

Macht Idealismus krank?

Von Thomas Marti

Die Lebensumstände in der modernen Gesellschaft und ihre Ideale punkto Bereitschaft zu Verantwortung, Arbeitsleistung, Mobilität, Information und Kommunikation stellen eine immense Herausforderung dar für die seelisch-geistige Gesundheit des einzelnen Menschen. Diese Ideale und die Macht, die von ihnen ausgeht, führen leicht zu einer Überlastung und damit zu einem Raubbau an den Kräften des Menschen. Ein Zusammenbruch und der Verlust der vitalen Lebensfähigkeit muss die Folge sein. Der Idealismus der modernen Gesellschaft ist zu einer der grössten Herausforderungen für die Gesundheit geworden und erfordert ein neues Gleichgewicht zu den seelisch-geistigen Ressourcen des Individuums.

In anthroposophischen Kreisen ist gern und häufig vom „Geistesleben“ die Rede. Der Mensch sei nicht nur z.B. ein biologisch oder sozial bestimmtes Wesen, sondern auch ein geistiges, dessen Domäne eben das „Geistesleben“ sei. Dabei herrscht zumeist der stille Konsens, dass mit „Geistesleben“ zugleich auch die Freiheit zur Selbstbestimmung gemeint ist. Aber beileibe nicht alles, was „geistig“ ist, ist deshalb auch schon frei. Und das Geistesleben ist nicht selbstverständlich immer auch ein „freies“ Geistesleben – auch dasjenige nicht, was explizit so genannt wird. Es gibt auch ein Geistesleben, das knechten und unterjochen kann und unfrei macht. Die Geschichte ist über voll von Beispielen, wo Menschen nicht an Hunger und Seuchen, an sozialen Missständen oder unter kriegerischen Ereignissen litten, sondern am jeweils herrschenden und v.a. gewalttätigen Geistesleben. Das Geistesleben kann auch krank machen oder töten.

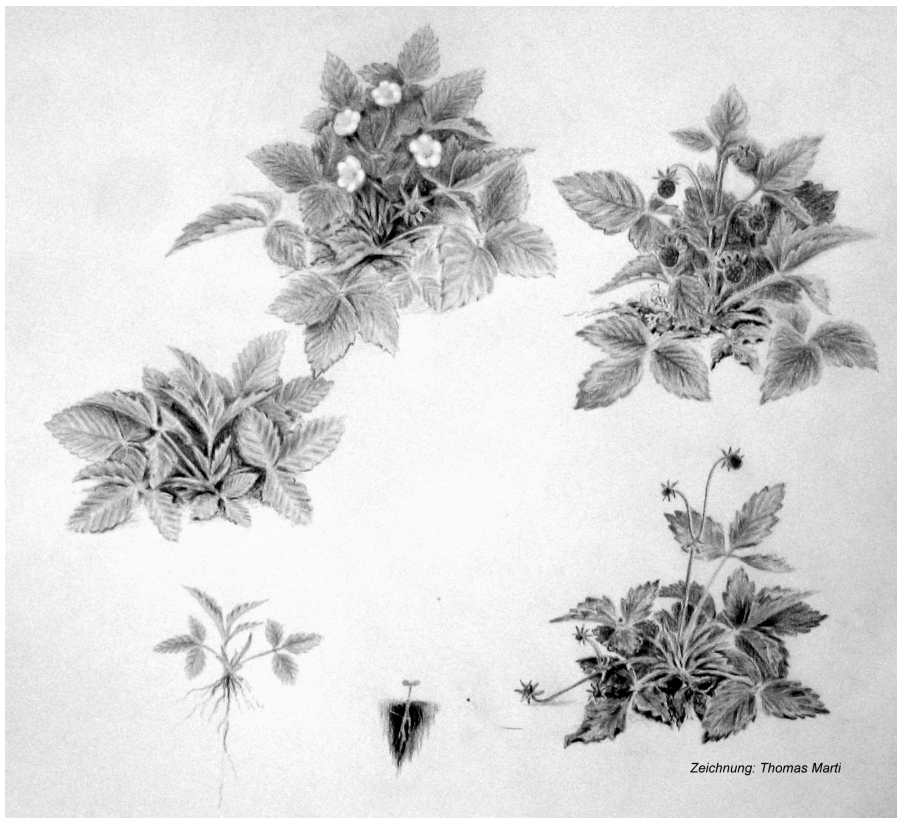
Nicht nur Ideologien und totalitäre Parteiprogramme vermögen uns unter Denk- und Handlungszwang zu nehmen. Auch was wir den Zeitgeist oder den *Mainstream* nennen, vermag über den Mehrheitsgeschmack unser Tun und Lassen, unsere Einstellungen und Meinungen, Urteilshaltungen und Denkweisen zu beeinflussen, zu erziehen oder gar zu beherrschen. Ob dies offensichtlich oder verdeckt geschieht, absichtlich oder beiläufig, einengend oder grosszügig, willkommen oder unerwünscht, ist vorerst nebensächlich. Der Geist weht eben, wo er will, und manchmal weht er überhaupt nicht spürbar – wirkt aber trotzdem. Am trügerischsten ist vielleicht die Meinung, wir lebten in einer materialistischen und damit geistlosen Epoche. Dieses vermeintliche Geistvakuum des Materialismus könnte jedoch ein fataler Anlass sein, sich durch ein Übermass an aufgewendetem „geistvollem“ Idealismus zu verbrennen. „*Man muss dem Materialismus doch etwas Kräftiges und besonders Spirituelles entgegensetzen!*“ Ich vermute, dass ein solcher Man-muss-Idealismus einer der Hauptgründe ist, weshalb sich so viel müder Pragmatismus breit machen kann. Es ist nicht ausgeschlossen, dass die Meinung, der Materialismus (was immer das auch sei) wäre etwas Ungeistiges, besonders anfällig macht für seine Auswirkungen.

