

---

# MarS Aviation



**M**anagement – **A**viation – **R**isk

---

---

# **HF Trainer Weiterbildung 2021**

## **Tag 2**

Dr. Christian Reeb, Dipl.Psych.

Version 3.3, REE, 28.10.2021

# Kommunikation



# Kommunikation ist...

---

...unvermeidlich

...zweckgerichtet

...mehrdimensional

...irreversibel

...unehrlich

---

# Teamarbeit



# Teamarbeit Ehrlichkeit

---

**“Ich bitte Euch, in 2 Teams folgende Fragen zu beantworten:**


- 1) Wie oft lügt Ihr geschätzt am Tag?**
- 2) Welche Art Unwahrheiten sind das?**
- 3) Wovon hängt es ab, ob Ihr die Wahrheit sagt oder nicht?**

**Zeit: ca. 15 Minuten!**



Bild: pixabay.com; freie kommerzielle Nutzung

# Ergebnisse

A person wearing a dark suit and a light-colored shirt is holding a white rectangular sign with both hands. The sign contains the text 'Ergebnisse zu Ehrlichkeit'. The background is dark and out of focus.

Ergebnisse  
zu  
Ehrlichkeit

# Ehrlichkeit in Kommunikationen

---

- **Wissenschaftliche Studienergebnisse zu Unehrlichkeit sind uneindeutig** (Gerlach et al., 2019)
- **Menschen lügen ca. 1-2 Mal am Tag** (Studie mit Eigenbeobachtung; DePaulo et al., 1996)
- **Menschen lügen, insbesondere wenn sie dem Gegenüber sympathisch oder kompetent erscheinen wollen, und zwar bis zu 12 Mal in einem 10 minütigen Gespräch** (Feldman et al., 2002)

Gerlach, P., Teodorescu, K., & Hertwig, R. (2019). The truth about lies: A meta-analysis on dishonest behavior. *Psychological bulletin*, 145(1), 1.

DePaulo, B. M., Kashy, D. A., Kirkendol, S. E., Wyer, M. M., & Epstein, J. A. (1996). Lying in everyday life. *Journal of personality and social psychology*, 70(5), 979.

Feldman, R. S., Forrest, J. A., & Happ, B. R. (2002). Self-presentation and verbal deception: Do self-presenters lie more?. *Basic and applied social psychology*, 24(2), 163-170.

---



# Ehrlichkeit in Kommunikationen

---

- Frauen lügen häufiger als Männer, speziell wenn sie davon ausgehen, dass sie ihr Gegenüber noch einmal treffen werden (Tyler & Feldman, 2004)
- Die häufigsten Lügenarten in Beziehungen sind Notlügen, Halbwahrheiten und Verzerrungen (Peterson, 1996)
- Frauen erhalten bei schlechter Leistung besseres Feedback als Männer (Jampol & Zayas, 2020)

Tyler, J. M., & Feldman, R. S. (2004). Truth, lies, and self-presentation: How gender and anticipated future interaction relate to deceptive behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(12), 2602-2615.

Peterson, C. (1996). Deception in intimate relationships. *International Journal of Psychology*, 31(6), 279-288.

Jampol, L., & Zayas, V. (2021). Gendered white lies: Women are given inflated performance feedback compared with men. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 47(1), 57-69.

# Ehrlichkeit in Kommunikationen

---

- Menschen stellen sich positiver dar als sie sind, wenn sie sich ein „Date“ erhoffen, und zwar umso mehr, je attraktiver der erhoffte Datepartner ist; dies gilt unabhängig vom Geschlecht (Rowatt et al., 1998)
- Unehrlichkeit ist eher intuitiv, wenn die Lüge **keiner** konkreten Person schadet, und eher bewusst, wenn konkrete Personen durch die Lüge Schaden nehmen könnten (Koebis et al., 2019)
- Das Gehirn gewöhnt sich ans Lügen (Garrett et al., 2016)

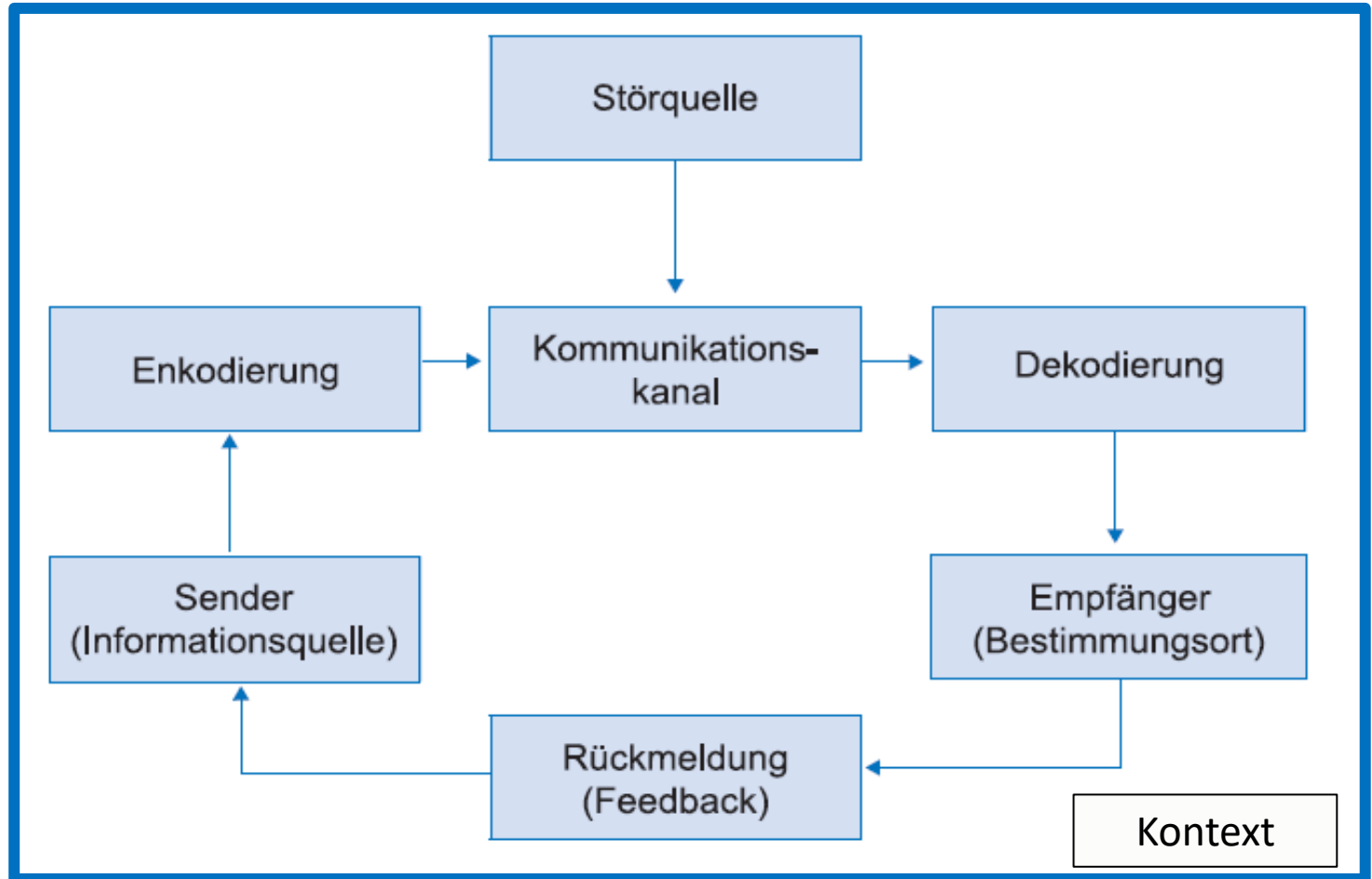
Rowatt, W. C., Cunningham, M. R., & Druen, P. B. (1998). Deception to get a date. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24(11), 1228-1242.

