

Романтовский А.В.

**Современные коммуникативно-познавательные
потребности русскоязычных интернет-пользователей
по данным поисковых запросов***

*Московский государственный лингвистический университет,
Россия, Москва, romantalex@gmail.com*

Аннотация. Статья посвящена описанию частотных синтаксических моделей поисковых запросов, содержащих модальные предикаты возможности, необходимости, долженствования. Предпринята попытка выявить основные лингвистические особенности данного способа реализации коммуникативно-познавательных потребностей массовой русскоязычной интернет-аудитории. Обнаружено доминирование моделей «можно ли после...», «нужно ли после...» выраждающих проверку знаний пользователя в ситуации постсобытийности (для возможности и необходимости), а также собственно запросы получения знаний об эталоне (для долженствования), которые можно представить в виде модели «каким должен быть...».

Ключевые слова: интернет-коммуникация; поисковый запрос; синтаксические модели; лингвистические аспекты социального знания.

Поступила: 17.04.2022

Принята к печати: 16.08.2022

* © Романтовский А.В., 2022

Romantovskiy A.V.

**Modern communicative and cognitive needs
of Russian-speaking Internet users
according to search queries***

*Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow, romantalex@gmail.com*

Abstract. The paper looks at frequent syntactic models of search queries containing modal predicates of possibility, necessity and obligation. An attempt was made to identify the main linguistic features of this method of implementing the communicative and cognitive needs of the mass Russian-speaking Internet audience. The dominance of «*mozhno li...*», «*nuzhno li...*» models meant to verify the user's knowledge in a post-event situation (possibility and necessity), as well as the actual requests for obtaining knowledge about the standard (obligation), which can be represented in the form of a model «*skakim dolzhen byt...*» are detected.

Keywords: Internet communication; search query; syntax models; linguistic aspects of social knowledge.

Received: 17.04.2022

Accepted: 16.08.2022

Введение

Русский язык занимает одно из ведущих мест в цифровом пространстве Интернета [Индекс положения русского языка в мире ..., 2022]. Последнее на сегодняшний день приобрело масштабы глобальной информационно-коммуникационной среды осуществления разнообразных социальных обменов. В период пандемийного перехода на дистанционную форму работы многие сферы общественной системы испытали на себе, кроме всего прочего, и адаптацию к новым условиям вербально-знакового аспекта своего функционирования.

Что касается интересующей нас части цифровой коммуникативной компетенции пользователя, то поисковые запросы, без-

* © Romantovskiy A.V., 2022

условно, являются одним из главных индикаторов конкретно-ситуативного (осуществление конкретной деятельности, направленной на получение знаний) и универсального компонентов («интеллектуальный голод») познавательных потребностей современного человека [Апреликова, 2020]. Мы отдаём предпочтение множественному числу потому, что поисковые запросы в Интернете могут подкрепляться разными мотивами: личным любопытством, служебной необходимостью, инструктивной практикой, модой, стремлением к социализации через отслеживание информационных трендов и проч.

Целью исследования является попытка зафиксировать языковой срез поисковой картины мира за месяц – максимально доступный обычному пользователю период сбора статистических данных в поисковом сервисе Яндекса – в синтаксических моделях вербализации познавательных потребностей русскоязычных пользователей. Наряду с этим на материале такого одномоментного среза данных можно получить сведения о структурной и смысловой иерархизации тем и формулировок поисковых запросов.

Особый интерес, на наш взгляд, представляют конструкции, построенные на основе модальных предикатов «можно», «нужно», «должен», которые отражают важнейшие модификационные возможности окружающей действительности в соотнесении с экстраполингвистическими потребностями адресантов и социокультурным измерением их существования.

