

М.А. Тюлеев\* , О.Г. Кунгурова 

КРУ имени А. Байтұрсынұлы, Костанай, Казахстан

\*e-mail: tma2014@mail.ru

## СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНСКОГО СЕГМЕНТА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В КОНТЕКСТЕ ДВУЯЗЫЧИЯ

В статье исследуются тенденции роста казахоязычной аудитории в социальных сетях VK и Facebook, активность пользователей в комментариях, зависимость выбора языка комментария от языка поста, распространенность двуязычия и смешанной казахско-русской речи. Целью исследования является анализ сложившейся практики использования двух языков на фоне расширения присутствия зарубежных социальных сетей в Казахстане, роста использования интернет-сленга, политизации дискурса и, как следствие, заинтересованности властей в создании национальных социальных сетей. Практическая и научная значимость работы выражается в выявлении общемировой тенденции мультилингвальной природы социальных сетей, изучении взаимовлияния языков на фоне сложившейся практики особого вида письменно-разговорной речи, тенденции снижения влияния социальных сетей дальнего зарубежья с одновременной попыткой массового распространения национальных мессенджеров в РК и РФ. В качестве методов исследования использовались статистический и контент-анализ, компаративный, индуктивный и дедуктивный методы. По результатам исследования выявлены особенности развития казахстанского сегмента социальных сетей, заключающиеся в перенесении двуязычной разговорной среды в практику размещения постов и комментирования, свободном переходе аудитории от одного языка к другому, синтезе и заимствовании, абсолютном понимании. В то же время обнаружена тенденция роста казахоязычных комментариев в последние годы, что в итоге может привести к языковому паритету либо преобладанию казахского языка в сообществах казахстанцев в социальных сетях ближнего и дальнего зарубежья.

**Ключевые слова:** социальные сети, казахский язык, билингвизм, информационная политика.

M.A. Tyuleyev\*, O.G. Kungurova

Akhmet Baitursynuly Kostanay Regional University, Kostanay, Kazakhstan

\*e-mail: tma2014@mail.ru

## Specific Features of the Development of the Kazakhstani Segment of Social Networks in the Context of Bilingualism

The article examines the growing trends of the Kazakh-speaking audience on social networks VK and Facebook, user activity in comments, the dependence of comment language choice on the language of the post, and the prevalence of bilingualism and mixed Kazakh-Russian speech. The aim of the study is to analyze the established practice of using two languages against the background of the expanding presence of foreign social networks in Kazakhstan, the growing use of internet slang, the politicization of discourse, and, consequently, the authorities' interest in creating national social networks. The practical and scientific significance of the work lies in identifying the global trend of the multilingual nature of social networks, studying the mutual influence of languages amid the established practice of a specific type of written-spoken communication, the tendency toward decreasing influence of distant foreign social networks, and the simultaneous attempt to promote national messengers in Kazakhstan and Russia. The research methods include statistical and content analysis, as well as comparative, inductive, and deductive approaches. The results reveal the specific features of the development of the Kazakhstani segment of social networks, which consist in transferring the bilingual conversational environment into the practice of posting and commenting, the audience's free transition from one language to another, synthesis and borrowing, and overall mutual understanding. At the same time, a noticeable trend of increasing Kazakh-language comments has been observed in recent years, which may ultimately lead to language parity or even the predominance of the Kazakh language within Kazakhstani communities on social networks both in the near and far abroad.

**Keywords:** social networks, Kazakh language, bilingualism, information policy.

М.А. Тюлеев\*, О.Г. Кунгурова

А. Байтұрсынұлы атындағы ҚРҰ, Қостанай, Қазақстан

\*e-mail: tma2014@mail.ru

### Қостілділік жағдайындағы әлеуметтік желілердің қазақша сегментінің даму ерекшелігі

Бұл мақалада VK және Facebook әлеуметтік желілеріндегі қазақтілді аудиторияның өсу тенденциялары, пайдаланушылардың пікір жазу белсенділігі, пікір таңдау тілі мен жазба тілі арасындағы корреляция, қостілділік пен қазақ-орыс аралас сөйлеу тілінің таралуы қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – Қазақстанда шетелдік әлеуметтік желілердің кеңеюі, интернет-сленгті қолданудың артуы, дискурстың саясиленуі және соның нәтижесінде биліктің ұлттық әлеуметтік желілерді құруға деген қызығушылығы аясында екі тілді қолдану тәжірибесін талдау. Жұмыстың ғылыми және практикалық маңыздылығы Қазақстандағы әлеуметтік желілердің көптілді табиғатын айқындайтын жаһандық үрдісті анықтаумен, жазбаша және ауызша сөйлеудің тоғысуы нәтижесінде қалыптасқан тілдік тәжірибе аясында тілдердің өзара ықпалын зерттеумен, сондай-ақ алыс шетел әлеуметтік желілерінің ықпалының әлсіреу үрдісімен қатар, Қазақстан мен Ресейде ұлттық мессенджерлерді жаппай таратуға деген бір мезгілдегі талпынысты талдаумен айқындалады. Зерттеу барысында статистикалық және мазмұндық талдау, салыстырмалы, индуктивті және дедуктивті әдістер қолданылды. Зерттеу нәтижелері бойынша қазақстандық әлеуметтік желілер сегментінің даму ерекшеліктері анықталды. Оларға қостілді ауызекі ортаның жазбаша посттар мен пікір жазу тәжірибесіне ауысуы, аудиторияның бір тілден екінші тілге еркін көшуі, синтез бен кірігу құбылыстары және өзара толық түсіністік жатады. Сонымен қатар, соңғы жылдары қазақтілді пікірлердің көбею тенденциясы анықталды, бұл өз кезегінде таяу және алыс шетелдік әлеуметтік желілердегі қазақстандық қауымдастықтар арасында тілдік паритетке немесе қазақ тілінің басымдығына өкелуі мүмкін.

**Түйін сөздер:** әлеуметтік желі, қазақ тілі, қостілділік, ақпараттық саясат.

## Введение

События на геополитической арене неизбежно повлекли за собой изменения на информационном рынке постсоветских стран. Особенно заметными стали преобразования в сегменте социальных сетей, где до 2022 года преобладали зарубежные платформы, такие как Instagram, Facebook, TikTok и другие. После того, как в марте 2022 года были заблокированы в РФ продукты компании Meta, перед российскими пользователями встал вопрос поиска замены. Заметим, что часть аудитории социальных сетей в Казахстане также встала перед выбором несмотря на то, что в стране не существует никаких ограничений в плане использования тех или иных платформ.

