

PR - Psychologische Textgestaltung und Emotionale Optimierung

Letzte Aktualisierung Samstag, 28. März 2009

Wirksame Textgestaltung heißt, mit Worten Gefühle zu erzeugen, die den menschlichen Geist in die gewünschte Richtung lenken. Texte, die keine Gefühle auslösen, haben auch sonst keine Wirkung - mit einer Ausnahme: Sie rufen Langeweile hervor. Denn Langeweile entsteht in jeder Situation, die keine Emotionen stimuliert.

Emotionalisieren durch Erzählen. Businesspläne, Jahresberichte, Konzepte und viele andere Formen von Businessstexten würden mit Sicherheit gewinnen, wenn sich deren Autoren die eine oder andere Technik von Romanschriftstellern und literarischen Journalisten anschauen würde. Das gilt aber leider auch noch immer für diejenigen, deren Texte keine unmittelbaren ökonomischen Zwecke verfolgen sondern sich gemeinnützig verhalten. Gerade bei den Non-Profit-Organisationen kann man sich manchmal des Eindrucks nicht erwehren, dass sie des guten Zieles und Zweckes wegen sich per se nicht um die Informationsaufnahme der geplanten Rezipienten kümmern müssen. Wer aber überzeugen, organisieren, solidarisieren, Spenden lukrieren, Mitarbeiter gewinnen und Programme durchsetzen will, braucht nicht nur gute Ideen, Ausdauer und Programme. Er muss auch wissen wie und unter welchen Bedingungen die Angesprochenen zur Informationsaufnahme bereit, ja fähig sind.

Psychologische Praxis für schriftliche Kommunikation

Dr. Hans Ulrich Gresch

Free Paper: Psychologische Textgestaltung und Emotionale Optimierung

23.9.2007

pdf. 18 S., 181 KB.eC