

Социология управления
Management sociology

DOI: 10.24412/2070-1381-2023-98-151-161

Как измерить культурный код? Количественный анализ семантики в сказках
А.С. Пушкина и в ценностях российской молодежи

Андреюк Денис Сергеевич¹

Кандидат биологических наук, доцент, экономический факультет, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва; старший научный сотрудник, ГБУ здравоохранения города Москвы «Психиатрическая клиническая больница № 1 им. Н.А. Алексеева Департамента здравоохранения г. Москвы», Москва; исполнительный директор Общероссийской общественной организации «Российская ассоциация содействия науке», Москва, РФ.

E-mail: denis.s.andreyuk@yandex.ru

SPIN-код РИНЦ: 8083-4058

ORCID ID: [0000-0002-3349-5391](https://orcid.org/0000-0002-3349-5391)

Фадеева Екатерина Александровна

Студентка, филологический факультет, ВлГУ имени А.Г. и Н.Г. Столетовых, Владимир, РФ; секретарь молодежного отделения в г. Владимире Общероссийской общественной организации «Российская ассоциация содействия науке», Москва, РФ.

E-mail: ekaterinafad20@gmail.com

ORCID ID: [0009-0001-8187-7490](https://orcid.org/0009-0001-8187-7490)

Кузнецова Екатерина Александровна

Кандидат филологических наук, филологический факультет, ВлГУ имени А.Г. и Н.Г. Столетовых, Владимир, РФ; член Пленума Общероссийской общественной организации «Российская ассоциация содействия науке», Москва, РФ.

E-mail: e.a.kuznetsova@list.ru

SPIN-код РИНЦ: 3249-9283

ORCID ID: [0000-0002-0855-9752](https://orcid.org/0000-0002-0855-9752)

Аннотация

Формализовать понятие «культурный код» означает выделить количественные параметры, доступные для точного измерения, сравнения в разных культурах и долгосрочных наблюдений. Эта задача в полной мере до сих пор не решена. В частности, не существует инструментов для количественной оценки возможного влияния произведений массовой культуры на культурный код, при том что сам факт такого влияния не подвергается сомнению. В данной работе исследованы тексты сказок А.С. Пушкина как примеры массовых и общеизвестных произведений для представителей культурной общности носителей русского языка; сопоставлены содержащиеся в сказках смыслы со смыслами ценностей российских школьников и студентов, вербализованных в виде свободных ассоциации с «чем-то самым важным в жизни». Для количественного анализа использовался автоматизированный алгоритм для перевода текста в вектор с частотами семантических групп тезауруса Роже. Общая семантическая близость сказок с ценностями молодежи оказалась меньше, чем близость сказок между собой. Пять наиболее значимых смыслов, общих между сказками и ценностями, можно условно обозначить словами Любовь, Удовольствие, Человечество, Существование, Родство. В целом представленная в работе методика позволяет в автоматическом режиме проводить количественное сопоставление смыслов в заданных литературных произведениях и заданных целевых группах и может быть применена для дальнейших исследований культурного кода.

Ключевые слова

Культурный код, сказки А.С. Пушкина, ценности молодежи, векторный семантический анализ, автоматизированный алгоритм, тезаурус Роже.

**How to Measure the Cultural Code? Quantitative Analysis of Semantics in A.S. Pushkin's
Fairy Tales and Values of Russian Youth**

Denis S. Andreyuk²

PhD, Associate Professor, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University; Senior Researcher, N.A. Alekseev Psychiatric Clinical Hospital No.1, Moscow Health Care Department; Executive Director, All-Russian Public Organization "Russian Association for Assistance to Science", Moscow, Russian Federation.

E-mail: denis.s.andreyuk@yandex.ru

ORCID ID: [0000-0002-3349-5391](https://orcid.org/0000-0002-3349-5391)

Ekaterina A. Fadeeva

Student, Philological Faculty, Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs, Vladimir; Secretary of Youth Division in Vladimir Region, All-Russian Public Organization "Russian Association for Assistance to Science", Moscow, Russian Federation.

E-mail: ekaterinafad20@gmail.com

ORCID ID: [0009-0001-8187-7490](https://orcid.org/0009-0001-8187-7490)

¹ Корреспондирующий автор.

² Corresponding author.

Ekaterina A. Kuznetsova

PhD, Philological Faculty, Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs, Vladimir; Member of Plenum, All-Russian Public Organization "Russian Association for Assistance to Science", Moscow, Russian Federation.

E-mail: e.a.kuznetsova@list.ru

ORCID ID: [0000-0002-0855-9752](https://orcid.org/0000-0002-0855-9752)

Abstract

To formalize the concept of cultural code means to isolate quantitative parameters available for precise measurement, comparison in different cultures and long-term observation. This task has not yet been fully solved. In particular, there are no tools to quantify the possible influence of mass culture works on the cultural code, although the fact of such influence is not questioned. This paper studies the texts of Pushkin's fairy tales as examples of mass and well-known works for representatives of the cultural community of Russian language native speakers; compares the meanings contained in fairy tales with the meanings of values of Russian schoolchildren and students, verbalized in the form of free associations with "something most important in life". For quantitative analysis, an automated algorithm to convert the text into a vector with the frequencies of the semantic groups of the Roget's Thesaurus was used. The overall semantic proximity of fairy tales to the values of young people was less than the proximity of fairy tales to each other. The five most significant meanings in common between fairy tales and values can be conventionally designated with the words Love, Pleasure, Mankind, Existence, and Consanguinity. Overall, the methodology presented in the paper allows for automatic quantitative comparison of meanings in given literary works and in given target groups, and can be applied for further research on the cultural code.

