

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
----------------	---

Глава первая

СОЦИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

1. Постановка проблемы	7
2. Понятие информации. Экспликация термина	9
3. Канал передачи информации. Локалы А, В, С	22
4. Миграция локала С	34
5. Способы изучения локала С	38
6. Два возражения скептиков. Их несостоятельность	42

Глава вторая

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ

1. Стихийное и сознательное в информационном взаимодействии	49
2. Феномены потребления информации	60

Глава третья

МЕТОДОЛОГИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАДЕЖНОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

1. Постановка проблемы	70
2. Структура проблемы	76
3. Подбор участников обследования	78
4. Организация и осуществление обследования аудитории «СМИ-II» и «СМИ-III»	79

Глава четвертая

ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ОБСЛЕДОВАНИЯ АУДИТОРИИ «СМИ-I»

1. Первый период обеспечения надежности	82
2. Второй период обеспечения надежности	92
3. Проверка полученных данных на устойчивость	101

Глава пятая

МЕТОДОЛОГИЯ ЭМПИРИЧЕСКОГО ПОДХОДА

1. Постановка проблемы на эмпирическом уровне	113
2. Обоснование избрания индикаторов использования социальной информации	114
3. Статистическая надежность избранных индикаторов	121
4. Обоснование избрания факторов, влияющих на использование социальной информации	124
5. Обоснование надежности выводов, получаемых в результате анализа статистических данных	126
6. Отбор источника данных	127

Глава шестая

ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

1. Индикаторы использования социальной информации и «средний» респондент	131
2. Влияние пола на использование социальной информации	136
3. Влияние возраста на использование социальной информации	140
4. Влияние образования на использование социальной информации	150
5. Влияние места жительства на использование социальной информации	159
6. Влияние дохода на использование социальной информации	165
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	172