



# NYVIDEN

SYDDANSK UNIVERSITET | SÆRNUMMER · OKTOBER 2014

## Hvorfor dyrker inderne yoga?

Af professor Søren Askegaard



---

Sænummer af **NYVIDEN**.

**Redaktion:** Kommunikation, Syddansk Universitet, tlf. 6550 1000, [nyviden@sdu.dk](mailto:nyviden@sdu.dk)

**Forsidefoto:** Polfoto.

**Fotos:** Scanpix. **Tryk:** Rosendahls. **Oplag:** 3.000. ISSN 1399-0772.



## Søren Askegaard

Festforelæser ved årsfesten på Syddansk Universitet den 3. oktober 2014:

Gennem en specialestuderende blev Søren Askegaard på et tidspunkt opmærksom på, at yoga igen var populært i Nepal.

Derfor besluttede han sammen med en kollega, der er specialist i det indiske og kinesiske marked, at undersøge den globale og lokale baggrund for yogaens fornyede popularitet.

Det er blandt andet data fra den undersøgelse, som denne festforelæsning bygger på.

Professor Søren Askegaard er ansat ved Institut for Marketing & Management, hvor han har været med til at opbygge et forskningsmiljø, som nyder høj international respekt. Han forsker i forbrugeradfærd og har blandt andet beskæftiget sig med madkultur, kosmetiske operationer, fedtængst, og forholdet mellem det globale og lokale.

# Hvorfor dyrker inderne yoga?

Umiddelbart lyder det måske som et både enkelt – og lidt naivt – spørgsmål.

For det gør de selvfølgelig, fordi yoga er en praksis, som gennem århundreder har været med til at definere den indiske kultur – en af de seks eksistentielle søjler i hinduistisk filosofi. Yoga er simpelthen en del af det, der gør indere til indere.

Men dette svar er ligeså forkert som det er indlysende, og derfor er spørgsmålet alligevel interessant. For lige som alle mulige andre kulturer er heller ikke den indiske kultur statisk – dette gælder selv tusindårige traditioner.

I sidste halvdel af det 20. århundrede var yoga "gået af mode" i Sydasiens, hvis man ellers kan bruge begrebet mode om en tusindårig tradition. Yoga var ikke passende for en moderne livsstil – en "bedstemors-aktivitet", som ingen rigtig gad beskæftige sig med.

Men det var dengang – for i dag er yoga igen blevet en central del af indisk hverdagskultur.

Dette skyldes i høj grad – og paradoksalt nok – vestlig indflydelse. I Vesten blev yoga først introduceret for en bredere offentlighed ved Verdensudstillingen i Chicago i 1893.

## Østlige værdier i Vesten

Yoga vandt imidlertid rigtig stor udbredelse fra 1960'erne med ungdomskulturens fascination af den østlige spiritualitet, der blev opfattet som autentisk i modsætning til Vestens materialisme.

Senere er yogaens popularitet forbundet med dyrkelsen af selvet og kroppen og er et væsentligt element i det, der er blevet kaldt "østliggørelsen af Vesten".

Denne popularitet finder vej tilbage til Indien – blandt andet via vestlige popkulturelle ikoner, som for eksempel Madonna og

Sting, har yoga igen fundet en plads i den indiske (selv)bevidsthed og er i dag reinkarneret som en passende del af en moderne livsstil. Men hvordan italesætter inderne selv denne genfødsel af en lokal tusind år gammel kulturtradition. Hvorfor dyrker de yoga? Det har vi spurgt nogle indere om.

Der er i det store og hele seks forskellige, indbyrdes forbundne perspektiver, hvorigennem inderne betragter opblomstringen af yogacentre – eller yogaafdelinger og yogatilbud i fitnesscentre – i alle større byer.



## Moderne indere dyrker yoga

For det første ser de yoga som en nødvendighed i et stadig mere stressfyldt og hektisk arbejdsliv.

Og de unge og yngre medarbejdere, specielt dem der arbejder i indiske eller multinationale IT virksomheder, forventer at få tilbudt regelmæssige yogaøvelser eller yogakurser, da de er under et så stort pres, at deres psykiske og fysiske helbred er truet uden yoga eller andre former for afspænding.

