

Helsingfors förorter, Kallio, där det finns en koncentration av unga vuxna.

Det urbana livet präglas enligt författarna av kritiskt ifrågasättande. Bl.a. ifrågasätts den traditionella religionen och dess institutioner. Kyrkan uppfattas som bakåtsträvande, dogmatisk och konservativ. Snarare än att vara utpräglat negativa till kyrkan uppvisar de flesta respondenterna likgiltighet inför kyrkan som institution. Kyrkan spelar helt enkelt ingen roll för det egna livsprojektet eller andligheten, visar undersökningen.

Det finns enligt författarna en skillnad mellan religion och andlighet i den här gruppen. Religion förknippas med det officiella och institutionella medan andlighet förknippas med det äkta och det som hjälper den enskilde att välja i olika livssituationer. Det verkar som om den andliga livshållningen stämmer väl överens med det urbana livet, menar författarna. Andligheten anses komma inifrån medan religionen kommer utifrån. De personer som i undersökningen håller fast vid en religiös övertygelse har tillgodogjort sig den under sin uppväxt. Den andliga livshållningen är däremot inte beroende av uppväxtförhållanden utan kan mycket väl ha tillkommit utan att den fått stöd från tidiga år. Det faktum att en stor grupp lämnar kyrkan trots stöd från uppväxten kan delvis förklaras, menar författarna, av att dessa människor drar slutsatser med bakgrund i de egna hållningarna och värderingarna istället för i en övertagen tradition. Dessa har ju också vuxit upp i en teknologisk och konsumtionsinriktad kultur. Kyrkan blir i denna kultur betraktad som en vara att välja eller vraka beroende på hur den främjar den enskilda livshållningen.

Boken är intressant eftersom den bekräftar mycket av det som många i kyrkan anar men kanske inte satt ord på. Den ger en bredare och djupare förståelse för den föränderliga situation som religiösa samfund befinner sig i. Undersökningen ligger väl i linje med den forskning som börjar ske både inom de teologiska disciplinerna och inom samhällsvetenskaperna. Den gör inte de stora och nydanande upptäckterna men den förtydligar bilden av unga vuxnas förhållande till samfund och religion i allmänhet. Bilden som framträder verkar vara likartad i de skandinaviska länderna trots historiska skillnader.

Bokens största förtjänst är den grundläggande hållning som författarna arbetar utifrån. De unga vuxna antas inte ha en helt ny uppsättning ideal utan förändringarna beskrivs istället som en ny attityd till livet. Det är alldeles för lätt att betona skillnader mellan generationer, i varje fall i mer populärvetenskaplig litteratur. Samtidigt går det inte att bortse från att den nya teknologin och de nya konsumtionsmöjligheterna förändrar vardagliga livsmönster och därmed också värderingar och attityder. Författarna lyckas visa hur

dessa nya attityder påverkar de unga vuxnas hållning till kyrkan.

Det jag frågar mig är hur deras uppdelning mellan religiositet och andlighet fungerar i nästa led. Jag är medveten om att det är så respondenterna uttryckt sig och ser på livet. Men samtidigt är det problematiskt att dra begreppsliga slutsatser utifrån empiriska resultat. När det andliga och det religiösa frikopplas från varandra, vad händer då med andligheten i kyrkans liv? När respondenterna ger uttryck för sin andlighet framstår det för mig som om det handlar om vanligt självförverkligande — andligt är allt det som ger mening åt den enskilda personens liv. Är då även sport eller trädgårdsodling en form av andlighet? I förlängningen innebär detta en begreppslig uttunning som riskerar att förpassa religionen från det offentliga rummet. Men det är inte alls självklart att religionen spelar roll blott inom de privata värderingarnas sfär.

Fredrik Wenell

Aram I, Catholicos of Cilicia: *For a Church Beyond its Walls*. 339 sid. *Armenian Catholicosate of Cilicia, Antelias, Lebanon 2007*.

Det är som att ta steget in på en ekumenisk konferens att öppna den här boken: man översköljs av röster under vandringen mellan föredrag, där t.o.m. en nybörjare snart känner igen diskursen i de termer som återkommer, även när det är oklart vad dessa termer egentligen innebär: globalisering, sekularism och *Mis-sio Dei*. Men som flera säkert känner igen är det inte bara innehållet i appellerna som avgör vem man orkar lyssna på den tredje konferensdagen, utan också engagemanget, retoriken och personen som talar. I den här boken spelar den som talar roll, eftersom han var ordförande i Kyrkornas världsråd mellan 1991 och 2006 och har haft stort inflytande för världsekumeniken i en tid som betecknats som krisartad. Det handlar om Hans Helighet Aram I, en av den armeniska kyrkans två högsta ledare (dock skilda i rang), *katholikos* över Kilikien, med säte i Antelias, en förstad till Beirut. Konferenssupplevelsen bekräftas av att boken är en samling av rapporter och föredrag, bl.a. ifrån Kyrkornas Världsråds två senaste generalförsamlingar i Harare, 1998, och Porto Alegre, 2006.

Det kan låta ovant när denne (orientalistiskt) ortodoxe potentat tar ord som globalisering och pluralism i sin mun, men Aram I gör det ofta och världsvant. Det är kanske inte konstigt när man tänker på att han lever i en kyrka, som på gott och ont har haft tät kontakt med västerlandet under flera sekler, och som nu är spridd över världen. Till detta kommer hans egen historia

som sin kyrkas ekumeniska representant sedan början av 70-talet, något som fick sitt utlopp i den avhandling han skrev vid Fordham University i USA på 80-talet. Den handlade om det ekumeniska samarbetet som en *Conciliar Fellowship*. Redan i titeln uttrycks konvergensen mellan en ortodox kyrkosyn och en i grunden positiv inställning till ekumeniken.

