

Ich lese, was du fühlst: Wie Mails und Nachrichten unsere Emotionen verraten

Unser berufliches Alltagsleben wäre ohne Emotionen wie Freude oder Ärger undenkbar. Wir zeigen diese aber nicht nur durch verbale Äußerungen oder eindeutige Gesichtsausdrücke. Emotionen können auch mehr oder weniger ungewollt in unsere Mails und Nachrichten gelangen.

Vielleicht kennen Sie das. So ein Mist! Jetzt sollen Sie für den Newsletter Ihrer Organisation den Beitrag über die alljährliche Karnevalsveranstaltung schreiben, die Sie für Quatsch halten. Wütend beginnen Sie, den Beitrag zu verfassen – obwohl Sie viel lieber über den Betriebsausflug geschrieben hätten. Oder Sie haben sich gestern im Teammeeting über Ihren Chef geärgert, müssen ihm aber noch die Fortschritte im Projekt zuschicken und beginnen genervt die Mail zu schreiben. Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht – ist das jeweils eine gute Idee?

Emotionen & wie sie ausgedrückt werden

Emotionen sind zentraler Bestandteil des menschlichen Erlebens (siehe auch [wissens.blitz 211](#)). Sie können durch bestimmte positive oder negative Ereignisse ausgelöst werden. Diese Ereignisse wiederum können in positive oder negative Ergebnisse, Objekte oder Handlungen aufgeteilt werden. Sie können z.B. *Freude* oder *Enttäuschung* erleben, wenn eine von Ihnen erledigte Aufgabe als gut oder schlecht bewertet wird. Oder Sie können die hervorragenden Leistungen eines Kollegen bewundern und sich über das unangebrachte Verhalten einer Kollegin ärgern (siehe [wissens.dialog Kollektive Ruminati](#)on). Auch generell können Sie sich über positive Ereignisse wie den gelungenen Betriebsausflug freuen oder über negative Ereignisse wie die Karnevalsveranstaltung ärgern.

Einmal ausgelöst, *erleben* Sie die Emotionen zunächst und können sie dann auf verschiedene Art und Weise *ausdrücken*. Sie können ihnen verbal mit einem „Juchhu!“ oder „So ein Mist!“ Ausdruck verleihen oder sie nonverbal durch ein strahlendes Lächeln oder einen finsternen Gesichtsausdruck äußern. Sie könnten Ihre Emotionen aber auch über andere Wege ausdrücken, wie beispielsweise in *Mails*, *Nachrichten* und anderen schriftlichen Botschaften. Der schriftliche Ausdruck kann gewollt sein, wenn Sie z.B. ein lustiges Gedicht über den Betriebsausflug schreiben. Er kann aber auch ungewollt stattfinden, wenn Sie wütend beginnen, den Beitrag über die Karnevalsveranstaltung zu verfassen und sie ungewollt mit eher abwertenden Worten beschreiben.

Emotionale Inhalte in Texten

Wie würden sich Ihr potentieller Beitrag über den Betriebsausflug und Ihr Beitrag über die Karnevalsver-

anstaltung unterscheiden? Würde man den Texten Ihre Freude oder Wut anmerken? Forschende haben sich ebenfalls mit dieser Frage beschäftigt und dabei Nachrichten über negative Ereignisse miteinander verglichen. Genauer gesagt untersuchten sie, wie sich Wikipedia Artikel über menschengemachte Anschläge (z.B. Terroranschläge) von Wikipedia Artikeln über Unglücke (z.B. Hochwasserkatastrophen, Schiffsunglücke) hinsichtlich ihrer negativen emotionalen Inhalte unterscheiden. Dabei zeigte sich: Artikel über menschengemachte Ereignisse, bei denen eine oder mehrere identifizierbare Personen *Schuld* hatten, enthielten mehr *ärger*-bezogene Inhalte (z.B. schockierte Reaktionen, ausgedrückte Wut und Verständnislosigkeit); hingegen drückten Artikel über Ereignisse, die *durch Zufall* passierten, eher mehr *trauer*-bezogene Inhalte aus (z.B. einfühlsame Reaktionen, Bestürzung und Beileidsbekundungen). Je nach Ereignis wurde demnach auch in Schriftform eher die Emotion ausgedrückt, die für die Art des Ereignisses charakteristisch war.

Fazit

Was heißt das für die Beiträge im Newsletter und für die Mail an den Chef? Wenn Sie sich kräftig ärgern, ist es womöglich keine gute Idee, direkt mit dem Schreiben zu beginnen. Vermutlich wäre es besser, zuvor etwas anderes zu machen, bei Kolleg*innen Dampf abzulassen (siehe [wissens.dialog Umgang mit Ärger](#)), oder sich einen Kaffee zu holen. Wenn Ihr Beitrag aber von Ihrer Freude profitiert, würde ich sagen: Legen Sie direkt los!

Literatur:

- Clore, G. L., & Huntsinger, J. R. (2009). How the object of affect guides its impact. *Emotion Review*, 1(1), 39-54. <https://dx.doi.org/10.1177/1754073908097185>
- Greving, H., Cress, U., & Kimmerle, J. (2019). Anger in Wikipedia: Perceived intentionality and threat appraisal as mediators of anger about man-made attacks. *Journal of Applied Social Psychology*, 49(2), 99-116. <https://dx.doi.org/10.1111/jasp.12568>
- Greving, H., Kimmerle, J., Oeberst, A., & Cress, U. (2019). Emotions in Wikipedia: The role of intended negative events in the expression of sadness and anger in online peer production. *Behaviour & Information Technology*, 38(8), 796-806. <https://dx.doi.org/10.1080/0144929x.2018.1554702>



Dr. Hannah Greving

Arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Leibniz-Institut für Wissensmedien und forscht zu Emotionen, Wissenstransfer und Wissenschaftskommunikation.