

Buddhismus und Wirtschaft – Eine Übung

Im ersten Teil stellen wir Ihnen einen Text von Jonathan Watts vor. Im zweiten Teil leiten wir diese Übung auf Fragen der Führung von Organisationen und auf die Arbeit mit diesen Faktoren im wirtschaftlichen Handeln in Unternehmen um.

Von Jonathan Watts (Think Sangha):

Eine Einführung in Paticca Samuppada (Bedingtes Entstehen)

Bei der zweiten Edlen Wahrheit geht es um die Ursachen des Problems. Paticca Samuppada - ein detailliertes System zur Untersuchung des Entstehens von Tanha (Begierde) und Dukkha (Unzufriedenheit, Leiden, Schwierigkeiten) - ist das spezifische Werkzeug, mit dem wir diese zweite Edle Wahrheit anwenden können. Wenn wir Konsumismus mittels Paticca Samuppada untersuchen, können wir sehen, wie wir die strukturellen Formen der Konsumentenverblendung durchlaufen. Ein klares Verständnis dieses Prozesses führt uns weiter zu der dritten und vierten edlen Wahrheit vom Beenden des Dukkhas, und vor allem zur rechten Einsicht, dem ersten Praxiselement des Edlen Achtfachen Pfades.

In diesem ersten Teil des dreiteiligen Artikels stellt Jonathan Watts von der Think Sangha das System des Paticca Samuppada allgemein dar, im zweiten Teil wendet er das System auf den Konsumismus an und im dritten Teil schließlich wird die Wirkung auf ein Produkt (Nike-Schuhe) und einen speziellen Käufer (einen Ghetto-Jugendlichen) untersucht.

Paticca Samuppada wird auch als das Herz oder die Essenz des Buddhismus bezeichnet. Tatsächlich sagt der Buddha: "Wer das bedingte Entstehen versteht, versteht das Dhamma, und wer das Dhamma versteht, versteht das bedingte Entstehen." In der letzten Nacht vor dem Eintreten des Buddha in das Nirwana war die Kontemplation über und die Durchdringung von Paticca Samuppada der Eckpfeiler seiner Erleuchtung. Dennoch ist es eine Lehre, die der Buddha nur zögerlich weitergab, weil sie so tiefgründig ist und er fürchtete, daß sie nur wenige verstehen würden.

Einfach ausgedrückt, handelt es sich bei Paticca Samuppada um eine systematische Untersuchung darüber, wie Leiden und Verblendung im Menschen entstehen. Dies hatte der Buddha bei seinen Kontemplationen und Beobachtungen, wie die Dinge funktionieren, entdeckt. Das System markiert zwölf wichtige Schritte in der Entstehung des zum Leiden neigenden Egos oder "Selbst". Wir beginnen in einem Stadium des Nichtwissens über bestimmte Aspekte der Wirklichkeit, vor allem die

Naturgesetze von Vergänglichkeit (anicca), Dukkha, und Nicht-Selbst (anatta). Diese Unwissenheit ist die Basis dafür, wie wir uns selbst und die Welt betrachten. Diese Ansichten bestimmen wiederum die Art und Weise, wie wir mit der Welt interagieren - aus ihnen entstehen Persönlichkeiten, Werte, Überzeugungen und eine ganze Reihe von Aspekten, die unsere Identität ausmachen.

Wenn diese Aspekte unseres auf Verblendung aufgebauten "Selbst" in Kontakt mit dem Naturgesetz von Vergänglichkeit (anicca) in Form von Altern und Sterben (jarama-rana) kommen, entstehen Konflikte, die sich in allen möglichen Formen von Schwierigkeiten oder Dukkha äußern, die wir als Menschen erleben.

Man kann Paticca Samuppada im Detail unterschiedlich interpretieren und anwenden. Die traditionelle Methode geht davon aus, daß die zwölf Glieder über die verschiedenen Zeiträume - Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft - miteinander verknüpft sind. Andere Methoden verstehen das System als eines, das sich auf jede Sekunde eines Moments bezieht. Wenn wir es als Werkzeug benutzen wollen, um unseren Alltag hier und jetzt und die Konsumgesellschaften, in denen wir leben, zu verstehen, empfiehlt es sich, beobachtbare Momente in unseren Gedankenprozessen anzuschauen. Wenn wir dann ein grundlegendes Verständnis gewonnen haben, wird es einfacher sein, das Verständnis auf längere emotionale und geistige Prozesse auszudehnen, die sich über Tage, Wochen, Monate oder gar Jahre hinziehen. Auf diese Weise können wir paticca samuppada vielleicht so einsetzen, wie es der Buddha wollte - als praktisches Werkzeug, um uns selbst besser zu verstehen und unseren Weg auf dem Pfad der Befreiung zu gehen.

Schließlich ist es wichtig, die dynamische, nichtlineare Natur von Paticca Samuppada zu betonen. Wie wir sehen werden, tendiert unser Geist dazu, Prozesse als statische Container zu objektivieren, die in linearer Kausalität zusammenhängen. Wenn wir Paticca Samuppada begreifen, werden wir den Wahrheiten von Vergänglichkeit, Dukkha und Nicht-Selbst (Ich-Losigkeit, Leerheit) begegnen, die - wenn sie richtig verstanden werden - den Geist von Objektivierungen befreien und ihm erlauben, die Realität als ein dynamisches und fließendes Auf und Ab von Ursachen und Wirkungen zu sehen.

Die zwölf Kettenglieder von Paticca Samuppada sollten deshalb wie Markierungen in einem Fluss verstanden werden. Der Fluss ist nicht in den zwölf Markierungen enthalten, aber seine wichtigsten Punkte werden damit angezeigt. In Abkehr von einer strikt linearen Abfolge von zwölf zusammenhängenden Faktoren müssen wir uns eine Kausalität vorstellen, bei der alle zwölf Punkte sich gegenseitig durchdringen. Diese Sichtweise (...) stellt die Idee linearer Kausalität in Frage, die eine Dualität von Subjekt-Objekt oder Beobachter-Beobachtetem schafft.

DER ZWÖLFGLIEDRIGE PROZESS VON PATICCA SAMUPADDA:

- 1.) Verblendung (avijja)
- 2.) Erfinden/sich ausdenken (Karmafor-mationen) (sankhara)
- 3.) Bewusstsein (vinnana)
- 4.) Körper und Geist (nama-rupa)
- 5.) Sinneserfahrung (salayatana)
- 6.) Sinneskontakt (phassa)
- 7.) Gefühl (vedana)
- 8.) Begierde (tanha)
- 9.) Anhaften (upadana)
- 10.) Werdeprozeß (bhava)
- 11.) Geburt (jati)
- 12.) Altern und Tod (jaramarana)

1.) Verblendung (avijja)

Dies wird als Ausgangspunkt der zwölfgliedrigen Kette betrachtet, weil Verblendung der fundamentalste Grund für das menschliche Leiden darstellt. Es muss aber betont werden, dass auch Verblendung nicht als ein Urgrund angesehen werden kann, sondern dass sie selbst aus einem Zusammenspiel aller zwölf Glieder entsteht.

Verblendung bedeutet mangelndes Wissen und Verstehen der wahren Natur der Dinge. Aus einem solch fundamentalen Missverstehen erwachsen alle anderen Formen der Unwissenheit. (...) Als einige der grundlegendsten Formen der Unwissenheit/Verblendung können gelten:

Unwissenheit über die Vier edlen Wahrheiten oder Unwissenheit über die grundlegenden Wahrheiten des Seins: Vergänglichkeit (annica), Dukkha, Nicht-Selbst (anatta). Diese Form von Unwissenheit hängt zusammen mit dem falschen Glauben an ein "Selbst" und den entsprechenden Behauptungen über das "Selbst", den Tod und die Existenz danach. Unwissenheit ist das Anhaften an irrtümliche Ansichten über die Welt. Zwei der weitverbreitetsten sind, dass a) alle Dinge separat, fest und beständig sind oder dass b) die Dinge überhaupt keine Realität besitzen. Psychologisch ausgedrückt, bedeutet Unwissenheit ein verwirrtes Denken, das auf Mutmaßungen und Einbildung basiert und von Überzeugungen, Angst und angehäuften Charaktereigenschaften bedingt wird.

- 2.) Erfinden (sankhara)
- 3.) Bewusstsein (vinnana)
- 4.) Körper und Geist (nama-rupa)
- 5.) Sinneserfahrung (salayatana)

Üblicherweise wird davon ausgegangen, dass die nächsten vier Glieder im System auf einer unbewussten Ebene funktionieren. Zu ihrer Betrachtung müssen wir daher in die Tiefe gehen und Erfahrungen sammeln, die meist ohne meditative Einsicht nicht möglich sind. Deshalb betrachten wir diese Kettenglieder im folgenden als eine Gruppe weitgehend unbewusster geistiger Erfahrung. Wenn unsere Praxis sich weiterentwickelt hat, sollten wir langsam die einzelnen Glieder erforschen, um ein tieferes Verständnis zu erlangen.

