

Автономная некоммерческая организация  
дополнительного профессионального образования  
АКАДЕМИЯ ПОДГОТОВКИ ГЛАВНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ  
Алексеев Владимир Михайлович

made in apartment No. 23

# Стандарт полного раскрытия исторической и политической информации

The standard for full disclosure of historical and political  
information

Опубликовано впервые 09.11.2025  
редакция 13.11.2025

Краснодар  
2025

**УДК 001.4  
ББК 19  
А47**

**Алексеев Владимир Михайлович**

**А47 Стандарт полного раскрытия исторической и политической информации / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 50 с.**

Стандарт полного раскрытия исторической и политической информации применяется добровольно теми, кто настроен на добросовестную (fair) передачу информации.

**УДК 001.4  
ББК 19**

© В. М. Алексеев, 2025, автор  
© М. С. Алексеева, 2025, научный консультант

## Оглавление

1. Что такое публичная информация .....	4
2. Принципы полного раскрытия публичной информации .....	18
3. Что такое нераскрытие публичной информации .....	19
4. Приёмы нераскрытия публичной информации .....	23
5. Последствия нераскрытия информации, распространяемой публично .....	29
6. Примеры полного раскрытия публичной информации	34
7. Наиболее нераскрытые триггеры .....	40

## 1. Что такое публичная информация

Стандарт - это документ, в котором для добровольного и многократного применения устанавливаются параметры объекта стандартизации, а также правила и принципы в отношении **объекта стандартизации**.

Существенное отличие стандарта от нормативно-правового акта (далее - НПА) заключается, помимо добровольности применения, в том, что в его основе - строгая формальная логика и материальная логика, прежде всего полное соблюдение первого 'закона'<sup>1</sup> логики. Стандарт может быть разработан любым человеком<sup>2</sup>, который обладает соответствующими компетенциями. В отличие от НПА, в стандарте недопустимо применение идентичности третьего типа, то есть идентичности по имени<sup>3</sup>.

**Объектом стандартизации** может быть продукция (товары, работы, услуги), процессы, системы управления, терминология, условные обозначения, исследования (испытания) и измерения (включая отбор образцов) и методы испытаний, маркировка, процедуры оценки соответствия и иные объекты.

Объектом стандартизации в настоящем стандарте<sup>4</sup> является историческая и политическая информация.

**Историческая и политическая информация** (далее - публичная информация) - это **публичная информация**, которая содержит слова и словосочетания, обозначающие человека, людей, их исторические и политические связи и взаимодействия,

---

<sup>1</sup> принципа

<sup>2</sup> а также ИИ

<sup>3</sup> включая всего его разновидности, в том числе так называемое осознание идентичности и т.п.

<sup>4</sup> в Стандарте полного раскрытия исторической и политической информации

соответственно, а также их места проживания, пребывания, нахождения и т.п.

Информацию, которая содержит слова и словосочетания, обозначающие человека, людей, можно классифицировать на 3 основные типа:

1) безусловно-полезная, не требующая маркировки (безусловно публичная),

2) условно-полезная, требующая маркировки (имеющая признаки приватности),

3) заведомо непубличная (явно приватная).

Условно-полезная, требующая маркировки дополнительно классифицируется, на:

- маркированную,

- немаркированную, то есть распространяемую с нарушениями.

• Всеобщая полезность дифференцирует публичную информацию как особый вид, требующий высокого качества и объективности.

• Информация, распространяется публично, но не обладающая всеобщей полезностью, должна быть маркирована, чтобы избежать дезориентации и повысить информированность пользователей.

• Законы об информационной безопасности, защите детей и персональных данных регламентируют разграничение между публичной и непубличной информацией и устанавливают ответственность за нарушение порядка маркировки и распространения.

**Публичная информация** - это информация, распространяемая информантом для всех - любых получателей информации и удовлетворяющая основным критериям полезности: понятности, достоверности, полноте, существенности и надежности.

**Информант** - это распространитель информации<sup>5</sup>, непосредственно которую он распространяет.

**Публичный информант** - это распространитель публичной информации, непосредственно которую он распространяет.

Важно! Текст, который референт написал для спикера<sup>6</sup>, и текст, который озвучил спикер, могут отличаться как в отдельных словах, так и значениями этих слов. В таком случае это 2 разных текста, 2 разные информации. Спикер непосредственно распространял то, что он озвучил.

Публичная информация направлена на обеспечение всеобщего интереса, информирование о социальных, экономических, правовых и иных значимых процессах. Именно полезность выступает ключевым критерием выделения информации как публичной.

Словом **публика** обозначается более одного получателя информации. Словосочетание **любые получатели информации** – синоним слова **публика**.

Публика – это двое и больше человек, которые становятся получателями полезной информации.

Получатель информации может быть активным (реагирующим на информацию, формирующей обратную связь) или пассивным (просто воспринимающим).

Публика:

- Резиденты – это постоянные или длительно пребывающие обитатели определённой территории.
- Гости – все остальные люди как текущие или потенциальные посетители какой-либо территории.

<sup>5</sup> распространителем информации может считаться только человек

<sup>6</sup> референт, спикер, публичный информант, приватный публичный информант и т.п. - это распространители информации, различающиеся по ролям (функциям)

- Иные люди (гости, резиденты): активисты, наблюдатели, критики, или целевые аудитории информационных кампаний.

Сумма резидентов и гостей по умолчанию равна сумме всех живущих людей в данный момент времени.

Разделение на резидентов, гостей и иные подтипы публики важно для разработки стратегий информационного воздействия и публичного управления. Оно позволяет таргетировать коммуникации, учитывать специфику восприятия информации и реакции различных групп, что повышает эффективность публичных действий иправленческих решений.

Публичная информация должна быть доступна каждому человеку, поэтому она может быть ни конфиденциальной, ни секретной, ни недостоверной.

Формальное определение критерия полезности для публичной информации в научной терминологии базируется на **совокупности**<sup>7</sup> следующих взаимосвязанных показателей, составляющих единую систему оценки:

**Понятность** – информация должна быть доступна для понимания целевой аудиторией с учётом её уровня знаний и социального опыта. Необходима уместность, своевременность и содержательность, позволяющие эффективно воспринимать информацию.

**Достоверность** – информация должна объективно и правдиво отражать действительность без ошибок, предвзятости и искажения. Это обеспечивает правильность принятия решений.

---

<sup>7</sup> Здесь и везде: немотивированное употребление подобных слов в этом тексте выдаёт «почерк» ИИ.

**Полнота** — содержание должно включать минимально достаточный объём сведений, чтобы пользователь мог принять обоснованное решение. Избыточность или неполнота ухудшают полезность.

**Существенность** — отсутствие или неправильное понимание информации должно существенно влиять на исход решения или результат деятельности.