История вопроса

К жанру поискового запроса лингвисты обращались с разных позиций. Обобщенные жанровые признаки выделила Л.Ю. Щипицина, отметив среди них информативность, интерактивность и гипертекстуальность [Щипицина, 2013]. Анализ точки зрения автора позволяет отнести поисковый запрос к мета-жанрам, служащим целям коммуникативного посредничества в следующей схеме коммуникативных ролей: продуцент поискового запроса (интенция уточнения, прояснения собственных знаний) – агрегатор результатов поискового запроса (список ключевых слов в гипертекстуальной, жестко контекстуальной привязке к сетевой многофакторной иерархии ресурсов) – реципиент результатов поискового запроса (когнитивно-коммуникативное действие выбора релевантных результатов). Схема вряд ли может считаться замкнутой, поскольку в ряде

случаев пользователь осознает потребность уточнить, переформулировать поисковый запрос, изменить стратегию поиска.

Роль ключевых слов, задействованных в поисковых запросах, и сложность их семантических связей с результатами одним из первых отметил П.В. Морослин [Морослин, 2009]. Как и Л.Ю. Щипицина, ученый считает необходимым отметить преимущественное употребление номинативных синтаксических конструкций, доминирование имени существительного в тексте запроса. При этом П.В. Морослин обращает внимание на нестандартность, нерегулярность возникающих семантических и ассоциативных связей между самими ключевыми словами и полученными на их основе результатами [Морослин, 2009].

Е.Ю. Распопина исследует поисковые интернет-запросы в отношении когнитивных установок и когнитивных стратегий поиска. Лингвисту удается предложить подробную классификацию лингвокогнитивных моделей поисковых запросов [Распопина, 2011]. При этом данная классификация остается слишком общей и не касается конкретных частотных синтаксических моделей.

Эта тема продолжает разрабатываться во многих публикациях. Наша задача – рассмотреть определенный временной срез поисковых запросов, построенных на основе базовых модальных предикатов. Подобные синтаксические модели, на наш взгляд, отражают важные для пользователей ценностные установки, очерчивают координаты возможностей работы с существующей и рефлексируемой исторической реальностью, в том числе цифровой, виртуальной.

Иерархия запросов отслежена на основе статистических данных Яндекс.Поиска, доступных среди прочих сервисов сайта <https://yandex.ru/>.

Синтаксические модели возможности

Опираясь на возможности поисковой системы «Яндекс», доминирующей в русскоязычном Интернете, разберем ветвления синтаксических моделей, построенных вокруг предиката «можно».

Настройки статистического ресурса позволяют отследить количество и языковые особенности поисковых запросов, сделанных в течение месяца. При этом обновление данных происходит еженедельно. Далее следует материал, собранный к 26.03.2022 г.

Поисковые запросы с предикатом «можно» обнаружены почти в 79 млн пользовательских обращений к «Яндекс.Поиску». Из них наиболее весомым вкладом в это число обладает модификация модели «можно ли» – почти 30 млн запросов. Изучим синтаксические ветвления данной модели. Все расширительные модификации представлены в порядке убывания количества поисковых запросов.

1. Можно ли после – интереснейший лидер в этом ветвлении модели (около 1 млн 200 тыс. запросов). Даже в отсутствие дальнейших конкретизаторов пропозиции она угадывается как постсобытийная в ее отсылке к предшествующим процессу или ситуации. В связи с этим интересно отметить, что в настоящее время некоторые авторы считают постсобытийность основанием для выделения особого вида сетевого дискурса, касающегося обсуждения освещаемых в СМИ событий [Павлова, Гребенщикова, Афиногенова, 2020]. Перечислим синтаксические ветвления модели, отличающиеся наиболее эксплицированным и интерпретируемым характером.

1.1. Можно ли пить после (*можно ли пить алкоголь после, можно ли пить после удаления..., можно ли пить воду после..., можно ли пить пиво после..., можно ли пить таблетки после... и др.*).

Как мы видим, само предшествующее событие отступает на второй план, открывая в частотности ветвлений яркую тенденцию на преобладание двух сфер: условно развлекательной (*алкоголь, пиво*) и условно медико-профилактической (*удаления, воду, таблетки*), связанной с заботой о здоровье. За перемежением этих сфер закономерно предположить и возрастную, и гендерную дифференциацию пользователей.

