



# Vom „Enlightenment“ zur Erleichterung

Ohne Rucksack lebt sich's heiterer

von Paritosh Udo

■ In der letzten Zeit las ich immer wieder und überall, dass wir momentan in einer schweren Zeit leben, und nun sehe ich den Titel dieser Ausgabe vor mir ... „Von der Leichtigkeit des Seins“.

Für mich ist das ein großer Schmarren, die „Zeit und das Sein“ mit solchen profanen Attributen zu klassifizieren. Ich habe auf die Schnelle bei den bekannten SEINS-ologen nachgeschlagen, also bei Platon, Nietzsche, Heidegger und Sloterdijk, und bin zu dem vorläufigen Ergebnis gekommen, dass es „der Zeit und dem Sein“ vollkommen egal ist, ob wir Menschen sie mit Schwer oder mit Leichtigkeit betiteln.

Bis heute bin ich davon ausgegangen, dass diese Erkenntnis allgemein anerkannte Lebensgrundlage aller (oder wenigstens der meisten) Gebildeten in unserer Gesellschaft ist, aber nein, gerade in deren so genannten spirituellen Kreisen wird immer mehr gefordert, die Leichtigkeit des Seins als Zielvorgabe, sozusagen als Paradiesersatz anzuerkennen und in den Schlamassel des Hier und Jetzt zu integrieren. Für mich habe ich daher folgende Erkenntnis erkundet:

Die Schwere der Zeit zu erleben ist für die meisten ein spürbarer, also objektiv ernstzunehmender Bestandteil ihres Lebens. Faktisch reicht dieses Symptom schon für einen Krankenschein, und da wir ja seit einiger Zeit wissen, dass der liebe Gott tot ist, brauchen wir etwas anderes, was uns aus dieser Schwere befreit.

Das theologische Monopol der Illusionsbereitstellung wurde nahtlos von den Werbe- und Marketingstrategen übernommen. Je leerer die Kirchen und Klöster wurden, umso voller wurden die Agenturen der Werbeindustrie.

Sie erkannten sehr schnell: Die Traumerfüllungsgarantie jenseits des Körper-Verfallsdatums des Probanden war der eigentliche Untergang des kirchlichen Glaubens; der moderne aufgeklärte Mensch möchte sich auch schon mal während der körperlichen Lebenszeit einen Wunsch erfüllen dürfen. Mag es auch sonst nichts mehr zu glauben geben, an einem möchte er denn doch festhalten, nämlich dass es möglich sein müsste, den einen oder andern Wunsch in diesem Leben zu befriedigen.

## ERST DER WUNSCH ...

Die Werbestrategen sahen sich also vor die Aufgabe gestellt, der Schwere des erlebten Alltags etwas Leichtes entgegenzustellen, etwas, das man sich auch als Normalsterblicher leisten kann. Sie lockten und sie locken immer noch mit einer Traum oder Wunscherfüllungsgarantie, diesmal aber nicht nur im Himmel, sondern auch auf Erden. Also erfanden sie so nützliche Dinge wie Margarine *light*, Marlboro *light* oder Coca Cola *light*, ganz nach dem Motto: Ja, es ist schwer, aber mit diesen Produkten wird's mir leichter, habe ich ein Gefühl von Schweben ...

## ... UND DANN DIE LEERE

Ganz schnell erkannten sie aber auch, dass sich nach jeder schnellen Befriedigung bei allen Probanden eine Leere auftat, meistens sogar noch innerhalb der Reklamationszeit. (Nebenbei sei vermerkt, dass die sogenannten monotheistischen Religionen einen großen Vorteil hatten, da sie ihre Illusions- und Erlösungsversprechungen bekanntlich ohne Rückgabe- oder Reklamationsgarantie machen konnten.)

Die Werbepsychologen nannten den Zustand der Leere nach der angeblichen Erfüllung „kognitive Dissonanz“. Und von nun an hatten Millionen von Werbe- und Marketingfachleuten die Aufgabe, diesen Zustand der Leere zum Mittelpunkt ihrer Forschung zu machen. Ohne Rücksicht freilich auf Gesundheit, Umwelt und Entwicklungspotenzial ihrer Probanden, wie wir heute wissen.

## DAS PRODUKT „ENLIGHTENMENT“

Der aufgeklärte Teil der Jugend erkannte aber sehr schnell im Laufe der Siebziger, dass da kapitalistische Rattenfänger am Werk waren, die den Sinn des Seins auf einen materiellen Kern reduzieren wollten, und wanderte darum in Scharen nach Indien aus. Dort nämlich wurde ein Produkt aus der einheimischen Kulturindustrie angeboten, das den Erwartungen und der Sehnsucht der jungen Hungrigen entsprach: En-light-enment. Das Gefühl von Leere stand zwar auch hier im Mittelpunkt aller Experimente, aber nicht als zu vermeidender Zustand des Seins, sondern als dessen Ziel.

In Indien hat man es seit jeher vermocht, Marketing, Werbung und Religion als Einheit zu sehen, und somit der Schwere der momentanen Inkarnation zu trotzen. Hier liefen die Fäden von Anfang an im berühmten Light-Ministerium zusammen. Benannt wurde diese Fakultät nach Osram, dem indischen Gott des Lichts. Durch die indogermanische Lautverschiebung und aufgrund von Copyrightproblemen wurde aus *Osram* später dann *Ashram*. Dieses erfolgreiche Franchisemodell arbeitet auch heute noch nicht nach rationalen oder ökonomischen Gesichtspunkten, sondern ist allein der Erkenntnis verpflichtet: dat et iss wie et iss.

