Gullberg, Joe Hill, Karin Boye, Magnus Uggla, Stellan Arvidsson, Stig Olin, Ted Gärdestad, Tage Danielsson, Bob Dylan, Mikael Wiehe och Göran Tunström nämnas.

Ändring över tid och tidning

Men kan man se några skillnader i tidningarna emellan och om det skett förändringar mellan september månad 1998 och samma månad 2017? Tabell 4 illustrerar tydligt både stabilitet och förändringar

Tabell 4. Olika typer av verser i respektive tidning 1998 och 2017. Procent.

Typ av vers	Tidning			
	DN 1998 N=754	DN 2017 N=519	JP+VN 1998 N=155	JP+VN 2017 N=152
Ingen	33,8	21,6	7,7	3,9
Allmänreligiös	6,5	7,3	6,5	11,2
Sekulär	52,0	64,0	59,4	68,4
Kristen	7,6	6,7	25,8	16,4
Ödet	0,1	0,4	0,6	0,0
Summa	100,0	100,0	100,0	99,9

I båda tidningskategorierna har antalet annonser som saknar vers minskat mellan åren 1998 och 2017. Andelen annonser som jag klassat som allmänreligiösa har inte förändrats i Dagens Nyheter, men nästan fördubblats i de två Smålandstidningarna. Annonser vars verser var sekulära har ökat i både Dagens Nyheter och i de två Smålandstidningarna, medan andelen verser med tydligt kristet innehåll var stabil i Dagens Nyheter men minskade markant i Jönköpingsposten och Värnamo Nyheter.

Extra vers/text

Ibland kan en vers eller en text följas av ytterligare en text. I det här studerade materialet fanns denna typ av text i 91 annonser. 73 av dessa hade en sekulär text, som till exempel ”Sov i ro”, ”För alltid i våra hjärtan”, ”Varför?”, ”Vi glömmer Dig aldrig”, ”Älskad-Saknad” och ”Gråt ej över min död Gläds åt att jag levat och varit glad”. Men även i dessa texter kan en poet citeras, nämligen Alf Henriksson: ”Ibland liksom hejdar sig tiden ett slag och någonting alldeles oväntat sker. Världen förändrar sig varje dag men ibland blir den aldrig densamma mer”.

I nio fall refererade denna typ av texter till kristendomen. Texter här var till exempel: ”Bred dina vida vingar Sv. Ps. 190”, ”Herren är min herde . . . Psalt. 23” och ”Jesus sade: . . . Joh. 11.25”. Ett ytterligare exempel var följande vers av Dan Andersson ”Jag skall gå genom tysta skogar genom hav av stjärnors ljus och vandra i vita nätter tills jag funnit min Faders hus. Jag ska klappa så sakta på porten där ingen mer går ut och jag skall sjunga av glädje som jag aldrig sjöng förut”. Till denna kategori har jag även fört den annons som, före information om begravning med mera, avslutades med en tecknad ängel. Av dessa nio annonser var endast en publicerad i Dagens Nyheter 1998, fyra var från Smålandstidningarna samma år och övriga fyra från sistnämnda tidningar år 2017.

Bland annonserna fanns också nio stycken vars extratext jag har klassat som allmänreligiös. Exempel på dessa är bland annat följande av Art Blakey ”Who knows . . . we’ll be playing Jazz and having a good time”. Ytterligare exempel är ”Vi ses i Nangijala”, ”Du har nu funnit ett välsignat land bortom horisontens rand Där får Du

all den kärlek som Du är värd Mamma, lycka till på Din färd!” och Viktor Rydbergs rader: ”Vad rätt du tänkt, vad du i kärlek vill, vad skönt du drömt, kan ej av tiden härjas”. Alla dessa allmänreligiösa texter fanns i Dagens Nyheter: åtta 1998 och en 2017.