Keywords

Cultural code, A.S. Pushkin's fairy tales, youth values, vector semantic analysis, automated algorithm, Roget's Thesaurus.

Введение

Культурный код интуитивно воспринимается как нечто, что структурирует поведение каждого представителя общности, разделяющей данный культурный код, особенно в ситуациях, значимых с точки зрения исторического пути данной общности. Культурный код часто трактуют как совокупность ценностей [Велилаева, Абдулжемилева 2021, 527]. Такой подход можно представить как набор рекомендаций выбора в ситуациях знаковых, важных для поворотных точек исторического пути. С другой стороны, культурный код зачастую определяют как совокупный культурно-исторический «багаж» рассматриваемой социальной общности, все многообразие произведений культуры, созданное ее представителями [Там же]. В этом случае также предполагается, что члены общности обладают некоторыми особенностями, которые отличают их от других общностей, и эти особенности транслируются в характерные черты культурных произведений. Наконец, существует системно-механистический подход к проблеме культурного кода, который постулирует прямую причинно-следственную связь между определенными поведенческими установками, влияющими на выбор в поворотных точках исторического пути, и произведениями культуры, прежде всего литературного творчества, передаваемыми устно, программирующими в детях из данной общности те самые характерные поведенческие установки [Оконешникова 2015, 164].

Во всем описанном многообразии подходов существует общая проблема — они не формализованы, а значит, не допускают ни точных количественных экспериментов, которые могли бы верифицировать — подтвердить либо опровергнуть — данную концепцию, ни рациональных вариантов прикладного использования, которые можно было бы описать и спланировать с точки зрения некоторого заданного измеримого либо считаемого результата. В условиях нарастающей мощи инструментов искусственного интеллекта (ИИ) может сложиться ситуация, когда ИИ будет находить скрытые черты культурного кода (а они есть, раз подавляющее большинство специалистов согласно в принципиальной сущности самого понятия) и использовать их в принятии коммерческих либо политических решений. Причем сами решения не обязательно будут приняты в пользу представителей данной общности, очевидно, что они будут в пользу владельцев ИИ. Это обстоятельство диктует новый для нашего поколения аргумент актуальности исследования: важно как можно раньше изучить, формализовать логику формирования и воздействия элементов культурного кода, описать их в причинно-следственных моделях и

прийти к консенсусу в научном сообществе для того, чтобы иметь возможность выстраивать осознанную и обоснованную систему противодействия новым высокотехнологичным угрозам культурно-исторической идентичности.

Ценности молодежи и культурный код

Структуру ценностей как основу для определения приоритетов и мотивации в текущей деятельности изучали многие психологи и педагоги. Так, Л.С. Выготский глубоко исследовал процесс формирования системы культурных ценностей в процессе развития личности [Выготский 1996]. А.Н. Леонтьев одним из первых подробно описал функциональные аспекты иерархии мотиваций во взаимодействии личности с социальным окружением [Леонтьев 1977]. Его идеи далее развил Д.А. Леонтьев [Леонтьев 1999]. Интересно, что эти сугубо психологические работы базируются на фундаментальных построениях Н.А. Бернштейна, который отталкивался от механизмов высшей нервной деятельности и первоначально ставил перед собой задачу описать механику движений у высших животных и человека [Бернштейн 1947].

В зарубежной научной мысли наибольшее значение имеют исследования ценностей прикладной направленности. В частности, М. Рокич [Rokeach 1973], а вслед за ним С. Шварц и У. Билски [Schwartz, Bilsky 1987] разработали методики для анализа индивидуальной структуры ценностей. Г. Ховстеде [Hofstede 2001] ввел в научную практику изучение ценностей на уровне больших социальных групп (в частности, как один из главных параметров при изучении межкультурных различий). Именно эта линия исследований напрямую относится к понятию культурного кода, как оно было определено выше.

Ценности современной российской молодежи исследуют с помощью опросов. Хотя этот инструмент имеет свои ограничения, глубокий сопутствующий аналитический аппарат позволяет находить структурно-функциональные связи как в индивидуальных, так и в групповых ценностях. Например, Ю.А. Зубок с соавторами [Зубок и др. 2021] на основе метода структурно-таксономического моделирования обосновали механизм социокультурной саморегуляции жизнедеятельности молодежи. О.Н. Сорокин [Сорокин 2022] выявил массив ценностных смыслов в отношении труда, которые характерны для молодежных субкультур, но при этом отклоняются от доминирующих установок в общекультурных настройках. Д.С. Андреюк с соавторами [Андреюк и др. 2020] на основании кластерного анализа классифицировали небольшие группы молодежи по наиболее представленным среди их членов смыслам в массиве свободных ассоциаций с самым важным в отношении профессионального развития и жизни в целом. Таким образом, можно говорить о том, что сегодня уже есть все предпосылки для исследования ценностей молодежи как элемента культурного кода, в том числе и количественными методами.