**Надёжность** — информация должна внушать полное доверие, быть адекватной и необходимой для решения конкретной задачи.

Формальное определение можно записать так:

Публичная информация считается полезной, если она одновременно соответствует критериям  $P$  — {понятность, достоверность, полнота, существенность, надёжность}, где каждый критерий  $p_i \in P$  измеряется по соответствующим показательным функциям, а **совокупное** удовлетворение всех критериев обеспечивает оптимальное информационное воздействие и возможность принятия адекватных решений.

Публичная информация, предназначенная по умолчанию быть полезной, в реальности чаще интересна не широкой публике, а специалистам. Так, научные и профильные данные адресованы в первую очередь экспертам.

Непрофессиональная публика чаще предпочитает информационные типы с более легкой формой восприятия — развлекательные, краткие обзоры, новости. Эти типы информации, как правило, маркируются соответственно, чтобы отличить их от профильных, специализированных материалов.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Здесь и местами использован ИИ perplexity.ai.

- о Информация о природных катализмах (текущих и прогнозируемых) критична для специалистов МЧС для оперативного реагирования, но для общей публики ограничена символической или тревожной ценностью.
- о Медицинские данные требуют квалификации для правильного анализа и применения, чаще полезны врачам и специалистам.
- о Научные публикации и открытия интересны, прежде всего, экспертом в соответствующих областях.
- о Исторические экскурсы, такие как про Рюрика, предназначены для профессиональных историков, культурологов и архивистов.

Публичная информация по степени полезности классифицируется с учётом её значимости для аудитории, актуальности, полноты и направленности на удовлетворение **всеобщих потребностей**.

**Критически полезная информация:** необходимая для безопасности, права, управления и жизнедеятельности **общества**<sup>9</sup> (официальные уведомления, правовая информация, чрезвычайные ситуации).

**Практически полезная информация:** образовательные и социально значимые сведения, направленные на повышение компетентности и улучшение качества жизни (образование, социальные программы, советы по здоровью). Отдельно выделяется **учебно-просветительская информация**: материалы, ориентированные на обучение и широкое просвещение, доступные широкой аудитории (лекции, курсы, инструктажи).

**Научная информация:** опытно-установленные факты, открытия и данные, подтверждённые методологией и системным анализом. Важна для развития технологий, науки и обоснованных решений.

---

<sup>9</sup> Здесь и везде: немотивированное употребление подобных слов в этом тексте выдаёт «почерк» ИИ.

**Художественно-литературная информация:** служит эстетическим, культурным и эмоциональным целям, формируя национальную и мировую культуру, влияет на мировосприятие и духовное развитие.

**Информативная, но ограниченно полезная информация:** новости политики, культуры, спорта, обзоры и отчёты, расширяющие общий информационный фон, без существенного влияния на жизненно важные решения.

**Философская информация (полунаучная и ненаучная), в том числе религиозная философия:** используется как альтернативная 'форма' учебно-просветительской информации, по сути, не являясь ею. Считается (на самом деле – нет), что формирует 'мировоззрение', на самом деле – альтернативный смысл бытия, альтернативные ценности и альтернативные этические ориентиры.

**Развлекательная и пародийная (комедийная) информация:** эмоциональное воздействие через юмор, иронию и креатив, важна для психологической разгрузки и социальной критики.

**Рекламная и пропагандистская информация:** влияние на потребительское и политическое поведение, полезность зависит от интересов аудитории.

**Информация с ограниченным доступом:** Конфиденциальная, государственная или иная служебная информация, полезная лишь в узком кругу.

**Ложная или вводящая в заблуждение информация:** носит вредоносный характер, снижает доверие и требует коррекции.

## Итоговая таблица по полезности

Тип	Вид информации	Характеристика и назначение	Полезность
Безусловно-полезная, не требующая маркировки	Критически полезная	официальные уведомления, правовая информация, чрезвычайные ситуации	Очень высокая
	Практически полезная, в том числе учебно-просветительская	Образование (в том числе курсы, лекции, просветительские материалы), здоровье, социальные программы	Высокая
	Научная	Факты, открытия, подтверждённые данными	Высокая
Условно-полезная, требующая маркировки	Художественно-литературная	Эстетика, культура, духовность	Средняя
	Информативная, ограниченно полезная	Новости, обзоры	Средняя
	Философская (научная и ненаучная, в том числе религиозная философия)	Мировоззрение, ценности, этика	Низкая
	Развлекательная и пародийная	Юмор, ирония, критика через комедию	Низкая, косвенная, эмоциональная
	Рекламная и пропагандистская	Влияние на поведение	Низкая, сомнительная
Заведомо непубличная	С ограниченным доступом	Конфиденциальная, служебная	Низкая для широкой публики
	Узкоцелевая	Корпоративная, семейная и т.п.	
	Ложная, вводящая в заблуждение	Вредоносная	Отрицательная

Условно-полезная информация, распространяемая публично, должна маркироваться, что обычно и делается в отношении таких видов информации, как рекламная, художественно-литературная, философская, развлекательная и пародийная.

## **Маркировка неполезной или малополезной информации**

Информация, распространяется публично, но не обладающая всеобщей полезностью (рекламная, развлекательная, пародийная, философская и т.п.) должна обязательно сопровождаться маркировкой для предупреждения аудитории о её специфике. Такая маркировка обеспечивает прозрачность, предотвращает введение в заблуждение и позволяет аудитории осознанно воспринимать содержание. Законодательство (например, Федеральный закон о защите детей от вредной информации) обязывает применять соответствующую маркировку.

В связи с этим публичная информация, не отвечающая полной мере полезности (развлекательная, пародийная, художественно-литературная, философская и рекламная), должна маркироваться для предотвращения ложного восприятия. Это снижает риски информационного шума и манипуляций, способствует прозрачности и дифференциации информационных потоков.

### **Недобросовестность отсутствия маркировки**

Отсутствие маркировки у пропагандистской и иной манипулятивной информации считается недобросовестной практикой, поскольку она создаёт риск введения публики в заблуждение, подрывает доверие к публичной сфере и нарушает принципы информационной этики. Это мешает всеобщему диалогу, формированию объективного мнения и подрывает легитимность публичного управления.

**Недобросовестным** следует считать отсутствие маркировки у пропагандистской информации.

## **Основные юридические нормы по маркировке малополезной и неполезной информации**

Федеральный закон № 436 ФЗ 'О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию' 2010 г.)

Закон требует обязательной маркировки информационной продукции в зависимости от её категории содержания и воздействия на разные возрастные группы. Такая маркировка является средством предупреждения непреднамеренного потребления малополезной или вредной информации детьми.

## **Общие принципы информационной безопасности и права на достоверную информацию**

Закреплённые в Конституции РФ и других законах, требуют прозрачности и ответственности в публичной коммуникации. Недобросовестное распространение неполезной или пропагандистской информации без маркировки может нарушать эти принципы и порождать правовую ответственность.