Yoga sættes for det andet i forbindelse med en stigende fokus på kropslig sundhed. Yoga handler om at være og føle sig sund og om at være mere bevidst om sin krop – en terminologi, som mange herhjemme også kan forholde sig til.

Yoga er en måde at varetage sin sundhed på og optræder som en del af en "sundhedspakke", der også omfatter for eksempel kostvaner.

At denne fokus på sundhed ikke udelukkende har et fysiologisk sigte afsløres i et

af vore interviews, som viser, hvordan yoga indskrives sig i en ny tid med nye skønhedsideal og dertil hørende kropslige regimer. "Da jeg var ung", fortæller en kvinde, "var det helt i orden at mødre var tykke, hyggeligt buttede – men det var dengang – i

– I dag er yoga igen blevet en central del af indisk hverdagskultur.

dag forventes jeg som 50-årig at være meget slank. Sådan er trenden...".

### Vestlig markedsføring genindførte yoga

Når nu yoga både opfattes som en vigtig brik i det, der på nydansk hedder "Human Ressource Management" og som en mindst lige så vigtig brik i en moderne krops- og sundhedskultur, så er det ikke så sært, at markedsføringen – denne underligt flydende institution, der trænger ind over alt – også sætter sit præg på, hvordan yogaen er tilstede i det indiske samfund.

Tidligere blev yoga dyrket hos en vismand i en fjerntliggende ashram – et slags refugie – i selskab med en guru, der havde vendt verden ryggen. I dag er denne ashram befolket af vestlige turister (og dermed også en del af markedet), der søger en særlig autentisk oplevelse, mens det urbane rum, med shopping centrene og forretningsgaderne, falbyder yoga til den moderne inder.

Som en af de interviewede understreger, så genopstod yogaen netop først for de moderne indiske masser, efter at den kom tilbage iklædt moderne markedsføring og dertil hørende tilgængelighed. Markedsføring efter vestlige principper har gjort yoga synligt i hverdagen og understreget markedspotentialet – hvilket er oplagt, som det blev udtrykt, "når man har været i USA og set, at der kan sælges yoga kurser for 500 dollar stykket i San Francisco".

### Yoga giver identitet

Genopdagelsen af yoga har ydermere bidraget til en kulturel refleksivitet, hvor yoga bliver et globalt tegn på "indiskhed", som den indiske middelklasse kan bruge til at bekræfte sin kulturelle og nationale identitet.

Denne kulturelle refleksivitet er et globalt fænomen, som heller ikke er gået spurlost hen over Danmark.

I modsætning til den gængse opfattelse medfører globaliseringen ikke blot, at vi lærer at blive mere som hinanden, men også – med antropologen Marshall Sahlins' ord – "lærer at blive mere som os selv".

Endnu et typisk aspekt ved italesættelsen af yoga i Indien er, hvordan Vesten og vesterlændingene i Indien, set med indernes øjne, har taget yoga til sig med en hengivenhed, en passion og en perfektion der overstiger, hvad inderne normalt vil praktisere selv.

Vi har her at gøre med en søgen efter det autentiske, som måske kan anses som typisk vestlig. Atter er der masser af parallelle eksempler i dagens danske forbrugersamfund. Måske endda så

– Yngre medarbejdere forventer at få tilbudt regelmæssige yoga-øvelser eller yogakurser.



Det var især ungdomskulturens fascination af den østlige spiritualitet, som fra 1960'erne gav yogaen stor udbredelse i Vesten.

mange, at når vi hører om "ægte" og "autentiske" produkter og oplevelser, så opfatter vi dem næsten per automatik som utroværdige.

### Indianere spiste dåsemajs

At der skulle være tale om en særlig vestlig form for længsel – som vi selvsagt kan eksportere til andre folkeslag sammen med den førnævnte kulturelle refleksivitet – kan man læse hos den amerikanske forfatter Robert Pirsig. Han fortæller i sin bog, *Lila*, om en antropolog, der skulle overvære

en indiansk ceremoni med trommespil og sang efterfulgt af et ceremonielt måltid med traditionelle fødevarer fra før de hvides ankomst – blåbær, tørret bisonkød, majs. Og hvad gjorde indianerne? De gik ud i køkkenskabet og hentede tre dåser Del Monte majs og en dåseåbner.