Köbis, N. C., Verschuere, B., Bereby-Meyer, Y., Rand, D., & Shalvi, S. (2019). Intuitive honesty versus dishonesty: Meta-analytic evidence. *Perspectives on Psychological Science*, 14(5), 778-796.

Garrett, N., Lazzaro, S. C., Ariely, D., & Sharot, T. (2016). The brain adapts to dishonesty. *Nature neuroscience*, 19(12), 1727-1732.

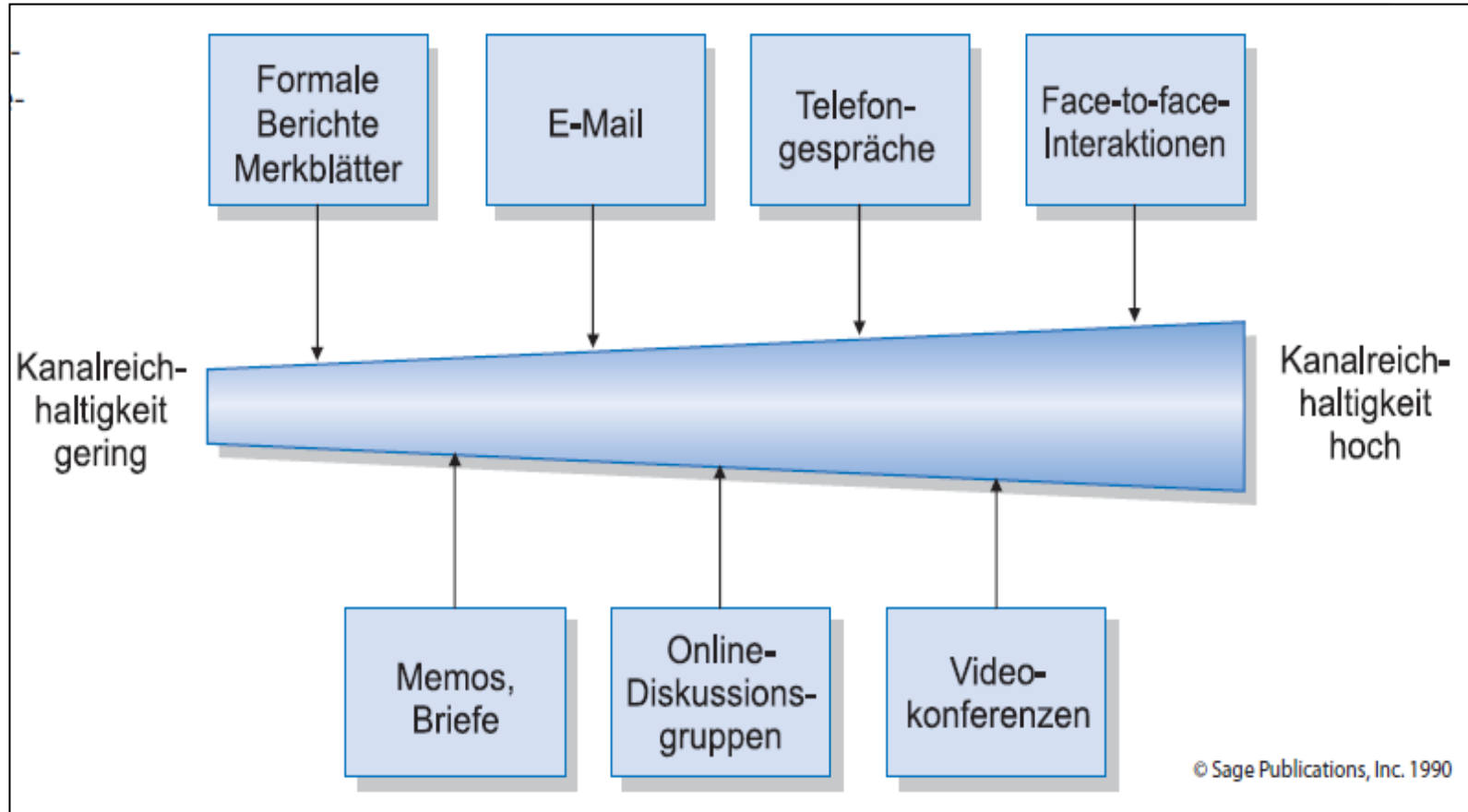
---

# Sender – Empfänger – Modell



Aus: Nerdinger, F. W., Blickle, G., Schaper, N., & Schaper, N. (2008). *Arbeits-und Organisationspsychologie*. Heidelberg: Springer.

# Kanalreichhaltigkeit



Grafik: Nerdinger, F. W. (2011). Interaktion und Kommunikation. In *Arbeits-und Organisationspsychologie* (pp. 55-68). Springer, Berlin, Heidelberg.

Trevino, L.K., Daft, R.H. & Lengel, R.H. (1990). Understanding manager´s media choices: A symbolic interactionist perspective. In J. Fulk & C. Steinfi eld (Eds.), *Organizations and communication technology*(pp. 71–94). Newbury Park: Sage.

# Bevorzugte Kommunikationskanäle

Top 1 Häufig Basis	Gesamt	Alter					
		14-19 Jahre	20-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60 Jahre+
	2817	297	587	523	588	451	370
Telefon	69%	51%	62%	66%	72%	75%	86%
Persönlicher Besuch oder Treffen	61%	63%	67%	59%	56%	62%	60%
Messenger-Dienste, wie z. B. WhatsApp oder Threema	58%	81%	75%	61%	52%	41%	36%
Social Media-Kanäle	29%	41%	39%	29%	26%	21%	18%
SMS/MMS	26%	23%	28%	25%	30%	22%	22%
E-Mail	24%	9%	14%	20%	29%	35%	39%
Brief	4%	3%	4%	6%	4%	4%	3%

Faktenkontor, Social Media Atlas 2015/2016

# Partnerübung



# Übung „Kommunikation“

---

**“Ich bitte Euch nun, mit mir zusammen eine kleine Übung zu absolvieren. Ich werde dafür alle bis auf einen Teilnehmer vor die Tür bitten. Ich werde dann alle anderen der Reihe nach einzeln hereinbitten!”**

# „Stille Post“

---

- **Was** ist soeben passiert im Verlauf der Weitergabe der kleinen Geschichte?
  - Informationsverlust
  - Informationsverfälschung
- **Wo** könnte so etwas im realen Leben auftreten?
  - In der „Gerüchteküche“



# Gerüchte

---

- Gerüchte stehen meist in Konkurrenz zu den offiziell verbreiteten Informationen und werden auf Wegen weitergegeben, die sich von der Leitung einer Organisation kaum kontrollieren lassen
  - Allport und Postman (1947) haben drei Prozesse entdeckt, die mit der Weitergabe von Gerüchten verbunden sind:
    - Levelling: Das Gerücht wird schnell kürzer, weniger detailliert und weniger komplex
    - Sharpening: Bestimmte Aspekte des Gerüchts werden selektiv betont und übertrieben, insbesondere in der frühen Phase der Verbreitung (Kapferer, 1997)
    - Assimilation: Das Gerücht wird in Einklang mit den bereits existierenden Vorurteilen und Interessen verzerrt
-

# „Stille Post“

---

- Was ist soeben passiert im Verlauf der Weitergabe der kleinen Geschichte?
    - Informationsverlust
    - Informationsverfälschung
  - Wo könnte so etwas im realen Leben auftreten?
    - In der „Gerüchteküche“
  - Welche Gegenmaßnahmen sind denkbar, um den Informationsverlust bzw. die Infoverfälschung zu minimieren?
    - Methoden des „aktiven Zuhörens“
    - Notizen anfertigen
-

# Aktives/engagiertes Zuhören

---

- Aktives Zuhören verlangt
  - Anstrengung
  - Aufmerksamkeit
  - Konzentration
- Aktives Zuhören ist der Schlüssel für erfolgreiche Beziehungen
- Aktives Zuhören hat eine verbale und eine nonverbale Komponente

Hargie, O. (2013). *Die Kunst der Kommunikation: Forschung, Theorie, Praxis*. Verlag Hans Huber.