Непубличная информация, исходя из научного и юридического подходов, целесообразно классифицировать следующим образом.

**Приватная информация** – это информация, распространяемая информантом для некоторых получателей информации добровольно или понудительно.

Конфиденциальность и секретность - параметры приватной информации.

Недостоверность приватной информации - право информанта, когда он передаёт информацию не всем, а некоторым получателям информации, либо его

понуждают передавать информацию.

Параметр приватной информации - узость (избранность) получателей информации. Приватной информацией может быть не только информация, содержащая персональные данные, это неважно.

При добровольной передаче приватной информации информант сам решает, кому и что он сообщит: кому-то больший объём информации, кому-то меньший, а всем остальным - ничего. Узость (избранность) получателей информации обуславливает способ передачи информации. Это может быть личный контакт, защищённый канал связи, зашифрованный сигнал связи и т.п.

При понуждении передачи информации, в том числе путём злоупотребления доверия, от информанта пытаются получить информацию, которую он, будучи в здравом уме, не собирался опубликовывать.

Важно! Приватная информация может быть недостоверной, это допустимо. Каждый человек вправе защищать себя любым правомерным способом, особенно когда его понуждают к передаче информации, затрагивающей его интересы.

**Иная непубличная информация** - это информация, которая не признаётся публичной не вследствие абсолютной конфиденциальности, но ограничена для широкого доступа в силу разных причин:

- Добровольная узкоцелевая информация

Информация, которая намеренно распространяется среди ограниченного круга лиц (партнёров, сотрудников, профессионального **сообщества** и пр.) с конкретными целями и без характера публичного доступа. Эта категория важна для корпоративного и профессионального взаимодействия, но не предназначена для массового восприятия.

- Запрашиваемая регуляторами

Информация, которая оказывается доступной по запросам государственных органов или регуляторов в рамках законодательно определённых полномочий (например, финансовая отчётность, данные о деятельности компаний, сведения для аудитов и проверок), при этом не является публичной.

В отличие от приватной информации, которая может быть полезна одному, двум, редко большему числу людей или неполезна никому, публичная информация, будучи адресованной всем людям, должна быть полезна всем людям, обладающими соответствующими компетенциями. Отсутствие полезности для всех людей, обладающих соответствующими компетенциями, превращает публичную информацию в приватную информацию. При этом способ передачи заведомо неполезной информации, типичный для публичной информации, характеризует информанта как недобросовестного.

Важно! Информант, которого понуждают опубликовать информацию, признаётся **приватным информантом**.

Есть только одна уважительная причина не полного раскрытия публичной информации: понуждение.

#### Для справки:

#### **Использование принципов раскрытия информации в бизнесе**

Раскрытие информации – необходимое условие не только для успешного размещения ценных бумаг, но и поддержания их ликвидности в процессе дальнейшего обращения на фондовом рынке.

Суть принципа раскрытия информации на фондовом рынке состоит во-первых, в **обеспечении доступа к стандартизированной информации** о финансовом состоянии, методах управления и производственной деятельности эмитентов, ценные бумаги которых обращаются на рынке; во-вторых, в обеспечении своевременности получения необходимой заинтересованному лицу информации.

Инвесторы, как прямые, так и портфельные, заинтересованы в получении максимально полной информации о предприятиях, выводящих свои бумаги на открытый рынок. Акционеры нуждаются в доступе к регулярной, надежной и сопоставимой информации, достаточно детальной, чтобы они могли оценить качество управления, осуществляемого менеджментом, и принимать информированные решения по вопросам оценки собственности и голосования акциями.

Эмитенты, в свою очередь, понимают, что сегодня **повышение уровня информационной прозрачности** облегчает привлечение дополнительных средств и повышает доверие акционеров и потенциальных инвесторов, что в конечном итоге ведет к увеличению капитализации компании.

Строгий режим раскрытия информации является главной опорой рыночного мониторинга компаний, имеет ключевое значение для осуществления акционерами своего права голоса и может помочь в привлечении капитала и поддержании доверия к фондовому рынку.

Однако информацию, представляющую собой коммерческую тайну, защищать необходимо, хотя данный предлог часто используется менеджментом компании для **оправдания скрытия важной информации**, которая в других странах традиционно раскрывается. В любом случае эмитент обязан обосновать причину отсутствия требуемых сведений, а государственный регулирующий орган, в свою очередь, рассмотреть законность такой причины.

На практике часто случаи предоставления преимущественного доступа к информации крупным акционерам, такая практика подрывает целостность рынка, усугубляя его информационную асимметричность. **Добросовестное же раскрытие означает, что доступ к информации открыт не только всем акционерам, но и иным заинтересованным лицам одновременно и в равной степени.**

Публичное раскрытие информации обычно требуется, как минимум, раз в год, хотя в ряде случаев информацию необходимо представлять каждый квартал или даже еще чаще – в случае существенных изменений, произошедших в компании. Не довольствуясь рамками минимальных требований, компании часто добровольно представляют информацию о себе, и, надо сказать, что такое раскрытие – сведений, сверх требуемых по закону, в целом повышает имидж российского корпоративного управления.

**Репутация бизнеса, его информационная открытость в**

настоящее время приобрели не менее важную значимость, чем стойкое финансовое состояние, и это начинают понимать не только профессионалы рынка и крупные эмитенты, но и рядовые участники финансовых отношений. Безусловно, мощнейшим стимулом для такого понимания служит установленная система наказаний за несоблюдение законодательных норм и правил, касающихся раскрытия информации на фондовом рынке. Немногим из руководителей известно, что за нарушения процедуры раскрытия информации, в том числе сроков ее раскрытия, предусмотрены не только солидные штрафные санкции, но и уголовная ответственность должностных лиц в виде лишения свободы сроком до 3-х лет.

Однако основной причиной для раскрытия информации должна все-таки служить идея о совершенствовании российского рынка ценных бумаг и о поднятии складывающихся на нем финансовых отношений до мирового уровня.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Информационная прозрачность фондового рынка // [https://cbr.ru/static/fsfr/fsfr\\_vkr/inform/category/inform-trebovaniyainformacii.html](https://cbr.ru/static/fsfr/fsfr_vkr/inform/category/inform-trebovaniyainformacii.html)

## 2. Принципы полного раскрытия публичной информации

Добросовестный публичный информант **стремится**

2.1. не нарушать первый 'закон' логики, в том числе

2.1.1. избегать разноплановости

2.1.2. использовать строгую терминологию, в том числе

2.1.2.1. предпочитать самопонятные слова

2.1.2.1. не употреблять триггеры и особенно нераскрытие триггеры

2.2. не смешивать реальные объекты и фасетные объекты и конструкты

2.3. не одушевлять

2.3.1 неодушевлённые объекты и конструкты

2.3.2 множественные объекты и конструкты

2.4. раскрывать множественные объекты на единичные объекты

2.5. раскрывать фасетные объекты и конструкты на единичные объекты и фасеты

2.6. раскрывать существенную информацию, в том числе

2.6.1. родовидовую классификацию (в случае реальных объектов)

2.6.2. прямоту (прямое <sup>11</sup>, условно-прямое или боковое) и степень родства людей

2.6.3. фасетность (в случае фасетных объектов и конструктов)

2.6.4. половозрастной состав людей (например, в случае, когда идёт речь об одной группе людей, напавшей или якобы напавшей на другую группу людей)

---

<sup>11</sup> строго прямым родство может быть только в пределах одного пола: мать матери-мать-дочь-дочь матери. Примеры условно-прямого родства: мать-сын, мать-сын-внучка и т.п.