1.2. Можно ли после удаления (*можно ли после удаления желчного пузыря..., можно ли восстановить переписку после удаления..., можно ли после операции удаления..., можно ли восстановить ватсан после удаления... и др.*).

Синтаксические ветвления второй по частотности модели вновь демонстрируют четкое разграничение двух сфер, ставших объектом коммуникативно-познавательных потребностей пользователей: это вновь сфера здоровья с ситуацией, носящей характер постсобытийности оперативного вмешательства, и сфера цифровой коммуникации, в том числе с помощью мессенджера WhatsApp. Последний, как мы видим, приобрел уже привычный носителю русского языка кириллический графический облик, свидетельствующий о нарицательности наименования данного средства обще-

ния. Вновь представляется вполне очевидной возрастная дифференциация продуцентов вышеупомянутых запросов, что, в свою очередь, указывает на количественный паритет и тематическую специализацию каждой социальной группы. С лингвокультурологической точки зрения мы наблюдаем удивительную ценностную эквивалентность события «удаления» органов человека и цифровой переписки. При этом восстановление последней рассматривается в модальности возможности как постсобытийная отмена события. Виртуальное удаление оказывается обратимым и потому весьма значимым, тогда как в случае события удаления органов семантика возможности имеет дело лишь с последствиями.

1.3. Можно ли делать после (*можно ли делать прививку после..., можно ли делать массаж после..., можно ли делать операцию после..., можно ли после коронавируса делать..., можно ли делать тест после... и др.*).

Последний вариант синтаксического ветвления модели поискового запроса эксплицирует глагольный, динамический компонент пропозиции – «делать», который лишь имплицитно угадывался в предыдущем варианте модели. В приведенном списке на первый план выступает возможность активных действий в постсобытийности, связанной с менее радикальными медицинскими манипуляциями и процедурами.

Подводя промежуточный итог, можно сказать, что модальность возможности в поисковых запросах недвусмысленно ориентирована на сферу здоровья адресанта, конструируемую в постсобытийности как потенциально вредных, так и потенциально полезных действий как самого пользователя, так и обобщенных деятелей института медицины. Немаловажен и коммуникативно-познавательный интерес к обратимости события удаления цифровой переписки.

2. Можно ли будучи – второе место по количеству запросов. Синтаксические ветвления модели, что примечательно, совершенно отступают от прямых структурно-семантических ассоциаций с данной конструкцией, уходя в сторону модификаторов с компонентами «есть +», например, «есть + после / перед / сыр...». Этот факт возвращает нас к наблюдениям исследователей, отмечающих неоднозначные и сложные семантические связи между лингвистическими моделями поисковых запросов. В этом блоке мы встречаемся с доминированием сферы приема пищи, вновь с некоторым указанием на следование / предшествование.

3. Можно ли без – третье место. Примеры синтаксических ветвлений: *можно ли без карты (снять, снять деньги)...*, *можно ли купить без (рецептов, квартиру без, билет без)...*, *можно ли без согласия (выписать, без согласия других, из квартиры, человека без его согласия)...*, *можно ли ребенка без (согласия, прописать, родителей)...*, *можно ли без человека (выписать, без его согласия, снимать, прописать)...*.

Как мы видим, третья по частотности модель акцентирует внимание на пропозициональном отсутствии некоторого косвенного объекта или санкционирующего действия (согласия) объекта каузируемого действия при совершении этого самого социально значимого действия (в рамках финансовой и жилищно-статусной сфер). Судя по всему, данные варианты синтаксического ветвления обращены к модальности возможности совершения действий повышенного аксиологического статуса с учетом познания границ законного в аспекте взаимодействия с другим субъектом.

Синтаксические модели необходимости

Модели, построенные на основе предиката «нужно», составляют около 27 млн поисковых запросов в заданном временнóм интервале.

