

Poznámka editora .....	5
<b>VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ JAKO SOCIÁLNÍ FENOMÉN .....</b>	<b>7</b>
Veřejné mínění v sociálně-historickém pohledu ( <i>Jiří Šubrt</i> ) .....	9
Davy, masy, veřejnosti a publika ( <i>Jiří Šubrt</i> ) .....	18
Mínění a postoje ( <i>Jiří Šubrt</i> ) .....	25
Spirála mlčení ( <i>Jiří Šubrt</i> ) .....	36
Veřejné mínění a politická kultura ( <i>Zdeněk Zbořil</i> ) .....	42
Fáma ( <i>Ivan Tomek</i> ) .....	59
<b>VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ JAKO OBJEKT SOCIOLOGICKÉHO VÝZKUMU .....</b>	<b>73</b>
K počátkům výzkumu veřejného mínění ( <i>Čeněk Adamec†</i> ) .....	75
Hlavní etapy výzkumu veřejného mínění ( <i>Stanislav Hampl</i> ) .....	95
Výběrové procedury ( <i>Petra Průšová</i> ) .....	106
Standardizované dotazování ( <i>Josef Dubský</i> ) .....	119
Tazatelská síť ( <i>Jitka Slavíková</i> ) .....	128
Analýza dat ( <i>Petra Průšová</i> ) .....	134
Kvalitativní metody ve výzkumu veřejného mínění ( <i>Jiří Buriánek</i> ) .....	148
Ohniskové skupiny a rozhovory ( <i>Ilona Gillernová</i> ) .....	164
<b>SPECIFICKÉ VÝZKUMNÉ OBLASTI .....</b>	<b>179</b>
Volební výzkumy ( <i>Jan Herzmann</i> ) .....	181
Výzkum mediálního působení ( <i>Alois Surynek</i> ) .....	196
Výzkum zákazníka a trhu ( <i>Jiří Šubrt</i> ) .....	211
Cyklus výrobku a výzkum trhu ( <i>Ivan Tomek</i> ) .....	222