# Aktives/engagiertes Zuhören

## Verbale Komponente

- verbale Verstärker
- auf Äußerungen Bezug nehmen
- keine Unterbrechungen
- Nachfragen
- Zusammenfassen

## Nonverbale Komponente

- interessierter Gesichtsausdruck
- Blickkontakt
- Lächeln oder Gefühl des Sprechers spiegeln
- gleichbleibende, zugewandte Körperhaltung
- Kopfnicken
- keine ablenkenden Tätigkeiten

Hargie, O. (2013). *Die Kunst der Kommunikation: Forschung, Theorie, Praxis*. Verlag Hans Huber.

# Aktives/engagiertes Zuhören

---

## Zuhören

- verbale Verstärker
- Blickkontakt
- Kopfnicken
- zugewandte Körperhaltung

## Verstehen

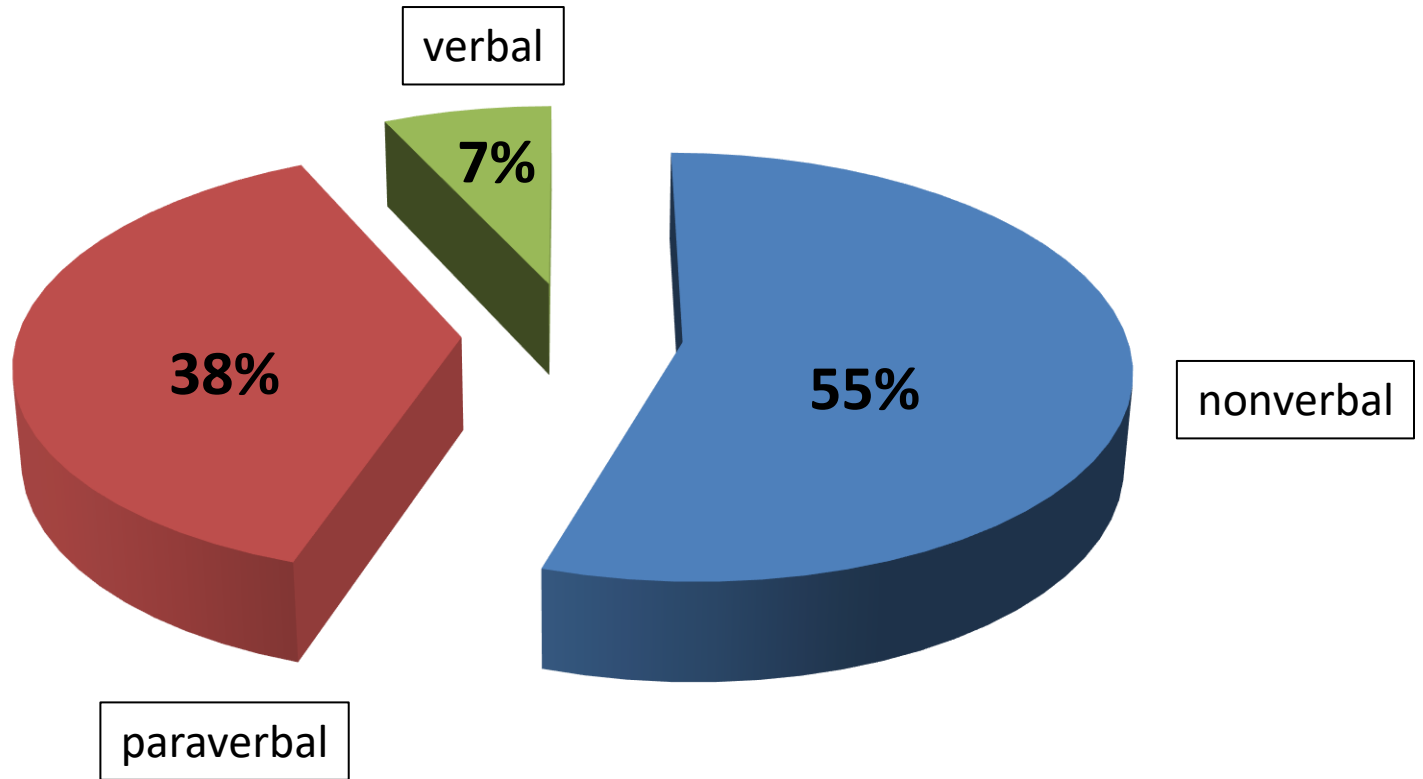
- keine Unterbrechungen
- Nachfragen
- Zusammenfassen
- Bezug nehmen

## Mitfühlen

- Gefühle verbalisieren
- Gefühle spiegeln
- in den Anderen hinein versetzen
- Wünsche herauslesen

Hargie, O. (2013). *Die Kunst der Kommunikation: Forschung, Theorie, Praxis*. Verlag Hans Huber.

# Kommunikationskanäle zur Informationsübertragung



Mehrabian, A., & Ferris, S. R. (1967). Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels. *Journal of consulting psychology*, 31(3), 248.