Vegetables Geistesleben

Vorerst aber eine Begriffsklärung. Damit das „Geistige“ nicht zur blossen Vokabel verkommt, versuche ich hier, dem Wort einen möglichen Bedeutungsinhalt zu verleihen: Als Geistiges bezeichne ich eine gestalterisch wirksame Regsamkeit. Diese

Regsamkeit bringt Ordnungen hervor und schmilzt diese über die Unordnung wieder in neue Ordnungen um. Durch ein derartig gestaltendes und umgestaltendes Ordnungschaffen kommt das Einzelne in einen dynamischen Bezug zum übergeordneten Ganzen. Das Gesetz, wonach dieser Bezug vom Teil zum Ganzen gestaltet wird, kann man das „Wesen“ einer Sache nennen. Das Wesen ist der Konsens (oder die „Stimmigkeit“) der Teile untereinander und zum übergeordneten Ganzen. Wenn wir also etwas als „wesentlich“ bezeichnen, dann drücken wir damit aus, dass wir den Bezug zum übergeordneten Ganzen erfasst und dieses Ganze im „typischen“ Einzelnen wieder gefunden und erkannt haben. Mit dem „Wesentlichen“ oder „Typischen“ erfassen wir also das, was einer Erscheinung *geistig* zugrunde liegt.

Ich möchte den Begriff des Geistigen an einem hoffentlich unverfänglichen Beispiel aus der Pflanzenkunde illustrieren: an der Fruchtreife der Walderdbeere (siehe Abbildung). Reift eine Erdbeere, dann werden bestimmte Blütenteile in gesetzmässiger Weise stofflich und morphologisch umgestaltet. Nach der Befruchtung und dem darauf folgenden Verwelken der weiss und gelb strahlenden Blüte verwandelt sich der feste und kompakte, grüne Blütenboden, er wird grösser und schwerer und lässt eine saftige, rot leuchtende und süsswürzige Frucht entstehen. Dabei wird die ganze Pflanze von dieser Fruchtreife ergriffen, indem sich z.B. auch die Blätter zu Gelb und Rot verfärben, die Blütenstiele fester und trockener werden und sich ebenfalls röten. Je mehr der Pflanze von aussen trockene Wärme zukommt, desto intensiver ist diese Umbildung, desto würziger wird auch der Geschmack der Frucht. Das sind gleichsam die Lebensbedingungen aus dem Umkreis, unter denen sich das Gesetz der Erdbeerpflanze verwirklichen kann und wonach diese für die Erdbeere typischen Reifeprozesse verlaufen. Dieses Gesetz macht den Vorgang unverwechselbar und gehört zum „Wesen“ der Erdbeere. Der Reife-