Творчество А.С. Пушкина и культурный код

Творчество А.С. Пушкина знакомо практически каждому человеку с раннего детства. Мир его сказок, несомненно, несет в себе огромный педагогический потенциал, отражая культурный код. Для русской народной культуры было и остается характерным стремление привить детям основные ценности как можно раньше, что осуществляется в том числе благодаря сюжетам сказок [Конькина и др. 2013].

Как известно, А.С. Пушкин с детства лучше владел французским языком, чем русским. Языку народных сказок его научила няня, Арина Родионовна. Именно таким образом поэт познал всю красоту и возможности родного языка, которые в дальнейшем использовал при создании своих величайших произведений [Оконешникова 2015, 164].

Исследованием творчества А.С. Пушкина занимались многие ученые и поэты: П.В. Анненков, В.Г. Белинский, М. Горький, А.А. Ахматова и другие. Как отмечал В. Непомнящий, постепенно сказки Пушкина становятся «своего рода азбукой национального характера», в которой содержатся «грозные вопросы морали», отражаются проблемы бытия [Непомнящий 1987, 189]. Таким образом, взаимосвязь культуры и литературы на примере сказок А.С. Пушкина представляется обширным материалом для современных научных исследований и обуславливает целесообразность прямого сопоставления текстов с ценностями современной российской молодежи.

Тезаурус Роже как способ количественного анализа смыслов

Тезаурус Роже [Roget 1991] представляет собой идеографический словарь, который разделяет все слова английского языка на 1044 смысловые группы, то есть каждая группа представляет собой совокупность синонимов, описывающих (более или менее четко) некоторый заданный смысл/понятие. Таких смыслов П. Роже выделил 1000, в современном издании их число выросло до 1044. Тезаурус часто используют в этнографических, антропологических, исторических и мультидисциплинарных исследованиях для количественного анализа смыслов и их изменений. Например, У. ТенХоутен на основании анализа большого массива интервью показал связь смыслов стыда и гордости в качестве ключевых элементов семантики социального доминирования у австралийских аборигенов [TenHouten, 2017]. С. Клингенштейн с соавторами с помощью тезауруса Роже зафиксировали изменение семантики протоколов судебных заседаний в Центральном уголовном суде Лондона за период 1760–1913 гг. и показали динамику различий в отношении к насильственным и ненасильственным преступлениям [Klingenstein et al. 2014]. Чтобы сделать статистически доказанный вывод, авторам пришлось обработать сотни тысяч документов, что было бы невозможно без автоматизации. Автоматизированный подход к использованию тезауруса Роже применили и российские авторы [Андреюк, Очковская 2022]. Они разработали скрипт, который использовали для анализа массива свободных ассоциаций российской молодежи в отношении самого важного в жизни. Тот же скрипт в качестве инструмента и тот же массив ценностей в качестве одного из объектов исследования были использованы в настоящем исследовании.

С учетом всего вышесказанного в данной работе была поставлена цель сопоставить семантику ценностей представителей российской молодежи — школьников и студентов столичных и региональных учебных заведений — с семантикой наиболее известных стихотворных сказок А.С. Пушкина. Количественный анализ был проведен с помощью тезауруса Роже. Главный исследовательский вопрос, который был поставлен: какие смыслы — в терминах семантических групп тезауруса Роже — встречаются с измеримой частотой и в сказках, и в ценностях?

Методика

Ценности российской молодежи были вербализованы в виде массива свободных ассоциаций респондентов в ответе на вопрос «Назовите три слова (существительное, прилагательное и глагол) которые ассоциируются для Вас с чем-то самым важным в жизни?»³. Опрос проводили в четырех городах (Москва, Владимир, Нижний Новгород, Челябинск) среди студентов естественно-научных и гуманитарных факультетов известных и уважаемых в каждом городе вузов, а также среди школьников сильных школ. Опрос был элементом научно-просветительской лекции. Таким образом, можно утверждать, что в группу респондентов

³ Этот вопрос был одним из трех, имеющих отношение к ценностям. Спрашивали также о самом важном, что произошло за неделю, и о самом важном для профессионального развития человека. Более подробно см. [Андреюк и др. 2020]. В данной работе для анализа использовали все части речи из ответов на вопрос о самом важном в жизни.

попали представители молодежи с существенно более высоким уровнем образования, чем в среднем характерно для данного возраста. В выборку попал 651 человек, средний возраст составил 19,5 лет, соотношение полов Ж/М было равно 1,38.

Векторизация смыслового содержания всех текстовых массивов — и свободных ассоциаций молодежи в отношении самого важного в жизни, и текстов сказок А.С. Пушкина — осуществлялась с помощью скрипта⁴, который переводит массив слов в вектор с размерностью 1044, где каждая координата представляет собой частоту встречаемости конкретной семантической группы из тезауруса Роже⁵ в анализируемом массиве слов.

Семантические отношения между массивами слов анализировались при попарном сопоставлении векторов по одному из двух показателей. Общее семантическое сходство двух текстов считалось как косинусная близость между векторами (коэффициент Отиаи [Ochiai 1957]). Для выделения наиболее значимых общих смыслов использовались коэффициенты семантического перекрытия как произведение частот каждой из семантических групп тезауруса Роже (попарное произведение каждой из координат сравниваемых векторов) и выбирались семантические группы с наибольшим значением данного произведения.