1. Нужно ли – первое место в ряду синтаксических ветвлений.

Наиболее частотные варианты представим в виде уровней синтаксического ветвления:

1.1. Нужно ли после (*нужно ли после замены (развал, сход, стоек, шаровых)...*, *нужно ли после года (ребенку, смесь, военный билет после 27 лет, платить алименты после 18 лет)...*, *нужно ли сдавать после (ЕГЭ, после колледжа, экзамены, после лишения)...*, *нужно ли после покупки (заряжать аккумулятор, покупки автомобиля, пересаживать орхидею, пересаживать гиацинт)...*, *нужно ли после удаления (зуба, пить антибиотики, катализатора – прошивать...)*).

Вновь обнаруживаем коммуникативно-познавательные потребности пользователей в отношении совершения постсобытийных действий (*после*), на этот раз – в модальности необходимости. Сфера и тематику можно, как нам представляется, дифференцировать на основе существования техногенного и биосоциального аспектов с более или менее выраженной гендерной и возрастной вариациями.

1.2. Нужно ли + (в год) как обобщенная модель упоминания лексем *год, годы, лет: нужен ли техосмотр в 2022 году..., нужно ли в 2021 году..., нужно ли в 3 года..., нужен ли техосмотр автомобиля в 2022 году..., нужно ли ребенку в год...*

Техногенная сфера демонстрирует неоспоримое лидерство автомобиля, а среди биосоциальной тематики ярко выделяется необходимость заботы о детях.

1.3. Нужно ли платить: *нужно ли платить налог..., нужно ли платить налог с продажи..., нужно ли платить госпошлину..., нужно ли платить с продажи квартиры..., нужно ли платить налог с продажи квартиры...*

В третьем по частотности блоке модальность необходимости направляет пользователей к финансовым действиям, сопровождающим социально значимое действие.

2. Какие нужны – второе место.

2.1. Какие документы нужны: *какие документы нужны для получения..., какие документы нужны для оформления..., какие документы нужны для ребенка..., мфц какие документы нужны..., какие документы нужны для пособия...*

В данном блоке синтаксических ветвлений доминирует сфера оформления документов. Среди упоминаемых биосоциальных ролей вновь назван *ребенок*.

2.2. Какие нужно сдать: *какие анализы нужно сдать..., какие предметы нужно сдавать..., какие предметы нужно сдавать после..., какие экзамены нужно сдавать..., какие предметы нужно сдавать после 9 (класса)...*

Очередной блок поисковых запросов в модальности необходимости демонстрирует четкую тематическую принадлежность к сфере медицины и по большей части – школьного образования.

3. Сколько нужно – третье место.

3.1. Сколько времени нужно: *сколько времени нужно после..., сколько времени нужно держать..., сколько по времени нужно варить..., сколько времени нужно пить..., через сколько времени нужно (после / менять / делать / кормить)...*

Рассматривая первый блок синтаксических ветвлений данной модели, можно выделить ключевую пропозициональную роль понятия «времени», представленного в количественно-измерительном аспекте. И вновь в первом варианте прослеживается семантика постсобытийности.

3.2. Сколько нужно + (1) – обобщенная модель с упоминанием единицы измерения: *сколько нужно на 1 литр..., сколько*

нужно воды на 1..., сколько нужно на 1,5..., сколько нужно соли на 1..., сколько нужно молока на 1...

Второй блок вариантов модели необходимости сосредоточен на пропозициях, отражающих количественно-измерительный аспект употребления человеком тех или иных веществ. Наиболее важными оказываются вода, соль, молоко.

3.3. Сколько раз нужно: *сколько раз в неделю нужно..., сколько раз нужно кормить..., сколько раз нужно делать..., сколько раз в год нужно..., сколько раз в день нужно кормить...*

Наконец, третий по частотности блок запросов выражает в модальности необходимости пропозициональную семантику периодичности совершения жизненно важных действий (очевидно выделяется глагол «кормить»).