Sankhara entsteht aus Verblendung und wird am besten als ein dynamischer Prozess des geistigen Brodelns (mental stewing) verstanden. Sankhara ist die grundlegende Art und Weise, wie wir die Realität wahrnehmen. Dieser Prozess formt unser Bewusstsein in Richtung bestimmter Eigenschaften, Tendenzen und Zusammenhänge, in eine bestimmte Art und Weise, wie wir etwas wahrnehmen und was wir überhaupt wahrnehmen. Mit Bewusstsein ist eine Art nacktes Wissen ohne das Gefühl eines Subjekts, eines "Ichs" gemeint, und daraus folgend Objekte, über die sich dieses "Ich" zu definieren versucht. Körper und Geist ist dort, wo das Bewusstsein sich in die Dualität von Geist und Form (Subjekt - Objekt) aufspaltet. Diese Entstehung von Dualität ist ein entscheidender Moment in dem Prozess, der den Weg für die Entstehung des "Selbst" bereitet. Der Geist beginnt sich wie ein Subjekt zu fühlen, das sich der Sinne bedient, während das, was mit den Sinnen wahrgenommen wird, zum Objekt wird.

Sinneserfahrung (Schmecken, Riechen, Sehen, Hören, Tasten und geistige Erfahrung/Denken) basiert auf Körper und Geist. Wenn wir Sinneserfahrung verstehen wollen, müssen wir diese sechs Grundlagen als dynamisches Zusammenspiel verstehen zwischen der Person, die wahrnimmt und dem Objekt, das wahrgenommen wird.

- 6.) Sinneskontakt / Voller Kontakt (phassa)

Sinneskontakt/voller Kontakt ist der Anfang eines bewussteren und direkt beobachtbaren Karmaformierens (concocting). Das Wort "voll" soll anzeigen, dass der Kontakt eine Bedeutung haben muss, damit ein voller Kontakt daraus wird. Wenn eine Form mit unseren Sinnen in Kontakt kommt, aber unser Geist nicht mit Begierde bis hin zur Geburt (jati) reagiert, nennen wir dies bloßen Kontakt. Bei einer Erfahrung, die mehrere Medien einschließt, können einige Sinne durch einen Prozess des

vollen Kontakts gehen, während andere beim bloßen Kontakt stehen bleiben. Geboren aus der Verblendung, enthält der volle Kontakt die grundlegenden Missverständnisse (sanna) von Beständigkeit (nicca), Annehmlichkeiten (suk-ha) und eines "Selbst" (atta).

7.) Gefühl (vedana)

Gefühl entsteht aus einem vollen Kontakt/Sinneskontakt. Gefühle lassen sich in drei grundlegende Kategorien aufteilen: angenehm, unangenehm und neutral. Die ersten beiden veranlassen den Geist zur Begierde (heranziehen) und Ärger (wegstoßen), die dritte Kategorie hat einen Zustand zur Folge, in dem der Geist hin- und herschwankt. (...)

8.) Begierde (tanha)

Aus einem Gefühl entsteht Begierde, die sich auf drei unterschiedliche Arten manifestiert. Die erste ist die Begierde nach Sinneskontakten (kamathana), die zweite ist die Begierde, zu sein und angenehme Gefühle zu haben (bhavatanha). Die dritte ist die Gier, nicht zu sein oder unangenehme und schmerzliche Gefühle loszuwerden (vibhavatanha). (...) Auch die Gier nach Nichtsein reißt uns aus dem gegenwärtigen Moment heraus. Der verblendete Geist bewegt sich weg von der beunruhigenden, allgegenwärtigen, aber meist unbewußten Erfahrung der Vergänglichkeit, Dukkha und Substanzlosigkeit hin zu positiven Bildern in der Zukunft oder aus der Vergangenheit. (...) So entsteht ein Gefühl des Mangels, und das Zeitkonzept formiert sich im Geist als die Periode zwischen dem gegenwärtigen Bedürfnis und einer früheren oder künftigen Befriedigung. Je mehr der Geist diesem Muster folgt, desto objektiver wird die Realität und desto verengter die Perspektive. Indem das "Selbst" dem hypothetischen Wunsch-"Selbst" gegenübergestellt wird, entsteht der vergleichende Geist. Zudem entwickelt sich der konkurrierende Geist, indem das eigene "Selbst" mit dem "Selbst" anderer Individuen verglichen wird. Mangel, Entfremdung, Trennung, Vergleich und Konkurrenz sind Schlüsselemente bei dieser Entstehung eines Egos und einer irreführenden Identität.

9.) Anhaften (upadana)

Anhaften folgt aus der Begierde, beide gehören unmittelbar zusammen. (...) Aus dem grundlegenden Anhaften entstehen vier spezifischere Formen, nämlich Anhaften an Sinnesobjekte (kamupadana) Ansichten, Ideen, Theorien, etc. (ditthu-padana) Regeln, Praktiken, Methoden, Verhaltensformen etc. (silabbatupadana) das "Selbst", das an den oben genannten Formen hängt (attavadupadana)

Anhaften an Sinnesobjekte bedeutet, sich vorwiegend mit diesen Objekten zu beschäftigen und zu versuchen, sich der Freude daran und ihren Besitzes immer wieder aufs Neue zu versichern.

Anhaften an Ansichten: Dies kann sich auch auf Einstellungen beziehen, die mit den Anhaften an Sinnesbegierde zusammenhängen, beispielsweise, was Mode über den Wert oder die Intelligenz eines Menschen aussagt. (...) Letztlich wird eine Ansicht als "richtig" und einem "Selbst" gehörend objektiviert, anstatt als ein Werkzeug, um die Realität zu erfassen und auf sie zu reagieren.

Anhaften an Verhaltensweisen: Ist eine Einstellung erst einmal objektiviert, werden auch die damit zusammenhängenden Methoden und Praktiken in bestimmte Formen gegossen, die "mir" gehören. Wie Buddhadasa Bikkhu erklärt: "Statt die wahren Gründe für diese Praktiken zu erfassen, halten sich die Menschen schlicht in Form von Traditionen daran fest." (...)

Anhaften an das "Selbst" bedeutet, an einem "Ich" anzuhaften, das sich durch das Anhaften an Objekte als "meinem" Besitz entwickelt hat. Bei den vier unbewussten Kettengliedern haben wir die Entwicklung von Dualität durch die Aufspaltung des Geistes in Subjekt und Objekt gesehen. Beim Anhaften hat sich diese Aufspaltung schon sehr komplex entwickelt - mit der Anhaftung an ein selbständiges "Ich" und "mein" und eine entsprechende Welt von Objekten, an die angehaftet wird, wie etwa sinnliche Formen (kama), Einstellungen (ditthi) und Verhaltensweisen (sila).

DIE REIFUNG DES "SELBST"

10.) Werden (bhava)

11.) Geburt (jati)

Werden und Geburt markieren die Entwicklung des fabrizierten "Selbst" in eine gereifte Entität mit ihrer eigenen internen Dynamik. Bedingt durch Anhaftung, ist dies ein Ort, wo die verhärteten Vorstellungen des "Selbst" sich in eine Identität zu verfestigen beginnen. Der Geist beschäftigt sich (plant, visualisiert, ist besessen von, brütet über etc.) materielle und mentale Formen (Sinnesobjekte, Einstellungen, Verhaltensweisen), an die er anhaftet, und projiziert dann all diese Formen auf Lebenssituationen, die diese Faktoren enthalten. (...)

Ein Beispiel: während der Geist darüber nachdenkt, ein Paar Basketballschuhe von Nike zu erwerben, beginnt er auch, sich mit Orten und Organisationen zu identifizieren, die eng mit Nike verknüpft sind ("Ich

bin Fan von Michael Jordan". "Ich mag die USA, wo Nike ansässig ist.") Umgekehrt, kann es auch eine Identifikation damit geben, was man nicht ist ("Ich bin kein Fan der Lakers.")

Die anfänglichen Identifikationen, die wir bei der Begierde gesehen haben, sind Versuche, die fundamentale Subjekt-Objekt-Dualität zu überbrücken, die auf der unbewussten Ebene erzeugt wird. Doch diese Identifikationen vertiefen die Kluft nur, indem sie das Gefühl des Mangels, der Getrenntheit und des Vergleichs noch verstärken. (...)