Еще в 2023 году ведущие эксперты Казахстана в области интернета обсудили политизацию социальных сетей в дискуссии «Социальные сети Казахстана, настолько ли они политизированы». По мнению профессора университета «Астана» Татьяны Мармонтовой, «целевая аудитория Facebook предполагает наиболее политически настроенный сегмент, средний возраст 25-45 лет», а с точки зрения президента ОЮЛ «Интернет Ассоциация Казахстана» Шавката Сабирова, «Facebook на 100% политизирован»

(Top-Press, 2023). Эти высказывания подтверждаются и поведением казахстанской аудитории в Facebook, когда в 2022 году после начала российско-украинского военного конфликта пользователи стали помечать собственные аватары изображениями российских или украинских национальных флагов. В то же время подобной практики среди казахстанцев в социальной сети VK не наблюдалось. Этот момент, разумеется, сигнализирует о разной пользовательской политике Facebook и VK.

Исследования последних трех лет, проведенные в Казахстане, показывают тенденцию расширения ареала использования казахского языка в социальных сетях, на платформах как дальнего, так и ближнего зарубежья. По данным издания Inbusiness, «Начиная с 2021 года наблюдается уменьшение доли русского языка и увеличение казахского языка во многих медийных каналах – на телевидении, радио, в печатных и онлайн-СМИ. Социальные сети не стали исключением. Так, к 2023 году доля русского в соцсетях снизилась до 38%, казахского выросла с 8% до 18%, использование на двух языках увеличилось с 20% до 27%» (Абаев, 2024).

Целью нашего исследования является изучение казахстанских сообществ в социальных сетях VK и Facebook на предмет обозначения

тенденции и доли казахского языка в постах и комментариях.

### Материалы и методы

С целью определения объема казахоязычных постов и комментариев в социальных сетях, мы обратились к одной из наиболее популярных соцсетей – VK. Опираясь на статистику международных агентств, таких как Brand Analytics и DataReportal, а также на собственные данные, полученные методом парсинга, мы проанализировали посты и комментарии одного из крупнейших казахстанских сообществ в VK – ZTB News.

Сообщество ZTB News публикует преимущественно новости общественно-политического характера, являясь пабликом одноименного сетевого издания. По количеству подписчиков по состоянию на 26 сентября 2025 года оно уступает только крупнейшему казахстанскому сообществу One Million True Stories ([vk.com/omts\\_kz](https://vk.com/omts_kz)): 1,07 млн. пользователей против 1,33 млн. В отличие от ZTB News, самое массовое сообщество объединяет в основном молодых людей и публикует преимущественно жизненные истории.

Выбор сообществ в VK продиктован тем, что они являются более крупными, нежели подобные сообщества в Facebook. Если взять для примера сообщества агентства Kazlenta, имеющие в VK и Facebook одинаковые названия – «Новости Казахстана и мира», то мы увидим, что в сообщество в VK насчитывает более 367 тысяч подписчиков, тогда как аналогичное в Facebook – 185 тысяч.

Изучение состава аудитории сообществ в VK более доступно благодаря условно-бесплатному сервису парсинга данных [barkov.net](https://barkov.net), с помощью которого можно определить географию участников, пол, возраст и другие личные данные – в том виде, в котором они указаны самими пользователями. В Facebook, равно как и в других продуктах компании Meta, свободный доступ к статистике ограничен, либо доступен только администраторам сообществ.

Диаграмма географического расположения участников по городам Казахстана помогла обнаружить, существует ли тенденция популярности сообщества по регионам. Например, популярно ли сообщество больше в северных регионах страны, нежели в южных и т.п. Это важно, поскольку в Казахстане частота использования казахского и русского языков имеет зависимость от региона. В целом, диаграмма дала представ-

ление о том, насколько реальна аудитория, ведь в социальных сетях стала обычным делом автоматическая накрутка количества участников либо рассылка приглашений пользователям вне зависимости от их страны проживания.

Вторым исследовательским вопросом являлась задача определить, насколько использование одного или двух языков, либо смешанная письменно-разговорная речь в казахстанских сообществах коррелирует с использованием языков в целом, за пределами интернет-пространства. Третья исследовательская задача – найти ответ на вопрос: зависит ли язык комментария от языка поста. Вместе с тем, можно ли говорить о мультилингвальности казахстанских сообществ в социальных сетях в плане непринужденного перехода отдельного пользователя с одного языка на другой. Или, как минимум, легкого понимания поста и комментария, написанного не на родном для участника сообщества языке.

Выбор казахского или русского языка в казахстанских сообществах в VK и Facebook, таким образом, продиктован желанием самоидентификации пользователя, поиском понятных и близких ему тем, а в особенности – той языковой реальности, где легче всего найти единомышленников или интересные обсуждения.

При работе над темой было уделено внимание и геополитическим событиям, которые могли быть в основе тех изменений, что наблюдаются в динамике развития казахстанского сегмента VK и Facebook в 2023-2024 годы. По данным агентства Brand Analytics на сентябрь 2024 года, «по сравнению с сентябрем 2023 года наблюдаются небольшие разнонаправленные движения по числу сообщений – так, Facebook отодвинул ВКонтакте со второй на третью позицию по объему публикуемого контента». Что касается выбора языка, то, по статистике агентства, «в соцсетях Казахстана доминируют русский и казахский языки. При этом доля русского языка выше, однако, снижается год к году на всех платформах, кроме YouTube. Больше всего русскоязычных сообщений на российских платформах – Одноклассники и VK. Наименьшее – в Facebook, где на казахском языке пользователи писали больше, чем на русском, уже в 2023 году» (Brand Analytics, 2024).

Результаты исследований отечественных медиакомпаний и ученых, при той или иной разнице в статистике, отмечают тенденцию роста использования казахского языка в российских и американских социальных сетях. Необходи-

мость проверить данное утверждение на конкретных примерах применения казахского языка на двух наиболее популярных в Казахстане платформах – VK и Facebook, уточнения, носители данная тенденция поступательный и устойчивый характер, и какова динамика ее развития в исследуемый момент, мотивировали использование методов контент-анализа, сбора статистических данных, сравнения, наблюдения и измерения.