Выходя на некоторые обобщения, стоит отметить, что синтаксические запросы в модальности необходимости четко поляризуют биосоциальные и техногенные факторы экстралингвистического существования пользователей. Доминируют модели обращения к самому наличию необходимости – *нужно ли*, к конкретизации объекта необходимости – *какие нужны* (с упоминанием документов и социально значимых действий в сфере здравоохранения и образования), к пропозициям с количественно-измерительной семантикой – *сколько нужно* (время протекания жизненно важных процессов, дозировка веществ, периодичность выполнения жизненно важных действий, например *кормить*).

Синтаксические модели долженствования

Поисковые запросы, сформулированные с помощью предиката «должен», упоминаются в статистике Яндекса в количестве 12 млн.

1. Бывший должен – первое место (должна – выдает те же результаты). Впервые модель, заявляемая в качестве исходной для дальнейших ветвлений, теряет всякую связь с ними как в синтаксическом, так и в ассоциативном планах.

Перечислим обнаруженные варианты, демонстрирующие некоторую общность пропозиций, выраждающих семантику существования определенных эталонов: *должен быть (какой должен быть (год / температура / человек / ребенок / документы)...*, *сколько должен быть (лет / есть ребенок / дней / есть месяца / человек есть)...*, *1 должен быть (цифра / ответ / вариант)...*,

человек должен быть (каким / взрослый / пульс у человека)..., должны ли быть (какие / обязательно ли / ребенок / договор / включен)...

2. Будете должны – второе место с теми же результатами при развертывании модели, что и в первом случае.

3. Какой должен быть – третье место с ветвлениеми первой модели. Подробнее: *год* – каким должен быть человек *года*..., каким должен быть *2022 год*..., каким должен быть *ребенок в год*...; **температура** – какая должна быть *температура воды*..., какая *температура должна быть в холодильнике*..., какая *температура должна быть в инкубаторе*...; **человек** – каким должен быть *пульс у человека*..., каким должен быть *взрослый человек*..., каким должен быть *человек года*...; **ребенок** – каким должен быть *ребенок в год*..., *месяц*, *ребенок* какой должен быть..., каким *вес должен быть у ребенка*...; **документы** – какие *документы должны быть в организации*..., какие *документы должны быть у собственника*..., какие *документы должны быть при покупке*...

Самая сложная и пересеченная внутренними структурно-семантическими связями сеть поисковых запросов наблюдается в части выражения модальности долженствования. Пропозиции данной синтаксической модели и ее вариантов сфокусированы как на обобщенных социальных эталонах (*человек года*), так и на бытовых нормах (*температура в холодильнике*). В экспликации биосоциальных ролей вновь доминирует упоминание о детях.

Заключение

Подводя итоги, правомерно остановиться на нескольких моментах:

1) синтаксические модели с модальными предикатами занимают значительное место среди поисковых запросов, что, безусловно, снимает однозначное доминирование номинативности – в совокупности конструкции возможности, необходимости, долженствования составляют более 100 млн запросов в месяц;

2) частотность синтаксических моделей поисковых запросов с модальными предикатами убывает в следующем порядке: возможность, необходимость, долженствование;

3) для моделей, выражающих модальность возможности и необходимости, преобладающими являются варианты с частицей «ли», выражающие проверку пользователем собственных знаний о мире;

4) модели, выражающие модальность долженствования, отличаются на фоне модальности возможности и модальности необходимости диффузной структурой синтаксических ветвлений и выражают не проверку, а собственно запрос о получении знания об эталоне – *каким должен быть*;

5) поисковые запросы, построенные на основе синтаксических моделей с модальными предикатами, преимущественно отражают пропозицию проверки возможности / необходимости жизненно важного действия в аспекте постсобытийности, следования запроса-реакции на уже произошедшее;

6) в поисковых запросах, построенных на основе синтаксических моделей с модальными предикатами, преимущественно упоминаются такие сферы, как здоровье, образование, социальные обмены, транспорт, чаще всего упоминаемой социальной ролью оказывается «ребенок», что демонстрирует важность поисковых запросов для процесса воспитания и отражено в коммуникативно-познавательных потребностях русскоязычных пользователей.