Begravningen

I annonserna hittade jag 87 olika sätt som alla berättade om var och hur begravningen skall äga rum, eller att den redan har ägt rum.⁶ Dessa 87 varianter har jag sammanfört till de 17 kategorier som redovisas i tabell 5, vilken visar hur olika typer av begravning annonserats i de två tidningsgrupperna. I drygt två tredjedelar av annonserna informerades läsarna om att begravningen skulle äga rum i en kyrka eller i ett kapell. Förändringar var marginell i DN. Ökningen i Smålandstidningarna mellan 1998 och 2017 med åtta procentenheter beror antagligen på att annonsering om att begravningen ”sker i kretsen av de närmaste” har minskat med i stort sett samma procentenhet mellan de två undersökningsåren. För DN har denna information till läsarna istället ökat något. Att begravningen ”äger rum i stillhet” har minskat i DN. För smålandstidningarna är antalet sådana annonser få: tre 1998 och två 2017. Överhuvudtaget var annonser med annat innehåll än kyrka eller kapell alltför få i Smålandstidningarna för att vidare kommenteras, med följande två undantag: dels den kraftiga ökningen av att begravningen skulle avslutas i kyrkan eller kapellet, dels att 1998 innehöll 21 annonser (13,5 % av alla) information om att begravningen skulle ske i kyrka eller kapell med tillägget ”Kremation”.

Borgerlig begravning förekom enbart i Dagens Nyheters annonser (två 1998 och sex 2017). Akt med urna annonserades tre gånger i DN 2017 och en gång i Smålandstidningarna samma år. Här kan det dock vara värt att påpeka att akt med urna kanske döljs i vad som i tabellen benämns ”Minnesstund” (fyra i DN 1998 och 18 i samma tidning 2017) och också i kategorin ”Övrigt”. Exempel på det sistnämnda är: ”Minnesceremoni”, ”Minnesceremonin äger rum i . . . kapell”, ”Minnesceremoni arrangeras för de närmast sörjande” samt ”Minneshögtid i kapell”. Annonser som innehåller denna eller liknande information finns enbart i DN (fyra gånger 1998 och 18 gånger 2017).

⁶ Jag kommer inte att beakta datum för begravningen. Det hade i och för sig varit av intresse att också studera denna upplysning närmare, för att se om tiden mellan dödsfall och begravning har förändrats.

Tabell 5. Förändring i hur begravning annonseras i DN och JP+VN september 1998 och 2017. Procent.

Typ av begravning	Tidning			
	DN 1998 N = 754	DN 2017 N = 519	JP+VN 1998 N = 155	JP+VN 2017 N = 152
Kyrka/kapell	74,0	72,3	39,4	47,4
Sker i kretsen av de närmaste	5,2	9,1	18,7	9,9
Äger rum i stillhet	7,3	1,9	1,9	1,3
Avsked i kyrka	0,3	1,7	4,5	28,2
Har ägt rum i kretsen av de närmaste	2,3	3,9	1,9	3,9
Begravningen har ägt rum	3,5	1,3	3,9	0,7
Har ägt rum i stillhet	3,7	1,3	1,3	0,7
Inget	1,9	1,0	1,3	1,3
Minnesstund	0,5	3,5	0,0	0,0
Kyrka/kapell kremation	0,0	0,0	13,5	0,0
Avsked vid graven	0,1	0,0	3,9	5,9
Övrigt	0,4	1,2	1,3	0,0
Kyrka/kapell tyst farväl	0,1	0,0	5,2	0,0
Begravning utomlands	0,4	1,0	0,0	0,0
Borgerlig	0,3	1,2	0,0	0,0
Tyst farväl/avslut vid graven	0,0	0,0	3,2	0,0
Akt med urna	0,0	0,6	0,0	0,7
Summa	100,0	100,0	100,0	100,0

Men vilka är det vars begravning inte annonseras med form och plats? Totalt rör det sig om 23 personer, och av dessa annonserade DN 14 stycke 1998 och DN 2017 innehöll fem sådana annonser. De övriga fyra var jämt fördelade under de båda septembermånaderna i Smålandstidningarna. 14 av annonserna var för män och resten för kvinnor. Den yngsta var 22 år och den äldsta 96 år. I sex av dessa annonser fanns ett kors, fyra saknade symboler, övriga var blåklint, flygande duva med olivkvist i näbbet, havsörn med byte, tre flygande fåglar i solnedgång (2 st.), två flygande svalor, sovande katt, ankare, fiol, hjärta format av blommor (2 st.), segelbåt med tre flygande fåglar, hjärta format av klockblommor samt tecknad glad kvinna. Intressantare än det nyssnämnda är att en av dem var införd av begravningsbyrå, fyra av arbetskamrater och vänner, en av "Gullan och Robert", åtta av "Efterlevande" och 2 av "Efterlevande och vänner".