Результаты

Косинусная близость векторов показывает степень общего семантического сходства: если она равна 1, то тексты полностью тождественны семантически; если косинусная близость равна нулю, значит, у сравниваемых текстов вообще нет общих смыслов. В Таблице 1 представлены данные о степени сходства каждой из проанализированных сказок относительно ценностей российской молодежи и между собой. Можно наблюдать, что степень сходства сказок между собой гораздо выше, чем сходство сказок с массивом ценностей, значения находятся в диапазонах 0.8–0.9 и 0.34–0.38 соответственно.

Таблица 1. Значения косинусной близости, отражающей степень семантического сходства, в попарных сравнениях стихотворных сказок А.С. Пушкина с массивом слов, характеризующим ценности российской молодежи, а также между собой⁶

Ценности	Сказки	Золотой петушок	О рыбаке и рыбке	Жених	Мертвая царевна	Балда и поп
0,3826	Золотой петушок					
0,3395	О рыбаке и рыбке	0,8404				
0,3803	Жених	0,8909	0,8198			
0,3672	Мертвая царевна	0,8987	0,8517	0,9430		
0,3616	Балда и поп	0,8920	0,8584	0,8818	0,8854	
0,3757	Царь Салтан	0,9333	0,8280	0,9279	0,9417	0,9011

⁴ Данный программный продукт свободно распространяется для некоммерческого использования и доступен для скачивания: Roget // GitHub [Электронный ресурс]. URL: <https://github.com/chameleon-lizard/Roget> (дата обращения: 18.03.2022).

⁵ В современной версии тезауруса 1044 семантические группы, частота каждой из них и составляет вектор, который получается в результате работы скрипта. Подробно алгоритм работы скрипта и пример его использования для массива ценностей молодежи описаны в [Андреюк и др. 2022].

⁶ Составлено авторами. Здесь и далее приведены условные обозначения сказок, которые соответствуют полным названиям: «Сказка о золотом петушке», «Сказка о рыбаке и рыбке», «Жених», «Сказка о мертвой царевне и о семи богатырях», «Сказка о попе и работнике его Балде», «Сказка о царе Салтане, о сыне его славном и могучем богатыре князе Гвидоне Салтановиче и о прекрасной царевне Лебеди».

Тот факт, что все шесть сказок имеют попарно близкие и в целом весьма высокие значения косинусной близости, дает основание объединить их в один общий вектор (усреднением значений частот по каждой семантической группе). На Рисунке 1А показан общий вид всего смыслового спектра для усредненного вектора сказок и для вектора ценностей. Объединенный вектор сказок изображен красной линией. Дополнительно на рисунке показана величина дисперсии, которая возникает при усреднении значений частот в отдельных семантических группах. За исключением узкого пика из трех семантических групп (#372–374, «Человечество», «Мужчина», «Женщина»), по которым дисперсия около 2%, в остальном спектре этот показатель не превышает 1%.

При сравнении красной линии «усредненной сказки» с синей линией ценностей молодежи выделяются три зоны, в которых можно предполагать заметные перекрытия, то есть где и красный, и синий график будут показывать достаточно высокие значения. Одна из них узкая, в уже упомянутой зоне #372–374, а две другие широкие — в начале и в конце спектра. Две последние показаны в более крупном масштабе на Рисунках 1Б и 1В.

На спектре видно, что бывают ситуации, когда семантическая группа встречается с большой частотой в ценностях, но с маленькой в сказках, например группа #011 «Родство» или группа #827 «Удовольствие» (отмечены стрелками на Рисунках 1Б и 1В соответственно). Бывает также и наоборот, как, например, в группе #897 «Любовь» (стрелка на Рисунке 1В).