## Обзор литературы

Востребованной темой исследований в Казахстане в настоящее время являются изменения степени распространения казахского и русского языков в социальных сетях в последние годы. Важность выбора того или иного языка в социальном общении продиктована, прежде всего, удобством понимания и последующего комментирования. Однако в социальных сетях язык более всего важен как инструмент манифестации своей точки зрения, в том числе политической, на ту или иную тему. Болгарский ученый Васил Анастасов в книге «Сила и истина в политическом дискурсе» пишет о ведущем значении языка в дискуссии на политические и общественные темы. Мнение может навязываться не только властью предрешающими, но и самим социальным большинством: «манипулятивная сила самого языка, применяемая в политической риторике, удерживает среднестатистического гражданина от реального знания политической истины. В общении... всегда есть более сильная сторона, которая доминирует своей волей к власти» (Anastassov, 2018: 13).

Тема зарождения нового интернет-языка была затронута еще в начале века многими лингвистами в дальнем и ближнем зарубежье. В 2004 году британский исследователь Дэвид Кристал в своей книге «Языковая революция» называл источниками зарождения новой лингвистики, прежде всего, медиа, подразумевая прессу, телевидение, игровое кино и поп-музыку. Вместе с тем, Кристал считал влиятельными факторами экономику, политику и культурный обмен между путешествующими людьми (Crystal, 2004). Лингвист приводил статистику, согласно которой в английском языке благодаря интернету появилось порядка 5 тысяч новых слов. «Однако не словарный запас делает Интернет лингвистической революцией, во что я действительно верю, – писал Дэвид Кристалл. – Это новые

стили языка, которые технология делает нам доступными, например, в чатах или в том, как я могу взять от вас электронное сообщение, скопировать и вставить его, а затем отправить вам обратно со своими ответами. Кроме того, в электронной почте появилась новая неформальность, беспрецедентная для языка» (Crystal, 2002: 22).

Китайские исследователи Liu и соавторы указывают не просто на отличие интернет-языка от стандартного, но и на так называемый *embedded language* (встроенный язык), иллюстрирующий обратное влияние интернет-сленга на язык повседневного общения: «интернет-сленг отличается от исходного языка благодаря своим характерным особенностям, таким как креативное использование знаков препинания (например, смайликов), использование инициализаций, пропуск несущественных букв и замена омофонов. Этот отличительный стиль позволяет аудитории отличать интернет-сленг от исходного языка, когда он встроен в рекламу» (Liu et al., 2019: 2).

Гарсия-Ороса в статье «Язык в социальных сетях как коммуникативная стратегия» утверждает, что для пользователя социальной платформы большую роль играет поиск идентичности и, в соответствии с результатами самоидентификации, определение дальнейшей поведенческой стратегии. Автор пишет: «социальная сеть регистрирует создание словаря и консолидацию новых значений, разделяемых в некоторых случаях сообществами, а в других случаях как часть стратегии каждого актора в поиске идентичности, также языковой, в сети. В результате язык в политической коммуникации в Twitter индивидуализирует сообщение как часть текущей стратегии коммуникации» (García-Orosa, 2019: 114).

Курманбекова и соавторы утверждают, что «в интернете казахский язык используется в основном в письменной форме, а интерактивное сетевое общение имеет темп, похожий на разговорный язык» (Kurmanbekova, 2023: 125). Авторы доказывают данное утверждение примерами применения в казахско-русской разговорной практике социальных сетей коллоквиализмов, экспрессивной лексики, поликодовых текстов, упрощения и мультилингвизма.

О том, что казахская речь в интернете постепенно теряет свою самобытность, говорят в своей статье «Изменения в казахском языке в соцсетях» Алкебаева и соавторы: «Бурное развитие функциональных стилей в интернете сегодня привело к изменению стиля речи и появле-



нию новых элементов. В этом стиле нет правил, штампы, клише отличаются наличием сленга, диалектов» (Alkebayeva, 2021: 17).

Указанная тенденция не является уникальной и присущей только казахскому языку. Влияние интернета на устную и письменную речь наблюдается повсеместно, это мировой тренд. Констатируя факт эволюции языка, важно отметить, что интернет-язык, или язык интернета, не ограничивает свое влияние только рамками социальных сетей и сайтов. Он активно проникает и в повседневную речь пользователей в их ежедневном общении. «Однако проблема интеграции интернет-языка в разговорный язык не исчерпывается угрозой грамотности или деградации. В сети набирают популярность мемы. Мем – это любая идея, символ, способ или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов. И они уже не просто заставляют повторять сформированные речевые формулы, описывающие, например, жизненные ситуации или реакции на информацию, а создают «мемный» образ мышления, который, по нашему мнению, уже затрагивает не только экологические проблемы языка, но и когнитивную лингвистику и психолингвистику», – пишут Галиуллина и Райт (Galiullina, 2021: 4).

Несмотря на благотворное влияние высоких технологий на образовательный процесс во всем мире, исследователи указывают и на сужение мыслительного пространства, развитие интернет-мышления, так называемого клипового мышления и дефицит внимания. «Интернет позволяет осуществлять короткие и частые коммуникации через ограниченную пропускную способность. Интернет облегчает короткие и частые коммуникации через ограниченные твиты и посты. Очень распространенной проблемой, с которой сталкивается нынешнее поколение, является дефицит внимания, который, вероятно, является результатом обширного и быстрого потока информации на цифровых платформах», – приходит к выводу Vandana Whig (Whig, 2022: 4). Изменения касаются в том числе, и в первую очередь, английского языка, доминирующего в интернет-среде. Соответственно, через английский язык, письменно-разговорная лексика социальных сетей проникает и в другие сегменты мирового интернет-сообщества. Причем, скорость ее распространения во много раз превышает темпы языкового заимствования посред-

ством традиционных медиа: кино, литературы и периодики.

Vasanth и соавторы отмечают, что использование интернет-сленга, в особенности, в социальных сетях, влияет не только на семантику и синтаксис языка, но в заметной степени и на социальную самоидентификацию человека. Так, согласно их опросу, «32 респондента согласились использовать интернет-сленг, поскольку все его используют, девять респондентов «чувствовали себя обделенными», если они не используют интернет-сленг во время общения (Vasanth, 2021: 31).