### 3. Что такое нераскрытие публичной информации

Здесь и далее речь идёт о **публичной информации** (далее для краткости - информация), за исключением оговориваемых случаев.

Нераскрытие информации - это действия, противоположные по смыслу с раскрытием информации.

Раскрытие информации подразумевает исключение какой-либо неясности в переданной информации, в том числе неясности в:

- терминах,
- связях между обозначаемыми объектами и т.п.

Раскрытие информации может быть только добросовестным (*fair*<sup>12</sup>).

Добросовестный информант стремится не только к ясности информации, но и избежания введения получателей информации в заблуждение.

Словосочетание *добросовестное раскрытие* следует считать плеоназмом.

Полное раскрытие информации подразумевает полное исключение какой-либо неясности в

---

<sup>12</sup> В этом Стандарте, как и во многих НПА, а также других нормативных документах, используется слово **добросовестный** вопреки тому, что слову *fair* больше соответствует слово **добрый** в значении **хороший**. Прилагательное *fair* образовалось от древнеанглийского *fæger* приятный на вид (лица и черты тела, а также предметы, места и т. д.); **красивый, привлекательный**, о погоде яркая, ясная, приятная; не дождливая, также в позднем древнеанглийском **нравственно хороший**, от протогерманского *\*fagraz* (источник также древнесаксонского *fagar*, древнескандинавского *fagr*, шведского *fager*, древнегерманского *fagar* **красивый, готического fagr подходит**), возможно, от ПрайЕ *\*pek-* (1) **сделать красивым** (источник также литовского *ruošiu* **Я украшаю**).

переданной информации. Это предполагает действия информанта в своей речи либо не упоминать мифических 'предков', либо указывать степень родства (и/или):

- с собой,
- с другим конкретным человеком.

Добросовестный информант стремится к тому, чтобы получатель информации<sup>13</sup> приобрёл полезную информацию.

Добросовестность информанта проявляется прежде всего в строгой работе с терминами, строгом соблюдении первого 'закона' логики.

Действия недобросовестного информанта направлены, наоборот, в лучшем случае, на кражу времени у получателя информации, а в худшем случае

- на введение его в заблуждение, что влечёт дополнительную кражу времени у получателя информации. Крайним следствием действий недобросовестного информанта является возбуждение у получателя информации неприязни или ненависти к кому-либо по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе.

Недобросовестность информанта проявляется прежде всего в **нераскрытии информации**, которое реализуется 3 основными способами:

- подменой реальных объектов фасетными объектами и в особенности фасетными конструктами,
- утаиванием недостающей информации,
- 'наваливанием' словесного мусора, одним из видов которого является **словоблудие (резонерство)**.

**Словоблудие – это пустая, бессодержательная речь**

---

<sup>13</sup> Здесь и далее для краткости: обладающий соответствующими компетенциями.

с использованием научообразных слов, а также слов, обозначающих патриотические и религиозные символы.

Хрестоматийный пример недобросовестности - преамбула в документе, именуемом Конституция, в котором в одном предложении употреблены слова, типичные для приватной речи:

- **мы**,
- предки, передавшие **нам** и т.п.

Также употреблено патриотическое слово **предки** в контексте **мы и нам**.

Отсюда прямо следует, что у этих неких **мы** есть предки, что-то передавшие **им**.

Что здесь не раскрыто:

- перечень **мы** (предположительно, речь идёт об авторах Конституции - кто эти люди?),
- степень родства **их** предков, которая может быть от 1-ой прямой (ребёнок-родитель) до 100000-й боковой (любой землянин).

Всё это указывает на то, что документ, именуемый Конституция, мог использоваться как секретный канал связи при передаче приватной информации от её авторов к узкому (избранному) кругу лиц. При этом использовался способ передачи информации, типичный для публичной информации.

Помимо того, зачем нам информация про чьих-то предков, удивление вызывает сама **акцентуация на предках, которые что-то передали кому-то**.

В реальности всё наоборот: внимание обращено от старших к младшим. В реальности мама (бабушка) вспоминает о том, что она передала сыну или дочери (внуку или孙女), а не наоборот. Это объясняется двумя само собой разумеющимися обстоятельствами:

1) чем старше человек, тем он способнее в полной мере прочувствовать ценность общения с кем-либо,

2) гораздо приятнее вспоминать минуты общения с юными и молодыми людьми, чем с пожилыми и старыми. Трудно представить, что стены квартиры были увешаны фотографиями пожилых и старых людей, которых владелец квартиры воочию видел только пожилыми и старыми или не видел воочию никогда. Проще представить, что стены квартиры были увешаны фотографиями юных и молодых людей, которых владелец

квартиры воочию видел юными и молодыми - это не только естественно, но и материально-логично - это вытекает из самой логики жизни.

## 4. Приёмы нераскрытия публичной информации

Недобросовестный информант использует несколько специфических приёмов с целью кражи времени у получателей информации, в том числе:

- 1) злоупотребление фасетной комбинаторикой с подменой реальных объектов фасетными объектами,
- 2) разноплановость,
- 3) специальные слова, вызывающие у получателей информации аффективную реакцию (далее – триггеры),
- 4) комбинацию триггеров:
  - фасетного родства,
  - фасетной территориальной близости,
  - синдрома княжества головного мозга,
  - фасетного сходства среды.

Недобросовестного информанта изобличает злоупотребление фасетной комбинаторикой – использование 'избитых' шаблонов про 'наших' 'дедов', с одной стороны, и 'наших' 'врагов', с другой стороны.

Недобросовестный информант применяет приёмы, направленные на манипулирование восприятием и созданием ложного впечатления о близости, принадлежности или родстве с аудиторией или группой.

### **Использование языка принадлежности ('мы', 'наши', 'братья', 'отцы', 'предки')**

Данный приём основывается на когнитивном воздействии с помощью языка групповой идентичности. Он создаёт у слушателей или читателей иллюзию общей исторической, культурной или социальной принадлежности, формируя 'ложное родство' или 'ложную близость'. Это снижает

критическое восприятие и повышает доверие без объективных оснований.