Die Geburt, um die es hier geht, ist natürlich keine physische Geburt, sondern eine geistige und spirituelle, bei der das Gefühl des "Ich" solange gewachsen ist und sich entwickelt hat, bis es als ein komplettes "Ego" geboren wurde und nun den Geist in all seinen Bewegungen dominiert, und mit ihm alles, was "mir" gehört. In der Schaffung, Unterstützung und dem Anhaften an Geistesobjekten, Einstellungen und Verhaltensweisen, konstruiert oder "gebärt" der Geist das, was er als Identität oder "Selbst" erlebt. Diese spirituelle Geburt geschieht immer dann, wenn Begierde vorhanden ist. Sie kann vielmals an einem Tag geschehen - Dutzende, manchmal vielleicht sogar hunderte Male, wenn wir voller Begierde sind. Das Heranreifen eines solchen "Selbst" kann man am besten in Krisenzeiten erkennen, wenn man mit Altern und Sterben konfrontiert wird. Wenn unsere Identität und unsere "Selbst"wahrnehmung direkt herausgefordert wird, reagieren wir oft ärgerlich, deprimiert, ängstlich oder verteidigen uns. Solche Gefühle sind Abwehrmechanismen, die dieses "Selbst" benutzt, um sich nicht der Tatsache seiner Vergänglichkeit stellen zu müssen. (...)

12.) Altern und Sterben (jaramarana)

Aus dem Heranreifen des "Selbst" entsteht zwangsläufig Altern und Sterben. Altern und Sterben sind ebenso spirituelle und geistige Zustände und nicht nur physische. An diesem Punkt stößt das "Selbst", das aus Fehlwahrnehmungen, Unwissenheit und Verunreinigungen zusammengesetzt ist, auf die fundamentale Natur der Dinge. Mit dieser Kritik des "Selbst" ist aber nicht gemeint, dass damit jegliche menschliche Konstruktion einer Identität verdammt wird. Dies wäre nur das Gegenteil von Egoismus und eine Position, die der Buddha ebenfalls ablehnte. Es geht hier vielmehr um eine Identität, die auf den fehlerhaften Strukturen von Egoismus und einer arroganten Unabhängigkeit aufgebaut ist.. (...)

Dieses "Selbst" erfährt außerdem Begrenzung, Verfall und Leiden in Form von Langeweile, Furcht und Depression. Wir erleben oft Langeweile bei Sinnesobjekten oder Seinszuständen, die wir schon kennen. Sie führt dazu, dass wir ein neues Sinnesobjekt oder einen neuen Seinszustand haben wollen. Furcht entsteht oft, wenn wir uns Sorgen darüber machen, dass ein angenehmer Zustand nicht fortgesetzt werden kann oder dass das Sinnesobjekt verschwindet. Solch ein negativer Zustand des Egos

führt dann wieder häufig dazu, dass wir noch stärkere Begierde für den Sinn (kama) oder den Seinszustand (bhava) erleben, der uns vorenthalten wird oder der erneuert werden muss. Depression, Verzweiflung, Selbsthass oder Selbstmitleid entstehen schließlich aus Langeweile und Furcht und wenn uns die Dinge weggenommen werden, die wir begehren, oder der Zustand, der es uns erlaubt, diese Dinge unter Kontrolle zu haben.

Dieser spirituelle Tod geschieht tagtäglich - immer dann, wenn der Geist (...) versucht, die Realität in seinem Sinne zu manipulieren, nur um festzustellen, dass die Befriedigungen wie die Sonne am Horizont verschwinden. Aufgebaut auf Unwissenheit, entwickelt durch geistiges Zusammenspinnen und manifestiert durch Begierde, ist das "Selbst" eine Konstruktion, bei der der eigene Niedergang schon eingebaut ist. Wegen seiner Abhängigkeit von verschiedenen Ursachen und Bedingungen, ist es an sich schon instabil. Sein Leben darauf aufzubauen heißt, Burgen aus Sand zu bauen.

II. Bedingtes Entstehen und Konsumismus

Das Grundmodell von Paticca Samuppada (bedingtes Entstehen) werden wir im folgenden auf die Entwicklung unserer globalen Konsumentenkultur anwenden. Paticca Samuppada gibt uns nicht nur ein weiteres kritisches Werkzeug in die Hand, um die Konsumentenkultur zu untersuchen, sondern enthält gleichzeitig eine Methodik zu deren Überwindung. Insofern können wir eine Brücke bauen zwischen unserer Kritik, der Entdeckung von Lösungen und einem allgemeineren Lebensentwurf jenseits der Konsumentenkultur.

1. Verblendung (avijja)

Im allgemeinen nehmen wir das Gefühl eines "Selbst" als gegeben hin. In der modernen Gesellschaft können wir damit herumexperimentieren, indem wir uns zum Beispiel einen neuen Haarschnitt zulegen oder das Trinken von Alkohol aufgeben. Doch wir tendieren dazu, es als Basis zu sehen, mittels derer wir unsere Lebenserfahrungen sammeln. Nicht-Selbst stellt diese Vorstellung in Frage, indem es uns zeigt, dass das, was wir als Kernfundament unseres "Selbst" oder unserer Seele betrachten - unser konventionelles Selbst also - ein sehr unbeständiges System ist, das aus Ursachen und Wirkungen besteht. Der Buddhismus lehrt uns, die Tiefen unseres konditionierten Selbst anzuzweifeln und nichts als gegeben - wie unser Gefühl eines Selbst - und in Stein gemeißelt hinzunehmen. Dies kann eine extrem beängstigende Idee und Praxis sein, weil wir so viel Zeit damit verbracht haben, dieses "Selbst" aufzubauen. Auf der anderen Seite ist es jedoch eine zutiefst befreiende Idee und Praxis, weil es uns erlaubt, dem Käfig zu entfliehen, den wir selbst konstruiert und mit dem wir uns selbst eingeschränkt haben.

Diese Grundwahrheit des Buddhismus ist der Schlüssel zu unserer Konsumentenkultur, weil diese so sehr im Materiellen verwurzelt ist. Die

Fetischisierung des Materiellen konditioniert uns, das "Selbst" immer tiefer als eine konkrete Form zu objektivieren. Dieses Postulieren eines konkreten "Selbst" schließt auch die Ignoranz der Unbeständigkeit (anicca) mit ein. Der Konsumismus wurzelt in dem, was dem Buddha als extremer Realismus (atthika-vada) und Ewigkeitsglaube (sassatavada) erschien, in dem die Menschen Dinge und andere Lebewesen als getrennt, real, fixiert und dauerhaft betrachten.

Das konsumistische Bestreben, Dinge - und Images - zu erwerben als Mittel, sein eigenes "Selbst" zu definieren und zu erfüllen, ist ein Beispiel für diesen extremen Realismus und Ewigkeitsglauben. Die jedem Artikel innewohnende Anfälligkeit, kaputtzugehen (Vergänglichkeit) enthüllt die Unmöglichkeit, bleibende Zufriedenheit zu schaffen (Dukkha) und den Trugschluss, ein vergängliches "Selbst" mit vergänglichen Dingen anzufüllen (Nicht-Selbst).

"Geistiges Brodeln/Verarbeiten" (mental stewing)

2.) Erfinden/sich ausdenken (sankhara)

3.) Bewusstsein (vinnana)

4.) Körper und Geist (namarupa)

5.) Sinneserfahrung (salayatana)

Diese Verblendung bedingt ein geistiges Verarbeiten, das die Realität in einen Rahmen des Materiellen einbettet. Geschehnisse und Prozesse, die instabil und permanent im Entstehen und Vergehen begriffen sind, werden als statische Formen wahrgenommen, die in linearer Kausalität miteinander interagieren (so entsteht z.B. eine Mode).

Der nächste Schritt ist entscheidend in der Entstehung der Konsumenten-Mentalität: das Entstehen von Dualität, in der es einen Konsumenten (Subjekt) gibt, der durch Gefühl, Wahrnehmung, Gedanken und Erkennen zu konsumierender Formen (Objekt) Dinge konsumiert. Wenn sich diese Subjekt-Objekt-Konstruktion mit den Sinnen verbindet, entsteht Sinneserfahrung. Die Erfahrung des Sehens öffnet die Türen zu all den hellen Lichtern und strahlenden Bildern (Images) von Einkaufszentren, dem Entertainment in den Medien usw. Die Erfahrung des Hörens ermöglicht das Anhaften an Walkmans und Radios. Die Erfahrung des Schmeckens eröffnet uns die Welt von Coca Cola und McDonald's, Junk Food und exotischer Geschmäcker aus aller Welt. Die Erfahrung des Riechens öffnet die Türen zu der Welt von Parfüms, After Shaves, Gourmet-Feinkost usw. Die Erfahrung des Be-rührens eröffnet uns die Welt importierter Seidenstoffe, Kosmetik für Haut und Haar usw. Und am entscheidendsten eröffnet uns die von den Sinnen hergeleitete Geisteserfahrung die Welt von Konstruktionen der Konsumenten-identität wie "Berühmtheit" und "Stil".

