

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1.	
Przekonania społeczne	13
Przekonania, postawy i opinie	19
Opinia publiczna	20
Rozdział 2.	
Podstawowe założenia teoretyczno-metodologiczne	26
Indywidualizm metodologiczny i pojęcie sensu	26
Racjonalność	35
Rozdział 3.	
Racjonalność kognitywna a przekonania społeczne	41
Przekonania deskryptywne w modelu kognitywistycznym	47
Przekonania normatywne w modelu kognitywistycznym	54
Silne argumenty	57
Przekonania a system społeczny	63
Rozdział 4.	
Logika wnioskowania społecznego	66
Teoremat Bayesa	67
Wzór i zastosowanie	69
Od czego zależą przekonania?	73
Czy ludzie wnioskujeją bayesowsko?	77
Racjonalność bayesowska a myślenie potoczne	83
Racjonalność bayesowska a struktura pamięci	90
Racjonalność bayesowska a model kognitywistyczny	95
Rola ram logicznych w racjonalności bayesowskiej	104
Rozdział 5.	
Rodzaje racji stojących za przekonaniem	111
Argumenty instrumentalne	111
Argumenty aksjologiczne	119

Argumenty poznawcze	130
Pozaracjonalne mechanizmy powstawania przekonań	142
Rozdział 6.	
Kognitywistyczny model przekonań społecznych	145
Kontekstualność analizy	145
Podstawowe założenia modelu	153
Rozdział 7.	
Przykłady zastosowania kognitywistycznego modelu	159
przekonań społecznych w praktyce badawczej	159
Mikrokontekst	160
Rola argumentów kognitywnych	160
Przykład I. Skąd się wziął człowiek?	160
Przykład II. Czy głosowanie to obowiązek obywatela?	168
Rola argumentów instrumentalnych	176
Przykład I. Adaptacja do zmian systemowych	176
Przykład II. Przekonania na temat podatków	181
Rola argumentów aksjologicznych	183
Mezokontekst	185
Efekt grupy przynależności	185
Samospełniające się proroctwo	189
Makrokontekst	191
Ocena sytuacji w skali makro	191
Podsumowanie	196
Aneks	202
Spis ilustracji	206
Spis tabel	207
Spis wykresów	208
Bibliografia	209