### Результаты и обсуждение

С вводом запрета на продукцию Meta в России усилилось распространение социальных платформ, принадлежащих технологической компании VK. Ссылаясь на исследования агентства Brand Analytics, в своем годовом отчете по итогам 2024 года, компания заявила, что «ВКонтакте – лидер среди социальных платформ в России как по числу активных авторов, так и по объему создаваемого ими контента, «Одноклассники» традиционно сохранили вторую позицию по объему контента» (VK Book, 2024).

Политика компании VK предусматривает также распространение влияния своих социальных сетей на соседние страны. В том же отчете можно найти информацию о деятельности по облегчению распространения контента в Казахстане. Так, во втором квартале 2024 года «запущено решение для построения платформ разработки PO1 Dev Platform и сервис быстрой доставки контента в Казахстане», в четвертом квартале «расширена продуктовая линейка VK Cloud в Казахстане: на платформе стали доступны сервис быстрой доставки контента CDN, решение для аварийного восстановления ИТ-инфраструктуры и данных Disaster Recovery, расширено предложение аналитических инструментов». Подразделение VK Tech постоянно работает в трех странах: России, Казахстане и Узбекистане.

Казахстан в связи с политизацией контента в Facebook не раз призывал компанию Meta к сотрудничеству. В 2021 году министерство информации и общественного развития РК сообщало, что провело переговоры с региональным офисом компании Meta по региону Китая, Монголии и Центральной Азии в Гонконге. Речь на переговорах, в том числе, шла о безопасности контента.

После переговоров Facebook уточнил, что компания не предоставляла никакого эксклюзивного права Казахстану к так называемой Content Reporting System – системе, позволяющей сообщать о противоправном контенте (Reuters, 2021).

На протяжении последних десяти лет попытки создания собственных социальных сетей предпринимались практически по всех республиках СНГ параллельно с широкой практикой использования зарубежных платформ. По данным аналитической компании DataReportal, опирающейся на статистические данные Саймона Кемпа (Kemp, Oxford University), в Казахстане в январе 2024 года насчитывалось более 14 миллионов активных пользователей социальных сетей, за год увеличившись на 35 процентов. Авторы отчетов просят учитывать, что пользователи в статистических данных могут не представлять уникальных людей, так как зачастую на одного человека приходится по два и более действующих аккаунта. Таким образом, говоря о пользователях, мы будем подразумевать количество открытых аккаунтов.

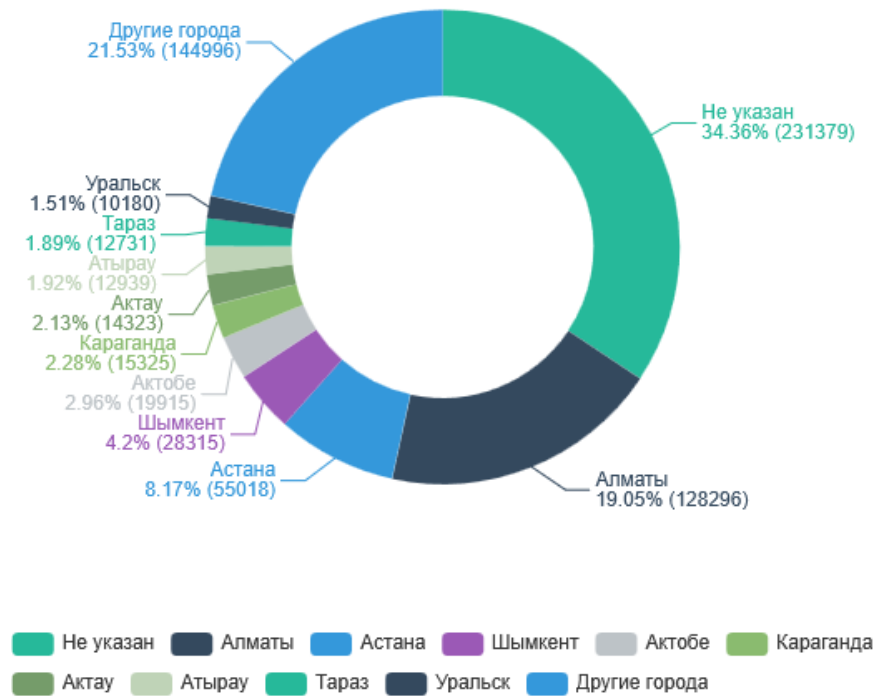
В означенный период в Facebook насчитывалось 2,6 млн. страниц с казахстанской геолокацией, в Instagram – 12,1 млн., TikTok – 14,1 млн., VK – 3,3 миллиона пользователей (Kemp, 2024). При подсчете количества сообщений и процентного содержания комментариев на разных языках Facebook и VK более доступны, чем Instagram и TikTok, так как больше нацелены на создание сообществ и групп, как правило, открытого типа, где обсуждения той или иной темы происходят на так называемой «стене». При входе в то или иное сообщество, последние обсуждения становятся видны и доступны сразу же, по умолчанию. Есть, конечно, и сообщества закрытого типа, но, как правило, они уступают открытым в массовости и, следовательно, в доступности к участию в дискуссии пользователей, не состоящих в группе. В отличие от Facebook и VK, аккаунты в Instagram и TikTok сильно персонализированы. По словам Лозано-Бласко, «Instagram – это пространство для представления идеализированного образа самого себя. Зеркало, чтобы провозгласить идеальное «я», платформа для привлечения аудитории, основанная на общении и взаимодействии: «отвечайте, фотографируйте, комментируйте, ставьте лайки» (Lozano-Blasco, 2023). По мнению Yuchen Wang, «TikTok поставляет видео определенной ауди-

тории на основе личных предпочтений, чтобы обеспечить презентацию собственной привлекательности» (Wang, 2022).