vorgang ist also nicht nur ein *stofflicher*. Weil er gesetzmässig verläuft und gedanklich als typisch oder „wesenhaft“ erfasst werden kann, ist der Vorgang auch ein *geistiger*. So gesehen führt auch eine Pflanze ein Geistesleben, wenn auch kein freies, sondern eines, das ökologisch eingebunden ist. Je intensiver und stimmiger diese Einbindung und damit der Konsens mit den Lebensbedingungen ist, desto typischer kommt das Wesen der Pflanze zur Geltung. Am besonderen Geschmack und der Qualität des Aromas lässt sich quasi auf der Zunge erkennen, unter was für Umkreisbedingungen die Erdbeere gereift ist. Je typischer diese für die gesamte Pflanze sind, desto typischer ist auch der Geschmack ihrer Früchte. Wenn wir also das Typische der Erdbeere schmecken, dann haben wir über die Zunge gleichsam eine Geisterkenntnis gewonnen. Obwohl wir Menschen keine Pflanzen sind, sind wir dennoch ökologisch eingebunden, nicht nur in die Natur im eigentlichen Sinne, sondern auch kulturell und gesellschaftlich. Das ist sozusagen unsere zweite Natur. Zu

dieser Einbindung gehört, was wir etwa den Zeitgeist, den Zeitgeschmack oder den *Mainstream* nennen. Auch die kurzlebigen Moden gehören dazu. Wir brauchen diese Einbindung in die Zeiterscheinungen überhaupt nicht moralisch zu beurteilen, es genügt vorerst, sie einfach als geistige Tatsache anzuerkennen. Ähnlich wie bei der Erdbeerpflanze gehören sie zu den Lebensbedingungen, unter denen wir unser „Gesetz“ – in diesem Fall: das individuelle Menschsein – verwirklichen. Aber es gibt auch wesentliche Unterschiede zu Pflanzen, nicht nur hinsichtlich der Art unserer Einbindung. Die Erdbeeren vermögen sich ungünstigen Lebensbedingungen nicht zu widersetzen, es fehlt ihnen die Möglichkeit, ihr Gesetz trotz misslicher Verhältnisse zu verwirklichen. Sie sind voll und ganz von geeigneten Bedingungen abhängig. Bei uns Menschen ist dies mindestens den Möglichkeiten nach anders. Von Friedrich Schiller stammt der programmatische Satz: „*Lebe mit deinem Jahrhundert, aber sei nicht sein Geschöpf; leiste deinen Zeitgenossen, was sie bedürfen,*

nicht, was sie loben“ (9. Brief über die ästhetische Erziehung des Menschen). Ich glaube, dieser Satz ist ein Schlüsselsatz: Lasse dich auf alles ein, was dir der Zeitgeist entgegenweht, sei ein Zeitgenosse; aber werde keine Pflanze und folge dennoch dem, der du und nur du werden möchtest; bleibe dir selber treu und verbrenne dich nicht an etwas, was der Verwirklichung deines ureigenen Gesetzes zuwiderläuft; widerstehe der Versuchung des Zeitgeistes, dir selber fremd zu werden! Ich möchte an einem Beispiel aufzeigen, wie ich selber dem Zeitgeist bzw. einer seiner Facetten auf den Leim gekrochen bin, zwar nicht schwerwiegend – aber immerhin.

In „Freiheit“ zum Marktvorteil

Im vergangenen Januar trat eine Interessengemeinschaft junger Leute an die Öffentlichkeit, die sich „Free Internet“ nannte und ähnlich Greenpeace durch spektakuläre Auftritte auf sich aufmerksam machte. Beispielsweise demonstrierten sie in Bahnhöfen, vor Einkaufszentren oder auf öffentlichen Plätzen für ihre Anliegen und verteilten den erstaunten Passanten ihr Manifest¹. Der Stil, mit dem die Interessengemeinschaft auftrat, hatte etwas kämpferisch Revolutionäres und wurde mit dem berühmten Konterfei von Che



MANIFEST

Wir benutzen das Internet jeden Tag. Hausfrauen, Banker, Professoren und du offensichtlich auch. Wir von der Interessengemeinschaft „Free Internet“ finden, dass dieses Grundbedürfnis nichts kosten darf.

Alleine für die Internetverbindung gibt der Schweizer jährlich gegen 600 Franken aus. Nur, um den Anschluss an die Welt nicht zu verlieren. Das muss aufhören – wir kämpfen dafür. Jeder Mensch hat ein Recht auf kostenloses Internet.

Sprühe deinen Namen an die Wand und unterstütze die Bewegung mit deiner Stimme.