### **Комбинирование коллективных местоимений с эмоционально насыщенными терминами**

Применение слов 'братья', 'отцы', 'предки' вместе с местоимениями 'мы', 'наши' усиливает эффект родственной связи, создавая эффект 'эмоционального заражения', когда аудитория воспринимает информацию не на логическом, а на эмоциональном уровне, что способствует манипулятивному воздействию.

### **Апелляция к мифам и символам родства**

Используются традиционные и культурные представления о семье, национальной или этнической **общности**, что создает иллюзию легитимности и исторической правоты. Эти приёмы эксплуатируют эмоциональные и социокультурные коды, снижая уровень рационального анализа информации.

### **Смешение фактов и интерпретаций через 'наши предки'**

Ложное родство часто сопровождается искажением или вымыслом исторических данных, когда информант под видом принадлежности к группе навязывает собственные интерпретации или заведомо ложные версии событий, усиливая доверие к ним.

Использование ключевых слов 'мы', 'наши', 'братья', 'отцы', 'предки' действует как идентификационный якорь, вызывающий у аудитории чувство коллективной принадлежности и снижающий критическую дистанцию до информации.

Эти приёмы часто встречаются в политической пропаганде, социальных конфликтах и

манипулятивных коммуникациях, где важно быстро сформировать лояльность без доказательной базы.

Хрестоматийный шаблон подобной риторики (квадратными скобками выделены переменные):

[Гремлины]<sup>14</sup> угрожают **нашим** традиционным ценностям<sup>15</sup>.

### **Допустимость в узкоцелевых коммуникациях**

В узкоцелевых **сообществах** и профессиональных **группах** использование терминов родства и коллективной принадлежности выполняет функцию укрепления групповой идентичности и социального капитала. Это способствует формированию доверия, солидарности и эффективному взаимодействию внутри группы.

Лингвистические исследования показывают, что в таких контекстах языковые формулы родства используются с апеллятивной функцией, не претендуя на буквальную родственную связь, а выступая символами **общности** и принадлежности.

Прагматически, данная практика повышает когнитивное и эмоциональное восприятие коммуникации, что облегчает обмен знаниями и поддержку внутри группы.

### **Недопустимость в публичных выступлениях**

В публичных, широкомасштабных коммуникациях такие приёмы могут вводить в заблуждение, поскольку создают ложное впечатление единства, принадлежности или авторитета без объективного основания. Это снижает критичность восприятия.

<sup>14</sup> вариант 1: русские; вариант 2: американцы

<sup>15</sup> среди которых перечисляются хотя бы 2-3 естественные ценности (например, жизнь, любовь, справедливость), остальные ценности могут быть самыми рандомными.

Социокогнитивные исследования показывают, что апелляция к родству в публичной сфере способствует снижению фильтров критического мышления, поскольку активизирует механизмы социальной идентификации, что может использоваться недобросовестными коммуникаторами для манипуляций.

Этические нормы публичной коммуникации требуют прозрачности и объективности, что противоречит использованию эмоционально заряженных родственных терминов, не подтверждённых фактологически.

Ещё один приём недобросовестного информанта: умалчивание женщин. Хрестоматийный шаблон подобной риторики:

[Монголы]<sup>16</sup> напали на [китайцев]<sup>17</sup>.

Недобросовестный информант, говоря о людях с целью возбудить у получателей информации неприязнь или ненависть к ним по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе, часто смешивает 5 и более разных планов (фасетов) - независимых друга от друга в объективной реальности:

- родство (раса, происхождение),
- национальность,
- язык,
- отношение к религии,
- принадлежность к какой-либо социальной группе.

Для этого он использует одинаковые или схожие слова и словосочетания. Так, к примеру с помощью одного слова **русский** недобросовестный информант

<sup>16</sup> вариант: китайцы

<sup>17</sup> вариант: монголы

обозначает 5 разных сущностей:

- прямой потомок 'этнического' русского,
- 'этнический' 'пруссак', самоназвавшийся русским,
- прямой потомок негроидов, овладевший русским языком на уровне С2,
- житель территории, на которой находится здание одноимённой церковной организации (причём он ни разу его не посещал),
- 'представитель' одноимённого сословия сельских жителей, именуемых *крестьянами*.

Ниже представлен ещё один популярный шаблон нераскрытия публичной информации с использованием триггеров и их комбинаций. Квадратными скобками выделены переменные:

Мы приступаем к изучению истории нашей [Родины]<sup>18</sup>. В [таком-то] веке<sup>19</sup> наш [народ]<sup>20</sup> призвал князя [Давида]<sup>21</sup>, который основал государство [Русь]. Наши [деды]<sup>22</sup> создали великую [цивилизацию] и оставили для нас традиционные ценности, которые мы должны беречь ради спасения нашей [нации]<sup>23</sup>.

Давая определения народу, государству, нации, обществу и другим фасетным конструктам, недобросовестный информант акцентирует внимание получателя информации на том, что эти конструкты локализованы словно в одной комнате. Для подобной мистификации он использует слова, подходящие для описания одного составного объекта:

- система,
- совокупность и т.п.

---

<sup>18</sup> вариант: Отечества, страны

<sup>19</sup> вариант: году

<sup>20</sup> вариант: предки

<sup>21</sup> вариант: Рюрика

<sup>22</sup> вариант: предки

<sup>23</sup> вариант: этноса

Недобросовестный информант характеризует государство как **систему органов власти**, как будто речь идёт о системе внутренних органов одного организма, например, улитки. Вопреки тому, что министерства – по сути, разные юридические лица.

А в тех случаях, когда подобная локализация заведомо неубедительна, недобросовестный информант использует слово **группа**. Так, недобросовестный информант характеризует славян как этническую группу, используя слово **группа**, как будто речь идёт о группе людей в одной комнате, то есть о муже, жене и их дочери. Вопреки тому, что пресловутые славяне расселились на территории, превышающей 20 млн кв. км.

## 5. Последствия нераскрытия информации, распространяемой публично

### **Важность нейтральности и инклюзивности**

Поскольку публика состоит из людей с разной степенью сопричастности и понимания темы (резиденты и гости), язык выступления должен оставаться нейтральным, общедоступным и инклюзивным, исключая формулы, которые могут создавать иллюзию исключительной принадлежности или родства.

Использование слов 'мы', 'наши', 'братья', 'отцы', 'предки' в публичных выступлениях, обращённых к широкой аудитории, часто воспринимается как попытка установить ложное единство или близость, что противоречит принципам этики публичной речи и может вызывать отчуждение части слушателей – гостей, не идентифицирующих себя с 'мы'.

Этические нормы риторики требуют от оратора уважать и учитывать разнообразие аудитории, избегать фамильярности и излишне эмоционально окрашенных идентификационных категорий, которые могут восприниматься как манипуляция или исключение.