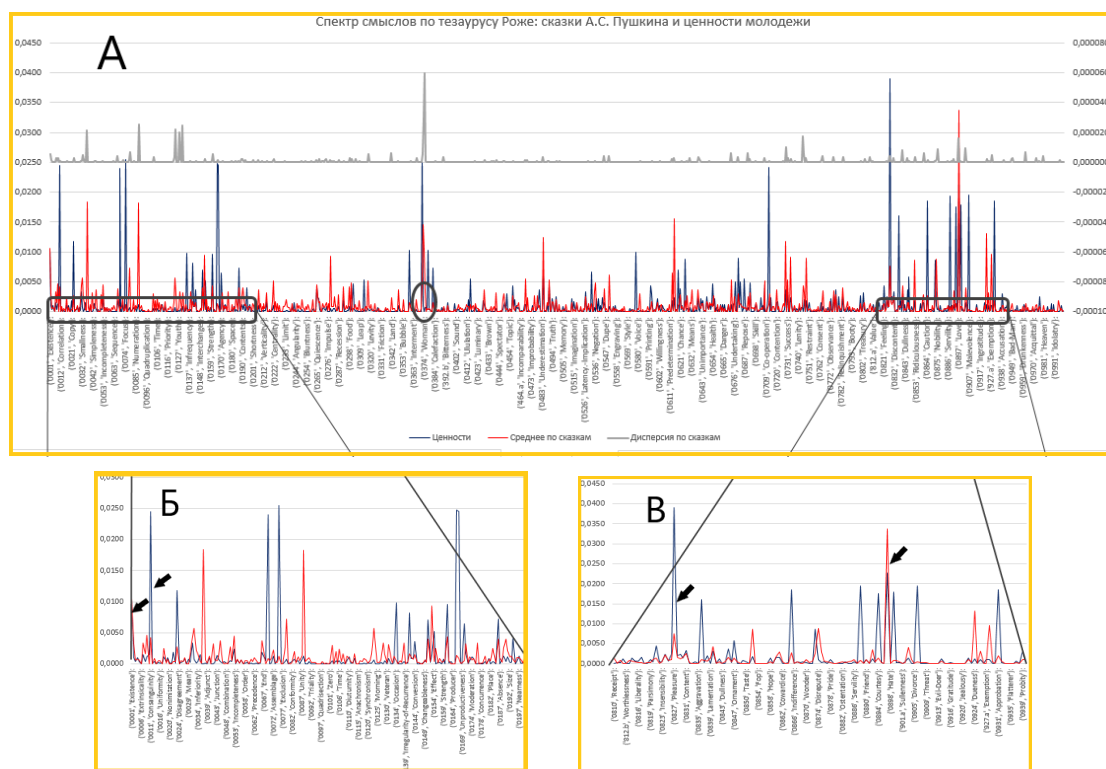


Рисунок 1. Спектр всех смыслов тезауруса Роже⁷

⁷ Составлено авторами. Примечание: А. — по левой вертикальной оси отложена частота семантической группы, по горизонтальной оси расположены все семантические группы тезауруса по возрастанию их порядкового номера слева направо. Красная линия показывает частоты семантических групп в усредненном векторе сказок А.С. Пушкина (см. пояснения в тексте). Синяя линия показывает частоты семантических групп в векторе ценностей молодежи — свободных ассоциаций относительно «самого важного в жизни». По правой вертикальной оси отложено значение дисперсии при усреднении векторов разных сказок, показаны серой линией; Б. и В. — показывают в более крупном масштабе фрагменты спектра, отмеченные черными прямоугольниками на Рисунке 1А. Черными стрелками указаны семантические группы, по которым и в сказках, и в ценностях есть выраженный пик.

Для того чтобы оценить количественно, какой из смыслов важнее с точки зрения возможного вклада в культурный код, то есть по каким группам наблюдается максимальное перекрытие, были рассчитаны коэффициенты семантического перекрытия как произведение в каждой паре частот. Семь семантических групп, имеющих самые высокие значения данного коэффициента, представлены в Таблице 2. Можно видеть, что семантическая группа #897 «Любовь» заметно превосходит по значению коэффициента перекрытия все остальные и во всех исследованных сказках занимает первое место. Однако уже в отношении второго места сказки начинают различаться. Так, в сказке «О рыбаке и рыбке» на втором месте находится группа #372 «Человечество», в то время как во всех остальных сказках на втором месте — группа #827 «Удовольствие».

Таблица 2. Наибольшие значения коэффициентов семантического перекрытия (произведение частот в каждой паре семантических групп тезауруса Роже, $\times 10^{-5}$) между сказками А.С. Пушкина и ценностями российской молодежи в виде свободных ассоциации в отношении самого важно в жизни⁸

Семантическая группа по тезаурусу Роже	Золотой петушок	Рыбак и рыбка	Жених	Мертвая царевна	Балда и поп	Царь Салтан
897, Любовь	79,2	67,9	71,8	78,4	68,3	91,9
827, Удовольствие	35,3	20,8	30,3	19,1	19,1	34,4
372, Человечество	14	22,5	12,8	10,1	5,5	7,6
001, Существование	10	9	14,8	12,5	8,3	12
011, Родство	7,8	8	10,6	10,4	13,2	11,9
484, Убеждение	7,1	6,3	9,3	9,1	7,2	8
865, Желание	4,1	9,1	3,2	3,7	4,8	5,1

На основании списка из топ-7 смысловых категорий можно визуализировать различия между сказками в их отношении к семантике ценностей российской молодежи (Рисунок 2). Если вынести за скобки общую первую строку рейтинга смыслов (#897 «Любовь»), то по степени перекрытия по смыслу #827 «Удовольствие» можно выделить три группы сказок: сказки «О царе Салтане» и «Золотой петушок» имеют максимальное значение перекрытия по этому смыслу ($34\text{--}35 \times 10^{-5}$), сказки «О рыбаке и рыбке», «О попе и работнике его Балде» и «О мертвой царевне» — минимальное (в диапазоне $19\text{--}21 \times 10^{-5}$), а сказка «Жених» занимает промежуточное положение со значением 30×10^{-5} .

Наконец, по третьей строке рейтинга можно провести разграничение внутри выделенных групп по значению перекрытия со смыслом #372 «Человечество». Так, «Сказка о царе Салтане» и «Сказка о золотом петушке» различаются между собой по этому показателю почти вдвое.

⁸ Составлено авторами.

