

McMindfulness. Buddhisme er ikke bare livsfilosofi og spiritualitet, det er også en enorm forretning. Det gælder blandt andet i Japan, hvor især døden er *big business*, og hvor nye kræfter truer religionens økonomiske fundament.

Buddhisme på markedsvilkår

Af JØRN BORUP

Lektor ved Afdeling for Religionsvidenskab
Aarhus Universitet

Buddhismen startede som en asketisk klosterbevægelse, hvor munkene fulgte Buddhas vej mod forløsning ved meditation, etik og lærdom. Derfor har buddhismen, ikke mindst i Vesten, været opfattet som en »verdensfornægtende« religion, fokuseret på livsfilosofi og meditationbaseret spiritualitet.

Men buddhismen er også *big business*. I Kina bugner antikmarkeder af gamle Buddhafigurer, mens templer nyder godt af indtægterne fra den nye turisme. Kinesiske milliardærer køber livsindsigt og god karma hos tibetanske lamaer, der til gengæld modtager konvolutter med kontanter og overdådige gaver, såsom dyre SUV-biler og hele landområder. I Thailand er salg af amuletter en betragtelig industri, for en god buddhist optjener god fortjeneste ved at have Buddha hængende om halsen, og donationer til bygning af templer og pagoder er en helt naturlig del af buddhistisk økonomi, som selv det jernhårde militærpersonel i Myanmar har tyet til for at afbalancere den fæle undertrykkelse med håb om hinsidig fortjeneste.

Også i Vesten er buddhismen en stor forretning. »McMindfulness« kalder kritikerne kommercialiseringen af den oprindeligt klosterbuddhistiske meditationsteknik, der i 2015 alene i USA omsatte for 984 millioner dollars og således, sammen med den anseelige yogaforretning, er del af en industri, der profiterer på østlige traditioners popularitet i Vesten.

Man kan vælge, hvad mange buddhister da også gør, at se forretningen som udtryk for forfald, udnyttelse eller misforståelse af religionens autentiske væsen. Men man kan også anskue buddhismen som en helt almindelig religion, der altid har nærret sig ved materielle transaktioner.

Det har været nærmest tabuiseret at tale om de materielle og økonomiske aspekter af bevægelsen, men i de sidste år er der sket en generel materiel vending inden for studiet af religion. Fremfor at se på bygninger, billeder, ritualer eller kropslige erfaringer som noget ydre, der peger hen mod læren og troen som »det egentlige«, bliver materielle udtryk i dag undersøgt som helt centrale for religionens væsen.

I den optik er økonomi, handel og værditransaktioner således en væsentlig del af buddhismens univers. Religionens vandring har altid været koblet sammen med handel, og langs Silkevejen har munke, pilgrimme og handelsmænd udvekslet varer og services på markedspladser. Ligesom kristne klostre i Middelalderens Europa, har buddhistklostre og tempelpladser været med til at sætte de økonomiske og historiske hjul i gang i Asien,



I Kyoto kan rige rejsende nu overnatte i hidtil lukkede buddhist-templer. Her viser en munk rundt i en privat suite i Daijin-templet, som for nylig slog dørene op for turister. FOTO: SCANPIX

ganske som den gør det i dag. Den franske antropolog Lionel Obadia taler ligefrem om et nyt paradigme inden for buddhisme-forskningen med fokus på økonomi. Det danske forskningsprojekt *Buddhism, business and believers* har, under ledelse af lektor Trine Brox på KU, givet sig i kast med at undersøge dette felt, og undertegnede bidrager hertil med forskning i japansk buddhisme.

I Kyotos gader går japanske zen-munke iklædt stråhat, sandaler og blå rober stadig rundt på almisseindsamling. Man bukker, lægger penge i stofposen og får god karma med på vejen, og for de interesserede er der buddhistisk lærdom på det lokale tempel. Det er del af munkenes klosteruddannelse at lære kunsten at modtage, for ligesom deres kolleger i Thailand og Indien er gaveudveksling kernen i buddhistisk værdiudveksling. Munke modtager materielle goder til gengæld for belæring (dharma) og opsparet fortjeneste (karma). Gaver kaldes ikke betaling, men iklædes en religiøs sprogbrug som investering for livet, der for en buddhist går mange reinkarnationer ud i fremtiden.

Gavens merværdi (god karma eller frelse) kan derfor kun delvist tilbagebetales med ussel mammon og en forpligtende gæld af taknemmelighed. En sådan er også grundlaget for den egentlige økonomi for buddhistpræsten, der efter klosterophold ernærer sig ved eget tempel, uden nogen form for statsstøtte. Dem, der er så heldige at have et af de prestigefyldte pilgrims- eller »turisme«-templer, tjener godt på indtægterne herfra, der også af skattemæssige årsager kaldes »donation«. Andre lejer tempelgrund ud til parkeringspladser, hotel- eller kursusvirksomhed, som når nyansatte bliver sendt i zen-tempel for at lære meditation og disciplin.

