

КОГНИТИВНАЯ ФИДЖИТАЛ-ЛАБОРАТОРИЯ

СмыслоГенезис

диагностика и визуальное проектирование аксиологических систем и культурных сред

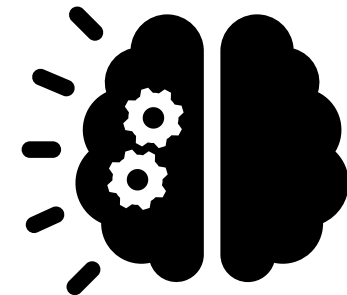
Совместный научно-исследовательский
и генеративный проект на стыке когнитивных
наук, культурологии, социальной психологии,
нейрофизиологии и технологий ИИ



УДОБНЫЙ ГОРОД



CREADEV



КОГНИТИВНАЯ ФИДЖИТАЛ-ЛАБОРАТОРИЯ

СмыслоГенезис

диагностика и визуальное проектирование аксиологических систем и культурных сред

Совместный научно-исследовательский
и генеративный проект на стыке когнитивных
наук, культурологии, социальной психологии,
нейрофизиологии и технологий ИИ



УДОБНЫЙ ГОРОД



КОГНИТИВНАЯ ФИДЖИТАЛ-ЛАБОРАТОРИЯ «СмыслоГенезис»

Деятельность: перевод невербальных и эмоциональных реакций в измеримые визуальные паттерны – цвет, форму, ритм – для диагностики и проектирования пространств и смысловых структур

Методы:

- Свободный ассоциативный эксперимент
- Проективные методики
- Семантический дифференциал
- Контент- и частотный анализ
- Герменевтика

Технологии:

- Eye-tracking – фиксация внимания
- Mind-tracking (ЭЭГ) – измерение эмоционального отклика
- Локальные специализированные нейросети – визуализация результатов

НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ И ПРОДУКТЫ



когнитивные
исследования
и анализ
восприятия



Публикации результатов
прикладных исследований
восприятия с картами
фиксации внимания



проектирование
экспозиционных
залов и объектов
музеев



Оптимальные маршруты
впечатлений
с учетом параметров
«скука/интерес» для музеев



формирование
позитивного
восприятия
городской среды



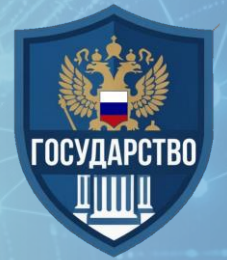
Эмоциональные карты
городов с выделением
«сакральных» зон и точек
роста



трансляция
ценностей
компании через
дизайн пространств



Архитектурно-дизайнерские
сценарии офисов, влияющие
на эффективность
и лояльность команд



верификация
госсимволов
и стратегии
«мягкой силы»



Готовые инструменты
и сценарии для организаций,
работающих с ценностной
повесткой

СМЫСЛОВОЕ ВОСПРИЯТИЕ МОЛОДЁЖЬЮ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Проект «Смысловое восприятие молодёжью традиционных ценностей»

Цель проекта: выявить и визуализировать смысловое наполнение 17 ценностей в сознании молодёжи России и других стран – от концептуальной декларации к живому образу

Ключевые вопросы исследования:

- ✓ Какие образы, ситуации и ассоциации возникают у молодёжи при обращении к каждой ценности
- ✓ Что объединяет восприятие молодых людей из разных стран, а что является культурно-специфическим

Актуальность исследования:

- В 2022 году Указом Президента РФ № 809 утверждены 17 традиционных ценностей – мировоззренческая основа развития Российской Федерации
- Креативные индустрии становятся ключевым каналом трансляции ценностей, но для этого необходим перевод государственных формулировок на язык образов и смыслов, понятных молодёжи

СМЫСЛОВОЕ ВОСПРИЯТИЕ МОЛОДЁЖЬЮ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

«Мы в России твердо знаем: национальная культура может развиваться и обогащаться только во взаимодействии с другими культурами»

(В.В. Путин, Форум объединенных культур, 2025 г.)

