

Obsah

PŘEDMLUVA K NOVÉMU VYDÁNÍ Z ROKU 1990	13
I. Vznik občanské veřejnosti a její pojetí	15
II. Strukturální přeměna veřejnosti – tři revize	23
III. Změněný teoretický rámec	33
IV. Občanská společnost nebo politická veřejnost	45
PŘEDMLUVA K PRVNÍMU VYDÁNÍ	51
I. ÚVOD: PROPEDEUTICKÉ VYMEZENÍ TYPY OBČANSKÉ VEŘEJNOSTI	
§ 1. Výchozí otázka	55
§ 2. K typu reprezentativní veřejnosti	59
Exkurs: Konec reprezentativní veřejnosti, ilustrovaný na příkladu Viléma Meistera	67
§ 3. Ke vzniku občanské veřejnosti	70
II. SOCIÁLNÍ STRUKTURY VEŘEJNOSTI	
§ 4. Základní nárys	85
§ 5. Instituce veřejnosti	89
§ 6. Měšťanská rodina a institucionalizace soukromí ve vztahu k publiku	105
§ 7. Literární veřejnost a její vztah k veřejnosti politické	113

III. POLITICKÉ FUNKCE VEŘEJNOSTI

§ 8. Model anglického vývoje	119
§ 9. Kontinentální varianty	129
§ 10. Občanská společnost jako sféra soukromé autonomie: soukromé právo a liberalizovaný trh	137
§ 11. Rozporná institucionalizace veřejnosti v občanském právním státě	144

IV. OBČANSKÁ VEŘEJNOST - IDEA A IDEOLOGIE

§ 12. Public opinion – opinion publique – veřejné mínění: k prehistorii toposu	155
§ 13. Publicita jako princip zprostředkování politiky a morálky (Kant)	172
§ 14. K dialektice veřejnosti (Hegel a Marx)	188
§ 15. Ambivalentní pojetí veřejnosti v teorii liberalismu (John Stuart Mill a Alexis de Tocqueville)	201

V. SOCIÁLNÍ PŘEMĚNA STRUKTURY VEŘEJNOSTI

§ 16. Tendence prolínání veřejné sféry a soukromé oblasti	215
§ 17. Polarizace sociální sféry a sféry intimity	227
§ 18. Od publika, které kulturu posuzuje, k publiku, které ji konzumuje	236
§ 19. Rozmazaný půdorys: vývojové linie rozpadu občanské veřejnosti	254

VI. POLITICKÁ PŘEMĚNA FUNKCE VEŘEJNOSTI

§ 20. Od žurnalistu soukromých pisatelů k veřejným službám masmédií – reklama jako funkce veřejnosti	261
§ 21. Princip publicity a jeho změněná funkce	278

§ 22. Vytvořená veřejnost a neveřejné mínění: volební chování obyvatelstva	296
§ 23. Politická veřejnost v procesu sociálněstátní transformace liberálního právního státu	309

VII. K POJMU VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ

§ 24. Veřejné mínění jako fikce ústavního práva - a sociálněpsychologické zrušení tohoto pojmu	325
§ 25. Pokus o sociologické vysvětlení	334
Poznámka k 2. vydání	341
Odkazy na literaturu	343
Jmenný rejstřík	361
Věcný rejstřík	371