Публичное выступление – это форма социальной коммуникации, рассчитанная на максимальное число слушателей с разной принадлежностью и интересами. Использование родственных форм выразительности уместно в узкоспециализированных или приватных контекстах, но не в публичных, так как может существенно снизить уровень доверия и эффективности коммуникации.

Оратор должен демонстрировать тактичность, уважение и профессионализм, избегая создания барьеров внутри аудитории, что способствует установлению доброжелательной и продуктивной атмосферы.

Таким образом, публичные выступления по своей природе ориентированы на максимально широкое и разнородное **сообщество** (резиденты и гости), что требует избирательного и этически обоснованного использования языковых средств. Апелляция к 'мы', 'наши', 'братья', 'отцы', 'предки' должна быть ограничена и применяться только в частных, узкоцелевых коммуникациях, чтобы избежать социальной исключенности и манипулятивного воздействия в публичной сфере.

Излишне и немотивированно частая апелляция к родству или близости посредством слов 'мы', 'наши', 'братья', 'отцы', 'предки' воспринимается как спам благодаря психологическим механизмам насыщения и снижения эффективности воздействия. Это подтверждается рядом психологических исследований в области манипулятивных коммуникаций и социальной психологии.

### **Эффект насыщения (сенситивная адаптация, психологическая усталость)**

При повторяющемся однотипном стимулировании (в данном случае – частом использовании родственных терминов) восприятие таких посылов теряет эмоциональную и когнитивную значимость, происходит привыкание и снижение внимания. В психологии это называется эффектом насыщения или сенситивной адаптацией.

## **Когнитивное искажение и снижение доверия**

Частое повторение апелляций к 'нашему' родству или принадлежности вызывает сопротивление и сомнение у аудитории, поскольку воспринимается как попытка манипуляции и навязывания идентичности. По модели социального восприятия, это снижает доверие к коммуникатору и породит эффект 'загрязнения' информации.

## **Неблагоприятные психические реакции**

Психологические исследования подтверждают, что частое чтение и слушание речей с апелляцией к родству и близости через слова 'мы', 'наши', 'братья', 'отцы', 'предки' может вызывать неблагоприятные психические реакции не только у гостей и мигрантов первых поколений, но и у мигрантов следующих поколений, а также у резидентов.

## **Психологическая уязвимость мигрантов и многообразие идентичностей**

Исследования показывают, что мигранты подвергаются серьезным стрессам аккультурации и социальной адаптации не только в первом поколении, но и в последующих. Частые апелляции к монолитной группе 'мы' или к 'предкам', чьи культурные коды могут не совпадать с родовой или этнической идентичностью мигрантов, усиливают чувство отчуждения и внутриличностного конфликта даже у потомков мигрантов - поколений.

## **Негативные реакции у резидентов с разными жизненными ситуациями**

Даже резиденты с разными жизненными обстоятельствами, например, разведённые женщины, приглашённые на семейные мероприятия бывшего мужа, могут испытывать дискомфорт из-за

использования родственных терминов, которые исключают или раздражают субъектов, не отождествляющих себя с 'мы' в конкретном контексте.

### **Эффект когнитивного диссонанса и социальной исключённости**

При когнитивном диссонансе у человека возникает внутренний конфликт между разными убеждениями, установками или эмоциями, например, когда симпатия к современному лидеру, апеллирующему к 'нашим предкам', не сочетается с симпатией к историческим фигурам (генсекам, царям и князьям) из прошлого.

Апелляции к 'нашим предкам' и подобной терминологии могут вызывать когнитивный диссонанс у тех, кто не разделяет или не принимает утверждённые коллективные идентичности. Особенно это остро проявляется у этнических или внутренних мигрантов, для которых такая риторика ассоциируется с неприятием или дискриминацией.

Так, человек может испытывать искреннюю поддержку и симпатию к текущему лидеру, апеллирующему к формулировкам 'мы – наши предки', но при этом отрицательно относится к советским генсекам или царям из-за различных исторических и личных оснований. Это не противоречие, а проявление когнитивного диссонанса, когда часть идентичности и ценностей конфликтует с другой, и человек решает его через адаптивное отношение к информации.

### **Исторический контекст и долговременное влияние**

Исторический пример советской пропаганды с упоминаниями 'советского народа' иллюстрирует, что многолетняя непрерывная 'долбёйка' этих терминов через СМИ и учебники вызывала перегрузку и

последующее утрированное забвение идентичности после прекращения такого воздействия – эффект переизбытка информации, проявляющийся и на психическом уровне.

В СССР на протяжении примерно 70 лет в СМИ, учебниках и официальных речах продолжалась интенсивная апелляция к 'советскому народу', 'нашим предкам', 'нашему союзу' и т.п. Однако уже в начале 1990-х, когда этот поток пропаганды резко прекратился, утрированно за **3 дня** все люди, за исключением нескольких десятков или сотен человек, демонстрировали забвение и отторжение этой идентичности. Это можно связать с эффектом переизбытка и отторжения 'перепрородившегося' стереотипа.

**Забавный факт:** в Конституции РФ 1993 упоминаются абстрактные **предки** без раскрытия чьи предки (авторов этой конституции?), прямоты и степени родства с ними (авторами?), зато упоминается **многонациональный народ Российской Федерации** без раскрытия, откуда он взялся, и **ни разу** (!) не упоминается **советский народ**, который 16 годами ранее подразумевался как основатель СССР.

Казалось бы, по формальной логике, советский народ и есть те самые **предки**.

## 6. Примеры полного раскрытия публичной информации

### **Добросовестный информант должен**

#### **2.1.1. избегать разнoplановости**

Недобросовестный информант:

- В 988 году *русские* приняли *христианство*.

Добросовестный информант:

- В 988 год *приняли христианство* некоторые жители [таких-то населённых пунктов].

#### **2.1.2.1. предпочитать самопонятные слова**

Недобросовестный информант:

- *Общество* есть *совокупность структур*, а не массовое явление [Хайек, 2003: 186].

Добросовестный информант:

- Люди – это двое и больше мужчин и (или) женщин.

Недобросовестный информант:

- Русские – это *этническая группа*.

Добросовестный информант:

- Русские – это прямые и боковые родственники [такого-то человека, принятого за эталон русского].

Более полный вариант раскрытия – см. п. 2.6.2.

#### **2.1.2.1. не употреблять триггеры и особенно нераскрытые триггеры**

Недобросовестный информант:

- Русского отличает от европейца наличие особого *цивилизационного* кода.

Добросовестный информант:

- Зелёные глаза жителей Новгорода на столько вариативно разные, как и зелёные глаза жителей Лондона: от чисто-изумрудных оттенков до ореховых оттенков, типичных для тёмных глаз.