Frågan om kyrkans *esse* följer artiklarna i boken som det grundläggande temat. Men när Aram ska beskriva denna identitet, detta vara, vänder han på det och talar om att *vara kyrka*, «being Church». Han kritiserar ekumeniken för att ha blivit ecklesiocentrisk och vill istället förankra identiteten i uppgiften, vilket han uttrycker på det korta och kärnfulla sätt som präglar artiklarna: «the church has no mission, it is mission». Det är här de ovan nämnda samtidsbeskrivningarna kommer in som en integrerad del av den teologiska grundsynen och ett kapitel heter t.o.m. *The Church: God's Globalisation in Christ!* I den ecklesiologi som Aram presenterar är samtidsanalysen en integrerad del, även om den måste kompletteras med det som kunde kallas framtidsanalysen. Det som kyrkorna idag framför allt förlorat, menar han, är vyn från framtiden, eskatologin, som riktar kyrkan mot den vision och den framtid som gudsriket utgör — och som ger ett nödvändigt perspektiv på visionens arbetsredskap, den kyrkliga institutionen. Enligt Aram behövs det eskatologiska synsättet i en tid när både ekumenik och kyrkor (även de protestantiska!) har institutionaliserats allt mer.

Denna framtidstro ljuder genom artiklarna och har en kritisk potential som riktar sig mot både protestantiskt och ortodox håll. Som en respons till dem som menade att den senaste generalförsamlingen för Kyrkornas Världsråd i Porto Alegre skulle bli den sista, en epilog, svarar han det motsatta: den är prologen. Med det menar han att konsensusstanken för beslut, som tillämpades där, kan bli den väg som får de ortodoxa kyrkorna att bli delaktiga på djupet och inte bara som en intressegrupp bland andra, vars åsikter redan är klara från början.

Till den fördjupade dialogen vill Aram bjuda flera andra och nämner inte bara den romersk-katolska kyrkan utan även nya kristna rörelser, som ännu inte tagit institutionell form — och de andra religionerna. En av de hjärtefrågor som en kyrkoledare i Mellanöstern inte kan komma ifrån och som återkommer i flera artiklar är relationen till andra religioner och framför allt till islam. Han varnar västerlandets representanter för att underskatta den roll som religionen kan få i samhället, om den inbjuds att bli delaktig i samtalet. Själv gör han sitt bästa för att bidra i anföranden som står under rubriker om mångfald och försoning, och han försöker i mötet med världssamfundets ledare att inte avgränsa de egna intressena från andras nöd; i samma andetag

som han söker erkännande för folkmordet mot armenierna beskriver han folkmorden i Rwanda och Darfur.

Sammanfattat kan det ibland bli tröttande på konferensens tredje dag, när ord och tankar återkommer ännu en gång, bara uppställda på ett annat sätt. Samtalsämnen, ja, ibland t.o.m. ordvalen, verkar lånade från den större diskursen och det kan vara svårt att höra vad bidraget vill säga. Men i detta fall är det en så engagerad röst som för ordet att det går lätt att lyssna; en van ordförande, som modererar de många spänningsfyllda rösterna i den stora kören till en samklang, och som gör det med en djup ortodox baston.

Andreas Westergren

Mara Einstein: *Brands of Faith — Marketing Religion in a Commercial Age*. 241 sid. Routledge, London & New York 2008.

Mara Einstein, professor i ekonomi vid New Yorks universitet, framhäver i sin nya bok att religiös marknadsföring är oundviklig. I Einsteins omvärld kommer medborgarna i kontakt med olika former av media (TV, radio och Internet) i genomsnitt 11,7 timmar per dygn och under den tiden ser de ungefär 200 reklamfilmer och möter 3000 reklambudskap. För att synas i denna verklighet måste religiösa företrädare också framföra sitt budskap enligt de ramar som modern marknadsföring erbjuder. Einstein menar att detta medför att presentationen av ett religiöst budskap behöver uttryckas som ett märke (brand). Ett märke förstås som summan av en produkts attribut, såsom namn, paketering, pris, historia, rykte och marknadsföringssätt. Ett märkes främsta kännetecken är ofta en stiliserad ikon tillsammans med en kort slogan. Ett känt exempel är snabbmatskedjan McDonalds gula M följt av jingeln «I'm loving it».

I boken *Brands of Faith — Marketing Religion in a Commercial Age* diskuterar Mara Einstein hur marknadsföring appliceras på religiösa budskap och vad det får för konsekvenser. Genom hela boken löper frågan om religiösa budskap bör kommersialiseras som en röd tråd. Einstein analyserar populära produkter såsom bokserierna *Left Behind* och *Chicken Soup for the Soul* vilka ursprungligen har rötter i ett kristet budskap. Med utgångspunkt i ett brett empiriskt material tecknar Einstein en detaljerad bild av hur produkterna togs fram och marknadsförs. Samtidigt ställer Einstein sig frågande inför vad som händer med budskapet i denna typ av kommersialisering då hon frågar sig: Hur mycket andlighet är det kvar i en *Left Behind* t-shirt?