

Wirklichkeiten der 1. und 2. Ordnung

Wir wirken immer auf andere und das ständig. Unsere Körpersprache einschließlich Mimik, Gestik, die Stimme und deren Betonung sind Ausdrucksmittel unserer Identität. (Mehrabian 1967). Als Paul Watzlawick im selber Jahr im deutschsprachigen Raum sein Werk „Menschliche Kommunikation“ veröffentlichte, wurde der Kommunikation und ihre Wirkung auf andere ein höherer Stellwert beigemessen. Mit seinem 1. Axiom erklärt Watzlawick, dass dieser Wahrnehmungsprozess andauernd bei Begegnungen mit anderen Menschen abläuft; häufig unbewusst. (Watzlawick; Bavelas; Jackson 1967). Seine Axiome sind bis heute wichtiger denn je, wie Schmidt¹ in einem Interview erzählt: „*Leider muss man sagen, dass die Axiome aktueller als je zuvor sind. [...] wegen der gesellschaftlichen Entwicklung und wie bei uns kommuniziert wird. Z.B. Fake-News, wie Menschen abgewertet werden und in der Kommunikation die Verantwortung für die eigene Kommunikation- und Verhaltensbeiträge gelehnt und zugeschoben werden. [...] und die Entwicklung der digitalen Medien, die geradezu die digitalen Möglichkeiten nutzen für Missachtung, für Nicht-Übernahme der Verantwortung, Verleugnung von „Man kann nicht nicht kommunizieren“ [...].*“ (Huber; Fürst 2018, S. 30/31)

Während Watzlawick mit seinem 2. Axiom² beschreibt, dass die Beziehungsebene ursächlich für den Inhalt und das Verständnis einer Kommunikation verantwortlich ist, unterteilt Schulz von Thun³ die Beziehungsebene in weitere Unterdimensionen (Schulz von Thun 1981). Beide sind sich der Wichtigkeit der Beziehung und seiner Auswirkungen auf den Inhalt bewusst.

Mit der Veröffentlichung seines Buches „Wie wirklich ist die Wirklichkeit?“ stellt Watzlawick die These auf, dass es „*keine absolute Wirklichkeit gibt [...].*“ (Watzlawick 1976, S. 142). Er schreibt darin eine Wirklichkeit, die aus einem Konsens⁴ der Wahrnehmung entsteht, in die *Wirklichkeit der 1. Ordnung*. Mit dieser Wirklichkeitsauffassung können wir jedoch nichts über den Wert oder der Bedeutung dieser anfangen. Er schreibt, dass bspw. Gold mit all seinen physischen Eigenschaften eine Wirklichkeit darstellt. Was dieses wert ist, kann anhand der aktuellen Goldwerte (spezifisch zugeschriebene Wirklichkeitsaspekte) bestimmt werden. Dieser Goldwert hat jedoch nichts mit den physischen Eigenschaften des Goldes zu tun; im Gegenteil. Diese *Wirklichkeit der 2. Ordnung* wird zugeschrieben, also konstruiert, um Werte und Vergleiche anzustellen. Das wichtige daran ist es, dass es keinen Sinn macht, auf der Wirklichkeit der 2. Ordnung unterschiedlicher Meinung zu

¹ Das Interview wurde von Alois Huber am 30. Juli 2017 in Italien mit Gunther Schmidt geführt und im Buch „Paul Watzlawick 4.0“ RE:LOADED abgedruckt.

² „*Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt, derart, daß letzterer den ersteren bestimmt und daher eine Metakommunikation ist.*“ (Watzlawick; Beavin; Jackson 2000, S. 56)

³ SenderInnen besitzen vier Schnäbel und EmpfängerInnen vier Ohren; den Sachinhalt, die Selbstoffenbarung, die Beziehungsaussage und den Appell. („Das Kommunikationsquadrat - Schulz von Thun Institut“ o. J.)