# Verbale Kommunikation

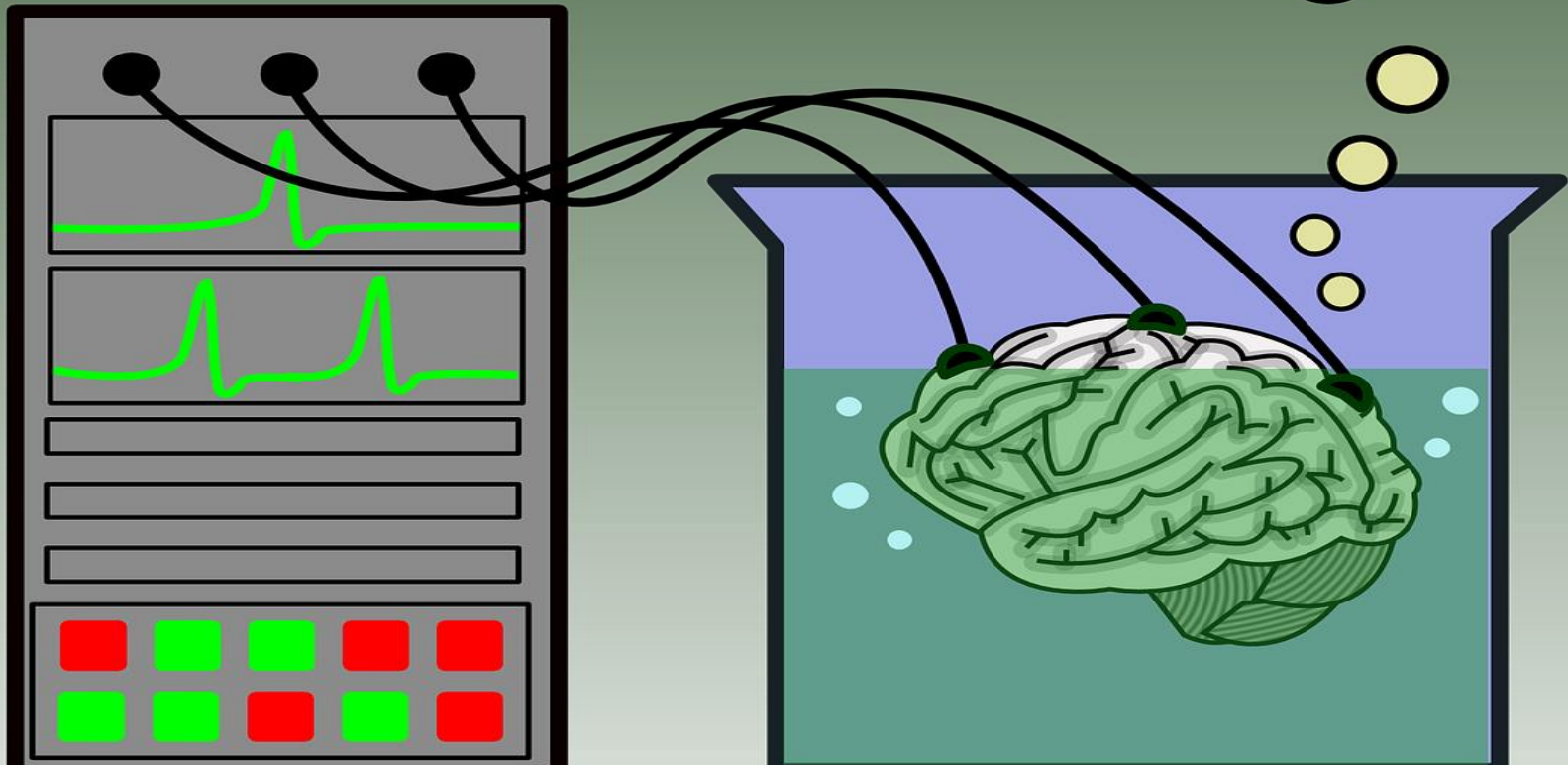
---



**Inhalt**

Bild: pixabay.com; freie kommerzielle Nutzung

# Experiment: Sprache





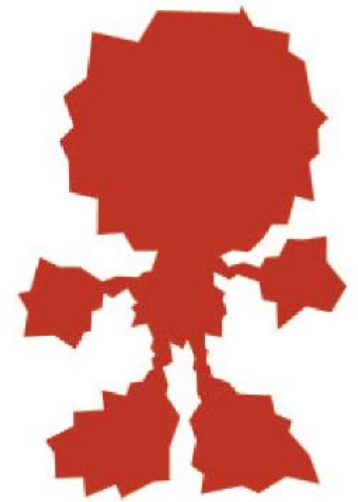
# Bob-Kirk/Maluma-Takete Effekt



maluma  
takete



Bob  
Kirk



Sidhu, D. M., & Pexman, P. M. (2019). The sound symbolism of names. *Current Directions in Psychological Science*, 28(4), 398-402.

# Paraverbale Kommunikation

---

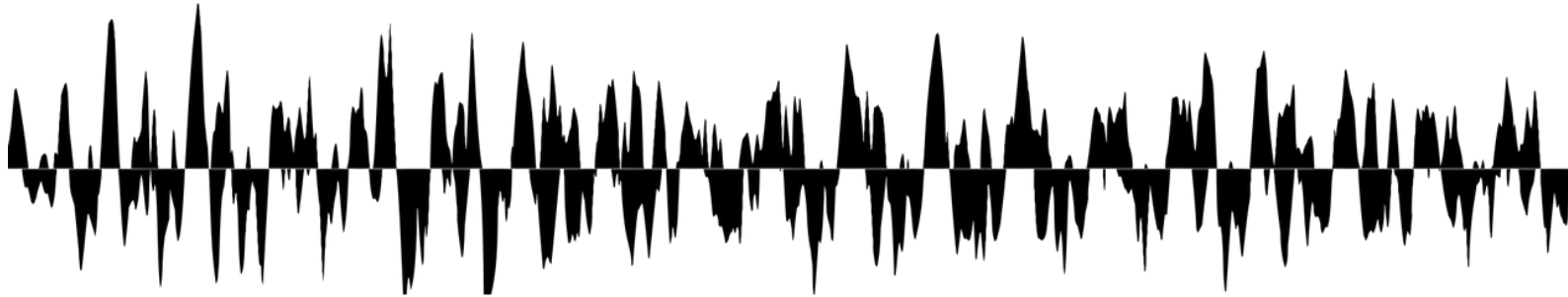


Bild: pixabay.com; freie kommerzielle Nutzung

# Paraverbale K. – Vokalisierung

---

## 5 paraverbale Dimensionen sprachlicher Botschaften (VAPER):

**V**olume (Lautstärke)

**A**rticulation (Aussprache)

**P**itch (Stimmhöhe)

**E**mphasis (Betonung)

**R**ate (Sprachtempo)

Nelson-Jones, R. (2005). *Practical counselling and helping skills: text and activities for the lifeskills counselling model*. Sage.  
Entnommen aus: Hargie, O. (2013). *Die Kunst der Kommunikation: Forschung, Theorie, Praxis*. Verlag Hans Huber.

# Nonverbale Kommunikation

---



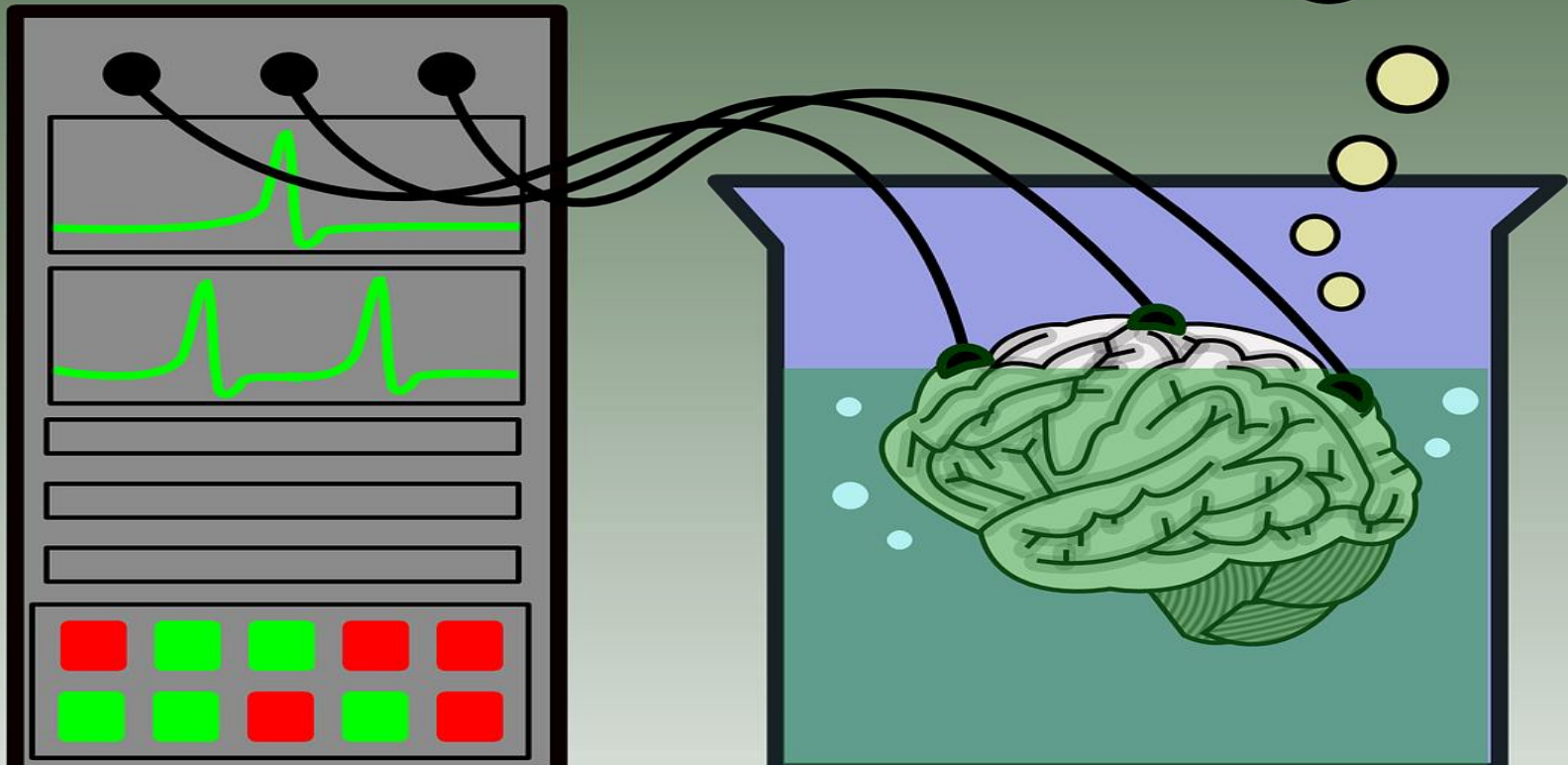
Bild: pixabay.com; freie kommerzielle Nutzung

