**Deliberatives Model:**  
 „diskutieren führt zu Gemeinschaft“

**Linkeage**:  
Demokratie braucht rhetorik

**Bridging rhetoric:**  
Gemeinschaften schafft und zwischen Gruppen funktioniert

**Bonding Rhetoric:**  
Rhetorik die innerhalb Gruppen verbindet

Rieplsches Gesetz

**Systase:**  
langfristige soziale Bindung

**Invektive:**  
vernichte gegner, publikum ist adressat

**Principle of Charity :**  
Prinzip der wohlwollenden Interpretation, Gegenargumente sollen bestmöglich interpretiert werden und in gutem Licht darstellen

**Affective economics:**  
This model encourages companies to blur the division between entertainment content and brand messaging. It pretends to convert the brand identity into a way of life with which the consumer feels identified. It asks consumers to be active participants within the brand creation (interactivity).

**Kognitive Dissonanz:**„Wir tun alles, um zu vermeiden, dass sich unsere eigenen Wahrnehmungen mit unseren Vorstellungen widersprechen oder gegenüberstehen.“

**Confirmation Bias:**  
„In meiner Wahrnehmung habe ich die starke Tendenz, Meinungen, die meine eigene Position verstärken wahrzunehmen und widerstrebende Informationen nicht.“ 🡪 selektive Wahrnehmung

**Motivated Reasoning:**  
„Die Tendenz Argumente überzeugender zu finden, die Inhalte unterstützen, die wir glauben wollen, im Gegensatz zu solchen, die zu Ergebnissen führen, die wir nicht glauben wollen.“

**Availability Bias**:  
wir halten fälschlicherweise einzelne Gruppen repräsentativ für die gesamte Gesellschaft

**„pluralistic ignorance“**: man stellt sich einen moralischen idealtyp vor, an den man sich dann annähert (man verschätzt sich aber häufig)

**Methoden der moralischen Selbstdarstellung:**  
Wiederholung des Vorwurfs („piling on“), Überbietung durch strengeres Urteil („ramping up“), Hypersibilisierung also schon bei kleinen Dingen („trumping up“)

**Narrative Paradigm:**Das Paradigma behauptet, dass jede sinnvolle Kommunikation durch Geschichtenerzählen oder Berichterstattung über Ereignisse erfolgt.

**Invitational Rhetoric:**  
rhetorische theorie, die eine einladung zum verstehen der anderen Person sein soll, um eine beziehung auf verständnis aufzubauen und so zu überzeugen

**Cleavages**:  
Grundlegende Spannungen in Gesellschaften und Parteien sollen denen Ausdruck geben

**Implikation:**  
Dinge, die nicht direkt ausgesprochen werden

**Präsupposition:**  
Wissen, das vorausgesetzt wird

**Illokation:**  
Handlungszweck einer Äußerung (z.B. Warnen) sozusagen das Mittel

**Perlukation:**  
Was soll bewirkt werden mit einer Sprachhandlung

**Polarisierungsdefinitionen:**

* **“Polarisierung ist eine Metapher verwendet von Politologen, um ein System zu beschreiben, in dem zwei Extreme dominieren”**
* Polarisierung in zwei Arten: **“State”** (Status von gegenüberliegenden Standpunkten) oder **“Process”** (Entwicklung der Distanzierung)
* ein Konflikt überdeckt andere potenzielle Konfliktlinien, z.B.: Impfung (z.B. Impfen überwiegt politische Lager)
* Themenbezogen („issue polarization“) vs. Gruppenbezogene Polarisierung („affective polarization“)
* „We say that a population is perfectly polarized when **divided in two groups** of the **same size** and **opposite opinions**”
* **Drei Arten der Polarisierung:**
  + Gesellschaft (Einstellungen zu Themen) vs. Öffentlichkeit (Diskussion von Themen)
  + Gesellschaft vs. Gruppen der Gesellschaft (also wenn es nicht verallgemeinerbar ist) (z.B. Fahrrad vs Autofahrer\*innen -> nicht direkt ganze Gesellschaft)
  + Inhaltich vs. Affektiv (rationale Polarisierung muss gar nichts schlechtes sein)
* Kein gemeinsamer Grundkonsens, Polarisierung ist ein Porzess als extreme Form der Polarität