**FREE INTERNET!
JEDE STIMME ZÄHLT!**



Ruhe, Entspannung, Wohlbefinden und mit sich selber Eins sein

Guevara unterstrichen. Eine Bewegung der Zivilgesellschaft, so dachte ich, die sich für die freie Verbindung der Menschen auf der ganzen Welt stark macht und dazu einfach die Mittel einsetzt, die sie hat: öffentliche Aktionen und spontane Strassenfeste, selbstverständlich mit viel Musik und jugendlicher Unbekümmertheit. Warum eigentlich nicht? Manchmal braucht es vielleicht den provokativen und übermütigen Stil, um uns aus unserer selbstgenügsamen und satten Konsumhaltung in Bewegung zu bringen. Die totalitären Regime wissen ja recht genau, was sie vom Internet zu befürchten haben und versuchen deshalb, den freien Verkehr der Menschen gewaltsam zu unterdrücken. Obwohl ich die Aktionen nur über die Medien verfolgte: sie weckten Erinnerungen an meine eigene Studentenzeit und gewannen meine Sympathie



Feldpausch: Im Mittelpunkt der Mensch

daran glauben, dass das Internet im gegenwärtigen Kampf der Anbieter um die grössten Marktanteile je gratis sein könnte. Warum aber sollte eine Bürgerbewegung nicht trotzdem erfolgreich sein, das Undenkbare schaffen und allen wirtschaftlichen Erwägungen zum Trotz etwas erreichen können? Ich wollte nicht pessimistisch sein und schenkte der Bewegung meine Sympathie. Im Februar sprang dann die Katze durch eine Indiskretion aus dem Sack: Hinter der Interessengemeinschaft „Free Internet“ steckte Sunrise, einer der mächtigsten internationalen Telekommunikationskonzerne der Schweiz. Von Kampf für die Freiheit keine Spur, keine neue Subkultur des Aufbruchs, sondern eine ausgefuchste und perfide Methode, Kunden zu binden und sich Marktvorteile zu erschleichen. Das Ziel der Aktion: Wer mit Sunrise sowohl übers Festnetz wie auch per Handy telefoniert, der soll in seinem All-Inclusive-Paket auch einen ADSL-Anschluss zu einer Gesamtpauschale von 105 Franken plus Auslandsgespräche erhalten. Revolutionär? Angeblich sollen bisher bereits über 60'000 neue Kunden vom „Free Internet“ profitieren und dem Lockruf einer freien Verständigung aller Menschen gefolgt sein. Die Sehnsucht vieler Menschen nach weltweiter freier

als basisdemokratisch eingestelltem Zeitgenossen. Natürlich wurde von verschiedener Seite darüber spekuliert, wer hinter dieser Bewegung stecken könnte, denn viele konnten

Verständigung ist für Sunrise zu einem Erfolg geworden. Ein wahrer Sonnenaufgang fürs Geschäft! Die Geschmacklosigkeit dieser Aktion ist offensichtlich: Sie nimmt die freiheitliche Gesinnung (und wahrscheinlich auch die Geiz-ist-geil-Mentalität) in Beschlag, um mit ihr die eigene Macht zu kapitalisieren. Kein Einzelfall! Schaut man auf die Werbung überhaupt, dann kann einem auffallen, dass zwar Produkte angepriesen werden, aber dass in erster Linie mit dem *Lifestyle* geworben wird. Als *Lifestyle* bezeichnet man die Lebenseinstellung, die sich aus der Orientierung an bestimmten Werten ergibt. Der *Lifestyle* ist auch Ausdruck für



... und den eigenen Weg gehen – mit jobs.ch

die Sehnsucht nach Orientierung und einer Sinnerfüllung im eigenen Leben: Wohlbefinden und Gesundheit, Lebensfreude und Aktivität, Freiheit und Selbstbestimmung, Anerkennung und Wertschätzung, Sicherheit und Vertrauen, Flexibilität und Unabhängigkeit, Weltoffenheit und eine Verbindung mit der gesamten Welt, Bildung, Entwicklung, Zukunft, Transparenz, Qualität usw. Das sind alles Werte, durch die sich der gegenwärtige Zeitgeist artikuliert und dessen Milieu von der Werbung und der Politik genutzt und in Beschlag genommen wird. Autos, Krankenversicherungen, Zigaretten, Telekommunikation, Medikamente und Kosmetik, politische Programme, Computer, Urlaubsreisen, Bankkredite, Wohneinrichtungen, Kleider, Kaffeemaschinen, Jobvermittlung,

Ausbildungsgänge ... alles geeignet, die eigene Identität zu finden, sich mit dem Zeitgeist zu identifizieren und Konsens mit sich selber und der Welt zu schaffen. Will die Anthroposophie etwas anderes? Reines Geistesleben! Aber macht es auch frei?