Gravsättning

I annonserna framgår det ibland hur begravningen av stoftet eller aska skall äga rum. I sex fall nämndes om urna, varav ett fall till havs och ett utomlands. I 73 handlade det om jordbegravning. Enligt annonserna i DN var detta ovanligt både år 1998 (4 st.) och 2017 (5 st.). Däremot var det vanligare i Smålandstidningarna, men där minskade antalet annonser som uppgav jordbegravning från 41 st. år 1998 till 23 st. år 2017.

Minnesstund

I samband med begravningar inbjuds ofta deltagare till en minnesstund.⁷ Fem annonser i DN 1998 saknade information om detta. I tabell 6 framgår det att annonsering om denna sammankomst inte förändrats i Smålandstidningarna, där hälften av annonserna innehöll denna information de båda septembermånaderna. Däremot har det blivit mycket vanligare att man i DN:s annonser meddelade att deltagarna vid begravning var välkomna till en minnesstund över den avlidna.

Tabell 6. Hur minnesstund annonseras i DN och JP+VN september 1998 och 2017. Procent.

Minnesstund	Tidning			
	DN 1998 N = 749	DN 2017 N = 519	JP+VN 1998 N = 155	JP+VN 2017 N = 152
Nej	58	35	47	49
Ja	42	65	53	51
Summa	100	100	100	100

Ett par annonser hade ytterligare information. I DN, både 1998 och 2017, fanns en annons som meddelade att hemmet var platsen för minnesstunden. 2017 hade DN åtta annonser som meddelade att minnesstunden enbart var avsedd för de närmaste eller för familjen. Samma år fanns en annons i samma tidning att minnesstunden skulle ske i form av knytkalas. I september 2017 innehöll DN två annonser där den ena informerade om att "Urnsättning med minnesstund hålls vid senare tillfälle", och den andra att minnesstunden skulle ske "senare". I Smålandstidningarna fanns inga annonser med denna typ av information.

Vädjan

Dödsannonser innehåller ofta orden "Istället för blommor tänk på . . ." vilket jag kallar för vädjan. I annonserna hittade jag 203 olika inrättningar eller välgörenhetsfonder som annonsörerna bad om pengar till. Dessa har jag sammanfört till följande 10 kategorier:

⁷ För mer om hur dessa kan utformas, se Davidsson-Bremborg, A. "Mat och minne. En studie av samlingar efter begravning" i *Kring begravningar i nutid. Tre studier*. (Red Curt Dahlgren & Göran Gustafsson). Lund Studies in Sociology of Religion Volume 6. Lunds Universitet 2006. s 57-84.

- Annonser i vilka det önskas bidrag till kristna organisationer och deras verksamhet som till exempel Frälsningsarmén, pingstförsamlingar, Stadsmissionen, religiösa organisationers katastrof- och u-hjälp samt deras yttre mission till vilka jag räknar Diakonia, Caritas, Erikshjälpen, Lutherhjälpen, med flera.
- Annonser i vilka det vädjas om bidrag till specifika enskilda fonder för forskning om sjukdomar som till exempel Alzheimerfonden, Barncancerfonden, Cancerfonden, Njurfonden, med flera.
- Annonser med vädjan till flera fonder för forskning om sjukdomar: Alzheimer- eller Demensfonden, Cancer- och Allergifonden, Cancerfonden eller Hjärt-Lungfonden med flera.
- Annonser i vilka det önskas bidrag till en eller flera fonder eller verksamheter där en kan vara en fond för forskning om sjukdomar som till exempel Alzheimerfonden och annat kan vara till exempel Sjöräddningssällskapet, hundstallet.se med flera.
- Annonser med vädjan om medel till andra internationella hjälporganisationer än kyrkliga, som till exempel Amnesty International, Läkare utan gränser, med flera.
- Annonser som innehåller önskemål om pengar till fonder och verksamheter som riktar sig till barn. Exempel här är Rädda barnen, SOS Barnbyar med flera.
- Annonser med vädjan om medel till olika föreningar för sjuka, eller anhöriga till sjuka som till exempel Svenska Diabetesföreningen, Hjärt- och lungsjukas förening i Sundsvall med flera.
- Annonser som innehåller önskemål om pengar till olika föreningar och verksamheter som rör naturen som till exempel Greenpeace, Svenska Naturskyddsföreningen med flera.
- Annonser i vilka det önskas bidrag till olika typer av kulturell verksamhet som till exempel Beridna högvakten, Borgvalls minnesfond för segelfartyg: Constantia, hembygdsföreningar, Föreningen Norby Soldattorp med flera.
- En restkategori för övrigt, som till exempel Clowner utan gränser, Gåvor förmedlas via begravningsbyrå, KFUM, Kvinnoprojektet i Addis Abeba, med flera.