# Nonverbale Kommunikation

---

- Kinesik
    - Körperbewegungen (Gang, Gestik)
    - Gesichtsausdruck, Blickkontakt
    - Körper- und Kopfhaltung
  - Haptik (Berührungen)
  - Proxemik (Distanz, Sitzordnung)
  - Körperliche Merkmale (Attraktivität, Kleidung)
  - Umgebungsgestaltung
-

# Experiment: Emotionen



# Gesichtsausdruck/Emotionen



Bilder: paulekman.com

# Gesichtsausdruck/Emotionen

Ekman, P., & Friesen, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of personality and social psychology*, 17(2), 124.



Neutral



Wut



Ekel



Furcht

## 6 Basistemotionen:

- Ekel
- Trauer
- Wut
- Furcht
- Überraschung
- Freude

Bilder: Ottler, S. (2016). Realtime-Response-Messungen und Facial Coding: Neue Ansätze zur Werbemitteloptimierung. In *Dialogmarketing Perspektiven 2015/2016* (pp. 133-146). Springer Gabler, Wiesbaden.



Freude



Trauer



Überraschung



# Gesichtsausdruck/Emotionen

Gerüchte über die emotionale Kälte der Norddeutschen sind natürlich völliger Quatsch!  
Hier einige Belege:



1. Totaler Spaß



2. Wildes Lachen



3. Enorme Freude



4. Heftige Frustration



5. Tiefe Trauer



6. Bittere Reue

Bild: <https://de.1jux.net/350960>

# Gesichtererkennung

- Die menschliche Fähigkeit, Gesichter wiederzuerkennen, ist im fusiformen Gesichtsareal verortet
- Es gibt Menschen (ca. 2,5%), die **keine** Gesichter erkennen können (Prosopagnosie)
- Allerdings existieren auch Personen, die diese Fähigkeit in besonderem Maße besitzen („Super – Recognizer“)
- Menschen sind generell schlecht darin, Gesichter von Personen anderer Ethnien zu erkennen (Own Race Bias)

Kennerknecht, I., Grueter, T., Welling, B., Wentzek, S., Horst, J., Edwards, S., & Grueter, M. (2006). First report of prevalence of non-syndromic hereditary prosopagnosia (HPA). *American Journal of Medical Genetics Part A*, 140(15), 1617-1622.

Russell, R., Duchaine, B., & Nakayama, K. (2009). Super-recognizers: People with extraordinary face recognition ability. *Psychonomic bulletin & review*, 16(2), 252-257.

Furl, N., Garrido, L., Dolan, R. J., Driver, J., & Duchaine, B. (2011). Fusiform gyrus face selectivity relates to individual differences in facial recognition ability. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 23(7), 1723-1740.

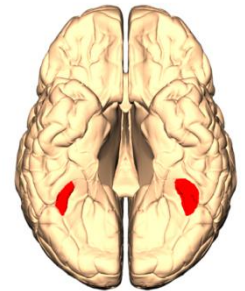
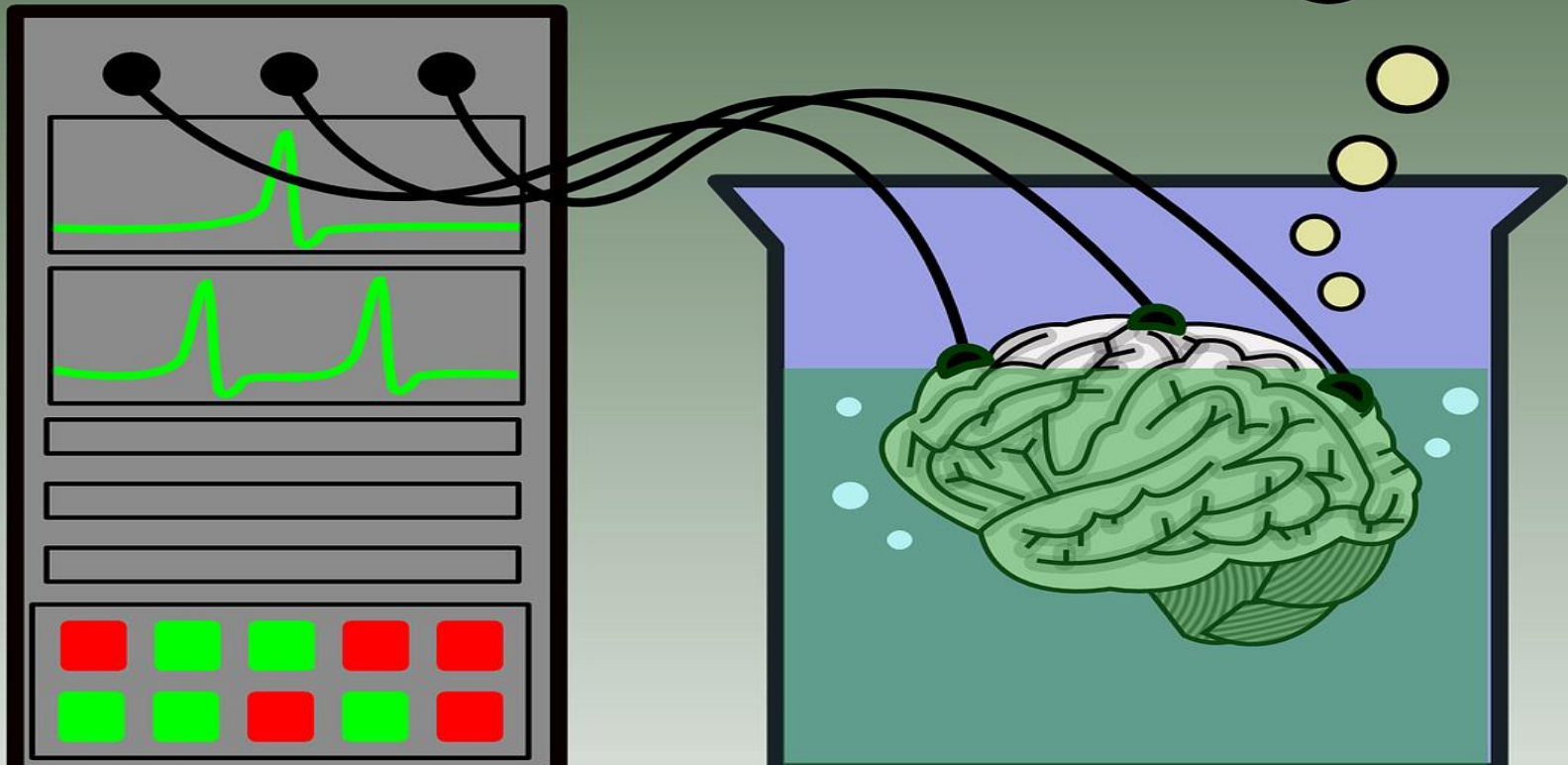


