

CUPRINS

I. Relevanța sociologică a fenomenului denumit opinie publică	9
I.1. Varietatea sensurilor și a abordărilor conceptului de opinie publică	9
I.2. Ambiguitatea conceptului	9
I.3. Din istoria preocupărilor pentru cunoașterea opiniei publice.....	10
<i>I.3.1 Trecerea spre modernitate – democrația și importanța opiniei publice în câmpul politic</i>	11
<i>I.3.2. Opinia publică contra democrației? Riscul tiraniei opiniei.</i>	13
<i>I.3.3 Primele încercări de a identifica și măsura opinia publică</i>	15
<i>I.3.4. Omniprezența anchetelor și sondajelor de astăzi.</i> ..	17
II. Opinia publică este o construcție socială și politică	19
II.1. De ce „opinia publică nu există”?	19
II.2. Cum se construiește opinia publică	20
III. Modelul tridimensional al opiniei publice	22
III.1. Dimensiunea psihologică	22
III.1.1 Teoriile implicite	23
a) <i>Teoria „savantului naiv”</i>	23
b) <i>Teoriile atribuirii (Teoria cauzalității fenomenologice, Teoria covarianței, Inferența corespondenței, Teoria motivație și emoție)</i>	24
c) <i>Teoria Leneșul cognitiv</i>	24
III.2. Dimensiunea psihosociologică.....	24
III.2.1. <i>Mulțime. Masă. Public.</i>	26
III.2.2. <i>Asemănări dintre mulțime, masă, public:</i>	31
III.2.3 <i>Zvonurile – o formă de exprimare a opiniilor</i>	31
III.3. Dimensiunea sociologică a opiniei publice.....	34

IV. Studierea opiniei publice.	
Metodologie și deontologie sociologică	35
IV.1. Apariția și evoluția sondajelor de opinie	35
IV.2. Internaționalizarea sondajelor de opinie publică.	36
IV.2.1. Sondajele de opinie publică în ex-URSS	36
IV.2.2. Sondajele de opinie publică în România.....	37
IV.3. Deontologia sondajelor de opinie	38
IV.4. Construirea sondajelor (probleme de metodologie)	39
IV.4.1. Eșantionarea	39
IV.4.2 Analiza comparativă a datelor din sondaje	41
IV.4.3. Verificarea prin triangulare	41
IV.4.4. Modalități conexe sondajelor de opinie publică	42
V. Construirea opiniei publice: rolul mass media	44
V.1. Teorii despre influența mass media asupra opiniei publice	44
V.1.1. Teoriile efectelor puternice	45
V.1.2. Teoriile efectelor limitate	46
VI. Tehnici de influențare a opiniei publice	49
Pesuasiunea	49
Propaganda.....	49
Dezinformarea.....	51
Manipularea	51
Exerciții	54
Anexa 1	65
Bibliografie	87