6.) Sinneskontakt/Voller Kontakt (phassa)

Aus dieser Masse des "geistigen Brodelns" (mental stewing) entsteht der volle Kontakt. Die Grundlage der Unwissenheit/Ignoranz er-scheint hier im Geist als physische Formen; Persönlichkeiten und Institutionen werden als

unveränderlich (nicca), konkret (atta) und oft auch angenehm (sukha/supa) wahrgenommen. Fernsehen, heute wahrlich ein weltweites Phänomen, ist vielleicht die reinste Form, Kontakt aufzunehmen und daraus den vollen Kontakt eines Konsumenten entstehen zu lassen. Wenn wir fernsehen, berühren uns Bilder von Ereignissen und Menschen und stellen den vollen Kontakt hauptsächlich über die Sinneserfahrung des Ohrs, Auges und Geistes her.

Die Schnelligkeit von Werbung und Hi- Tech- Medientechnologie spielt hier eine entscheidende Rolle. Die Entwicklung einer extrem schnellen Präsentation von Bildern und der Transfer von Information, Produkten und Personal ist der Schnelligkeit des Geistes, bewusst zu sein und dann die Bedeutungen und Implikationen des Kontakts zu verarbeiten, fast immer voraus. Insofern wird aus fast jeder Form des Kontakts ein voller Kontakt. Jenseits dessen, was als angenehmes oder unangenehmes Gefühl empfunden wird, drängen die Geschwindigkeit und Gewalttätigkeit des Konsumentenkontakts den Geist in ein weder-angenehmes-noch-unangenehmes Gefühl und in Verblendung.

7.) Gefühl (vedana)

Aus dieser Überdosis an vollem Kontakt entsteht Gefühl. Wenn wir fernsehen, können wir uns eine Menge an angenehmen und unangenehmen Gefühlen zusammenspinnen. Wahrnehmungen (sanna) werden überhöht und vertieft etwa durch Special Effects, die ein Musikvideo "großartig" oder einen Horrorfilm "echt gruselig" machen. In der Konsumentenkultur ist jedoch das weder-angenehme-noch-unangenehme Gefühl vielleicht das vorherrschendste.

Wenn wir fernsehen, stumpft die Hi-Tech-Bombardierung mit Bildern unseren Geist so ab, dass er nur noch auf das reagiert, was besonders angenehm oder besonders schmerzlich ist. Da mehr und mehr Bilder diesen überhöhten Erwartungen nicht mehr genügen, scheint es so, als gebe es überhaupt nichts Interessantes mehr anzuschauen. In den USA gibt es einen neuen Begriff namens "Channel Surfing". Darunter versteht man, mit der Fernbedienung in kurzer Zeit sämtliche Sender (bis zu 100) anzuklicken, nur um schließlich festzustellen: "Es läuft nichts." Wenn wir versuchen, unter der Masse an Programmen ein bestimmtes heraus-zusuchen, schwankt der Geist hin und her bei dem Bemühen, das zu finden, was wir sehen wollen. Es gibt Momente eines positiven Gefühls, wenn ein angenehmes Bild vorbeiflimmert, und auch negativer Gefühle. Doch in der Geschwindigkeit des "Surfing"-Prozesses werden die allermeisten Bilder überhaupt nicht verarbeitet und lösen lediglich ein weder-angenehmes-noch-unangenehmes Gefühl aus, was zu einer noch stärkeren Abstumpfung des Geistes gegenüber allem führt, das nicht besonders positiv oder negativ hervorsteht. Dieser Prozess findet auch statt, wenn wir Kontakt mit Waren in einem Laden oder einem Einkaufszentrum aufnehmen. Unter den Myriaden von Geschäften und Markennamen das eine zu finden, was wir wollen, zwingt den Geist, einen

großen Teil der Realität wegzudrücken, der nichts mit unserer Suche zu tun hat, aber dennoch nach unserer Aufmerksamkeit heischt.

Auf diese Weise verbringen Menschen in Konsumentengesellschaften eine Menge ihrer Zeit in einem tauben Zustand. Sie drücken mögliche negative Gefühle weg, während sie durch schwach positive Werten auf ihrer Suche nach den ganz besonders positiven.

Ein großer Teil der Realität wird gar nicht verarbeitet (z.B. läuft der Fernseher, aber niemand sieht hin oder in einem Laden spielt Musik, die aber nicht gehört wird). Was weder besonders anziehend noch bedrohlich ist, wird weggedrängt, und der Geist entwickelt eine Unfähigkeit, auf das aufzupassen, was nicht besonders positiv oder negativ ist, sich darauf zu konzentrieren oder es zu fühlen. Die ständig wachsende Intensität an Konsumentenbildern (consumer images) verstärkt noch die dualistische Natur des Geistes. Indem der Geist nach immer stärkeren positiven Gefühlen sucht und im Gegenzug immer tiefere Wellentäler negativer Gefühle erlebt, nimmt die Fähigkeit, sich auf Feinheiten und Grauzonen zu konzentrieren, ab (...).

8.) Begierde (tanha)

Während wir weiter von einem Fernsehkanal zum nächsten hin und her schalten, finden wir schließlich etwas, das uns anzieht. Im Fernsehen gibt es zahllose Bilder, die Begierde entstehen lassen, und vor allem Sinnesbegierde. Diese Sinnesbegierde geschieht oft dann, wenn wir mit Werbung in Kontakt kommen, die sinnliche Formen (kama) im Mittelpunkt ihrer Verkaufsstrategie hat. Da gibt es für jeden etwas: Shampoos und Designer-Kleidung für die Schwester, Sportschuhe und knappbekleidete Mädchen für den Bruder, Autos und Bier für Papi, Waschmittel und exotische Ferenziele für Mami. Die Botschaft hinter all diesen Artikeln lässt die Daseinsgier (Craving for Being) über die positive Identifikation mit den Werbeträgern - wie Models, Sportstars und andere Berühmtheiten - entstehen. Das Fernsehen hingegen bietet tiefergehende Bilder der Daseinsgier in seinen tragischen Geschichten, Komödien und Nachrichten. Eine gute Geschichte kann informativ für den Geist und stimulierend für die Vorstellungskraft sein. Die Mehrheit der Fernsehserien zeichnet jedoch ein Bild von übertrieben dramatischen Leben, voll mit anhaltend positivem und/oder negativem Gefühl. Diese Gefühle lassen die Daseinsgier in den aufregenden und erfüllten Leben der Liebes- und Abenteuergeschichten entstehen, während Horrorfilme und Krimis die Gier, nicht zu sein nach sich ziehen.

Der Geist wird damit an das Hin und Her negativer und positiver Vergleiche gewöhnt. Die Lebensrealität, in der keine "Action" stattfindet, wird nicht gezeigt und wenn man - oft unbewußt - Vergleiche zum eigenen Leben zieht, entsteht ein Gefühl des Mangels. Unser Leben erscheint uns langweilig, unser Alltag hat wenig Bedeutung im Vergleich zu der konstanten "Action" in diesen Programmen. Auf dieser Stufe wird unsere

Identität verhärtet durch Abgrenzung und Differenz, d.h. was jemand hat oder nicht hat im Vergleich zu anderen. Je mehr man fernsieht, desto mehr wird unser tatsächliches Leben zu einem einzigen großen weder-angenehmen-noch-unangenehmen Gefühl, weder besonders aufregend noch unglaublich tragisch, und umso größer wird unsere Begierde nach dem Leben, das wir im Fernsehen präsentiert bekommen.

Durch die machtvollen Werbe- und sonstigen Bilder im Fernsehen wird der Geist seiner eigenen räumlichen und zeitlichen Existenz immer mehr entfremdet. Auf dieser Stufe wird die Identität fließend, aber nicht auf eine gesunde Art und Weise, indem wir die Illusion von Formen und eines "Selbst" durchschauen, uns dabei aber ein Gefühl für soziale Normen erhalten. Stattdessen ist es ein neurotischer Vorgang, indem die Illusion durch das Aufheben der Unterscheidung zwischen Fantasie und Realität immer mehr vertieft wird.

9.) Anhaften (upadana)

Aus dieser Art der Begierde erwächst eine vertiefte Dualität in Form des Anhaftens mit der Entstehung eines "Ichs". Dieses "Ich" denkt sich allerlei Objekte (sinnliche, einstellungs- und verhaltensmässige) aus, um sich zu definieren.