Большинство сообществ в Казахстане, чье число подписчиков превышает миллион пользователей, отличается двуязычие новостных постов на стене. Другой характерный признак – комментарии на двух языках, независимо от того, на каком языке был опубликован пост. Например, в июле 2025 года в казахстанском сообществе ZTB News был опубликован 41 пост (по состоянию на 26 июля), из них 14 постов – на казахском языке. Именно это сообщество политолог Марат Шибуттов назвал единственным популярным сообществом на казахстанскую тему, созданным в РК: «Среди 20 самых популярных групп, наиболее посещаемых казахстанцами, на самом деле к Казахстану имеет отношение только одна – «За тебя, Баке». Все остальные сообщества – российские» (Шибуттов, 2018). Заметим: мнение спорное, но отражает существующую тенденцию в социальных сетях: в любой из них можно открыть сообщество о жизни в Казахстане, физически находясь при этом в любой другой стране. Это касается не только VK, но и других платформ: Youtube, Facebook, Instagram и т.п.

Диаграмма, иллюстрирующая статистику сообщества ZTB News по городам, демонстрирует, что не менее 45 процентов участников указали в графе «Город проживания» крупные казахстанские города.

В июле 2025 года в сообществе ZTB News пользователями оставлено 2357 комментариев, из них 316 – на казахском языке, что составляет примерно 13 процентов от общего числа. Существует ли зависимость языка комментария от языка поста? Например, русскоязычный пост от 16 июля «1600 тенге за килограмм: в Минсельхозе озвучили стоимость мяса сайгаков» содержит 73 комментария, из них 27 постов на казахском языке (37 процентов от общего числа). И наоборот, казахоязычный пост о запрете религиозной пропаганды спортсменами имеет 82 комментария, из них на русском языке – 70. Таким образом, при широком распространении русского и казахского языков в постах в VK никакой корреляции между языком поста и комментариев к нему нами не обнаружено. Также не найдено ни одного поста, который содержал бы комментарии только на одном определенном языке.



**Диаграмма** – Распределение казахстанских подписчиков в сообществе ZTB News в июле 2025 года Источник: barkov.net

**Таблица** – Анализ постов в июле 2025 года в одном из крупнейших сообществ VK в Казахстане ZTB News

	посты на русском языке	посты на казахском языке
Всего постов (новостей)	27	14
Всего комментариев	2041	316
Комментарии на русском	1864	177
Комментарии на казахском	177	139

Билингвальная природа социальной сети оставляет пользователю свободу выбора, на каком языке ему писать комментарий. Такая особенность характерна не для всех стран, но преимущественно для постсоветских республик. Другая особенность: большое количество билингвальных сообществ существует именно в VK. В американской социальной сети Reddit, например, преобладающим языком является английский. Зачастую попытки написать что-либо на другом языке встречают непонимание. В частности, на тему билингвализма в других регионах планеты высказался один из пользователей Reddit под ником qoheletal: «Существуют ли по-настоящему двуязычные регионы? Пер-

вым примером был Южный Тироль, но, по моему опыту, напряжённость между итальянцами и тирольцами до сих пор сохраняется, и, насколько мне известно, в Южном Тироле невозможно заключить договор на мобильную связь на итальянском языке. Проводники Trenitalia часто не говорят по-немецки. В Каринтии нет ни одного словенца, который не говорил бы по-немецки, в то время как большинство немецкоговорящих едва понимают словенский. В Центральной Азии, на мой взгляд, в 90-х годах было настоящее двуязычие, поскольку большинство людей ещё говорили по-русски со школьных времён, но многие русские уже умели говорить по-узбекски или по-казахски» (Reddit, 2020).

Между тем, Алексис Трумэн из Калифорнийского университета, изучая биллингвальную природу социальных сетей в Южной Калифорнии, указывает на ситуацию, схожую с центральноазиатской. Пользователи в Сан-Диего могут общаться, как на английском, так и на испанском языке, делая выбор языка, связанный с самоидентичностью. Автор пишет: «Смещение идентичности может быть источником переоценки или недооценки языкового опыта из-за интернализированных представлений о себе. Например, недооценка использования родного языка из-за внутреннего стыда, связанного со своей культурной идентичностью или языковым опытом, или переоценка использования родного языка из-за желания быть более компетентным в своем родном языке. Однако искажение идентичности – это не универсальное явление, а скорее отражение степени, в которой социальные, общественные и групповые нормы усвоены человеком» (Truman, 2025: 30).

Lanza и Svendsen считают, что «выбор языка определяется такими факторами, как состав участников, ситуация, тема и цель разговора. Выбор языка, по-видимому, имеет отношение к конструированию идентичности в контекстах, где выбор не является в первую очередь денокативным, а обусловлен его символической ценностью на языковом рынке... Таким образом, индивидуальная реконструкция идентичности не является свободной игрой, а ограничена различными факторами, такими как символическая ценность на языковом рынке» (Lanza, 2007).

Нельзя не упомянуть также о влиянии на ведение дискуссий и комментирования на том или ином языке таких автоматических алгоритмов социальных сетей как рекомендательные сервисы. Как известно, данные сервисы ранжируют посты в зависимости от вероятности взаимодействия со стороны пользователей. Простыми словами, системой рекомендуются те сообщения, что могут повлиять на позитивные действия со стороны посетителей, например, стимулируют подписку или оценки. Об этом, в частности, сообщается в «Правилах применения рекомендательных технологий социальной сети ВКонтакте». В то же время, пользователи также могут влиять на факт и очередность показа контента, оценивая его положительно или отрицательно. Таким образом, рекомендательные сервисы, работающие по индивидуальной схеме, могут показывать больше казахоязычных или русскоязычных постов, в зависимости от того, на каком

языке пользователь предпочитает читать их или комментировать.

Данные о том, сколько людей в Казахстане владеют казахским языком, разнятся. По данным переписи 2022 года, доля населения Казахстана, владеющего казахским языком, достигла 80,1% (Vlast.kz, 2022). В то же время, по данным общественного объединения «Мемлекеттік тіл», это число составляет примерно 60 процентов (Исабаева, 2018). Статистика социальных сетей никоим образом не может отображать существующее положение дел в языковой сфере по следующим причинам. Во-первых, пользователь может писать на том языке, которым он владеет лучше. При этом он может знать, как русский, так и казахский язык. Во-вторых, участник сообщества, выбирая язык комментария, может руководствоваться соображениями уместности того или иного языка. К примеру, отвечать на казахском языке казахоязычному комментатору, а на русском – русскоязычному. В-третьих, пользователь может иметь привычку всегда писать на русском языке, находясь в медиaprостранстве русскоязычной социальной сети. Так, как если бы, являясь пользователем Reddit, он мог бы комментировать посты на английском языке.