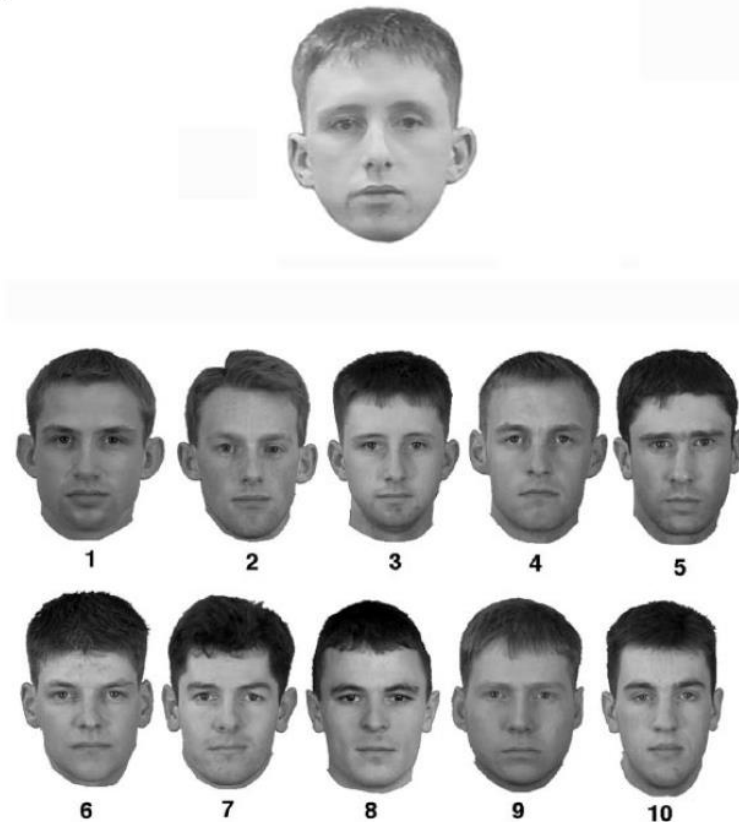
Bild: wikimedia commons

# Experiment: Gesichtserkennung



# Gesichtererkennung

a



Young, A. W., & Burton, A. M. (2017). Recognizing faces. *Current Directions in Psychological Science*, 26(3), 212-217.

# Selbsterkennung



50%  
40%  
30%  
20%  
10%  
Actual  
10%  
20%  
30%  
40%  
50%  
Unattractive

Attractive



Unattractive  
Female  
Target



Attractive  
Female  
Target



50%  
40%  
30%  
20%  
10%  
Actual  
10%  
20%  
30%  
40%  
50%  
Unattractive

Attractive



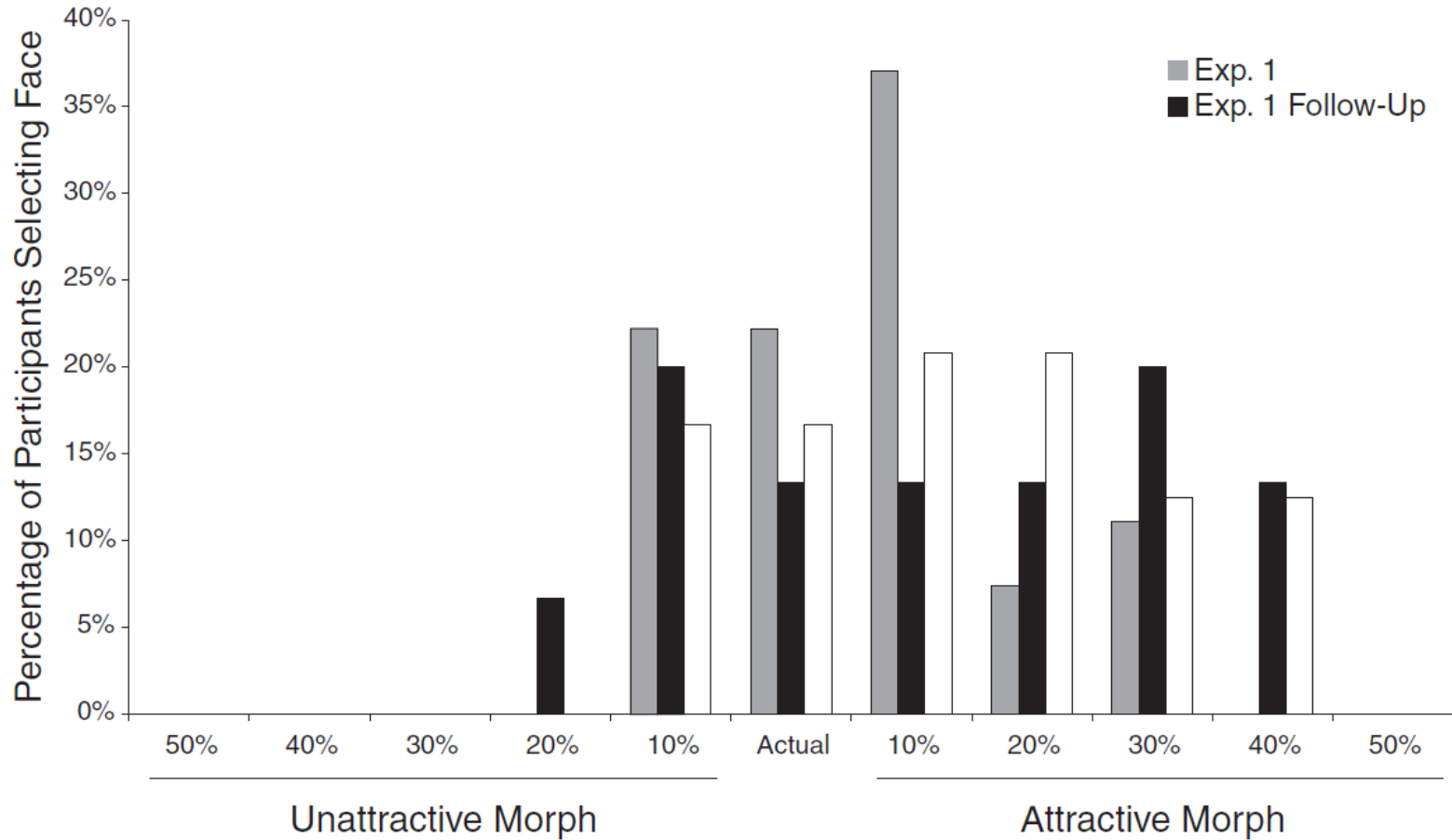
Unattractive  
Male  
Target



Attractive  
Male  
Target

Epley, N., & Whitchurch, E. (2008). Mirror, mirror on the wall: Enhancement in self-recognition. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(9), 1159-1170.