«Сегодня они (креативные индустрии) уже являются неотъемлемой частью повседневной жизни общества, динамично растущими секторами отечественной экономики. При этом, двигаясь вперёд, очень важно опираться на наши традиции и ценности, на культурное разнообразие нашего многонационального народа, сохранять исторические корни, которые формируют созидательный потенциал, вдохновляют на творчество. И конечно, для открытия новых возможностей в сфере креативных индустрий необходимо развивать инфраструктуру территорий, обеспечивать условия для запуска перспективных проектов»

(В.В. Путин, Открытие РКН, 2025 г.)

«Совместные инициативы помогают полнее раскрыть потенциал национальных культур, способствуют укреплению взаимопонимания и придают осязаемый импульс многоплановому сотрудничеству. Вложения в гуманитарную сферу имеют большой мультипликативный эффект... Главное - действовать дружно, вместе, опираясь на общие ценности и традиции»

(М.В. Мишустин, Пленарное заседание Международной конференции по укреплению культурных связей и развитию креативных и творческих индустрий, 2026)

«Нам очень важно объединяться на ценностной основе, объединять общество. Именно креативные индустрии способны эти смыслы и коды, визуализацию традиционных духовно-нравственных ценностей мягко продвигать в обществе, способствуя этому объединению. Объединение для нас носит экзистенциальный характер»

(С.Г. Новиков, Пленарная сессия РКН 2025)

СМЫСЛОВОЕ ВОСПРИЯТИЕ МОЛОДЁЖЬЮ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

ДВУХПОТОКОВАЯ МОДЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Поток А (глубинная качественная выборка)

- **Очные групповые сессии** представителями молодежной среды от 16 до 35 лет
- **Формат:** свободные ассоциации, проективные методики, выбор ситуаций
- **Объем:** от 300 человек
- **Проведение ЭЭГ-сессий**

Результат

Визуализация ТОП-3 ситуаций и ТОП-5 ассоциаций по каждой ценности

Поток Б (массовый количественный опрос)

География: Россия (все федеральные округа) + страны СНГ, БРИКС, Латинской Америки, Азии, Африки

Формат: онлайн-анкетирование через партнёрские организации и научных волонтеров

Объем: от 5000 человек

Результат

Количественные данные по восприятию ценностей, сравнительный анализ стран, выявление универсальных и культурно-специфических смысловых ядер

СМЫСЛОВОЕ ВОСПРИЯТИЕ МОЛОДЁЖЬЮ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Ожидаемые результаты:

- Ментальные карты (семантические облака) ассоциативных полей по каждой ценности
- Рейтинг «живых» ситуаций по каждой ценности
- Сравнительный анализ восприятия ценностей в разных странах
- 17 визуальных образов ценностей, сгенерированных нейросетями на основе собранных данных
- Научные публикации и методические рекомендации

Практическое применение результатов:

- Разработка ценностно-ориентированных креативных продуктов (дизайн, кино, реклама, сувениры)
- Образовательные программы и молодёжные коммуникационные стратегии
- Основа для критериев «ценностно-ориентированных креативных индустрий» (согласно запроса Комиссии Госсовета РФ)

СМЫСЛОВОЕ ВОСПРИЯТИЕ МОЛОДЁЖЬЮ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

КАК ПОУЧАСТВОВАТЬ:

1. Стать партнёром-организатором сбора данных в своём регионе или стране
2. Получить доступ к результатам исследования для использования в своей работе
3. Включиться в межкультурный диалог и внести вклад в понимание универсальных смыслов

КТО МОЖЕТ УЧАСТВОВАТЬ

- научные волонтеры
- университеты-партнёры
- организации по работе с молодёжью
- профильные министерства и ведомства

КОНТАКТЫ:

smyslogenezis.ru

info@smyslogenezis.ru