Anhörigas eller den dödas önskan om att den avlidnas vänner och bekanta ska skänka pengar till olika välgörande ändamål har ökat markant mellan de två undersökningsåren, vilket framgår av raden ”Saknas” i tabell 7. Minskningen i annonser som saknar det jag kallar för Väddjan är drygt 21 procentenheter i DN:s annonser. I Smålandstidningarna är minskningen inte lika kraftig, men likväl tydlig med 14 procentenheter. Den kategori av väddjanden som ökade mest var den som jag betecknat ”Specifika enskilda fonder för forskning om sjukdomar”.

Tabell 7. Förändring i vad annonsörer vill att vänner och bekanta skulle ge pengar till enligt DN:s och JP+VN:s dödsannonser i september 1998 och 2017. Procent

Bidrag till:	Tidning			
	DN 1998 N = 754	DN 2017 N = 518	JP+VN 1998 N = 155	JP+VN 2017 N = 152
Kristna organisationer och deras verksamhet	1,2	2,3	23,2	9,9
Specifika enskilda fonder för forskning om sjukdomar	14,3	24,3	14,8	32,2
Flera fonder för forskning om sjukdomar	0,8	1,0	0,0	0,7
En eller flera fonder eller verksamheter där en kan vara en fond för forskning om sjukdomar och annan fond något helt annat	0,9	3,3	1,3	2,6
Andra internationella hjälporganisationer än kyrkliga	1,6	4,2	2,6	6,6
Fonder och verksamheter som riktar sig till barn	1,5	1,7	0,6	2,6
Föreningar för sjuka, eller anhöriga till sjuka	0,7	1,5	3,2	0,7
Naturföreningar	0,7	2,1	0,0	0,0
Kultur	1,2	1,5	0,0	2,0
Övriga	0,8	2,5	1,9	4,6
Saknas	76,4	55,5	52,3	38,2
Summa	100,1	99,9	99,9	100,1

För DN:s del ökade den från 14,3 % (1998) till 24,3 % (2017). I Smålandstidningarna var ökningen något större, nämligen från 14,8 % (1998) till 32,3 % (2017). Denna ökning i Smålandstidningarna tycks ha skett på bekostnad av annonser vari önskades medel till ”Kristna organisationer och deras verksamhet”, eftersom denna typ av vädjande har sjunkit med dryga 13 procentenheter mellan 1998 och 2017. Övriga förändringar handlar om alltför få annonser för att det ska vara idé att närmare kommentera dem.

Titel

Förr, när tidningarna började publicera dödsannonser, var det vanligt att den avlidnas yrke angavs.⁸ Totalt förekom detta enbart i 11 annonser bland de 1580 som materialet omfattar. Titlar som uppgavs var arkitekt, elektroingenjör, f.d. länsarbetsdirektör, filosofie doktor, filmchef, frälsningsofficer, greve, jur. kand., pol. mag. samt sjökaptän. Dessa 11 titlar förekom enbart i Dagens Nyheter.

⁸ Dahlgren, C. (2000) s 13 f.

Kläder

I dödsannonserna kan man också hitta information om hur anhörig, eller den avlidna, vill att begravningsgästerna skall vara klädda. För DN:s del fördubblades detta önskemål från sju procent 1998 till 14 % 2017. I Smålandstidningarna var det ingen skillnad åren emellan. Båda åren återfanns önskemål om kläder enbart i sju procent av dessa tidningars dödsannonser. Det vanligaste var att annonserna innehöll orden ”Valfri klädsel”, ett önskemål som mer än fördubblades i DN:s annonser från fem procent 1998 till 12 % 2017. För Smålandstidningarna kunde jag snarare konstatera en svag minskning: från sju procent 1998 till fem procent 2017. Men i annonserna fanns även önskemål om ”Ljus klädsel”, totalt endast 20 stycken varav 17 i DN. Två övriga kan nämnas ”Kom som du är” samt ”Kavaj”.