⁴ „*Wir wollen also jene Wirklichkeitsaspekte, die sich [...] vor allem auf experimentelle, wiederholbare und daher verifizierbare Nachweise beziehen, der Wirklichkeit erster Ordnung zuteilen.*“ (Watzlawick 1976, S. 143)

sein. „Im Bereich dieser Wirklichkeit zweiter Ordnung ist es also absurd, darüber zu streiten, was »wirklich« wirklich ist.“ (Watzlawick 1976, S. 143). Er belegt diese Aussage mit einem Beispiel aus dem interkulturellen Bereich; welcher Abstand der Richtige ist, wenn sich zwei Menschen küssen. Es gibt nämlich keinen „»richtigen« Abstand zwischen zwei Personen, und ebenso offensichtlich kann Küssen, je nach den Normen einer Kultur, im Frühstadium oder erst gegen Ende des Paarungsverhaltens für »richtig« gelten.“ (Watzlawick 1976, S. 143). Abschließend hält er fest, dass das eigentlich Paradoxe an diesen Wirklichkeiten die Annahme ist, „dass es eine »wirkliche« Wirklichkeit der zweiten Ordnung gibt.“ (ebd, S. 143). Eine Zuschreibung was wirklich, also „normal“ ist, liegt im Bewertungsschema des Betrachters und ist aus diesem Grund konstruiert. (Watzlawick 1976; Kleve 2018).

Ed. Schein hat mit dem seinen Studien zur Unternehmenskultur sog. *Managementkulturen*⁵ lokalisiert und dabei festgestellt. *„Unternehmen werden solange nicht wirksam lernen, wie ihre Führungskräfte, Techniker und einfache Arbeitnehmer nicht die Bedeutung der drei berufsbezogenen Kulturen erkennen und berücksichtigen. Sie müssen ... erkennen, daß sie unterschiedliche Sprachen benutzen und unterschiedliche Ansichten darüber hegen, was wichtig ist. Und ehe nicht alle lernen, die anderen Kulturen als berechtigt und normal gelten zu lassen, werden die Bemühungen um das betriebliche Lernen weiterhin fehlschlagen.“* (Schein 1999, S. 27). Damit zeigt er, wie die unterschiedlichen Wirklichkeiten dieser Kultur-Ebenen Konfliktpotenziale mit sich bringen. Wenn wir diese Erkenntnisse auf die Kommunikationsprozesse übertragen, bedeutet das, erst wenn die unterschiedlichen Verständnisse, sowohl auf der Mikro- als auch auf der Makro-Ebene, lokalisiert und besprochen werden, sind reflexive Kommunikationen unternehmensweit erst möglich.

Mit seinem zweiten Axiom beleuchtet Watzlawick, dass die Menschen schlussfolgern, dass mein Gegenüber entweder verrückt („mad“) oder mir nicht wohlgesonnen („bad“) ist. Ist eine Beziehung unter Kommunikationsteilnehmenden »gesund«, können Gesprächsinhalte und -diskussionen reibungslos geführt werden. Ist diese Beziehung aus irgendeinem Grunde gestört, also «krank», konzentrieren sich die Teilnehmenden auf die wechselseitige Beziehung und nicht mehr auf den Inhalt. Vielmehr ist es fast so, dass der Inhalt nahezu völlig seine Bedeutung verliert und nur die konfliktreiche Beziehung in den Vordergrund rückt. Inhaltliche Auseinandersetzungen sind damit nicht möglich, denn jede Vermischung diese beiden Ebenen (die Relation von Beziehung und Inhalt) liefert keine inhaltlichen Resultate. Watzlawick beschreibt, dass der Inhaltsaspekt die Informationen und Daten vermittelt und der Beziehungsaspekt vorschreibt, wie diese Daten aufzufassen sind. Deshalb ist dieses 2. Axiom eine Metakommunikation. (Watzlawick; Beavin; Jackson 2000)

⁵ In Organisationen existieren drei Ebenen; die der Firmenchefs (Mitglieder der Geschäftsführung), der Techniker (Ingenieure) und der Arbeitnehmenden. (Schein 1999, S. 27)

Um die Komplexität weiter auszuführen, ist ein kleiner Exkurs nötig, um die vier Varianten eines Kommunikationsprozesses aufzuzeigen, die aufgrund der Inhalts- und Beziehungsebene resultieren.

1. *Idealfall:*

In Kommunikationsprozessen sind sich die Gesprächsteilnehmenden auf der Inhalts- und der Beziehungsebene einig. Gut eingespielte Teams und Abteilungen verstehen und akzeptieren sich untereinander. Deshalb finden sie immer eine gemeinsame Lösung für Ihre Aufgaben und Problemstellungen.