Unsere Gier nach sinnlichen Objekten verstärkt sich auf dieser Stufe, indem das "Selbst" beginnt, sich direkter darauf zu beziehen. "Mit ihrem neuen Finanzierungsplan könnten wir uns dieses Jahr ein neues Auto anschaffen"; "Hawaii... Ich brauche wirklich Urlaub!", "Ich brauche unbedingt ein Shampoo, das meine Haare nicht ruiniert." (Anhaften an Sinnesobjekte)

Unsere Ansichten über diese Güter, deren tiefere Bedeutung und die Leben der TV-Figuren werden zu erhärteten Objekten, nach denen das "Selbst" greifen kann. "Diese neuen Heim-Videokameras sind wirklich beliebt geworden. Vielleicht sollten wir uns auch eine kaufen." "Warum haben die Filmpartnerinnen von Tom Cruise immer blonde Haare? Vielleicht sollte ich auch mal meine Haarfarbe ändern?" "Nach diesem Bericht über Angola werde ich bestimmt nie nach Afrika fahren. Was für ein rückständiges Land!" (Anhaften an Ansichten).

Aus solch erhärteten Ansichten entstehen erhärtete Methoden/Verhaltensweisen. "Jim sagt, wir können auch einen Finanzierungsplan für die Videokamera bekommen. Lass mal sehen, die Abzahlung für das Auto, Versicherung, Hypothek, Kreditkarten - ich glaube, wir könnten es schaffen." "Wenn wir die Kinder zu Hause lassen, können wir uns bestimmt zwei Wochen auf Bali leisten." "Diese Mädchen haben ihre Esprit-Kleider und ihre Bräune als Begleiterinnen für Geschäftsmänner bekommen. Klingt schrecklich, aber vielleicht..." "Das

zeigt wieder einmal, dass unsere Marktwirtschaft einfach am besten ist."
(Anhaften an Verhaltensformen)

Wenn wir an diese Ansichten und Verhaltensweisen anhaften, stellen wir uns keine Fragen wie: "Wieviele Leute haben sich durch ihren Konsum total verschuldet?", "Wieviele dieser sonnengebräunten Mädchen kommen aus zerbrochenen Familien?" "Wieviele Amerikaner leiden genauso wie Afrikaner unter Armut und Gewalt?" Statt dessen helfen wir dabei, die Grundlagen zu legen für die nationale Verschuldung, das Zerbrechen von Familien und das Opfern unserer persönlichen. (Anhaften an das "Selbst")

DIE REIFUNG DES SELBST

10.) Werden (bhava)

11.) Geburt (jati)

Da der Geist inzwischen ein ganzes Set mentaler Objekte (sinnliche, die Einstellung und das Verhalten betreffende) fabriziert hat, an das er anhaftet, schmückt er die Verwirklichung dieser Begierden immer weiter aus. Das Darübernachdenken, Planen und Visualisieren wird tiefer und es kommt zu einer voll ausgereiften Identifikation mit bestimmten Orten und Situationen. "Jim hat eine Sony-Kamera, Ich mag ihre Ausrüstung auch sehr." "Jill war dieses Jahr schon zweimal in Urlaub. Ich habe mir diesen Trip verdient." "Wir haben ja so ein Glück, Amerikaner zu sein." Diese Identifikationen verhärten Einstellungen in Begierden, blenden wichtige Teile der Realität aus und vertiefen Vergleiche, Gefühle des Mangels und der Entfremdung. Die ganze Familie verliert sich in ihrer eigenen Welt des Anhaftens: Papa will das materielle Drum und Dran eines er-folgreichen Lebens, Mama will die angenehmen Seiten eines solchen Lebens, das andere Frauen auch genießen, die Schwester muss unbedingt in die Welt von Mode und Schönheit eintauchen. In ihrem Geist können ihre gegenwärtigen Leben sich nicht mit den selektiven Bildern aus dem Fernsehen messen. Durch die Hi-Tech-Bilder des Fernsehens hat unsere Familie diese "Konsumenten"-Ichs fabriziert. Ihre aufregenden und unterhaltsamen neuen Pläne bilden eine Energie, die das innere Gefühl des Mangels letztlich nur noch verstärkt.

12. Altern und Sterben (jaramarana)

Wenn das Programm zu Ende ist und die Werbung wechselt, zeigt die Vergänglichkeit wieder ihr hässliches Gesicht. Sehr schnell verwandelt sich ihre Aufgeregtheit in Langeweile angesichts des gegenwärtigen Moments. Papa schaltet wieder ohne Ergebnis durch alle Kanäle: "Es läuft nichts." Mama schlappt wieder in die Küche, um das Abendessen zu machen, und

die Schwester geht in ihr Zimmer mit all ihren nicht mehr topmodischen Kleidern. Wieder einen großartigen Tag in Amerika vor dem Fernseher verbracht.

Aus einer solchen Langeweile kann Furcht entstehen. Papa hat Angst, dass eine Entlassungswelle und seine Schulden die Familie in eine plötzliche finanzielle Krise stürzen könnten.

Mama fürchtet, dass sie wieder anfängt zu trinken, wenn sie nicht endlich eine Pause von all ihren Belastungen bekommt. Die Schwester hat Angst, dass ihr Körper sich nicht so entwickeln wird, wie sie es erhofft.

In der Unsicherheit ihrer Leben erfahren sie Nicht-Selbst als die Unfähigkeit, ein erwünschtes "Selbst" zu schaffen und zu erhalten. Aus Langeweile und Furcht können Depressionen und Verzweiflung entstehen. Papa ist deprimiert wegen seiner fehlgeschlagenen Versuche, den wirtschaftlichen Erfolg zu erreichen, den er vor 15 Jahren vor Augen hatte. Mama fühlt sich leer in einem ermüdenden Leben ohne konkrete Belohnungen. Das wirklich Deprimierende besteht hier darin, wie die Familie Jahr für Jahr vor dem Fernseher sitzt und von Dukkha durchtränkt wird angesichts all der Bilder, welches Leben sie führen sollten, anstatt die kreative Gestaltung ihres eigenen Lebens selbst in die Hand zu nehmen.

DIE STRUKTUREN DES KONSUMISMUS

Eine Ausweitung von Paticca Samuppada auf den größeren Bereich von Handlungen und Strukturen hat durchaus eine Basis in den direkten Belehrungen des Buddhas. In der Mahanidana Sutta (Der großen Lehrrede von der Entstehung) weicht der Buddha selbst von seiner üblichen Erklärung des Kreislaufes ab und sagt folgendes:

"Hör zu, Ananda, durch diese Bedingungen entsteht aus Gefühl Begierde, aus Begierde entsteht ein Suchen, aus dem Suchen entsteht Erwerben, aus dem Erwerben entsteht das Fassen von Entschlüssen, basierend auf diesen Entschlüssen entsteht lustvolles Verlangen, aus dem lustvollen Verlangen entsteht Anhaftung/Begeisterung, aus dieser Begeisterung entwickelt sich Besitzdenken, aus dem Besitzdenken entsteht Geiz, aus dem Geiz entwickelt sich das Wachen über den Besitz, daraus entstehen das Ergreifen von Stock und Schwert, Streit, Zank, Missbrauch, Lüge."

Der Ort der Aktion liegt hier im Begehren und dem, was sich daraus entwickelt. Diese Darstellung zeigt, wie mentales Fabrizieren zu Handlungen führt und wie solche Handlungen zu sozialen Problemen werden. Auf dieselbe Weise möchte ich den Geist der Mahanidana Sutta anwenden, um die größeren Handlungen und Strukturen der Konsumgesellschaft zu untersuchen..

Begierde (tanha)

Durch all den vollen Kontakt und das Gefühl, das in der Konsumgesellschaft aufgewühlt wird, entsteht Begierde. In unseren Konsumgesellschaften manifestiert sich das Begehren nach Sinnesobjekten als Begehren nach allen möglichen Waren. Diese Waren enthalten auch Erfahrungen, in denen verschiedene Sinne schwelgen können. So nimmt z.B. die Reisebranche die verschiedenen und oft wahllosen Erfahrungen des Reisens und verpackt sie in ein Objekt der Begierde.

Der "Urlaub", objektiviert in Gruppenreisen und Reiseführern, bietet auf diese Art vorhersehbare und berechenbare Formen der Sinnesbegierde. Unsere Marktsystem nutzt die Neigung des Geistes zu Objektivierungen aus, indem es jede nur denkbare Ware und Erfahrung als verpacktes Objekt oder "Selbst" anpreist, das gekauft und konsumiert werden kann.