(8×10^{-5} и 14×10^{-5} соответственно). Во второй группе сказок различия по этому смыслу еще более заметные: самое высокое значение от самого низкого отличается почти в 4 раза (23×10^{-5} для «Сказки О рыбаке и рыбке» против 6×10^{-5} для «Сказки о попе и работнике его Балде»).

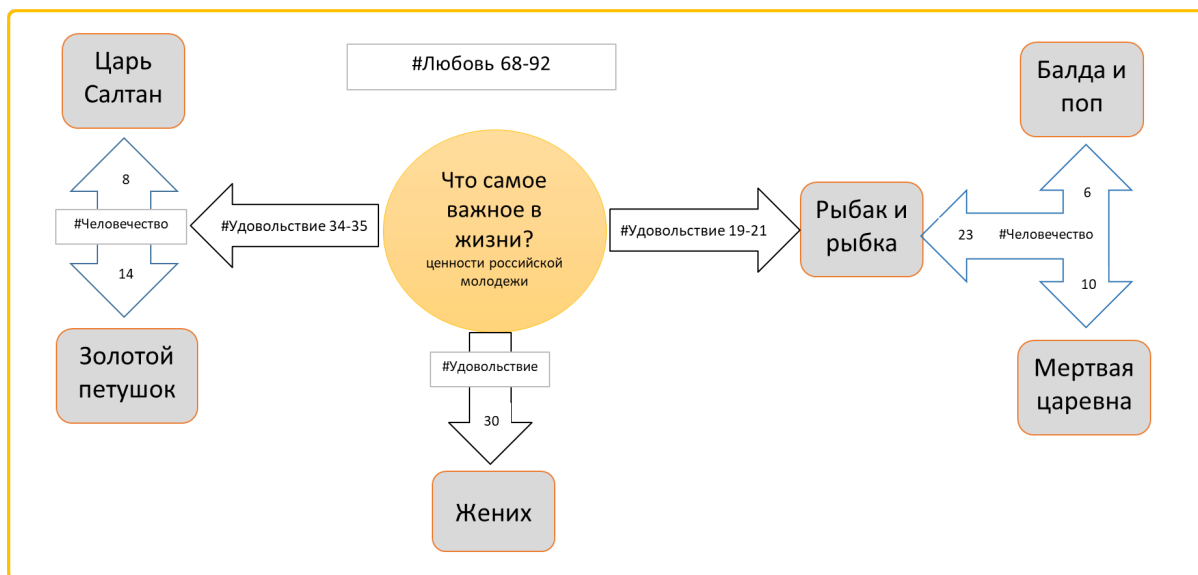


Рисунок 2. Схема семантических отношений разных сказок А.С. Пушкина с ценностями российской молодежи, построенная на основании верхних позиций рейтинга коэффициентов семантического перекрытия⁹

Обсуждение

Если суммировать все результаты, то можно сказать, что в данной работе удалось продемонстрировать наложение смыслов в сказках А.С. Пушкина и свободных ассоциациях школьников и студентов в отношении самого важного в жизни, что, по сути, является вербализацией наиболее общих ценностей, представленных в данной социально-демографической группе. При том что общее семантическое сходство сказок и ценностей относительно небольшое (гораздо меньше, чем сходство сказок между собой), общие смыслы, отранжированные по величине произведения частот встречаемости в массивах ценностей и сказок, показывают вполне ожидаемую картину. Пять наиболее значимых общих смыслов можно условно обозначить словами Любовь, Удовольствие, Человечество, Существование, Родство (Таблица 2).

Этого пока недостаточно, чтобы постулировать прямую причинно-следственную связь, то есть чтобы утверждать, что сказки А.С. Пушкина «программируют» в читателях эти смыслы. Как минимум потому, что общие смыслы далеко не являются главными в общем спектре смыслов отдельно ни у сказок, ни у ценностей (Рисунок 1). С другой стороны, наличие общих смыслов может выступать своего рода «ключом», тем смысловым кодом, который делает сказки понятными и привлекательными для чтения среди представителей данной культуры. Отчасти эта гипотеза находит свое подтверждение в работах по сопоставлению семантики ценностей целевой группы с ценностями коммерческих брендов, продвигаемых в рамках рекламно-информационных кампаний [Gerasimenko et al. 2021; Андreyuk, Очковская 2022], где рассматривается обратная модель: бренд успешен, а рекламная кампания эффективна, если послания бренда попадают в ожидания целевой аудитории, в частности если постулируемые брендом ценности в значительной мере совпадают по смыслам с ценностями этой аудитории. При этом абсолютные значения

⁹ Составлено авторами.

перекрытий в случае «идеологических посылов» даже у очень успешных брендов также крайне малы [Gerasimenko et al. 2021]. В любом случае вопрос механизмов влияния семантической близости посланий и ценностей аудитории нужно исследовать отдельно.