## Заклучение и выводы

Наднациональные, по своей природе, социальные сети, оказались в последние четыре года под влиянием политических событий, что неизбежно привело к попытке властей в бывших советских республиках определенным образом снизить влияние зарубежных медиапродуктов, в частности, компании Meta. С одной стороны, это в какой-то мере оказалось возможным с помощью новых подзаконных актов, с другой стороны, благодаря позиции некоторой части пользовательской аудитории. Действительно, активность компании Meta снизилась в России и Белоруссии за счет ограничительных мер в РФ, в Казахстане этот процесс наблюдается, но в гораздо меньших масштабах. В то же время в России и в Казахстане практически одновременно начались государственные кампании по внедрению собственных интернет-мессенджеров: Мах и Aitu, соответственно. Официально нововведения объясняются необходимостью хранения данных пользователей на отечественных веб-серверах, безопасностью пользователей и удобством сосредоточения социальных сервисов в одном приложении.



Поскольку в России запуск отечественного мессенджера совпал по времени с блокировкой возможности телефонных разговоров в приложениях Whatsapp и Telegram, казахстанские пользователи выразили опасение, что подобное может произойти и в Казахстане. Однако «министерство цифрового развития Казахстана опровергло появившуюся в СМИ информацию о блокировке иностранных мессенджеров, в том числе Telegram и WhatsApp. Слухи распространились на фоне запуска национального мессенджера Aitu» (Коммерсант, 2025).

Увеличение доли казахского языка в социальных сетях наблюдалось задолго до внедрения национального мессенджера Aitu, хотя полноценная поддержка казахского языка новым приложением и обязательный переход на данный продукт всех государственных служащих в 2025 году дает основание предполагать, что распространение казахского языка в социальных сетях и мессенджерах будет идти прежними темпами. Следует заметить, что российский национальный мессенджер Мах, разработанный технологической компанией VK, не может использоваться казахстанскими пользователями, в отличие от других продуктов этой же компании. Данное ограничение не видится случайным в силу запуска в Казахстане собственного мессенджера.

В связи с усилением роли социальных сетей в жизни общества уместно вспомнить слова Иосифа Дзялошинского из его статьи «Журналистика соучастия» 2006 года, где автор указывает на практику сотрудничества между СМИ и аудиторией, как на наиболее действенный тип современной журналистики. Спустя почти двадцать лет, нельзя не согласиться с тем, что новые медиа сегодня формируются в значительной степени взаимодействием сетевой и гражданской журналистики (Дзялошинский, 2006).

Это мнение перекликается с мнением о роли социальных сетей в сфере публичного управления, на которую указывают авторы учебника «Теория социальных сетей» (Чвякин, 2023: 75).

Можно ли ожидать суммарного увеличения доли казахского языка в социальных сетях и мессенджерах с учетом введения Aitu Superapp? По данным Google Playmarket на сентябрь 2025 года, приложение установили уже более 1 миллиона интернет-пользователей, в то время как количество государственных служащих в Казахстане не превышает 100 тысяч человек. В силу того, что приложение, вероятно, не окажет значительного влияния на рост казахоязычного контента в рамках Казнета целом, говорит тот факт, что Aitu, по большому счету, не имеет особых отличий от других приложений в плане предлагаемой медиапродукции. По отзывам пользователей в PlayMarket, в Aitu нет преобладания именно казахоязычной музыки, фильмов, сериалов и т.д. Минусом, по мнению казахстанцев, является и то, что Aitu оказался не однозадачным мессенджером как WhatsApp, предназначенный в основном только для коммуникации, а подобием социальной сети в одном приложении.

Таким образом, рост казахоязычного контента, включая посты, обсуждения и комментарии на казахском языке, будет продолжаться в прежнем темпе за счет всех социальных сетей и приложений, но не благодаря введению какого-то нового мобильного или веб-приложения. За последние пять лет количество казахоязычных пользователей увеличилось, в равной степени, в VK, Facebook, Instagram и других социальных сетях, что дает основания предполагать, что примерный паритет использования казахского и русского языков во всех социальных сетях будет достигнут в видимой перспективе. Запуск национального мобильного приложения Aitu можно рассматривать как перспективный шаг, способствующий распространению казахского языка в сети. Тот факт, что казахстанские разработчики, в данном случае Kolesa Group, сумели запустить полноценный мессенджер, говорит о том, что в Казахстане в будущем может появиться и национальная социальная сеть.

### Литература

- Anastassov, Vassil Hristov (2018). *Power and Truth in Political Discourse: Language and Ideological Narratives*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars, 2018. <https://doi.org/10.47060/jaaas.v2i1.128>
- Crystal, D. (2004). *The Language Revolution*. Malden, MA: Polity Press. 152 p.
- Crystal, D. (2002) *The Queen and Us*. Spotlight. – URL: <https://www.davidcrystal.com/Files/BooksAndArticles/-4047.pdf>
- Galiullina, L., Wright, E. (2021). *The Influence of Internet – Communication on Everyday Speech*. *Propósitos y Representaciones*, 9(SPE2), e1002. DOI: 10.20511/pyr2021.v9nSPE2.1002