## **2.2. не смешивать реальные объекты и фасетные объекты и конструкты**

Недобросовестный информант:

Добросовестный информант:

### **2.3.1 не одушевлять неодушевлённые объекты и конструкты**

Недобросовестный информант:

- *В 1234 году Монголия напала на Китай.*

Добросовестный информант:

см. п. 2.6.4

### **2.3.2 не одушевлять множественные объекты и конструкты**

Недобросовестный информант:

- *Китайский народ* решительно высказался за строительство ТЭЦ.

Добросовестный информант:

- *[Такой-то министр]* решительно высказался за строительство ТЭЦ.

### **2.4. раскрывать множественные объекты на единичные объекты**

Недобросовестный информант:

Добросовестный информант:

### **2.5. раскрывать фасетные объекты и конструкты на единичные объекты и фасеты**

Недобросовестный информант:

Добросовестный информант:

### **2.6.1. раскрывать родовидовую классификацию (в случае реальных объектов)**

Недобросовестный информант:

Добросовестный информант:

### **2.6.2. раскрывать прямоту (прямое, условно-прямое или боковое) и степень родства людей**

Недобросовестный информант:

- Русские – это **совокупность** потомков славян, в 9 веке переселившихся в Приильменье<sup>24</sup>.

Добросовестный информант:

- Русские – это:

1) отец Рюрика,

2) Рюрик и его братья<sup>25</sup>,

3) предки отца Рюрика по прямой линии на 5 степеней вверх и на 50 степеней вниз,

4) боковые родственники отца Рюрика не далее 100 степени.

Приведённые числа условные и выражают научный подход. Работа с числами способствует пониманию того, что никакие этнические группы не существуют, за исключением разве что популяций, прошедших через популяционное горлышко и полностью изолированных не менее тысячи лет.

Пресловутые этические русские популяционное горлышко 'проходили' за 20 000 лет до того, как их назвали славянами, а расселялись они отнюдь не на маленьком острове посреди бескрайнего океана.

### **2.6.3. раскрывать фасетность (в случае фасетных объектов и конструктов)**

Недобросовестный информант:

Добросовестный информант:

<sup>24</sup> При всей кажущейся полноте подобного определения, под него подпадают все земляне.

<sup>25</sup> Здесь и везде по умолчанию: родные

## 2.6.4. раскрывать половозрастной состав людей

Недобросовестный информант:

- В 1234 году **монголы** напали на **китайцев**.

Добросовестный информант:

- В 1234 году некоторые мужчины, в большинстве 20-30 лет, ведущие полудикий кочевой образ жизни в Монголо-Маньчжурской степи, напали на мужчин и женщин разного возраста, ведущих оседлый сельский образ жизни в 200 км южнее этой степи.

### 6.1. Люблю Родину (пример полного раскрытия)

Тезис **люблю Родину** (синоним: **любит Родину**) состоит из

- 1) **действия** в настоящем времени - люблю, любит,
- 2) **объекта**, на которое направлено это действие.

Варианты:

- я люблю (про себя),
- он любит (про другого человека).

Полное раскрытие любви Родины (или к Родине) означает полное раскрытие:

- 1) действия,
- 2) класса объекта, эталона этого класса, индивидуализирующих признаков экземпляра этого класса.

Добросовестный информант в здравом уме никогда публично не будет говорить подобных слов. Подобные высказывания типичны для приватной речи, в том числе с участием интервьюера.

Далее рассмотрим пример попытки полного раскрытия любви Родины жителем Усть-Луги (Ленинградская область) при понуждении

интервьюером.

Интервьюер (далее - И): В [таком-то] паблике ты написал, что любишь Родину.

- Недобросовестный информант (далее - НИ): Да, я люблю Родину.

И: Ты любишь Родину прямо сейчас?

НИ: Да, я люблю Родину прямо сейчас.

И: Сидя на этом стуле и разговаривая со мной?

НИ (после паузы): Моя любовь в том, что я готов пожертвовать собой.

И: А я готов к свиданию с Анджелиной Джоли. Ещё я готов стать миллиардером. Давай говорить не о том, к чему ты готов в будущем, а что ты делаешь сейчас, каждый день. Раскрой, как ты любил Родину сегодня утром, вчера вечером, вчера днём.

НИ (пауза)...

И: Давай я подскажу. Ты работал на работе, потом отдыхал?

НИ: да.

И: Перейдём к следующему пункту. Что такое Родина?

НИ: Это место, где родился я и мои предки.

И: Где ты родился?

НИ: Я родился в Иркутске.

И: А сейчас где ты находишься?

НИ: В Усть-Луге.

Расстояние между Усть-Лугой и Иркутском по трассе – 5808 км, по прямой – 4532 км.

И: Где родилась твоя мама?

НИ (после паузы): В какой-то деревне в Красноярском крае.

И: А отец?

НИ (после паузы): Не знаю.

И: Где родились твои бабушки и дедушки?

НИ (после паузы): Не знаю.

И: Сейчас ты любишь Усть-Лугу или Иркутск?

НИ: И то, и другое.

И: Ты любишь всё пространство, протяженностью 4532 км, к востоку от Усть-Луги?

НИ: Да.

И: А пространство к западу, северу и югу от Усть-Луги?

НИ (после паузы): А что там?

И: Например, Таллин.

Расстояние между Усть-Лугой и Таллином по трассе – 276 км, по прямой – 202 км.

НИ: Я не люблю Таллин.

И: Ты любишь Финский залив?

НИ: Да, я люблю Финский залив.

И: Таллин расположен на берегу Финского залива.

НИ: Я там не люблю.

**раздел не закончен**

## 7. Наиболее<sup>26</sup> нераскрытые триггеры

В этом разделе приведены слова и словосочетания, используемые недобросовестными информантами для возбуждения у получателя информации неприязни или ненависти к кому-либо по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе.

На текущий момент этот раздел представлен словами русского языка. В дальнейшем он будет пополняться словами других наиболее используемых языков.