Im Begehren zu sein beziehungsweise nicht zu sein beginnt der Geist mit ersten Identifikationen. Wenn er mit sinnlichen Formen in Kontakt kommt, beginnt er Zustände zu begehren, in denen diese sinnlichen Formen kontrolliert und genossen werden können wie etwa eine Woche auf Hawaii in einem hübschen Hotel oder einfach nur ein bisschen mehr Zeit zum Einkaufen. Auf einer tieferen Ebene entspricht dieses Begehren zu sein dem Begehren nach Festigkeit, Konkretheit (atta), Stabilität.

FALLSTUDIE - GHETTOJUGEND UND NIKE

In diesem letzten Abschnitt möchte ich Paticca Samuppada auf die Konsumentenerfahrung im Zusammenhang mit Sportartikeln wie Nike und Reebok anwenden. Damit hoffe ich, weitere Fragen über das Vorgehen von Konzernen wie Nike aufzuwerfen, deren Existenz auf dem übermäßigen Konsum von Luxusartikeln basiert. Ferner glaube ich, dass Paticca Samuppada helfen kann aufzuzeigen, wie ein solcher Konsum Geisteszustände entstehen läßt, die zu einer immer tieferen Verstrickung in ein System ökonomischer Ungerechtigkeit führen.

Am Beispiel des Sportartikelherstellers Nike lassen sich die mit den Themenkomplexen Konsumismus und globale freie Marktwirtschaft verknüpften Fragestellungen wie in einem Mikrokosmos aufzeigen. Wie vielen anderen Konzernen ist Nike vorgeworfen worden, die Arbeiter in ihren Fabriken in ärmeren Ländern auszubeuten. Diese Ausbeutung erscheint um so gravierender, als Nike Luxusgüter für Konsumgesellschaften produziert und die Stars, mit denen das Unternehmen Werbeverträge abschließt, äußerst gut bezahlt. Die wachsende Kritik und die Kampagnen gegen Nike hatten jedoch wenig Einfluß auf einen großen Teil ihres Marktes - schwarze Amerikaner aus den Großstädten. Arme amerikanische Schwarze haben verständlicherweise

Schwierigkeiten damit, sich mit der Ausbeutung von Arbeitern aus anderen Ländern auseinanderzusetzen, solange sie in ihrer Heimat selbst gravierender Ungerechtigkeit ausgesetzt sind.

Schauen wir uns also an, was Paticca Samup-pada innerhalb dieser Konsumismus-Perspektive über einen typischen jungen Mann aussagen kann, der in einem amerikanischen Ghetto mit "Hoop Dreams" aufwächst. (Anm. d. Übers.: Für den Begriff gibt es keine adäquate Übersetzung. Hoop bedeutet hier, beim Basketball Punkte zu erzielen.)

1. Verblendung (avijja)

Amerikanische Ghettos stellen den Boden der Erfolgspyramide im amerikanischen Konsumententraum dar. Infolge schlechter Ausbildungsmöglichkeiten und wenig Zugang zu den Hebeln der Macht, die einen nach oben bringen könnten, stellt der Konsumenten-Lebensstil für die Ghattobewohner ein Festbankett dar, von dem sie nur Krümel abbekommen. ... Über das Fernsehen und andere Medien werden sie mit Bildern aus der Welt des Erfolgs, der Macht und des Besitzes gefüttert.

Ein junger Mann, oft aus einer Familie ohne Vater, hat wenig direkte Rollenmodelle, die diese Macht, den Erfolg und Reichtum verkörpern. Die Vorbilder finden sich vielmehr in den Bildern (Images) der "Außenwelt", außerhalb seines Stadtteils. Durch diese Abtrennung von der tatsächlichen Komplexität von Macht, Erfolg und Reichtum kann in dem Ghettojugendlichen das (Trug)Bild eines sicheren (nicca) und zufriedenstellenden (sukha) Lebensstils entstehen. Genauso wie man sich an der Versprechung eines Himmels berauschen kann, kann man dies auch mit den Verheißungen des materiellen Reichtums. Zudem entsteht durch eine solche Situation der Eindruck, dass Macht außerhalb einem selbst liegt, nicht in der näheren Umgebung oder den eigenen Lebensumständen, sondern sehr weit weg. Um also an dieser Macht teilzuhaben, muss man sich Zutritt zu dieser "Außenwelt" verschaffen.

GEISTIGES VERARBEITEN

2. Erfinden/sich ausdenken (sankhara)
3. Bewusstsein (vinnana)
4. Körper und Geist (namarupa)
5. Sinneserfahrung (salayatana)

Wettbewerbssport ist eine der stärksten und anziehendsten Formen des Konsums. Er verkörpert alle Ideale der Konsumentenwelt: körperliche Form, Wettbewerb und Reichtum. Für einen Jungen aus dem Ghetto verkörpert er einen der wenigen Wege in die Außenwelt von Macht, Reichtum und Berühmtheit. Deshalb richten so viele, noch idealistische männliche Jugendliche ihr Interesse auf eine Karriere als Berufssportler. Anders als etwa der Drogenhandel erscheint dies als ein guter Weg. Damit

beginnt die Einschränkung des Geistes auf einen begrenzenden Rahmen, innerhalb dessen der Welt begegnet wird. ...

Damit beginnt der Prozess der Zweiteilung, die Entwicklung eines dualistischen Bewusstseins von Geist und Körper und von "Selbst" und "Anderem" im Zusammenhang mit der Kraft/Macht ("power" kann beides bedeuten, Anm. d. Übers.) des Sports. In dem Jungen entsteht nun ein eigenes athletisches Wesen.

6. Sinneskontakt/Voller Kontakt (phassa)

Immer noch in der Konsumwüste des Ghettos lebend, findet die häufigste Form des Kontakts über die Medien statt, vor allem über das Fernsehen und die Werbung. Dies ist vielleicht der gefährlichste Aspekt dieser Umgebung. Das Ghetto bietet jungen Männern nur sehr wenige Möglichkeiten, das ganze Spektrum an Erfahrungen kennenzulernen, die die "Außenwelt" zu bieten hat. Werbung und Fernsehen liefern sorgfältig kreierte Bilder, zu denen in starkem Maße Schnappschüsse und "O-Töne" aus der Welt des Wettbewerbssports gehören. Auf diesem Weg kommt unser junger Mann täglich in Kontakt mit dem ultimativen Symbol sportlichen Erfolgs, Michael Jordan. ... Als Athlet ist Jordan bemerkenswert. Als Symbol von Macht, Erfolg und Reichtum für den jungen Ghettobewohner ist er das ultimative Modell eines Afro-Amerikaners, der es in der "Außenwelt" geschafft hat.

Es gibt unendlich viele Formen der Kontaktaufnahme, die dem jungen Mann nun zur Verfügung stehen: Poster, Fernsehspots, Lebensmittel, T-Shirts, Trainingsanzüge und natürlich das Produkt, das alles überhaupt erst ins Rollen gebracht hat: "Air Jordans", der nach dem Sportstar benannte Basketballschuh. Sogar für diejenigen, die keine Basketballfans sind, scheinen diese Schuhe eine unglaubliche Aura und Fähigkeit zu besitzen, vollen Kontakt (phassa) über die visuelle Sinneserfahrung herzustellen. Eines Samstags also, während der junge Mann ein Einkaufszentrum in der Innenstadt besucht, kommt er an einem "Foot Locker"-Geschäft vorbei, einer internationalen Kette von Sportläden, und entdeckt das neueste Modell der "Air Jordans" im Schaufenster. Durch den Prozess des "geistigen Brodelns" (mental stewing), entsteht Wahrnehmung (sanna), und mit den unverwechselbaren Charakteristika der Schuhe entstehen Gefühle von Schönheit (supa) und Wohlbefinden (sukha). Ganz sicher entsteht die Wahrnehmung eines "Selbst" (atta), weil die Schuhe die Essenz und die Aura von Michael Jordan persönlich zu verkörpern scheinen. Mit diesem wahrgenommenen "Selbst", wird der Junge sein eigenes "Selbst" stärker empfinden, und zwar als Kontrast dazu

7. Gefühl (vedana)

Das Gefühl, das im Zusammenhang mit den "Air Jordans" und anderen Sportartikeln und Produkten dieses Sortiments aufsteigt, ist mit ziemlicher Sicherheit ein positives. Im Gegensatz dazu wird die ganze andere Welt der Negativität mit den Schuhen ohne Namen, ohne Image und ohne Sportstar als Werbeträger in Verbindung gebracht. Die Damen-Tennisschuhe, die im Sonderangebot sind, werden schließlich kaum wahrgenommen, sie lösen ein weder-angenehmes-noch-unangenehmes Gefühl aus.