- García-Orosa, Berta & García, Xosé. (2019). Language in social networks as a communication strategy: public administration, political parties and civil society. *Communication & Society*. DOI: 32. 10.15581/003.32.1.107-125.
- Kemp, S. (2024) Digital 2024: Kazakhstan. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-kazakhstan>
- Kurmanbekova, Z., Sarekenova, K., Oner, M., Malikov, K., Shokabayeva, S. (2023). A Linguistic Analysis of Social Network Communication, *International Journal of Society, Culture & Language*, 11(1), pp. 119-132. DOI: 10.22034/ijsc.2023.1972010.2824
- Lanza, Elizabeth & Svendsen, Bente Ailin. (2007). Tell me who your friends are and I might be able to tell you what language(s) you speak: Social network analysis, multilingualism, and identity. *International Journal of Bilingualism – INT J BILING*. 11. 275-300. DOI: 10.1177/13670069070110030201
- Liu, S, Gui D-Y, Zuo, Y and Dai, Y. (2019) Good Slang or Bad Slang? Embedding Internet Slang in Persuasive Advertising. *Frontiers in Psychology*. 10:1251. DOI: 10.3389/fpsyg.2019.01251
- Lozano-Blasco R. et al (2023). Social media influence on young people and children: Analysis on Instagram, Twitter and YouTube) // *Comunicar*, n.74, v. XXXI, 2023. – URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1380410.pdf>
- Reuters. Meta denies Kazakh claim of exclusive access to Facebook’s content reporting system. – URL: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/facebook-lets-kazakh-govt-directly-flag-harmful-content-joint-statement-says-2021-11-01>
- Truly Multi/Bilingual areas? Reddit.com. – URL: [https://www.reddit.com/r/linguistics/comments/k4i8a3/truly\\_multilingual\\_areas](https://www.reddit.com/r/linguistics/comments/k4i8a3/truly_multilingual_areas)
- Truman Alexis (2025). Social Networks as a Measure of Bilingual Language Experience. *Bilingual Social Networks*. – URL: [https://cogsci.ucsd.edu/\\_files/undergraduates/past-honors-theses/2024-2025/Thesis\\_Truman,%20Alexis.pdf](https://cogsci.ucsd.edu/_files/undergraduates/past-honors-theses/2024-2025/Thesis_Truman,%20Alexis.pdf)
- Vasanth G., Thiyagarajan, S., Raj D. (2021). The influnce of Internet slangs on Young Adults in oral and written communication. *Kalyan Bharati*, 24. 1-8.
- Wang Y. (2022) A Review of Reasons for TikTok’s Global Surge. *Atlantis Press*. – URL: <https://www.atlantis-press.com/article/125968698.pdf>
- Whig V. How technology has influenced English Language. *International Journal of English Learning and Teaching Skills*. Vol. 4, No 3. – URL: [https://www.ijeltsjournal.org/wp-content/uploads/2022/04/Paper-2\\_How-technology-has-influenced-English-Language.pdf](https://www.ijeltsjournal.org/wp-content/uploads/2022/04/Paper-2_How-technology-has-influenced-English-Language.pdf)
- Абаев С. В каких соцсетях больше всего времени проводят казахстанцы? – URL: <https://inbusiness.kz/ru/news/v-kakih-socsetyah-bolshe-vsego-vremeni-provodyat-kazahstancy>
- Алкебаева Д., Саткенова З., Кобырбекова Т. (2021) Изменения в казахском языке в соцсетях. *Eurasian Journal of Philology Science and Education*, 182 (2), сс. 14–23. DOI: 10.26577/EJPh.2021.v182.i2.ph2.
- Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006.
- Единый годовой отчет VK за 2024 год. – URL: [https://corp.vkcdn.ru/media/files/VK\\_AR2024\\_Book.pdf](https://corp.vkcdn.ru/media/files/VK_AR2024_Book.pdf)
- Исабаева С. Министр-оптимист: Сколько на самом деле граждан страны владеют казахским языком? – URL: <https://samonitor.kz/30942-ministr-optimist-skolko-na-samom-dele-grazhdan-strany-vladeyut-kazahskim-yazykom.html>
- Исследование степени политизации социальных сетей в Казахстане презентовали эксперты. Информационный портал Top-press. – URL: <https://toppress.kz/article/issledovanie-stepeni-politizacii-socialnih-setei-v-kazahstane-prezentovali-eksperti>
- Коммерсант. В Казахстане прокомментировали информацию о планах запретить Telegram и WhatsApp. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7974897>
- Около 80% населения Казахстана владеет казахским языком – итоги переписи. *Vlast.kz*. —URL: <https://vlast.kz/novosti/51399-okolo-80-naselenia-kazahstana-vladeet-kazahskim-azykom-itogi-perepisi.html>
- Социальные сети в Казахстане: цифры и тренды, лето 2024. На каких языках говорит Казахстан в сети. *Brand Analytics*. – URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-kazakhstan-summer-2024>
- Шибутов М. Как меняется медийное пространство Казахстана. Информационно-аналитическое издание «Контур». – URL: <https://contur.kz/node/3369>
- Чвякин В., Чертков А. Теория социальных сетей. Учебник. Нижний Новгород, 2023.

## References

- Anastassov V. (2018). *Power and Truth in Political Discourse*. Cambridge Scholar Publishing. 107 p.
- Crystal D. (2004). *The Language Revolution*. Malden, MA: Polity Press. 152 p.
- Crystal D. The Queen and Us. *Spotlight*, 06-2002. – URL: <https://www.davidcrystal.com/Files/BooksAndArticles/-4047.pdf>
- Galiullina L., Wright E. (2021). The Influence of Internet – Communication on Everyday Speech. *Propósitos y Representaciones*, 9(SPE2), e1002. DOI: 10.20511/pyr2021.v9nSPE2.1002
- García-Orosa, Berta & García, Xosé. (2019). Language in social networks as a communication strategy: public administration, political parties and civil society. *Communication & Society*. DOI: 32. 10.15581/003.32.1.107-125.
- Kemp S. Digital 2024: Kazakhstan. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-kazakhstan>
- Kurmanbekova, Z., Sarekenova, K., Oner, M., Malikov, K., Shokabayeva, S. (2023). A Linguistic Analysis of Social Network Communication, *International Journal of Society, Culture & Language*, 11(1), pp. 119-132. DOI: 10.22034/ijsc.2023.1972010.2824
- Liu S, Gui D-Y, Zuo Y and Dai Y (2019) Good Slang or Bad Slang? Embedding Internet Slang in Persuasive Advertising. *Frontiers in Psychology*. 10:1251. DOI: 10.3389/fpsyg.2019.01251
- Lanza, Elizabeth & Svendsen, Bente Ailin. (2007). Tell me who your friends are and I might be able to tell you what language(s) you speak: Social network analysis, multilingualism, and identity. *International Journal of Bilingualism – INT J BILING*. 11. 275-300. DOI: 10.1177/13670069070110030201

