

# Emotionale Sprache

## Hintergrundinformationen

### Was ist emotionale Sprache und Angstmacherei?

Emotionen sind sehr effektive Mittel, um Menschen zu beeinflussen. Studien belegen, dass Inhalte in sozialen Medien, die emotionale Wörter nutzen, eine höhere Wahrscheinlichkeit haben, in den sozialen Medien viral zu gehen. Das gilt besonders für solche Meldungen, die negative Emotionen wie Angst oder Empörung hervorrufen. Diese Art, negative Emotionen zur Beeinflussung zu nutzen, wird oft als „Angstmacherei“ (engl. „fearmongering“) bezeichnet.



### Wie erkenne ich Angstmacherei?

- **Emotional aufgeladene Wörter:** Inhalte sind mit Wörtern wie z. B. „krass“, „unglaublich“ oder „Horror“ gespickt
- **Starke negative Emotionen:** Diese Wörter lösen meist starke negative Gefühle aus, vor allem Angst oder Empörung.
- **Wirkungsverlust:** Ohne emotional aufgeladene Wörter wirken die Inhalte weniger ansprechend oder überzeugend.
- Ein **typisches Beispiel für Angstmacherei** in emotionaler Sprache ist eine Schlagzeile wie „Unkontrollierbare Epidemie bricht aus: Sind unsere Schulen noch sicher?“, die stark auf Angst abzielt.

### Clickbait und seine Rolle bei der Verbreitung von Falschinformationen

Clickbait bezeichnet vage formulierte und oft irreführende Titel, die kaum Informationen über den eigentlichen Inhalt liefern. Überschriften nutzen das psychologische Phänomen der „Neugierlücke“, bei dem Leser\*innen aufgrund einer wahrgenommenen Wissenslücke neugierig gemacht werden.

Das Englische „bait“ bedeutet übersetzt „Köder“. Clickbait soll also dazu führen, dass Nutzer\*innen auf einen Artikel klicken, in der Hoffnung, mehr zu erfahren, wobei wichtige Informationen absichtlich weggelassen werden. Im besten Fall sind die Leser\*innen enttäuscht, wenn der Inhalt nicht den Erwartungen entspricht; im schlimmsten Fall trägt diese Manipulation zur Verbreitung von Falschinformationen bei. Das kann insbesondere dann passieren, wenn nur die Überschrift und ein Teaser gelesen werden, der Rest des Artikels aber nicht.



# Emotionale Sprache

## Die andere Seite der Medaille: Ein Werkzeug für Engagement

Emotionale Sprache kann auch eingesetzt werden, um eine tiefere Verbindung zu Leser\*innen herzustellen und eine Reaktion hervorzurufen. Im journalistischen Kontext kann sie dazu dienen, Empathie zu wecken oder auf wichtige soziale und politische Probleme aufmerksam zu machen.



### Tipps für den Umgang mit Inhalten im Internet

Worte und Bilder können unsere Emotionen beeinflussen oder verstärken. Daher ist es wichtig, den ganzen Text zu lesen und bewusst auf die Fakten zu schauen. Wenn beim Lesen von Überschriften, Artikeln oder Kommentaren plötzlich Gefühle wie Wut oder Mitleid hochkommen, sollten wir innehalten und die Fakten erneut prüfen, bevor wir einen Post teilen oder liken.

## Weiterführende Links

- ▶ [HU Berlin - Einfluss von emotionalen „Fake News“ auf das Gehirn](#)
- ▶ [Goethe Institut - Köder für die Neugier](#)
- ▶ [Roy Kimm - The Linguistic and Typological Features of Clickbait in Youtube Video Titles](#)
- ▶ [Qiwei Li - Clickbait and emotional language in fake news](#)
- ▶ [Enache et. al. - The Emotional Appeal of Clickbait Headlines – between Entertainment and Deception](#)
- ▶ [Brian Gardiner - You'll Be Outraged at How Easy It Was to Get You to Click on This Headline](#)

Materialien: Lizenz CC BY 4.0 | Video: Lizenz CC BY-ND | ThinkTwice (dpa-Faktencheck)