Diese Gefühle der sportlichen Kraft/Macht lassen detailliertere Wahrnehmungen (sanna) ... entstehen: Es geht nicht um Badminton. Es geht nicht um den selbstlosen Teamspieler, der seinen eigenen Ruhm für den Sieg des Ganzen opfert. Es geht um den Basketballspieler, den Baseballspieler. Den großen Sportstar, der viel Geld verdient. ... So wichtig es ist zu gewinnen, so wichtig ist es, das richtige Image zu haben, zu dem der Schuh-Werbevertrag, die berühmte Schauspielerin als Freundin, die Auftritte bei Prominenten-Golfturnieren usw. gehören. Der Geist beginnt sich hier also in vielfältiger Weise in Richtung Begierde und Anhaften aufzuspalten, den Bereichen, wo die Feinabstimmung dessen, was das "Selbst" genau will, stattfindet.

8. Begierde (tanha)

Der Vergleich zwischen den positiven Gefühlen, die durch die "Air Jordans" entstanden sind und den negativen Gefühlen, die die eigenen Schuhe des Jungen in seinem Geist entstehen lassen, lassen ihn die "Air Jordans" begehren (Sinnesbegierde). Auf einer tieferen Ebene beginnt der Jugendliche die Existenz Jordans und anderer Profisportler zu begehren (Seinsbegierde). Auch die Begierde, nicht zu sein (Craving for Non-Being) entsteht, indem er über seine eigene Situation nachdenkt, die so weit weg scheint von der angenehmen Welt, von der er im Sportladen gerade einen kleinen Geschmack bekommen hat. ... Der Junge sieht sich selbst (Begierde, nicht zu sein) und was er haben möchte, in den Schuhen (Sinnesbegierde) und was er sein möchte, in Michael Jordan (Seinsbegierde). Die scheinbar unüberbrückbare Lücke zwischen seiner eigenen Existenz und der von Jordan lassen ein fast lähmendes Gefühl des Mangels und der Entfremdung entstehen. Die Schuhe hingegen, als konkrete Manifestation dieser Seinsbegierde, stellen einen erreichbaren Zwischenschritt in seinem Traum dar (sind sie das tatsächlich?).

9. Anhaften (upadana)

Durch die drei Ebenen der Begierde entsteht Anhaften.

a) Durch die Gier nach den "Air Jordans" (Sinnesbegierde), kann der Junge jetzt seine Augen nicht mehr von ihnen abwenden. Sie beherrschen sein Denken, so dass er andere Schuhe gleicher Qualität, aber zu einem

erschwinglicheren Preis, gar nicht mehr ansehen mag. (Anhaften an Sinnesobjekte)

b) Auf einer tieferen Ebene beginnt sich seine Gier, so zu sein wie Jordan und andere Profisportler, in eine tiefergehende Überzeugung zu verwandeln, die da lautet: "Ja, das ist das Leben! Ein NBA-Star (Basketballstar) zu sein ist das einzig wahre! Das wird mein Traum!" (Anhaften an Ansichten).

c) Mit dem Entstehen dieser Überzeugungen beginnt er nicht nur, immer stärker an den Schuhen als einem der Mittel zu diesem begehrten Lebensstil zu hängen. Zugleich beginnt er auch, an den Vorstellungen zu haften, mit denen er seine Überzeugungen in die Tat umsetzen möchte: "Ich muss heute nachmittag das Lernen für die Schule ausfallen lassen, um an meinen Sprüngen zu arbeiten." (Anhaften an Verhaltensformen)

d) Mit all diesen verhärteten "Selbst"bildern ... entwickelt sich ein junger Mann, der bestimmte Turnschuhe begehrt, Sport liebt und Macht haben will (Anhaften an das "Selbst"). Die Verhärtung des "Selbst"bildes klammert mögliche Fragen oder andere Perspektiven aus, wie zum Beispiel: "Warum sollte ich nicht die billigeren Schuhe kaufen und den Rest des Geldes für ein Lehrbuch ausgeben?", "Ich habe auch eine andere Geschichte von einem Star gelesen, der kokainabhängig wurde und seine Frau schlug. Vielleicht ist dieses Leben am Ende doch nicht so einfach?", oder "Wenn ich keinen richtigen Schulabschluß habe, was will ich nach dem Ende der Sportlerkarriere tun? Etwa einen Schnapsladen aufmachen?".

DIE REIFUNG DES SELBST

10. Werden (bhava)

11. Geburt (jati)

Mit den ursprünglichen Identifikationen im Begehren und der Entstehung seines Sportler-"Ichs" im Prozeß des Anhaftens reift das "Selbst" des Jungen heran. Er ist besessen von den Schuhen, "Ich werde sie bekommen!", er schwelgt immer stärker in seinem Traum, "Niemand wird mich aufhalten können", und er plant seinen Weg immer gründlicher, "Erst kaufe ich die Schuhe, dann schaffe ich es ins Team, dann bekomme ich ein Stipendium..., dann einen Langzeitvertrag!". Durch diesen Prozess entstehen stabilisierte Identifizierungen des Jungen als eines großen Sportler-"Ichs" mit den dazugehörigen Umgebungen und Situationen, die ihm seinen Traum verwirklichen werden: zuerst Foot Locker, der Laden seiner Träume, dann das High-School-Team, die Universität... und natürlich das NBA-Team, für das er spielen wird. ... Diese Identifikationen formen ein ideales "Selbst" in der Zukunft, das auf den objektivierten und verblendeten Sehnsüchten der Begierde und des Anhaftens basiert. Somit entsteht also die Vision eines "Selbst", das die Realität des gegenwärtigen

"Selbst" noch mehr frustriert und das das Mangelgefühl, das der Junge überwinden will, noch verstärkt.

12. Altern und Sterben (jaramarana)

Die unmittelbare Erfahrung des Jungen von Altern und Sterben besteht hier darin, dass er die Schuhe an diesem Tag nicht kaufen kann. Sobald er den Laden verlässt, ist der ganze Zauber verschwunden.

Jordan und seine Schu-he bleiben im Laden, und der Junge bleibt mit dem gleichen "Selbst" zurück, mit dem er den Laden betrat. Die Begeisterung, die er im Laden zurückließ, wird sich wahrscheinlich in ein Angeödetein von den Aktivitäten in der Schule und seinem Leben, die nichts mit dieser aufregenden Sphäre des Sports zu tun haben, verwandeln. Vielleicht empfindet er auch Angst, wenn er über den schwierigen und trügerischen Weg nachdenkt, der zu seinem Traum eines Profisportlers führt.

Wenn Ursachen und Wirkungen positiv für ihn verlaufen, wird er vielleicht tatsächlich die Reifung eines Sportathleten-"Selbst" erleben.

Wahrscheinlich wird dieses "Selbst" aber mit weiteren zusammengesponnenen "Selbst"-bildern vermischt werden und das Projekt schließlich entgleisen. Das perverseste, aber nicht ungewöhnlichste Szenario ist, dass das "Selbst" in den Bildern des Anhaftens stecken bleibt, während es gleichzeitig das verliert, was tatsächlich für einen Erfolg nötig ist. Für einige in dieser Situation ist die Sucht nach materiellen Formen und Lebensstilen ohne die Fähigkeiten und Substanz, diese zu unterstützen, eine gute Voraussetzung, um ein Drogendealer zu werden.

DIE TIEFEREN UNGERECHTIGKEITEN DES STRUKTURELLEN BEDINGTEN ENTSTEHENS IM KONSUMISMUS

Das ganze Ausmaß und die Verästelungen dieses Geburtsprozesses mögen an dem Beispiel eines Jungen nicht ganz verständlich werden. "Ein Kind geht also in einen Laden, verliebt sich in Michael Jordan und will ein Sportstar werden - was soll daran falsch sein?" mögen wir uns fragen. Das gleiche ist vielleicht Michael Jordan vor vielen Jahren passiert, als er einen Laden betrat, ein Bild seines Sportidols sah und sein erstes Paar "Converse"-Turnschuhe kaufte. Der Knackpunkt dieser Fallstudie ist aber, dass dieser Prozess von Paticca Samuppada sich immer von neuem in zahllosen jungen Männern im ganzen Land abspielt. Auf einer Massenebene unterstützt er die Errichtung und Erhaltung von Strukturen, die alle mit der Verblendung, der Gier nach Geld und der Konsumentenkultur durchdrungen sind, die die höchsten Ränge des Sports auszeichnen. ... Diese Art von Konsumententräumen ist das Bollwerk

eines Systems ökonomischer Ungerechtigkeit, die diejenigen am Boden der Erfolgspyramide am härtesten trifft.