В части методических ограничений данной работы необходимо отметить некоторый риск смысловых искажений, которые могут возникать при переводе массивов слов на английский язык (именно на английском составлен тезаурус Роже, и только с английскими словами работает примененный в данной работе скрипт). Здесь возможные искажения были скомпенсированы самим дизайном эксперимента. Перевод осуществляли с помощью автоматического сервиса, одинаково для обоих сравниваемых массивов слов. Поэтому, если искажения и вносились, они вносились одинаково для всех полученных семантических векторов. При этом авторы полагают, что сам принцип идеографического тезауруса позволяет ожидать незначительный масштаб возможных смысловых искажений — отдельные слова могут иметь не совсем одинаковые ассоциативные отсылки к группам синонимов в разных языках, однако сами эти группы должны иметь общий характер. Дело в том, что разбивка сделана очень крупными блоками, всего примерно тысяча смыслов на весь язык, поэтому следует ожидать, что на таком масштабе рассмотрения смыслы в разных языках будут весьма и весьма похожи, и при использовании достаточно больших массивов слов эффектами искажений при переводе можно пренебрегать.

Полностью за рамками данной статьи остался вопрос о механизмах возможного воздействия культурного кода на исторический путь культурной общности, или на особенности организации соответствующих социальных систем, или хотя бы на взаимодействие носителей данного кода с представителями других культурных общностей в рамках неких мультикультурных объединений — больших организаций, многонациональных государств, глобальных научных проектов. Безусловно, это одни из самых интересных вопросов для будущих исследований, и авторы надеются, что представленные здесь методические наработки смогут пригодиться на этом большом пути.

Список литературы:

Андреюк Д.С., Очковская М.С. Соответствие контекста упоминания бренда в литературе современным ценностям бренда и целевой аудитории (на примере Nestlé в воспоминаниях К. Чуковского об А. Ахматовой) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2022. № 4. С. 527–547. DOI: [10.21638/11701/spbu08.2022.402](https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2022.402)

Андреюк Д.С., Петрунин Ю.Ю., Храбровская В.Д. Метод кластеризации групп молодежи на основании ценностных смыслов в отношении профессионального развития и жизни в целом // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 83. С. 221–242. DOI: [10.24411/2070-1381-2020-10117](https://doi.org/10.24411/2070-1381-2020-10117)

Андреюк Д.С., Ливитина А.С., Сушко Н.С. Семантический анализ структуры ценностей группы с помощью Тезауруса Роже: автоматизированный алгоритм // Государственное управление. Электронный вестник. 2022. № 91. С. 148–161. DOI: [10.24412/2070-1381-2022-91-148-161](https://doi.org/10.24412/2070-1381-2022-91-148-161)

Бернштейн Н.А. О построении движений. М.: Медгиз, 1947.

Велилаева Л.Р., Абдулжемилева Ф.И. Культурный код в художественной литературе // Мир науки, культуры, образования. 2021. № 6(91). С. 527–529.

Выготский Л.С. Педагогическая психология. М.: Педагогика-Пресс, 1996.

Зубок Ю.А., Чупров В.И., Любутов А.С., Сорокин О.В. Саморегуляция жизнедеятельности молодежи: структурно-таксономическое моделирование // Социологические исследования. 2021. № 10. С. 23–36. DOI: [10.31857/S013216250014766-5](https://doi.org/10.31857/S013216250014766-5)

Конькина Е.В., Николаева Н.А., Савинова И.А. Отражение традиций народной педагогики в сказках А.С. Пушкина // *Обучение и воспитание: методики и практика*. 2013. № 7. С. 284–288.

Леонтьев А.Н. *Деятельность. Сознание. Личность*. 2-е изд. М.: Политиздат, 1977.

Леонтьев Д.А. *Психология смысла*. М.: Смысл, 1999.

Непомнящий В.С. *Поэзия и судьба. Над страницами духовной биографии Пушкина*. М.: Сов. писатель, 1987.

Оконешникова А.В. Сказки А.С. Пушкина // *Austrian Journal of Humanities and Social Sciences*. 2015. № 1–2. С. 164–168.

Сорокин О.В. Смысловые девиации российской молодежи в сфере труда // *Научный результат. Социология и управление*. 2022. Т. 8. № 3. С. 79–90. DOI: [10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-6](https://doi.org/10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-6)

Gerasimenko V., Andreyuk D., Kurkova D. Approach for Management of Brand Positioning: Quantification of Value Matching between Brand and Target Audience // *Polish Journal of Management Studies*. 2021. Vol. 24. Is. 1. P. 96–111. DOI: [10.17512/pjms.2021.24.1.06](https://doi.org/10.17512/pjms.2021.24.1.06)

Hofstede G. *Cultures Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations*. Thousand Oaks, London, New Dehli: Sage Publications, 2001.

Klingenstein S., Hitchcock T., DeDeo S. The Civilizing Process in London's Old Bailey // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2014. Vol. 111. Is. 26. P. 9419–9424. DOI: [10.1073/pnas.140598411](https://doi.org/10.1073/pnas.140598411)

Ochiai A. Zoogeographical Studies on the Soleoid Fishes Found Japan and Its Neighboring Regions // *Bulletin of the Japanese Society of Scientific Fisheries*. 1957 Vol. 22. Is. 9. P. 526–530.

Roget P.M. *Roget's Thesaurus of English Words and Phrases*. Austin: MICRA, Inc., 1991.

Rokeach M. *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press, 1973.