Безусловно, исследование не претендует на окончательные выводы по теме, которая требует дальнейшего внимательного изучения лингвистикой развития цифровой коммуникации в части поисковых запросов на проверку и получение социально значимых знаний.

Список литературы

Апреликова Н.Р. Познавательные потребности как предмет психологического исследования // Гуманизация образования. – 2020. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/poznavatelnye-potrebnosti-kak-predmet-psihologicheskogo-issledovaniya> (дата обращения: 29.07.2022).

Индекс положения русского языка в мире: индекс глобальной конкурентоспособности (ГК-Индекс), индекс устойчивости в странах постсоветского пространства (УС-Индекс). – Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2022. – Вып. 2 / сост. А. Л. Арефьев, А.Р. Голубь, С.Ю. Камышева, И.А. Маев, А.И. Ольховская, М.А. Осадчий, М.Н. Русланова, А.С. Хехтель ; под ред. М.А. Осадчего. – 60 с. – URL: https://www.pushkin.institute/news/index_2022.pdf (дата обращения: 29.07.2022).

Морослин П.В. Ключевые слова на русском языке в системах поиска информации в Интернете (опыт семантического и культурологического анализа) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2009. – № 2. – С. 16–21.

- Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А., Афиногенова В.А. Интенциональное пространство постсобытийного дискурса на различных интернет-площадках // Психологический журнал. – 2020. – Т. 41, № 3. – С. 78–91.
- Распопина Е.Ю. Концептуальная систематика речевых и когнитивных стратегий формулировки поисковых запросов в интернет-дискурсе // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2011. – № 4. – С. 121–128.
- Шипицина Л.Ю. Поисковый запрос как жанр интернет-коммуникации // Человек в информационном пространстве : сборник научных трудов, Ярославль, 14–16 ноября 2013 года. – Ярославль : Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2013. – С. 442–450.

References

- Aprelikova, N.R. (2020, June). Poznativatel'nye potrebnosti kak predmet psihologicheskogo issledovaniya. *Gumanizaciya obrazovaniya*, 3. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/poznativatelnye-potrebnosti-kak-predmet-psihologicheskogo-issledovaniya>
- Aref'ev, A.L., Golub, A.R., Kamysheva, S.Yu., Maev, I.A., Olhovskaya, A.I., Osadchij, M.A., Ruseckaya, M.N., Hehtel', A.S. (2022). *Indeks polozheniya russkogo jazyka v mire: indeks global'noj konkurentospособности (GK-Indeks), indeks ustochivosti v stranakh postsovetskogo prostranstva (US-Indeks)* (Vypusk 2). Retrieved from: https://www.pushkin.institute/news/index_2022.pdf
- Moroslin, P.V. (2009). Klyuchevye slova na russkom jazyke v sistemakh poiska informacii v Internete (opryt semanticeskogo i kul'turologicheskogo analiza). *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Russkij i inostrannyye jazyki i metodika ikh prepodavaniya*, 2, 16–21.
- Pavlova, N.D., Grebenschikova, T.A., Afinogenova, V.A. (2020). Intencional'noe prostranstvo postsobytnogo diskursa na razlichnykh internet-ploshchadkakh. *Psichologicheskij zhurnal*, 41(3), 78–91.
- Raspopina, E.Yu. (2011). Konceptual'naya sistematika rechevykh i kognitivnykh strategij formulirovki poiskovykh zaprosov v internet-diskurse. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 4, 121–128.
- Shchipicina, L.Yu. (2013). Poiskovyyj zapros kak zhanr internet-kommunikacii. In: *Chelovek v informacionnom prostranstve: sbornik nauchnykh trudov*. (pp. 442–450). Yaroslavl': Yaroslavskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet im. K.D. Ushinskogo.