2. *Schlechteste Fall:*

Sie sind sich auf der Inhalts- und der Beziehungsebene nicht einig. Das sind konfliktbeladene Kommunikationsprozesse, die sich weder inhaltlich einigen können noch sich über ihre Beziehung im Klaren sind. Beispiele hierfür sind Ehen, die getrennt werden oder Arbeitsverhältnisse, die aufgelöst werden. Es gilt das Zerrüttungsprinzip; es kann keine Einigung auf beiden Ebenen hergestellt werden.

3. *Mischform: Einig auf der Inhaltsebene*

Die Gesprächsteilnehmende sind sich inhaltlich einig, verstehen sich jedoch nicht auf der Beziehungsebene. Beispielhaft hierfür sind politischen Koalitionsgespräche. Die unterschiedlichen Parteien sind sich auf der Inhaltsebene einig: das erfolgreiche Abschließen einer Koalition. Auf der Beziehungsebene muss ein gemeinsames Einverständnis ausgehandelt werden, damit die Koalition über einen längeren Zeitraum tragfähig ist. Dasselbe Phänomen kann in einer Partnerschaft auftreten, wenn die inhaltlichen Aufgaben/Ziele (Besuche von Elternabenden oder der (Schwieger-) Eltern zu unterschiedlichen Anlässen, Lernen mit dem Kind, Organisieren von Arztbesuchen etc.) gemeistert werden. Fällt aus irgendeinem Grund dieses inhaltliche Ziel weg, bleibt die Ebene der Beziehung „übrig“ und die Partner stellen erst dann fest, wie sie zueinanderstehen.

4. *Mischform: Uneinig auf der Inhaltsebene*

Die „reifste Form“ in der Kommunikation bezeichnet er die Teilnehmende, die sich auf der Inhaltsebene uneinig sind und auf der Beziehungsebene einig. Man kann auch sagen, dass hier mehr als diskutiert wird, sondern vielmehr nach dem Prinzip des Dialogs miteinander kommuniziert wird. Denn im Dialog⁶ versuchen die Partner gemeinsam zu denken. (Watzlawick; Beavin; Jackson 2000).

⁶ Der Dialog (aus dem Griechischen: dia = durch; logos = Wort/Sinn) wird übersetzt mit Wechselrede oder Kommunikationsprozesse, die wechselseitige Erkenntnisse begründen. (Graf 2013). Die Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmer versuchen gemeinsam ein Verständnis füreinander aufzubauen. Es geht nicht um das Bewerten von Sichtweisen, sondern um einen Austausch. (Schallhart 2018). Nach David Bohm ist der Dialog im tiefsten Sinne eine Einladung zu überlegen, „*was es bedeutet, Mensch zu sein, und kollektiv das Potential für eine weitere menschliche Entwicklung zu erforschen.*“ (Bohm 2017, S. 8)

Bereits Immanuel Kant versuchte in seiner Epoche die unterschiedlichen Wirklichkeiten zu erklären, „[...] und damit die für den Konstruktivismus zentrale Frage nach der Bedingung der Möglichkeit objektiver Erkenntnis [...],“ zu klären. (Kant 1992, S. 71 ff.; zitiert in Merten 2015, S. 175). Wir müssen erkennen, dass es keine objektive Erkenntnis gibt, denn „Menschen konstruieren ihre Wirklichkeit subjektiv und eigenverantwortlich. Es gibt demnach so viele Wirklichkeiten, wie es Menschen gibt. Objektivität hat nurmehr den Rang einer operativen Fiktion, freilich mit strategischen sozialen Funktionen.“ (Schmidt 1987, S. 13 ff. zitiert in Merten 2015, S. 175).

Zusammenfassend können wir festhalten, dass Menschen sich ihre Wirklichkeiten konstruieren. So wird der radikale und später methodische Konstruktivismus im Sinne der Phänomenologie⁷ erklärt. Durch gezielte methodisch gestützte Regeln sollen Gesetzmäßigkeiten festgelegt werden, die wissenschaftlich haltbar sind. (Pörksen 2015).