Schwartz S.H., Bilsky W. Toward a Universal Psychological Structure of Human Values // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1987. Vol. 53. Is. 3. P. 550–562. DOI: [10.1037/0022-3514.53.3.550](https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.3.550)

TenHouten W.D. Social Dominance Hierarchy and the Pride-Shame System // *Journal of Political Power*. 2017. Vol. 10. Is. 1. P. 94–114. DOI: [10.1080/2158379X.2017.1285154](https://doi.org/10.1080/2158379X.2017.1285154)

References:

Andreyuk D.S., Ochkovskaya M.S. (2022) Relevance of Context of Brand Mentions in Fiction to the Contemporary Brand Values and Target Audience (the case of Nestlé in K. Chukovsky's Memoirs about A. Akhmatova). *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Menedzhment*. No. 4. P. 527–547. DOI: [10.21638/11701/spbu08.2022.402](https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2022.402)

Andreyuk D.S., Petrunin Yu.Yu., Khrabrovskaya V.D. (2020) Youth Groups Clustering Method Based on the Meanings of Value in Relation to Professional Development and Life in General. *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik*. No. 83. P. 221–242. DOI: [10.24411/2070-1381-2020-10117](https://doi.org/10.24411/2070-1381-2020-10117)

Andreyuk D.S., Livitina A.S., Sushko N.S. (2022) Semantic Analysis of Group Values Structure Using Roget Thesaurus: Automated Algorithm. *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik*. No. 91. P. 148–161. DOI: [10.24412/2070-1381-2022-91-148-161](https://doi.org/10.24412/2070-1381-2022-91-148-161)

Bernshteyn N.A. (1947) *O postroyenii dvizheniy* [On constructing motion]. М.: Medgiz, 1947.

Gerasimenko V., Andreyuk D., Kurkova D. (2021) Approach for Management of Brand Positioning: Quantification of Value Matching between Brand and Target Audience. *Polish Journal of Management Studies*. Vol. 24. Is. 1. P. 96–111. DOI: [10.17512/pjms.2021.24.1.06](https://doi.org/10.17512/pjms.2021.24.1.06)

Hofstede G. (2001) *Cultures Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations across Nations*. Thousand Oaks, London, New Dehli: Sage Publications.

- Klingenstein S., Hitchcock T., DeDeo S. (2014) The Civilizing Process in London's Old Bailey. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 111. Is. 26. P. 9419–9424. DOI: [10.1073/pnas.140598411](https://doi.org/10.1073/pnas.140598411)
- Kon'kina E.V., Nikolayeva N.A., Savinova I.A. (2013) Otrazheniye traditsiy narodnoy pedagogiki v skazkakh A.S. Pushkina [Reflection of the traditions of folk pedagogy in the tales of Alexander Pushkin]. *Obucheniye i vospitaniye: metodiki i praktika*. No. 7. P. 284–288.
- Leont'yev A.N. (1977) *Deyatel'nost'. Soznaniye. Lichnost'* [Activity. Consciousness. Personality]. Moscow: Politizdat.
- Leont'yev D.A. (1999) *Psikhologiya smysla* [Psychology of meaning]. Moscow: Smysl.
- Nepomnyashchiy V.S. (1987) *Poeziya i sud'ba. Nad stranitsami dukhovnoy biografii Pushkina* [Poetry and fate. Over the pages of Pushkin's spiritual biography]. Moscow: Sov. pisatel'.
- Ochiai A. (1957) Zoogeographical Studies on the Soleoid Fishes Found Japan and Its Neighboring Regions. *Bulletin of the Japanese Society of Scientific Fisheries*. Vol. 22. Is. 9. P. 526–530.
- Okoneshnikova A.V. (2015) Tales of A.S. Pushkin. *Austrian Journal of Humanities and Social Sciences*. No. 1–2. P. 164–168.
- Roget P.M. (1991) *Roget's Thesaurus of English Words and Phrases*. Austin: MICRA, Inc.
- Rokeach M. (1973) *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press.
- Schwartz S.H., Bilsky W. (1987) Toward a Universal Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 53. Is. 3. P. 550–562. DOI: [10.1037/0022-3514.53.3.550](https://doi.org/10.1037/0022-3514.53.3.550)
- Sorokin O.V. (2022) Meanings Deviations of Russian Youth at Work. *Nauchnyy rezul'tat. Sotsiologiya i upravleniye*. Vol. 8. No. 3. P. 79–90. DOI: [10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-6](https://doi.org/10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-6)
- TenHouten W.D. (2017) Social Dominance Hierarchy and the Pride-Shame System. *Journal of Political Power*. Vol. 10. Is. 1. P. 94–114. DOI: [10.1080/2158379X.2017.1285154](https://doi.org/10.1080/2158379X.2017.1285154)
- Velilaeva L.R., Abdulzhemileva F.I. (2021) Cultural Code in Fiction. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*. No. 6(91). P. 527–529.
- Vygotskiy L.S. (1996) *Pedagogicheskaya psikhologiya* [Pedagogical psychology]. Moscow: Pedagogika-Press.
- Zubok Yu.A., Chuprov V.I., Lyubutov A.S., Sorokin O.V. (2021) Self-Regulation of Life of the Youth: Structural-Taxonomic Modeling. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*. No. 10. P. 23–36. DOI: [10.31857/S013216250014766-5](https://doi.org/10.31857/S013216250014766-5)

Дата поступления/Received: 27.04.2023