

Wir wollen **diese** Freiheit in Anonymität, Entscheidungsfreiheit des Einzelnen, zusammen mit der Religions- und Meinungsfreiheit als „erfreuliche“ Voraussetzung unserer Zukunftsgestaltung annehmen.

Denn in der Freiheit existieren mannigfache Meinungen und Interessen der Einzelnen nebeneinander. Diese gesellschaftliche Vielfalt will sich im Zusammenleben als Nutzen erweisen, indem wir in den unterschiedlichen Ausrichtungen den Impuls für die Erweiterung des gedanklichen Horizonts sehen. Die allererste Voraussetzung dafür ist die gemeinsame Absprache, auf den „Alleinvertretungsanspruch der Wahrheit“ zu verzichten.

Abschnitt 3: Absprache

Der Verzicht auf den Monopolanpruch der Wahrheit hat zweierlei Konsequenzen:

Der absolute Gewaltverzicht wird aus ihm hervorgehen. Der alleinige Wahrheitsanspruch rechtfertigte bisher die Gewaltanwendung und den Krieg. Die friedliche Geselligkeit in Vielfalt ist nur durch Verzicht, sowohl auf den alleinigen Wahrheitsanspruch, als auch auf jede Form der Gewalt möglich.

Die zweite Konsequenz ist folglich, dass wir unsere Überzeugung, „unsere Wahrheit“, in Zukunft nur noch als eine von vielen Möglichkeiten verstehen, um Erkenntnisse zu analysieren und darzustellen. Wir müssen dabei „meine-**wahre**-Erkenntnis“ nicht aufgeben, – sondern diese nur als eine von vielen **wahren** Erklärungen sehen! Wir lassen `meine` Erkenntnisse und Meinungen neben denen der anderen einfach so stehen.

Mein Weltbild bedeutet dann keine wahre Einmaligkeit mehr, sondern, bildet zusammen mit den wahren Ideen und Meinungen der Mitmenschen, einen sich auflösenden und sich findenden Verschmelzungsprozess nebeneinander tolerierter Wahrheiten und Widersprüche.

`Mein` Ich und `Dein` Ich als Vertreter unterschiedlicher Meinungen wollen sich versöhnen, verstehen, anstatt zu streiten und sich gegenseitig zu verdammen. Dieser Schritt der Liebe würde unsere künftige Geselligkeit in wärmend – herzlicher Freundlichkeit und Frieden einleiten.

Zweites Kapitel: Liebelei

Abschnitt 1: Liebelei als Konsum

Konsum lebt von der Liebelei, von ihrer kurzlebigen, flüchtigen Abwechslung.

Die wechselnde Liebelei im Konsum befriedigt automatisch unseren Jagd- und Sammlerinstinkt virtuell und füllt unseren Zeitvertreib aus. Da sie aber tiefere Gefühlsechtheit unbefriedigt lässt, ist die unvermeidliche Folge ein Suchtverhalten nach `ständig mehr` und Wiederholung.

Der Massenkonsum, das Wirtschaftswachstum wird nur von dieser Sucht und Abhängigkeit am Leben erhalten.

Selbst zwischenmenschliche Beziehungen können unter der Konsumkultur der flüchtigen Liebelei leiden und werden tatsächlich immer unverbindlicher und kurzlebiger. Die ständig neuen Abwechslungen lassen Menschen keine Zeit mehr, tiefergehende Empfindungen wahrzunehmen, und daraus folgt, dass auch echt engagierte zwischenmenschliche Bindungen zunehmend unvorstellbar, ungewöhnlich, ungemütlich oder fremd erscheinen.

Und wenn die `Liebelei` Statussymbolen gilt, wird sie tatsächlich wichtiger als die Beziehungen zu Menschen.

Die Unterhaltung handelt immer weniger von uns selbst, reduziert sich immer mehr auf Klatsch über andere und auf Kommentare über Dinge aus der Konsum- und Unterhaltungsindustrie. Dies hilft nämlich, kurzweil- und liebeleigerecht unsere `Zeit tot zu schlagen`.