Ich und das fremde „Ich“

Was auf den Werbeflächen erscheint, ist quasi nur das sichtbare Gesicht des Zeitgeistes und seines Idealismus. Um einiges subtiler wirkt, was sich in der Philosophie etwa am Arbeitsplatz kundtut². „Im Mittelpunkt steht bei uns der Mensch. Wir zählen auf Ihr Engagement, auf Ihre Kreativität und Ihre Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. Unsere Erfolgsphilosophie ist die Begeisterung. Denn nur wer selber begeistert ist, wird auch seine Mitarbeiter und Kunden begeistern. Wir legen grossen Wert auf Förderung und pflegen deshalb auch die Kompetenz unserer Mitarbeiter. Ständige Weiterbildung ist uns wichtig.“ – Hand aufs Herz: Wer wollte da schon „nein“ sagen? Wer möchte nicht als Mensch im Mittelpunkt stehen, sich nicht engagieren und kreativ sein, Verantwortung übernehmen und mit Begeisterung andere Menschen begeistern? Wer möchte nicht gefördert werden und seine Fähigkeiten wachsen lassen? – Diese Philosophie hat allerdings einen nicht ganz harmlosen Haken: der Erfolgswang des Unternehmens im Wettbewerb gegen die Konkurrenz. Wenn ich nämlich nicht gut genug bin und mit meinem Engagement, meiner Kreativität und Begeisterungsfähigkeit nicht wesentlich zum Erfolg

der Firma beitrage, werde ich durch einen Besseren ersetzt. Also muss ich mich anstrengen, die Erfolgsphilosophie der Firma zu meiner eigenen machen, mich mit der Firma identifizieren und alles, was eigentlich mein ganz Persönliches und Individuelles ist, gegen die Konkurrenz des Unternehmens aufwenden. Ich darf nicht mehr fröhlich, kreativ, herzlich engagiert und begeistert sein – ich muss! Der Erfolg in meinem Leben wird sich daran zeigen, wie gross der Erfolg „meiner“ Firma sein wird. Die Firma wird zu meinem eigentlichen „Ich“. TELE2 hat es in ihrer Osterkampagne für neue Festnetz- und Handykunden auf den Punkt gebracht: „Du bekommst unbegrenzte Macht. Ich bekomme deine Seele.“

Frei oder Knecht?

Ich glaube nicht, dass es in der Geschichte schon je einmal eine Epoche gegeben hat, in der die äusseren Erwartungen und Forderungen an den Einzelmenschen derart intim an das Individuelle heranreichten wie in unserer Gegenwart. Vor diesem Hintergrund ist der Satz, den Schiller vor mehr als 200 Jahren geprägt hat, geradezu prophetisch: „Lebe mit deinem Jahrhundert, aber sei nicht sein Geschöpf; leiste deinen Zeitgenossen, was sie bedürfen, nicht, was sie loben“.



Ganz in Rot: wer möchte da nicht Peugeot fahren?

Für die Entwicklung eines Burnout gibt es eine Reihe von riskanten Voraussetzungen³:

1. Eine hohe Leistungsbereitschaft und das Brennen für eine Aufgabe
2. Hohe Anforderungen von aussen
3. Die Unfähigkeit, „nein“ sagen zu können.

Die dritte Voraussetzung ist gleichbedeutend mit dem Fehlen ureigener Motive und Ideale zur Gestaltung des Lebens. Die Frage, was ich mit meinem Leben eigentlich und wirklich will, orientiert sich dann am Zeitgeist und dem, was die „Zeitgenossen loben“. Das bedeutet nichts anderes als ein Übermass an Fremdbestimmung bei gleichzeitigem Mangel an Selbstbestimmung und kann zu nichts anderem führen als zu einem Ausbrennen meiner Individualkräfte. So gesehen erweist sich das Burnout als ein seelisches Leiden geistigen Ursprungs mit körperlichen Folgen. Im Grunde berühren wir damit das, was Steiner mit der „Philosophie der Freiheit“ (1894) intendierte: die freie Selbstbestimmung des Menschen durch ein Handeln aus (Herzens-)Erkenntnis und nicht aus Pflicht. Deshalb endet die „Philosophie der Freiheit“ mit einem Satz, der in seinem inneren Bezug zur Burnout-Problematik von höchster Aktualität ist:

„Man muss sich der Idee erlebend gegenüberstellen, sonst gerät man unter ihre Knechtschaft“.

Anmerkungen

1 Videos sind zu finden unter: www.youtube.com/freint3rnet

2 sinngemäss www.feldpausch.ch

3 siehe z.B. unter: de.wikipedia.org

Bilder: Thomas Marti



Osterbotschaft von TELE2