SCHLUSSFOLGERUNG

Alle Sportlerträume haben irgendwann ein Ende. Idealerweise sollten sie mit einer oder auch mehreren Siegetrophäen auf dem Regal enden, mit einigen Gewinnen, einigen Niederlagen und einigen Lektionen, die man für sein künftiges Leben verwerten kann. Für die amerikanische Ghettojugend bedeutet Wettbewerbssport aber leider einen schmerzlichen Ausflug nach Las Vegas, wo dir jeder dein Geld stiehlt und dich auf dem Highway zurückläßt, der in die Wüste führt. ... Nur für sehr wenige wird der Traum zur Realität. Für die wirtschaftliche Elite ist der Sportlertraum eine vergnügliche Ablenkung. Für den Sockel der Pyramide ist der Ablenkungsaspekt des Sports aber nur ein makabres Theater, denn in ihrer alltäglichen Umgebung dient die Welt des Profisports weniger als Ablenkung denn als Erinnerung daran, was sie nicht haben und was sie sehr wahrscheinlich auch nie bekommen werden. Sie können vom Himmel träumen, aber die Sünder, die der Hölle entkommen, sind letztlich wenige an der Zahl. Für die große Masse von uns in der Mitte ist der Wettbewerbssport eine Konsum-Ablenkung, die das ökonomische System am Leben erhält, während es uns ironischerweise betäubt gegenüber den Gründen unseres täglichen Kampfs ums wirtschaftliche Überleben.

Jedes Jahr versuchen wir aufs Neue, finanziell über die Runden zu kommen - aber vielleicht wären wir ja gar nicht so knapp bei Kasse, wenn wir aufhören würden, all diese Nike-Produkte und NBA-Merchandising-Artikel zu kaufen. Würden wir dies allerdings tatsächlich tun, würde die Wirtschaft, die auf dem Konsum der Verbraucher und der Freizeitindustrie basiert, zusammenbrechen und uns in Folge noch stärker in die finanzielle Klemme bringen. Also lenken wir uns am besten weiter ab ...

Das ist der gemeine Trick (catch 22), wenn wir versuchen, unser eigenes Leben und die Gesellschaft als ganzes zu verändern. Wir haben Gesellschaften und Wirtschaftssysteme entwickelt, welche die von uns konstruierten "Ichs" widerspiegeln. Ziehen wir bei beiden den Stöpsel heraus, starren wir in den Abgrund des Nicht-Selbst und des Kollapses der Gesellschaft, so wie wir sie kennen. Wir begehren einen friedlicheren, weniger quälenden und weniger oberflächlichen Weg, um Sinn in unserem Leben zu finden. Aber in dem Moment, in dem wir beginnen, uns zu lösen,

fühlen wir uns möglicherweise einsam und leer ohne all die materiellen Ablenkungen, auf denen wir unsere Identität aufgebaut haben. Indem wir von einer solchen Gesellschaft einen Schritt zurück treten, fühlen wir zugleich die Bedrohung, die materiellen Errungenschaften zu verlieren, für welche die Menschen seit mehreren hundert Jahren so hart gearbeitet haben und wieder in das frühe Mittelalter zurückzuverfallen.

Damit sind wir bei der dritten edlen Wahrheit angelangt: dass es tatsächlich eine Lösung unserer Probleme gibt und eine konkrete Methode, dort hin zu kommen.

Um in unserem persönlichen Leben voranzukommen in Richtung der Beendigung unserer Krankheit und anschließend intelligente und praktische Schritte hin zur Veränderung unserer Gesellschaften zu tun, müssen wir mit der Arbeit an unserem Geist beginnen. Der buddhistische Weg hin zu einer Welt jenseits des Konsumismus und einer ausbeuterischen Wirtschaft ist ein Schritt, der von innen nach außen führt. Indem wir eine heilsame Basis für unser Wesen schaffen, können wir dann die richtigen Schritte erkennen, die wir tun müssen, um unsere Gesellschaften und den Planeten zu verändern. Die Lehre des Buddha wird uns keinen strukturellen Plan für diese Gesellschaft liefern, den unser wissenschaftlicher Geist so gerne hätte. Aber sie liefert eine uns leitende Grundlage an persönlichen und zwischenmenschlichen Beziehungen, die unsere Bemühungen um neue Strukturen mit der nötigen Menge an Wissenschaft und Humanität füllt.

Wenn wir nun der Annahme des Paticca Sampudda auf der Ebene der Handelns im Unternehmen folgen, dann bedeutet zuerst eines: Wir müssen die Idee einer heroischen Mentalität des „Ich bin- Ich plane- Ich herrsche- Ich bin mächtig“ zumindest ., für den Ansatz der Übung hinter uns lassen.

Nehmen wir einmal folgendes Beispiel:

Verblendung:

In einem großen Finanzinstitut haben wir an einem der größten Finanzplätze der Welt eine Gruppe von Personen, die dort für uns arbeitet, um die Potentiale der dortigen Wirtschaft einzuschätzen.

Wir gehen davon aus, dass die Mitarbeiter dort „rational“ also in unserem Verständnis der Geschäftstätigkeit handeln.

Wir haben bei Auswahl auf gute Leistungen an der Universität, solide Vorerfahrungen (so weit sie uns erschienen sind) und eine glänzende, beeindruckende Persönlichkeit geachtet. (Der später ausgewählte Mitarbeiter wurde uns auch persönlich empfohlen). Der Mann hat uns beeindruckt. Er war auf gleicher Wellenlänge.

Erfinden/ Sich- Ausdenken

Der Eindruck, den er erweckt hat, lässt ihn uns einige Vorstellungen von seiner Kompetenz und seiner Rationalität, aber auch seines grundlegenden Stils erkennen. Wir entdecken auch eine Ähnlichkeit oder Sehnsucht nach einer Ähnlichkeit. Seine strahlende Dynamik erinnert uns an frühere Kraft,, die wir ausstrahlten oder vielleicht gerne ausgestrahlt hätten. Wir verknüpfen in unserem Innern diese Person mit unseren Vorstellungen von uns selbst und stellen uns die großartigen Auswirkungen der Zusammenarbeit auf das Unternehmen und in der Spiegelung seiner Kraft auf uns selbst vor.

Die Kraft unserer Phantasie ist atemberaubend und eröffnet uns Horizonte aus der Schlichtheit unseres Alltags.

Wir sind voll im Zyklus wie er im Prozess des Pattica Samupadda beschrieben ist.

Unsere gesamte Sinneserfahrung schwingt sich ein darauf ein.

Der Mitarbeiter des Finanzinstituts ist an seiner Stelle angelangt. Er fühlt sich allmächtig. Seine Persönlichkeit ist wie berauscht. Nach den ersten sichtbaren und fühlbaren Ergebnissen des Handels mit Beteiligungen, erkennt er die Möglichkeiten für die eigene Person und handelt zeitgleich auf eigene Faust. Beschwingt durch die Erfolge gibt ihm die Unternehmensleitung freie Hand.

Seine Sinne sind fast gänzlich von Handlungen zu seinem Interesse eingesogen. Die Begierde hat ihn vollkommen überwältigt.

Sämtliche Handlungen sind auf das Erlangen hoher Summen ausgerichtet.

Der Geist (durch die anfänglichen Erfolge berauscht) wagt immer mehr.

Nach den Ersten Erfolgen ist die Identifikation soweit dass die Person vollkommen im Kreislauf dieses Geschehens befindet.

Der Tod offenbart sich in ersten Verlusten, die den Geist in Panik versetzen und dann in enger, verengter Konzentration (wie in einem steckengebliebenen Fahrstuhl oder einer schulterbreiten Abwasserröhre) gegen die Gefahr des Altern und Sterbens, des eigenen Untergangs Münden.

Alle Handlungen können nun , dem Kreislauf gehorchend nur noch Tod und Verderben bringen. Alle Handlungen nach außen, versuchen die Gefahr und die nackte Realität zu beschönigen.

Die Verblendung des Finanzinstitutes spiegeln sich in der Haltung ihres Angehörigen wieder.

Die Bank kostet es das unternehmerische Leben, der Mitarbeiter sitzt im Knast und schreibt seine Memoiren.

Dies ist ein drastisches Beispiel. Wir könnten in Dutzenden Beispielen Geschäftsvorfälle, auch viele Umstrukturierungen und Fusionen mit dieser Geistesschulung betrachten, um ein tiefes Verständnis für eine wirkliche Entwicklung von Mitarbeitern, Unternehmen und Märkten zu gewinnen.

Denn: es gibt natürlich die Möglichkeit mit Bewusstheit und Einsicht Unternehmen und Mitarbeiter an der geschärften Wahrnehmung solcher Prozesse wachsen zu lassen. Wenn wir an spirituelle Fragen in Unternehmen und als Einzelner am Arbeitsplatz herantreten wollen, dann ist diese pragmatische Art und Weise nützlich.

Andere Herangehensweisen illustrieren wir in weiteren Dateien von www.syflow.de.