Wenn zwischen den Menschen immer weniger wirklich von sich und über sich gesprochen wird, als Erfahrende, als direkt Empfindende, dreht sich die oberflächliche Unterhaltung hauptsächlich darum: „wie will ich mich darstellen?“ Harmlose Klischees dominieren immer mehr die Konversation.

„Wie komme ich an, wie werde ich gesehen, meine Fassade, mein Schein?“, oder gar „Wie unterhalte ich die anderen?“, d.h. „Wie schauspielere ich?“ – Der Schein / Eindruck, den ich in der

Geselligkeit der sich gegenseitig konsumierenden / bewertenden Menschen auf andere mache, ist der Maßstab für mein Verhalten!

– Der Mensch will im Sinne des Konsums für andere unterhaltsam sein.

Vielleicht ist man stolz und arrogant in den Augen der anderen hoch zu stehen. Oder man hat Minderwertigkeitskomplexe, weil man tief im Ansehen liegt. Dann fühlt man sich krank, gekränkt. Überheblichkeit oder Minderwertigkeitsgefühl sind die Maßstäbe der Zufriedenheit in der liebeleiorientierten Scheinwelt.

Abschnitt 2: Doppelbilder

Ich bin das, was `Ihr` von mir denkt! Ich bin das Bild, das *die anderen* von mir haben!

– oder –

Ich bin es, das Bild, das ich von mir mache, – das, wofür ich mich halte!

Die Schizophrenie der Gesellschaft ist die Spaltung, die weite Entfernung der beiden oft entgegengesetzten – nicht selten unvereinbaren – **Impressionen**.

„Mein Bild der anderen“ ist davon abhängig, wie sie mich mit **ihren** Wertmaßstäben einschätzen. „Mein Bild über mich“ wird von meiner Wertvorstellung, **meinem** Maßstab beurteilt. Sind diese beiden Maßstäbe auch eins und dasselbe?

Was bin ich denn, wenn ich mich mit nichts vergleiche, – auch mit keinem Maßstab? Was bin ich denn dann?

Abschnitt 3: Die Augen der anderen

Wir machen uns selbst Probleme. Gibt es kein wichtigeres Problem, als dass wir `wer` sind, in den Augen der anderen – wie wir gesehen werden und gesehen werden wollen?

Sollte es nicht wichtiger sein, uns darüber Gedanken zu machen, dass wir – zur Zeit – alle gemeinsam, als Menschheit die Zukunft unserer Kinder aufs Spiel setzen? Ist es nicht angebracht, darüber nachzudenken, dass gerade unser unmäßiger Konsum (mit Wegwerfwaren und billiger Unterhaltung von kurzlebiger Dauer) die Erderwärmung verursacht? Ist es nicht ein Problem, dass wir in unserem Leben unzufrieden sind, deshalb `frust-shoppen` gehen und mit Billigflügen sehr schnell ganz weit weg wollen – nur weil uns die echte Liebe fehlt?

Sind wir wirklich in der Lage und bereit, Liebe zu empfangen oder zu geben? – Wir haben mit uns selbst Probleme, – das wissen wir.

Also müssten wir uns Gedanken machen, wie wir **alle** zufrieden sein können. – Das eben wollen wir in diesem Buch eingehend untersuchen.

Abschnitt 4: Scheinkultur als Ursache der Klimakatastrophe

Moden, Statussymbole, aber auch das Bedenken, nicht auffallen zu wollen („normal“ zu sein), sind ein wesentlicher Antriebsmotor des Massenkonsums. `Die Augen der anderen`, Massenpsychologie, Verfolgungswahn in kleinem Maßstab, werden zusätzlich von Werbung und Massenmedien forciert und unterstützt, um das unter Zinsdruck notwendige Wirtschaftswachstum aufrechtzuerhalten. Die Folge ist wie bekannt, die damit verbundene, unvermeidliche Energie- und Rohstoffverschwendung = der Raubbau an der Erde.

Das globalisierte Massenkonsumverhalten hat es fertig gebracht, innerhalb von 40 Jahren die bisherige Klimastabilität gründlich aus den Angeln zu heben, und somit die tiefste Krise der Menschheit seit Anbeginn ihrer Geschichte einzuleiten.