

SPIS TREŚCI

UWAGI WSTĘPNE

Problem

Co nazywamy sondażem

Krytyka sondaży ze społecznego punktu widzenia

PODSTAWY TEORETYCZNE BADAŃ NAD OPINIĄ PUBLICZNĄ

Badanie opinii i innych elementów osobowości społecznej

Ocena deklaracji informatorów

Moda na postmodernizm a sondaże społeczne

Sondaże na tematy prognostyczne

SONDAŻE A MANIPULACJA

Jak można manipulować informacjami?

Zasady badań sondażowych

Sondaż jako socjotechnika

DIAGNOZY I PROGNOZY NA TEMAT ROLI KOŚCIOŁA W SPOŁECZEŃSTWIE

Sondaż na potwierdzenie z góry podjętych założeń propagandowych

NAJCZĘSTSZE BŁĘDY W SONDAŻACH

Błąd zamiany słowa „popularność” na słowo „zaufanie”

Błąd braku szerszych informacji u respondentów

Błąd zakamuflowanego uprzedzenia

Błąd absurdalności pytań

Błąd ogólnikowości w sondażach

Błąd fikcyjności problemu badawczego

Błąd bezzasadnego porównywania

Błąd wymuszania pożądanых skojarzeń

Błąd nieuprawnionych porównań i komentarzy

KILKA REFLEKSJI NA TEMAT ANTYSEMITYZMU W BADANIACH SONDAŻOWYCH

Pojęcie antysemityzmu

Czym więc naprawdę jest antysemityzm

Antysemityzm a antypolonizm

RYNEK I REKLAMA

Sondaże „sekty badaczy rynku”

Cel i metody badań reklamowych

Jak interpretować sondaże reklamowe

Problemy etyczne

Badania nad reklamą a badania nad opiniami o prognozach wyborczych

Kampanie reklamowe i niepokoje opinii publicznej

SONDAŻE A PRAWIDŁOWOŚCI ŻYCIA POLITYCZNEGO

Ogół społeczeństwa a tzw. elity

Kwestia ateizacji życia

Dlaczego wierzący głosowali za socjaldemokracją?

SONDAŻE ZAGRANICZNE

Jak oceniać władzę?

Postawy religijne

Jak stawiać pytania?

Wzorcowe badanie opinii dla celów polityki społecznej

Badanie opinii dla celów użytkowych

Badanie opinii dla celów rozrywkowych

Sondażowy hazard za granicą i w Polsce

Niemcy o Europie i Polsce

UWAGI KONCOWE

Sondaż niezastąpiony sposób badania

BIBLIOGRAFIA