- Lozano-Blasco R. et al (2023). Social media influence on young people and children: Analysis on Instagram, Twitter and YouTube) // Comunicar, n.74, v. XXXI, 2023. – URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1380410.pdf>
- Reuters. Meta denies Kazakh claim of exclusive access to Facebook's content reporting system. – URL: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/facebook-lets-kazakh-govt-directly-flag-harmful-content-joint-statement-says-2021-11-01>
- Truly Multi/Bilingual areas? Reddit.com. – URL: [https://www.reddit.com/r/linguistics/comments/k4i8a3/truly\\_multibilingual\\_areas/](https://www.reddit.com/r/linguistics/comments/k4i8a3/truly_multibilingual_areas/)
- Truman Alexis (2025). Social Networks as a Measure of Bilingual Language Experience. Bilingual Social Networks. – URL: [https://cogsci.ucsd.edu/\\_files/undergraduates/past-honors-theses/2024-2025/Thesis\\_Truman,%20Alexis.pdf](https://cogsci.ucsd.edu/_files/undergraduates/past-honors-theses/2024-2025/Thesis_Truman,%20Alexis.pdf)
- Vasanth G., Thiagarajan, S., Raj D. (2021). The influence of Internet slangs on Young Adults in oral and written communication. Kalyan Bharati, 24. 1-8.
- Wang Y. (2022) A Review of Reasons for TikTok's Global Surge. Atlantis Press. – URL: <https://www.atlantispress.com/article/125968698.pdf>
- Whig V. How technology has influenced English Language. International Journal of English Learning and Teaching Skills. Vol. 4, No 3. – URL: [https://www.ijeltsjournal.org/wp-content/uploads/2022/04/Paper-2\\_How-technology-has-influenced-English-Language.pdf](https://www.ijeltsjournal.org/wp-content/uploads/2022/04/Paper-2_How-technology-has-influenced-English-Language.pdf)
- Abaev S. V kakih socsetjah bol'she vsego vremeni provodjat kazahstancy? [Which social networks do Kazakhstanis spend the most time on?] – URL: <https://inbusiness.kz/ru/news/v-kakih-socsetyah-bolshe-vsego-vremeni-provodyat-kazahstancy>
- Alkebaeva D., Satkenova Z., Konyrbekova T. (2021) Izmeneniya v kazahskom jazyke v socsetjah [Changes in the Kazakh language on social media]. Eurasian Journal of Philology Science and Education, 182 (2), ss. 14–23. DOI: 10.26577/EJPh.2021.v182.i2.ph2.
- Dzjaloshinskij I.M. Zhurnalistska souchastija. Kak sdelat SMI poleznymi ljudjam. M.: Prestizh, 2006.
- Edinyj godovoj otchet VK za 2024 god [VK Unified Annual Report for 2024]. – URL: [https://corp.vkcdn.ru/media/files/VK\\_AR2024\\_Book.pdf](https://corp.vkcdn.ru/media/files/VK_AR2024_Book.pdf)
- Isabaeva S. Ministr-optimist: Skolko na samom dele grazhdan strany vladejut kazahskim jazykom? [Optimist Minister: How Many Citizens Actually Speak Kazakh?] – URL: <https://camonitor.kz/30942-ministr-optimist-skolko-na-samom-dele-grazhdan-strany-vladeyut-kazahskim-jazykom.html>
- Issledovanie stepeni politizacii socialnyh setej v Kazahstane prezentovali jeksperty [Experts presented a study on the degree of politicization of social media in Kazakhstan]. Informacionnyj portal Top-press. – URL: <https://toppress.kz/article/issledovanie-stepeni-politizacii-socialnyh-setej-v-kazahstane-prezentovali-jeksperty>
- Kommersant. V Kazahstane prokommentirovali informaciju o planah zapretit' Telegram i WhatsApp [Kazakhstan commented on reports of plans to ban Telegram and WhatsApp]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7974897>
- Okolo 80% naselenija Kazahstana vladeet kazahskim jazykom – itogi perepisi [About 80% of Kazakhstan's population speaks Kazakh – census results]. Vlast.kz. —URL: <https://vlast.kz/novosti/51399-okolo-80-naselenia-kazahstana-vladeet-kazahskim-jazykom-itogi-perepisi.html>
- Socialnye seti v Kazahstane: cifry i trendy, leto 2024. Na kakih jazykah govorit Kazahstan v seti [Social networks in Kazakhstan: figures and trends, summer 2024. Languages spoken in Kazakhstan online]. Brand Analytics. – URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-kazahstan-summer-2024>
- Shibutov M. Kak menjaetsja medijnoe prostranstvo Kazahstana [How the media space in Kazakhstan is changing]. Informacionno-analiticheskoe izdanie «Kontur». – URL: <https://contur.kz/node/3369>
- Chvjakin V., Chertkov A. Teorija socialnyh setej. Uchebnik. Nizhnij Novgorod, 2023.

#### **Сведения об авторах:**

Тюлеев Мурат Ананович (корреспондентный автор) – докторант кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента КРУ им. А. Байтұрсынұлы (Костанай, Казахстан, e-mail: [tma2014@mail.ru](mailto:tma2014@mail.ru));

Кунгурова Ольга Григорьевна – кандидат филологических наук, профессор кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента КРУ им. А. Байтұрсынұлы (Костанай, Казахстан, e-mail: [o.kungurova@gmail.com](mailto:o.kungurova@gmail.com)).

#### **Information about authors:**

Tyulejev Murat (corresponding author) – Doctoral Student of the Department of Journalism and Communication Management of Akhmet Baitursynuly Kostanay Regional University (Kostanay, Kazakhstan, e-mail: [tma2014@mail.ru](mailto:tma2014@mail.ru));

Kungurova Olga – Candidate of Philology, Professor of the Department of Journalism and Communication Management of Akhmet Baitursynuly Kostanay Regional University (Kostanay, Kazakhstan, e-mail: [o.kungurova@gmail.com](mailto:o.kungurova@gmail.com)).

#### **Авторлар туралы мәлімет:**

Төлеев Мұрат Әнанұлы (корреспондент-автор) – А. Байтұрсынұлы атындағы ҚӨУ журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының докторанты (Қостанай, Қазақстан, e-mail: [tma2014@mail.ru](mailto:tma2014@mail.ru));

Кунгурова Ольга Григорьевна – филология ғылымдарының кандидаты, А. Байтұрсынұлы атындағы ҚӨУ журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының профессоры (Қостанай, Қазақстан, e-mail: [o.kungurova@gmail.com](mailto:o.kungurova@gmail.com)).

Поступила: 18 сентября 2025 г.

Принята: 20 ноября 2025 г.