HOVEDINDTÆGTEN er for de fleste de rituelle services, præsterne udbyder i forbindelse med døden. »Bisættelsesbuddhisme« kaldes buddhismen ofte i Japan, for de fleste forbinder buddhisme med døden og templerne med bisættelser og mindeceremonier for de døde. Nogle tjener godt på denne virksomhed, og især på Hiei-bjerget uden for Kyoto har nogle af de velhavende Buddhas tjenere fået tilnavnet »Mercedes-præster«.

Døden er dyr i Japan og bidrager til bruttonationalproduktet med næsten 100 milliarder kroner om året i Japan, og med et boom i bisættelser de næste par årtier er indtægten godt sikret for mange. Det gælder også for bedemændene og producenterne af gravstene, kister og Buddha-altre, og for dem, der specialiserer sig i ceremonier og gravpladser for dyr og aborterede fostre.

Men der er også kommet flere udbydere på markedet. Katastrofen med tsunami og jordskælv i 2011 samt en aldrende befolkning har sat gang i et decideret dødsinformationsboom. Man kan nu også komme på messer med alskens bisættelsesrelateret udstyr, og med mulighed for selv at opleve, hvordan det er at ligge i en kiste. Bedemandsfirmaer, der sælger hele pakken online og med konkrete priser med eller uden buddhistpræsters medvirken, er blevet en selvstændig industri, anslået til 30 milliarder kroner om året. Selv stormagasin-kæden Aeon, Yahoo Japan og Amazon.com er på markedet med tilbud om billigere og simple bisættelsespakker.

En sådan konkurrence udfordrer den japanske buddhismes fundament, der er baseret på ritualer og hele industrien omkring døden. Værre endnu er det, at bisættelsesboommet rammer tilbage som en boomerang: En aldrende befolkning, mange års alt for lave fødselsrater, en generel affolkning i landområderne og almen sekularisering betyder også døden for mange buddhisttempler. Det er ikke umuligt, at 27.000 af landets 77.000 templer vil lukke i løbet af de næste 25 år, og buddhismen selv, spår kritiske røster, vil dø en langsom død.

EN anden ydre trussel er de mange nye religioner, der efter Anden Verdenskrig har kapret kunder. De fleste er lægbuddhistiske grupper uden præster og templer, men med karismatiske ledere og centre spredt strategisk ud over hele landet. Flere af disse vælter sig i penge og opfattes af andre buddhistgrupper som uetiske pengemaskiner. Den kendteste, Soka Gakkai, er foruden at være verdens største lægbuddhistiske organisation også en af Japans rigeste. Alene bygningen af det nye hovedcenter i Tokyo kostede en milliard kroner. Pengene kommer fra de 10 millioner stærkt dedikerede medlemmer, for hvem le-

deren Daisaku Ikedas mange bøger er guider til selv at få et lykkeligt og rigt liv. Det får man også, siges det, ved at recitere hellige ord (»namu myoho rengekyo«) foran et alter med en skriferulle med samme tekst. Mange skriver antal recitationer ned i optællingsbøger, hvor konkrete ønsker kan oplistes som mål for egen selvoptimering. Verdensfred og et langt liv, men også lønforhøjelse og rigdom er helt legitime mål at chante sig til.

Meriteringsprincippet ser ud til at virke: Denne missionerende »fremgangsbuddhisme« har ledt en efterkrigs-generation af fattige og dårligt uddannede til at få del i både økonomiske og kulturelle ressourcer. I dag uddanner »soka-børnene« sig på Soka Gakkai-skoler og -universitet, stemmer på organisationens politiske parti (som nu er i koalitionsregering) og får dækket deres »post-materielle« behov i organisationens egne museer og kulturcentre. Investering af penge, engagement, mission og frivilligt arbejde cirkulerer og returneres som både social, kulturel og religiøs kapital.

Den »levende Buddha og 21. århundredes frelser« Ryuho Okawa er en anden karismatisk leder for en pengestærk nyreligiøs gruppe, Kofuku no Kagaku, eller som de kalder sig på engelsk, »Happy Science«. Okawa, som blander buddhisme med græsk mytologi og science fiction og kommunikerer med skytsånder tilhørende Jesus, Muhammed, Gandhi, Margaret Thatcher og Donald Trump, har tjent mange milliarder som forfatter til 2400 bøger. Hans baggrund som forretningsmand er da også en rollemodel for den halve million medlemmer, der køber hans bøger med titler som *Velstandstænkning* og *Velstandsfilosofi*, tager på kurser i meditation og management eller køber amuletter og ønskeplader til opnåelse af egen materiel succes eller lykke.

Buddhismens rolle i Japan som kulturreligion er ikke længere uantastelig. Mange af landets hundredvis af gamle, buddhistiske skoler kæmper med at vænne sig til den udfordrende blanding af sekularisering og markedsvilkår, som de nye grupper håndterer mere brugervenligt – ganske som forskere inden for studiet af denne »verdensfornægtende religion« er blevet bedre til at fokusere på de materielle og økonomiske værditransaktioner, der er grundlaget for dens eksistens.



Daruma-dukker, som repræsenterer Bodhidharma, grundlægger af zenbuddhismen i Kina, er en stor forretning. FOTO: SCANPIX