Övrigt

Ett inslag i dödsannonserna som bara förekom en gång 1998, och då i Jönköpingsposten, var att läsaren kunde gå in på ”Minnessida Fonus.se” för att få mer information. För Smålandstidningarnas del fanns denna information 12 gånger 2017. För DN:s del fanns ingen sådan information 1998, men 2017 hittade jag den i 86 annonser.

Ett liknande inslag, som inte fanns i någon av tidningarnas dödsannonser 1998 var formuleringen ”Tänd ett ljus för N.N” med information om vilken begravningsbyrå man skulle gå till via Internet. I annonserna från 2017 fanns den i fyra annonser i DN och i 11 i Smålandstidningarna.

Andra meddelanden, ett fåtal, i dödsannonstexterna var till exempel ”Vänligen, blommor till hemmet undanbedes”, ”Vi hoppas förståelse finns för att begravningen är öppen för dem som kände N personligen”, ”Minnesstund i hemmet” och ”Ingen begravning. Askan spridd över minneslunden på . . .”. I en annons var versen författad av den avlidna och i en annan av nära anhörig. I två annonser undanbad man sig defilerings. Versen i en annons var en tydlig beskrivning av den avlidnas personlighet. Endast i två fall förekom det att samma person fick två annonser. Det var vanligare med tvåspaltiga annonser i Dagens Nyheter än i Smålandstidningarna. 1998 förekom detta 2 gånger i DN, men ingen i Smålandstidningarna. 2017 fanns det 34 tvåspaltiga annonser i Dagen Nyheter medan Smålandstidningarna enbart innehöll två sådana detta år.

Sammanfattning

Materialet uppvisar både förändring och, inte oväntat, skillnader mellan Dagens Nyheter och Smålandstidningarna. Kungörelserna i Smålandstidningarna hade i högre grad ett kristet innehåll än DN:s annonser. Annonser där kungörelsen enbart bestod av den avlidnas namn var sällsynta i Smålandstidningarna, medan de minskade i andel i DN. Korsen var betydligt fler i Smålandstidningarna än i DN, men de minskade, men deras andel minskade i båda tidningskategorierna och då mest i JP+VN. En symbolgrupp som ökade i både DN och Smålandstidningarna var de som visade på yrke eller hobby, medan annonser med duva/duvor minskade i båda tidningskategorierna. Vid

granskning av annonserna visade det sig att kvinnor i högre grad än män hade en symbol från kategorin ”blommor”, medan det var vanligare att män fick fåglar, båtar samt symboler från kategorin ”Yrke/hobby”. Här kan också nämnas att korset var vanligast i den äldsta åldersgruppen. Korsets närvaro i dödsannonserna minskade både i DN och, framförallt, i JP+VN. Både i DN och de två Smålandstidningarna minskade antalet annonser i vilka en kristen församling nämndes bland de sörjande.

Förändringar har också iakttagits när det gäller de verser som finns i dödsannonserna. Antalet annonser som saknar vers har minskat i de två tidningskategorierna. Allmänreligiösa verser var vanligare i Smålandstidningarna 2017 jämfört med 1998, medan verser med kristet innehåll minskade markant i dessa två tidningar. Likaså har andelen annonser som meddelar att begravningen ”sker i kretsen av de närmaste”, ”har ägt rum i kretsen av de närmaste” eller att ”begravningen har ägt rum” ökat marginellt i DN, medan de minskat markant i JP+VN, vilket kan tyda på att privatiseringen av döden minskar åtminstone i ”Sveriges Jerusalem”. Intressant är också att man i JP:s+VN:s dödsannonser 1998 ansåg sig behöva meddela att den avlidna skulle kremeras, en information som inte fanns i annonserna från 2017. I dessa tidningar minskade också information om att den döda skulle jordbegravas. Förekomsten av inbjudan till minnesstund efter begravningen tycks inte ha förändrats enligt Smålandstidningarnas dödsannonser. Däremot ökade dessa i Dagens Nyheter:s annonser.