Die Probleme für die westlich-konditionierten Besucher ergaben sich nach meinem Verständnis aus einem Übersetzungsfehler des Wortes „Enlightenment“.

Es wurde immer mit „Erleuchtung“ übersetzt. Das heißt dann so viel wie, im Lichte stehen, aus sich selber heraus leuchten, für andere ein Leuchtfeuer sein usw.

Ich denke, das stammt noch aus der Zeit, als die ersten Erleuchteten der indischen

Fakultät in den Westen gingen, also Anfang des letzten Jahrhunderts, zur Zeit der Elektrifizierung. Alle waren so vom künstlichen Licht angetan, dass die Vorstellung, permanent zu strahlen und zu leuchten, ein weltumspannender Traum war. Rudimentäre Elemente dieses Phänomens des Angestrahltheits oder Im-Rampenlicht-Stehens, können wir heute bei den Castingshows im Fernsehen beobachten: Der Schein wird angestrahlt und leuchtet somit!

Eine unserer Zeit angemessene Übersetzung für das Produkt Enlightenment wäre meines Erachtens: Er-leicht-erung. Der Erleuchtung kann man zwar, wie allen Probanden vermittelt wird, den Boden bereiten, aber der Rest ist Warten und *sitting silently, doing nothing and the grass will grow by itself* ...

## WAS FLIEGT RAUS, WAS BELEIBT DRIN?

Aber wenn ich mich von der Vorstellung leiten lasse, dass ich mich erleichtere, bin ich es, der entscheidet, welcher unnütze Ballast aus dem schweren Rucksack rausfliegt. Und was erwarte ich? Statt einer Erleuchtung, von der keiner weiß, wie und wann sie kommt, erwarte ich ganz pragmatisch nur, dass der Rucksack leichter wird. Wenn es dann immer noch nicht leichter geht, habe ich halt nicht die richtigen Dinge entsorgt.

Die unnützen Dinge zu ent-sorgen heißt auch, die Sorge für sich selbst ernst zu nehmen. Natürlich kann ich mir selbst mit dem nun leichteren Rucksack immer noch Blasen laufen, aber das ist eine andere Geschichte.

Uns Menschen ist es irgendwie in die christliche Wiege gelegt, wie es so schön heißt, das Leben erst mal schwer zu nehmen. Gehen wir also mal davon aus: dat dat so ess. Jetzt müsste doch, nach meinem Verständnis von gelungenem Leben, jedwede spirituelle Übung darin bestehen, die Verantwortung dafür zu tragen, das Schwere zu entsorgen, und mir einen Plan mit zwei Listen zu erstellen, nämlich: Was fliegt raus? Was bleibt drin?

## GIB DIR EINEN RUCK ...

Wie ich anfangs bereits erwähnte, ist es der „Zeit und dem Sein“ total egal, ob ich sie

schwer nehme oder von der Leichtigkeit träume. Auch wenn wir seit Freud wissen, dass wir nicht mehr Herr im eigenen Hause sind, sollte sich doch irgendwer in diesem Haus mal einen Ruck geben, auf den Putz hauen oder sich selber in den Arsch treten und sagen, jetzt geht's los!

Peter Sloterdijk hat darüber ein Buch geschrieben. Es handelt von der Vertikalspannung (sich aufmachen und das noch nicht Mögliche in Angriff nehmen) und dem ethischen Imperativ: „Du musst dein Leben ändern!“ (Wer dich dazu auffordert, ist keine fremde Autorität, sondern dein eigenes tiefes Verständnis von einem gelungenen Leben, also deiner Vorstellung von dem, was Menschsein ausmacht).

Sicher ist dieses Buch keine Gebrauchsanleitung für die schnelle Lese-Erkennntis mal so zwischendurch, sondern ein Reiseführer durch ein Land, in dem Vox-Tours und Neckermann noch nicht waren.

## ... UND KRATZ DIE KURVE!

Und wenn es einem selber an Ideen und Anregungen fehlt, was immer wieder vorkommen kann, dann sollte man halt eine Selbsterfahrungsgruppe machen, den Jakobsweg wandern oder nach Indien fahren, wo man auf jeden Fall sehr schnell lernt, welche unnützen Dinge man aus dem zu schweren Rucksack entsorgen muss, oder einen Coach oder einen Therapeuten aufsuchen.

Und wenn der dann irgendwann antwortet: „Ich nehme das, was Sie mir da von der Schwere sagen, sehr ernst“, solltest du ganz schnell deine Jacke holen, den Kaffee stehen lassen und die Kurve kratzen. Und ich verspreche dir: Du wirst dich so erleichtert fühlen, wie noch nie im Leben.

Und wenn es dann doch wieder schwerer werden sollte, fängt die ganze Geschichte eben von vorne an. Träume oder rede nicht von der Leichtigkeit des Seins, sondern nimm diesmal ein paar andere Dinge aus dem Rucksack und geh die ganze Sache etwas heiterer an. Denn mittlerweile weißt du und hast gelernt – und das kann ich mit 100% Sicherheit versprechen: Auch dieser Zustand ist nur vorübergehend.

paritoshudo@hotmail.com