Antropologen så på det, så længe han kunne holde det ud, men råbte efter kort tid: "Nej, ikke dåsemajs!" Indianerne grinede imidlertid bare og svarede: "Typisk for jer hvide. Alting skal altid være på den helt rigtige måde..."

### Indere føler sig som programmerede robotter

Det er klart, at denne cocktail af lokal kulturel tradition og hvid adoption og reeksport også bliver set i et post-kolonialistisk lys. Således kommer jeg til den sjette og sidste italesættelse af yoga i Indien, der handler om kulturel dominans.

En af de adspurgte udtrykte det så klart, at jeg bare vil give ham ordet i et stort set direkte oversat citat: "Vi er ligeglade, og vi er ikke bevidste om os selv – hvem vi er. Vi er ligesom programmerede robotter.

Det, der sker, er, at når vesterlændingene, herskerfolket, som gjorde os til slaver gennem 200 år, som flænsede vore rygge, som plyndrede og hærgede vores land – herskerfolket – da de accepterede yoga som

Unge medarbejdere fra blandt andet indiske eller multinationale IT virksomheder forventer at få tilbudt regelmæssige yogaøvelser.

et middel til velbefindende, så kunne vi også acceptere yoga som et middel til velbefindende. Bare fordi de gør det – fordi de stadig er herskerne. Det er gennem det mindreværdskompleks, at vi bliver bragt tilbage til vores egen kultur. Vores egen! Det er sådan, folk opfører sig, og det gør mig så trist, så trist".

– **Markedsføring efter vestlige principper har gjort yoga synligt i hverdagen og understreget markedspotentialet.**

Vi kan nu se, at svaret – eller svarene – på det indledende, lidt naive spørgsmål rummer langt mere, end man måske lige skulle tro. Rent bortset fra det oplagte, at yoga i Indien indskrives sig i en global krops- og selvbevidsthedsindustri, sundhedsideologi og tilhørende fedtforskrækelse, så rummer svarene også stof til en god politisk diskussion omkring middagsbordene eller på arbejdspladsen. Yoga er et middel til produktivitetsforøgelse og dermed forbedret kapitalakkumulation...

Vestlige popikoner som Sting har været med til at gøre yoga populært i Indien.



– hvilket man så kan konstatere og diskutere med enten neoliberal begejstring eller kapitalkritisk irritation.

### Markedsføringens magt

Svarene vidner også om den forunderlige magt, som markedsføringen har i en global symboløkonomi – altså udveksling af symboler – en magt, som bestemt er ulige fordelt. De minder os også om, hvad en nær ven af SDU, professor Fuat Firat, har hævdet, nemlig at kun de kulturer og kulturelle former, der forstår og formår at omdanne sig til kommercialiserede varer i forbrugersamfundet, har en chance for at overleve.

Endelig har vi set, at der også er geopolitisk sprængstof i svarene på det tilsyneladende så uskyldige spørgsmål. Sprængstof, der på den ene side vedrører storpolitiske relationer mellem kolonier, der i dag fremstår som vækstøkonomier og potentielle stormagter, og de tidligere kolonimagter, enten i konkret forstand eller samlet set som Vesten. Og sprængstof, der på den anden side heller ikke kan undgå at berø-





Også inderne er underlagt den forunderlige magt, som markedsføring har i en global symbol-økonomi.



re diskussionen om de globale forskelle i politiske og økonomiske udfoldelsesmuligheder og frihedsgrader, der er baseret på et i biologisk forstand forældet begreb om "race".

Disse refleksioner over svarene på et ret simpelt spørgsmål minder os om, at forbrugerkulturen er en vældig magt, som omformer samfundene globalt og lokalt. Om den samfundsmæssige kompleksitet bag mange af de tilsyneladende simple handlinger, vi foretager os hver dag. Om at vores lokale handlinger og vores kulturelle, individuelle og kollektive, identitet er indskrevet i et globalt system af kulturel udveksling. Med et citat fra Edgar Morin kan dette udtrykkes ganske simpelt – men også ganske dybt – på følgende måde: "Jeg er i verden, som er i mig".



| – Der er i det store og hele seks forskellige, indbyrdes forbundne perspektiver, hvorigennem inderne betragter opblomstringen af yogacentre.

*Søren Askegaard* |