I både DN:s och de två Smålandstidningarnas annonser ökade annonsörernas önskemål om medel till främst specificerade fonder för forskning kring sjukdomar, medan vädjan om pengar till kristna organisationer minskade i Smålandstidningarna. Tack riktade till personal på vårdinrättningar ökade också och då mest i JP+VN. Hur de efterlevande önskade att begravningsgästerna skulle vara klädda ökade i DN:s annonser, men inte i Smålandstidningarna. Vanligast är ”valfri klädsel” och ”ljus klädsel”.

Ett inslag i dödsannonserna som förkom i minimal utsträckning 1998 (en gång i Jönköpingsposten) var hänvisning till ”MinnessidaFonus.se”. Denna information, liksom ”Tänd ett ljus för N.N.” ökade både i DN och Smålandstidningarna, visar tydligt att även Internet har blivit ett verktyg i begravningsvärlden.

Varför studera dödsannonser?

Bland Berndt Gustafssons efterlämnade papper har jag hittat för mig tidigare okända sidor med titeln *Hur Gud försvann ur dödsannonserna. Forskningsprogram* från 1969. I detta program pekar han på att ”dödsannonserna har alltid haft en strikt formell karaktär, och detta material speglar därför tämligen väl den socio-kulturella miljön och dess förändringar”.⁹ Att dödsannonserna har en ”formell karaktär” visas av att de har sin egen plats i tidningarna, de ser ut på ett speciellt sätt med svart ram och de har ett specifikt innehåll som är strukturerat efter bestämd mall. Ovan har jag visat på ”so-

⁹ Gustafsson, B. (1969) s 3.

cio-kulturella” skillnader mellan två regioner i Sverige, men också att det skett förändringar i dessa regioners dödsannonser såsom de speglas i de två tidningskategorierna¹⁰.

En stor förändring kom under andra halvan av 1970-talet. Fram till dess var korset¹¹ den totalt dominerande symbolen. 1976 var Länstidningen i Östersund först med att införa en ros i en dödsannons, men det lossnade först när Dagens Nyheter införde en blåsippa nyårsafton 1977. Symbolernas antal har växt, från blommor till golfklubbor, ånglok, symaskin, tennisracket med flera. Tidigare har jag betraktat detta som ett uttryck för den trend mot individualism som Västvärlden och då också Sverige genomgått. I viss mening är detta korrekt, eftersom de alternativa symbolernas inträde i dödsannonserna bröt mot korsets rådande kollektivism, det vill säga i stort sett alla döda skulle ha samma symbol i sin dödsannons.

Men jag vill istället argumentera för att i dagens Sverige är det många gånger personen som lyfts fram. I TV-program som Idol, Min sanning och Skavlans pratshow är det den uppträdande personen eller den intervjuades *personlighet* som lyfts fram. Samma fenomen hittar vi enligt min mening i dödsannonserna och då framför allt är det symbolerna som visar på vad personen var intresserad av, det vill säga annonsören vill med symbolen säga något om den avlidna personen. Därmed menar jag att studiet av dödsannonsers förändring kan ses som både en indikator på övrig samhälllig förändring och dess konsekvens, det vill säga personalisering.

Referenser

- Dahlgren, C. (2000). *När döden skiljer oss åt. Anonymitet och individualisering i dödsannonser 1945–1999*. Databokförlaget AB, Stockholm.
- Davidsson-Bremborg, A. (2006). ”Mat och minne. En studie av samlingar efter begravning”. I *Kring begravningar i nutid. Tre studier*. Dahlgren, C, & Gustafsson, G.(red.) Lund Studies in Sociology of Religion Volume 6. Lunds Universitet.
- Gustafsson, B. (1969). *Hur Gud försvann ur dödsannonserna*. Forskningsprogram. Öpublicerat. Religionssociologiska Institutet. Stockholm.
- Gustafsson, G. (2000). *Tro, samfund och samhälle. Sociologiska perspektiv*. Bokförlaget Libris Örebro.
- Thurfjell, D. (2016). *Det gudlösa folket. De postkristna svenskarna och religionen*. Stockholm: Molin & Sorgenfrei.

¹⁰ Jag är medveten om att Dagens Nyheter inte bara är en Stockholmstidning. Tidningen har också riksspridning, vilken märks även i dödsannonserna på så sätt att dödsfall från andra orter än Stockholm annonseras i tidningen, något som jag inte beaktat i denna undersökning.

¹¹ En och annan ordenssymbol samt symboler för andra religioner än den kristna förekom givetvis.