



КАЗАХСТАНСКИЙ ИНСТИТУТ СТРАТЕГИЧЕСКИХ  
ИССЛЕДОВАНИЙ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ  
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

816.772(574)

И 733

# ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В КАЗАХСТАНЕ: СТЕПЕНЬ МОБИЛИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

(по результатам социологического исследования)



Алматы 2014

Казахстанский институт  
стратегических исследований  
при Президенте Республики Казахстан

**ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ  
В КАЗАХСТАНЕ: СТЕПЕНЬ  
МОБИЛИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА  
(по результатам социологического исследования)**

Алматы 2014

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение .....</b>	<b>6</b>
<b>1. ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ .....</b>	<b>9</b>
1.1. Актуальность и обоснованность исследования .....	9
1.2. Цель и задачи исследования .....	10
1.3. Методологическая часть исследования .....	10
<b>2. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КАЗАХСТАНСКОГО ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВА.....</b>	<b>15</b>
2.1. Уровень распространения интернета .....	15
2.2. Предпочтительные типы подключения к Интернету .....	18
2.3. Частота использования Интернета в неделю .....	22
2.4. Частота использования Интернета в день .....	25
2.5. Цели использования Интернета .....	28
2.6. Востребованность услуг, предоставляемых через Интернет .....	31
2.7. Тематическая востребованность информации Интернет-ресурсов .....	35
2.8. Языковые предпочтения в Интернете .....	40
<b>3. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В КАЗАХСТАНЕ: ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ .....</b>	<b>42</b>
3.1. Востребованность социальных сетей .....	42
3.2. Механизмы использования социальных сетей .....	44
3.3. Частота использования социальных сетей .....	48
3.4. Популярность социальных сетей .....	50
3.5. Активность в социальных сетях .....	52
3.6. Причины привлекательности социальных сетей .....	56
3.7. Участие в обсуждении политических и социальных вопросов .....	59
3.8. Социальный портрет активного пользователя социальных сетей .....	61

<b>4. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ В КАЗАХСТАНЕ</b> .....	<b>64</b>
4.1. Возможность блогеров влиять на общественное мнение через социальные сети .....	64
4.2. Степень воздействия социальных сетей на общественное мнение .....	66
4.3. Степень воздействия социальных сетей на государственную политику .....	70
4.4. Факторы, ограничивающие воздействие социальных сетей на политику .....	73
<b>5. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ГРАЖДАНСКАЯ АКТИВНОСТЬ В КАЗАХСТАНЕ</b> .....	<b>77</b>
5.1. Гражданская позиция и on-line активность .....	77
5.2. Приемлемость форм социальной активности .....	79
5.3. Факторы, ограничивающие использование социальных сетей .....	83
5.4. Готовность к участию в акциях, организованных через социальные сети .....	86
5.5. Предпочтительные акции .....	89
5.6. Причины отказа от участия в акциях, организованных через социальные сети .....	91
5.7. Факторы, ограничивающие потенциал использования социальных сетей .....	94
5.8. Перспективы социальных сетей как площадок гражданской активности .....	97
<b>6. КОНФЛИКТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ</b> .....	<b>101</b>
6.1. Степень ожидаемости конфликта .....	101
6.2. Конфликтный потенциал .....	104
6.3. Формы проявления протестного потенциала .....	106
6.4. Готовность населения к проявлению гражданской активности .....	109

6.5. Динамика гражданской активности в Казахстане .....	111
6.6. Факторы, влияющие на гражданскую активность в Казахстане .....	114
6.7. Оценка массовых социально-политических акций .....	117
6.8. Роль социальных сетей в массовых социально-политических акциях .....	119
<b>7. ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: ФОКУС-ГРУППЫ .....</b>	<b>122</b>
<b>8. РЕЗЮМЕ .....</b>	<b>124</b>
8.1. Социальный портрет казахстанского Интернет-сообщества и основные характеристики пользователя социальных сетей .....	124
8.2. Социальные сети и общественное мнение в Казахстане: мобилизационный потенциал и влияние на государство .....	128
8.3. Социальные сети и конфликтный потенциал в Казахстане .....	133
8.4. Выводы .....	136
<b>9. ПРИЛОЖЕНИЯ .....</b>	<b>141</b>
9.1. Анкета массового социологического опроса .....	141
9.2. Анкета опроса экспертов .....	156
<b>ҚСЗИ туралы ақпарат .....</b>	<b>163</b>
<b>Информация о КИСИ .....</b>	<b>165</b>
<b>Information about the KazISS .....</b>	<b>167</b>