# Selbsterkennung



Epley, N., & Whitchurch, E. (2008). Mirror, mirror on the wall: Enhancement in self-recognition. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(9), 1159-1170.

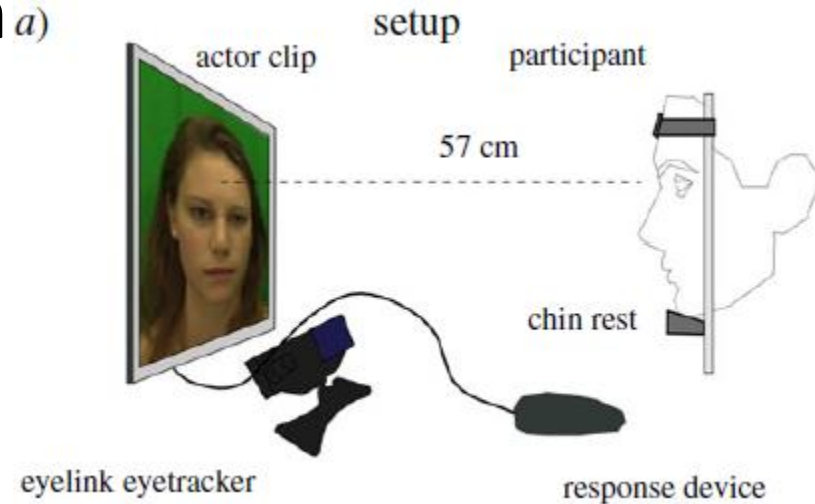
# Blickkontakt

➤ Ideale Blickdauer zum Gegenüber ist:  
3,3 +/- 0,7 Sekunden <sup>a)</sup>

➤ Unabhängig von:

- Persönlichkeit
- Geschlecht
- Attraktivität
- Nationalität

➤ Je schneller sich die Pupillen des Gegenüber weiten, desto länger kann man der Person in die Augen schauen



Binetti, N., Harrison, C., Coutrot, A., Johnston, A., & Mareschal, I. (2016). Pupil dilation as an index of preferred mutual gaze duration. *Royal Society Open Science*, 3(7).