Artikel aus:

Duden, Antje (2019): Reflexive Kommunikation in Lernenden Organisationen. S.11-16. In: Reflexive Kommunikation analog und digital. Hg. Antje Duden. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag.

⁷ Die Phänomenologie im weiteren Sinne versucht zu beschreiben, was vor uns liegt und geschieht; im engeren Sinne werden innere und äußere Gegebenheiten beobachtet und beschrieben, um diese zu deuten, um sie zu verstehen. „Angewandt auf die Sozialwissenschaften läuft dies auf das Bemühen hinaus, die soziale Wirklichkeit möglichst vorurteilsfrei zu erfassen.“ (Lamnek 2005, S. 48)

Literatur:

- Bohm, David (2017): Der Dialog: Das offene Gespräch am Ende der Diskussionen. Herausgegeben von Nichol Lee Übersetzt von Anke Grube. 8. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta.
- „Das Kommunikationsquadrat - Schulz von Thun Institut“ (o. J.): Das Kommunikationsquadrat. Das Kommunikationsquadrat - Schulz von Thun Institut. Online im Internet: URL: <https://www.schulz-von-thun.de/die-modelle/das-kommunikationsquadrat> (Zugriff am: 26.11.2019).
- Graf, Peter (2013): „Dialog (chr.) allgemein.“ In: Lexikon des Dialogs: Grundbegriffe aus Christentum und Islam. Herausgegeben von Richard Heinzmann u.a. 2. Freiburg im Br. [u.a.]: Verlag Herder, S. 854.
- Huber, Alois; Fürst, Roland (Hrsg.) (2018): Paul Watzlawick 4.0. RE:LOADED. Wien: Facultas. WUV. (Zugriff am: 16.07.2019).
- Lamnek, Siegfried (2005): Qualitative Sozialforschung: Lehrbuch. 4., vollst. überarb. Aufl. Weinheim (u.a.): Beltz, PVU.
- Mehrabian, Albert; Ferris, Susan R. (1967): „Non-verbal Communication.“ In: The Journal of Consulting Psychology, 3 (1967), 31, S. 248–252.
- Merten, Klaus (2015a): „Der konstruktivistische Ansatz.“ In: Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Herausgegeben von Romy Fröhlich; Peter Szyszka; Günter Bentele. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 175–189. Online im Internet: DOI: 10.1007/978-3-531-18917-8_12 (Zugriff am: 26.11.2019).
- Merten, Klaus (2015b): „Der konstruktivistische Ansatz.“ In: Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. Herausgegeben von Romy Fröhlich; Peter Szyszka; Günter Bentele. 2. Wiesbaden: Springer VS, S. 175–189. Online im Internet: URL: https://doi.org/10.1007/978-3-531-18917-8_12
- Pörksen, Bernhard (2015): „Schlüsselwerke des Konstruktivismus. Eine Einführung.“ In: Schlüsselwerke des Konstruktivismus. Herausgegeben von Bernhard Pörksen. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer VS, S. 3–20. Online im Internet: URL: Kopien bei AD (Zugriff am: 27.11.2019).
- Schallhart, Annemarie (2018): Annemarie Schallhart. Debatte, Diskussion und Dialog. Online im Internet: URL: <https://www.schallhart.com/debatte-diskussion-und-dialog/> (Zugriff am: 27.11.2019).
- Schein, Edgar H (1999): „Wenn das Lernen im Unternehmen wirklich gelingen soll.“ In: Harvard Business Manager. Deutsche Ausgabe, Das lernende Unternehmen (1999), S. 18–51.
- Schulz von Thun, Friedemann Schulz von (1981): Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen: Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch.
- Watzlawick, Paul (1976): Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen. München/Zürich: Piper Verlag GmbH. Online im Internet: URL: <https://www.zvab.com/9783492021821/wirklich-Wirklichkeit-Wahn-T%C3%A4uschung-Verstehen-3492021824/plp> (Zugriff am: 16.07.2019).
- Watzlawick, Paul; Bavelas, Janet Beavin; Jackson, Don D. (1967): Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien. Bern [u.a.]: Huber.
- Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D. (2000): Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien. Herausgegeben von Mental Research Institute. 10., unveränd. Aufl. Bern [u.a.]: Huber.