### Наиболее нераскрытые триггеры русского языка (по убыванию аффекта)

п/п	первичный триггер	вторичный или производный триггер
<b>триггеры фасетного родства<sup>27</sup></b>		
1.	народ	народы, народный
2.	отечество	отец, отцы, отеческий, отчизна, отчий
3.	родина	родной, родимый
4.	братский	брать, братья
5.	предки	предок
6.	деды	дед, прадед, прадеды
7.	этнический	этнос
8.	патриот	патриотизм, патриотический
9.	нация	национальный
<b>триггеры фасетной территориальной близости</b>		
10.	наш	наши, нас, нами
11.	мы	-
12.	общность	-
13.	система	системный
14.	совокупность	совокупный
15.	группа	групповой
<b>триггеры синдрома княжества головного мозга</b>		

<sup>26</sup> список регулярно дополняется

<sup>27</sup> предельно усиливает в сочетании с фасетом *наш (наши)*

16.	власть	власти, властный
17.	государство	государь, государственный
18.	страна	-
19.	княжество	князь, княжеский
20.	великий	величие
21.	держава	державный
22.	империя	император, имперский
23.	царство	царь, царский
24.	гражданский	гражданин, гражданство
<b>триггеры фасетного сходства среды</b>		
25.	общество	общественный
26.	культура	культурный
27.	традиционный	традиция
28.	ценности	ценностный
29.	цивилизация	цивилизационный
30.	личность	личностный
31.	менталитет	ментальный
32.	Европа	европейский
33.	Запад	западный
34.	азиатский	Азия, азиат
35.	восточный	Восток
36.	российский	Россия, россиянин
37.	русский	Русь, рус
38.	советский	СССР

## Специфика русского языка

Специфика русского языка <sup>28</sup> - в том, что он сформировался, в основном, в течение 18 века. Формальная дата завершения его формирования - 1800-ый год. Отразилось, в частности, в особой акцентуации языка на отцах и дедах, так как в 17-18 веках, вплоть до 1861 года, дети с большой вероятностью оставались по месту рождения отца, а не матери. Примерно в 90% случаев отец был крепостным или дворовым крестьянином, пожизненно прикреплённым к одной деревне, а мать была из другой деревни. Схожая ситуация была у 'представителей' других сословий. Таким образом,

<sup>28</sup> Здесь и везде по умолчанию: современный русский язык

примерно в 90% случаев ребёнок не имел возможности не только бывать в деревне матери, но и видеть отца матери, мать матери и т.п. Следствием этого стало почти полное отсутствие в русском языке триггеров, обозначающих женщину. Даже в слове *родина*, часто переводимом как *motherland*, отсутствует какой-либо намёк на женщину и на мать, а частности. С другой стороны, в русском языке избыточно много слов, акцентирующих на мужчинах и отцах, в частности: отчество, отчизна, отчий, братский, братья, деды, прадеды, патриот, патриотизм, патриотический и т.п.

В русском языке, в отличие от других языков (английский и некоторые другие), не являются триггерами или имеют незначительный аффект такие слова, как:

- бог (божественный),
- герцог (герцогство),
- граф (графство),
- дом (домашний),
- доминион,
- душа (духовный),
- земля (land),
- мама (мать, материнский),
- мир (world),
- правительство<sup>29</sup> (правитель, правительственный),
- принц (принципат)<sup>30</sup>,
- публика (публичный),
- сестра (сёстры) и некоторые другие.

---

<sup>29</sup> Недобросовестный информант вместо слов *принципат* и *правительство* предпочтёт использовать триггер *государство*.

<sup>30</sup> Недобросовестный информант вместо слова *принц* предпочтёт использовать триггеры *князь* или *государь*, а из них - *государь*.

**Примеры наиболее нераскрытых комбинированных триггеров русского языка (сортировка по алфавиту):**

- братский народ,
- великая держава,
- государственная власть,
- гражданское общество,
- западная цивилизация,
- наши предки,
- советский народ,
- традиционные ценности,
- этническая общность, этническая группа.

## Библиография

1. Бренд ®Россия®: фундаментальные основы / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 35 с.
2. Географическая неопределенность России как причина разнoplановости представлений о ней / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 68 с.
3. Единая глобальная идентификация: метод b-f-b / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 25 с.
4. Единая линейка курсов вместо обществознания - ROE / В. М. Алексеев. - Краснодар, 2025. - 20 с.
5. Идентичность России: первый закон логики / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 16 с.
6. Идентичность: та же, такая же, с таким же именем: закрепляющая лекция / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 165 с.
7. Индивидуально определённые и неопределенные вещи в учебниках истории / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 37 с.
8. История и обществознание для правополушарных с использованием Jalinga или её аналогов / В. М. Алексеев, М. С. Алексеева. - Краснодар, 2025. - 22 с.
9. Кто я? Где я? С кем я? 200 основополагающих терминов твоего бытия: [научно-популярное электронное издание] / В.М. Алексеев. - Краснодар, 2025. - 360 с.
10. Княжество головного мозга / В. М. Алексеев. - Краснодар, 2025. - 53 с.
11. Мышление: пределы познания, проблема

доброповестности и абьюза / В. М. Алексеев. - Краснодар, 2025. - 183 с.

12. Общероссийская гражданская идентичность: парадокс Тесея. Практикум: медиум идентичности: Р01113 / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 100 с.

13. Один народ: тот же, такой же или такое же имя? / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 10 с.

14. Основы идентичности. Мини-курс №1: фундаментал идентичности: лекции Р011 / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 200 с.

15. Основы фасетного конструирования: как выдумали народ и другие социальные конструкты / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 100 с.

16. Первый закон логики: каждый учебник должен быть маркирован на соответствие / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 10 с.

17. Присваивание идентичности. Практикум: медиум идентичности: Р01114 / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 40 с.

18. Различение физических, юридических и нарративных фактов при изучении истории / В. М. Алексеев. - Краснодар, 2025. - 83 с.

19. Реально-объектные основы гуманитарных наук: идентификация и визуализация: [научно-популярное электронное издание] / В.М. Алексеев, М.С. Алексеева. - Краснодар: ООО 'Бартон', 2024. - 298 с. : ил.

20. Россия: идентифицирующие параметры / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 40 с.

21. Русские или россияне? Сказочный подход к

истории в учебниках: [научно-популярное электронное издание] / В. М. Алексеев. - Краснодар, 2025. - 50 с.

22. Слово автохтоны и другие советские триггеры церковного происхождения / В. М. Алексеев. - Краснодар, 2025. - 53 с.

23. Топ-10 существенностей в истории / В. М. Алексеев. - Краснодар, 2025. - 45 с.

24. Фасетная любовь к Родине. Основы конструирования фасетного патриотизма / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 106 с.

25. Фасетно-нarrативный подход как деструктивный метод обучения / В. М. Алексеев. - Краснодар: АНО ДПО Академия ГлавСпец, 2025. - 83 с.

26. Физическое прочтение Конституции РФ для целей ЕР-моделирования / В. М. Алексеев. - Краснодар, 2025. - 17 с.

Примечания:

\* где-либо и кем-либо признан иноагентом и (или), экстремистом, террористом.

**В.М. Алексеев**

**Стандарт полного раскрытия исторической и  
политической информации**

самостоятельное электронное издание  
научно-популярное электронное издание

Ответственный редактор, художник,  
компьютерная верстка: В. М. Алексеев.

АНО ДПО Академия ГлавСпец: [specialitet.ru](http://specialitet.ru)

e-mail: [info@aleksejev.ru](mailto:info@aleksejev.ru)

Опубликовано впервые 09.11.2025, последняя  
редакция 13.11.2025, исправления орографии  
13.11.2025.

Гарнитура Roboto