# Fehlerquellen in der Kommunikation

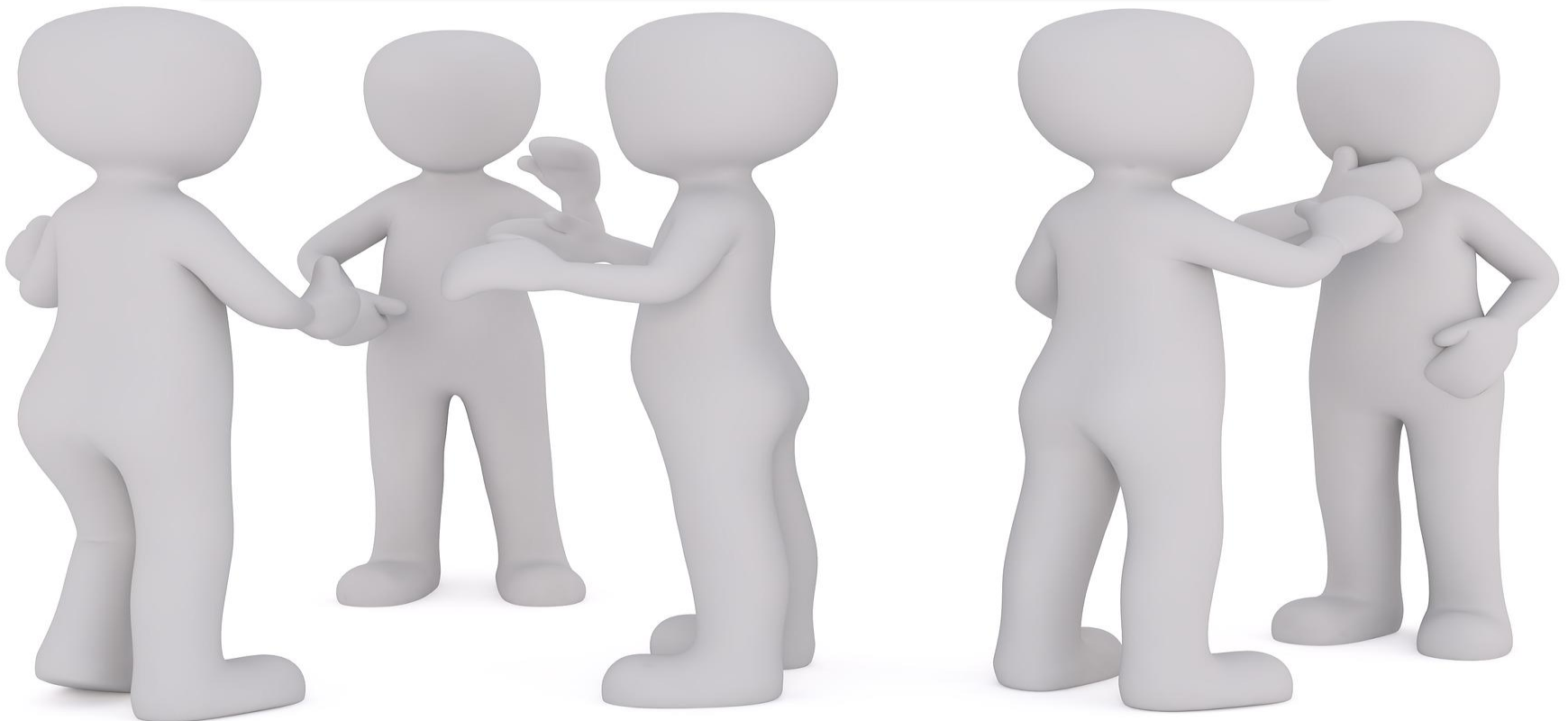




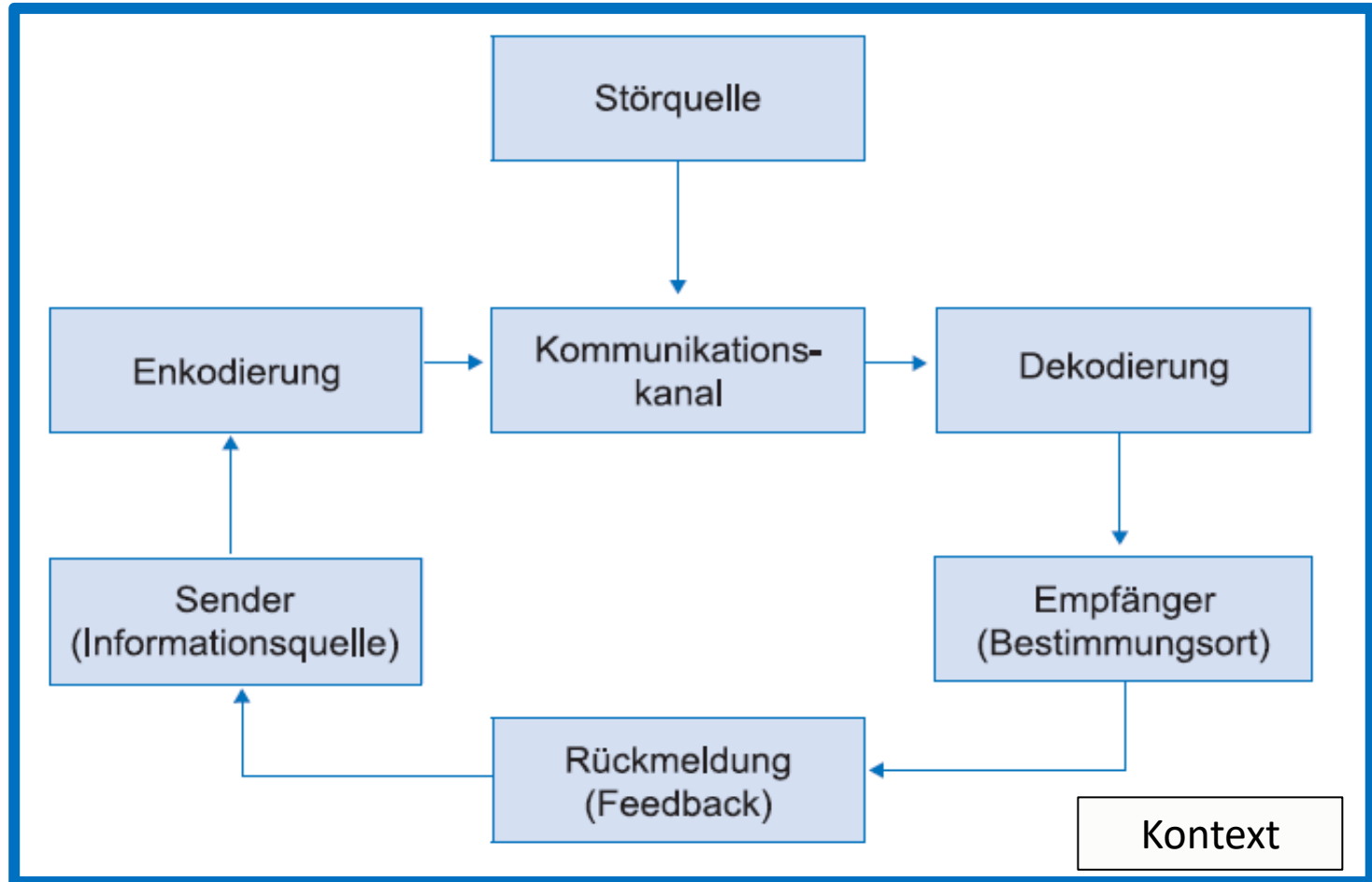
# Diskussionsfrage

Wo „hakt“ es in Eurem Verband in Bezug auf Kommunikation

- 1) im Dienstbetrieb am Standort
- 2) im Einsatz?



# Störungsfaktoren im Sender – Empfänger – Modell



Aus: Nerdinger, F. W., Blickle, G., Schaper, N., & Schaper, N. (2008). *Arbeits-und Organisationspsychologie*. Heidelberg: Springer.

# Fehler beim Sender – mangelnde Präzision



Bild:  
<https://memeguy.com/photo/101979/no-smoking-in-arabic>

A new tanker arrives on site in Qatar:  
The newly appointed American Manager  
tells the local supervisor to ensure that  
the tanker is clearly labeled:  
“Diesel Fuel” in Arabic and  
“No Smoking” in Arabic  
This is what he got.

# Fehler beim Sender – mangelnde Präzision



TU-2S,  
Beale (CA),  
2016

Bild: US Air Force  
Video: [www.krca.com](http://www.krca.com)



# Fehler beim Sender – mangelnde Präzision

---

- Während dieses Trainings- bzw. Auswahlfluges wurden „Stallrecoveries“ geübt
- Die U2 kam dabei in einen unkontrollierten Flugzustand
- Der Fluglehrer gab schließlich das Kommando zur Ejection, aber **(non-standard)** mit den Worten: **„Eject, dude!“**
- Der hinten sitzende Schüler reagierte darauf zunächst nicht

## Fehler beim Sender – mangelnde Präzision

---

- Der Fluglehrer schoss sich dennoch 1-2 Sekunden später aus dem Flugzeug, kollidierte aber mit einem der Flügel und wurde getötet
- Der Flugschüler erlitt durch den Jetblast des vorderen Schleudersitzes leichte Verbrennungen im Gesicht, konnte sich aber mit dem Sitz retten

# Kulturelle Unterschiede in der Gestik



Bild: Grosse, J., Reker, J., Grosse, F. B. K., & Grosse, F. B. K. (2010). *Versteh mich nicht falsch!: Gesten weltweit: das Handbuch*. Bierke.

Nordamerika, Schweiz, Deutschland:

„gut so, bestens“

Frankreich, Belgien,

Tunesien:

„null, nutzlos, nichts“

Russland, Südeuropa, Thailand,

Naher Osten, Brasilien:

„Arschloch!“

(mit homosexuellem Bezug)

Japan:

„Ich möchte über Geld reden!“

Mexico:

Einladung zum Sex

# Kulturelle Unterschiede in der Gestik



USA, Russland,

Deutschland:

„Das rockt!“

Spanien, Italien:

„Deine Frau betrügt Dich!“

Argentinien:

„Schutz vor bösen Geistern“

Bild: Grosse, J., Reker, J., Grosse, F. B. K., & Grosse, F. B. K. (2010). *Versteh mich nicht falsch!: Gesten weltweit: das Handbuch*. Bierke.



# Kulturelle Unterschiede in der Gestik



Bild: Grosse, J., Reker, J., Grosse, F. B. K., & Grosse, F. B. K. (2010). *Versteh mich nicht falsch!: Gesten weltweit: das Handbuch*. Bierke.

Deutschland, UK, Korea, Südafrika:

„Alles klar!“

Mittlerer Osten, Griechenland, Australien, Russland, Nigeria:

Obszöne Beleidigung

Türkei:

Einladung zu homosexuellen Praktiken

Deutschland, Österreich,

Schweiz:

„1“

Japan:

„5“

Indonesien:

„6“

# Kulturelle Unterschiede in der Gestik

---



USA, Irak, Deutschland:

„Peace!“  
„Sieg!“

Bild: Grosse, J., Reker, J., Grosse, F. B. K., & Grosse, F. B. K. (2010). *Versteh mich nicht falsch!: Gesten weltweit: das Handbuch*. Bierke.

# Kulturelle Unterschiede in der Gestik

---



UK, Irland, Australien,  
Neuseeland:

Doppelter Stinkefinger

Bild: Grosse, J., Reker, J., Grosse, F. B. K., & Grosse, F. B. K. (2010). *Versteh mich nicht falsch!: Gesten weltweit: das Handbuch*. Bierke.

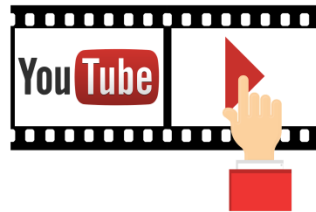
# Kommunikation zwischen den Geschlechtern

---

Tut mir leid, aber  
hier stößt die  
Wissenschaft  
an ihre Grenzen...

# Kommunikation zwischen den Geschlechtern

---



<https://www.youtube.com/watch?v=57LsW00c1Oo>

# Die 4 Maxime für eine effektive Kommunikation

---

1. Das Maxim der Quantität
  - Sei informativ, aber nur so viel wie nötig!
  
2. Das Maxim der Qualität
  - Sei ehrlich!
  - Sage nur das, was Du auch belegen kannst!

Grice, H. P. (1989). *Studies in the Way of Words*. Harvard University Press.

# Die 4 Maxime für eine effektive Kommunikation

---

## 3. Das Maxim der Relevanz

- Sage nur das, was für den momentanen Austausch wichtig ist!

## 4. Das Maxim der Klarheit

- Vermeide Worte, die Dein Gegenüber nicht versteht!
- Vermeide Worte, die man missinterpretieren kann!
- Fasse Dich kurz!
- Bring eine klare Ordnung in Deine Informationen!

Grice, H. P. (1989). *Studies in the Way of Words*. Harvard University Press.