

12+ Николай Атаманенко

ПЛАВИЛЬНЯ ПОНЯТИЙ

Как создавать
новые концепты
для задач,
у которых
нет названия



То, чего нет в языке —
ещё может изменить мир.

Николай Атаманенко

**Плавильня понятий. Как
создавать новые концепты для
задач, у которых нет названия**

«Издательские решения»

Атаманенко Н.

Плавильня понятий. Как создавать новые концепты для задач, у которых нет названия / Н. Атаманенко — «Издательские решения»,

Мир меняется быстрее языка: появляются новые феномены без имён. Книга — методология концептуальной инженерии: как замечать «номинативные зазоры» (явления без имени), создавать точные и ёмкие неологизмы и встраивать их в язык компании, команды или личного развития. Вы освоите 7 шагов техники «Номинативный зазор», 8 приёмов словотворчества, научитесь проверять и укоренять новые понятия, строить концептуальный инвентарь. Для руководителей, методологов, исследователей и всех, кому не хватает слов.

© Атаманенко Н.

© Издательские решения

Содержание

Введение. Когда слов не хватает	6
Часть 1. Номинативные зазоры: как их замечать	8
Глава 1. Что такое номинативный зазор	9
1.1. Определение номинативного зазора	9
1.2. Пять признаков номинативного зазора	9
1.3. Почему номинативные зазоры возникают	11
1.4. Первое упражнение: дневник словесных костылей	12
Глава 2. Типы номинативных зазоров	13
2.1. Феноменологический зазор	13
2.2. Паттерновый зазор	13
2.3. Эмоциональный зазор	14
2.4. Организационный зазор	14
2.5. Рыночный зазор	15
2.6. Упражнение: классификация зазоров из вашего опыта	16
Глава 3. Охота на номинативные зазоры: алгоритм наблюдения	17
3.1. Общая логика охоты	17
3.2. Шаг 1. Наблюдение за своей речью	17
3.3. Шаг 2. Наблюдение за речью других	18
3.4. Шаг 3. Фиксация и рабочее описание	19
3.5. Шаг 4. Проверка на существование имени	20
3.6. Шаг 5. Накопление в реестре	21
3.7. Упражнение-тренажёр: недельная охота	22
Резюме главы 3	23
Часть 2. Концептуальная инженерия: как создавать новые понятия	24
Глава 4. Техника «Номинативный зазор»: семь шагов	25
4.1. Что такое техника «Номинативный зазор»	25
4.2. Шаг 1. Обнаружьте феномен	25
4.3. Шаг 2. Дайте рабочее описание	26
4.4. Шаг 3. Найдите ключевые признаки	26
4.5. Шаг 4. Создайте неологизм	27
4.6. Шаг 5. Проверьте на точность	27
4.7. Шаг 6. Внедрите в свой язык	28
4.8. Шаг 7. Распространите (по желанию)	29
4.9. Упражнение: примените семь шагов к своему зазору	29
Глава 5. Библиотека приемов создания неологизмов	30
5.1. Композиция (соединение двух корней)	30
5.2. Аффиксация (приставка или суффикс)	30
Конец ознакомительного фрагмента.	31

Плавильня понятий Как создавать новые концепты для задач, у которых нет названия

Николай Атаманенко

© Николай Атаманенко, 2026

ISBN 978-5-0070-5745-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение. Когда слов не хватает

Вы когда-нибудь ловили себя на том, что говорите: «Ну, это когда ты вроде хочешь ответить на сообщение, но уже нет сил, но и не ответить нельзя, а ответить — значит втянуться в переписку, и ты просто зависаешь... ну, понимаешь?» Собеседник кивает. Он понимает. Но ни у вас, ни у него нет для этого явления имени.

А вот и другой голос: «Ну, это просто стресс, зачем новые слова?» Это говорит понятийный консерватор. Он уверен, что старых слов достаточно, а если феномен не укладывается в них — тем хуже для феномена. Такая позиция опасна не любовью к традициям, а тем, что она ведёт к неверным решениям. Если вы назовёте «выборный паралич» (о нём позже) обычной ленью, вы начнёте повышать мотивацию и стыдить — и только ухудшите ситуацию, потому что проблема в перегрузке выбора, а не в отсутствии воли.

Это разрыв между реальностью, которая уже существует, и языком, который за ней не поспевает, называется **номинативным зазором**. Реальность есть, а имени нет.

Возьмём историю, которая лучше всего показывает, что значит жить с номинативным зазором. В 1858 году филолог Уильям Гладстон, изучая «Илиаду», заметил странное: в поэме нет слова «синий». Море названо «винно-цветным», небо — «бронзовым». Гладстон предположил, что древние греки просто не различали синий цвет как отдельный. Позже исследования племён с бедным цветовым словарём, например хамба в Намибии, показали похожее: у них нет отдельного слова для синего, и они с трудом отличают синий квадрат от зелёного. (Упрощая, можно сказать: без имени различие затруднено, хотя полной слепоты нет. Для нашей метафоры достаточно того, что имя делает явление заметнее и управляемее.) Как только у цвета появляется имя, он перестаёт быть фоном. То же самое с любым явлением.

Эта книга — не о лингвистике. Филологи изучают, как слова рождаются сами собой. Мы будем делать наоборот: создавать понятия намеренно. Это называется **концептуальной инженерией** — способностью изобретать новые концепты для задач, у которых нет названия.

Посмотрите на три примера, где такой подход сработал. До появления слова *думскроллинг* люди часами листали тревожные новости, чувствуя себя всё хуже, и не могли остановиться. Описания были громоздкими. А когда придумали ёмкую метафору (doom — обречённость, scrolling — пролистывание), явление стало видимым. Появились статьи, исследования, техники борьбы. *FOMO* — страх упустить возможность — существовал всегда, но именно короткая аббревиатура превратила его в признанный психологический феномен с методами коррекции. *Тихий уход* (quiet quitting) — работа ровно по контракту, без сверхусилий, — раньше называли «ленью» или «демотивацией», что мешало увидеть рациональную стратегию. Новое имя запустило глобальную дискуссию о границах труда.

До появления слова феномен существовал, но был невидим. Слово его проявило.

Эта книга для тех, кто хочет не ждать, пока язык догонит реальность, а самому создавать нужные понятия. Я вижу четыре типа таких людей. Узнаёте себя?

Руководитель-стратег. Вы говорите команде: «Будьте проактивнее», — а она смотрит в пол, потому что «проактивность» каждый понимает по-своему. Вы просите спрогнозировать риски, а вам приносят список из 50 пунктов без приоритетов. Вам нужен точный понятийный аппарат для стратегии.

Исследователь или аналитик. Вы описываете цифровую этику, пост-правду, гибридную работу. И задыхаетесь от того, что приходится пользоваться чужими, неточными терминами. Вашу статью критикуют за то, что вы называете «стрессом» то, что на него не похоже. Вам нужны неологизмы как рабочие инструменты.

Методолог или фасилитатор. Вы устали быть переводчиком между отделами, которые говорят на разных языках. Половина совещаний уходит на согласование очевидных, казалось бы, слов. Вы ищете технологию, которую можно провести с группой, а не разовое изобретение.

Продукт-менеджер или маркетолог. Вы знаете, что клиенту нужно «что-то между сервисом и одиночеством», но назвать это не можете. Вы ищете слово, которое создаст новую категорию — как «кэшбэк» создал рынок кэшбэк-сервисов.

(Если вы просто человек, чувствующий, что язык устарел, а слова «выгорание», «прокрастинация», «стресс» уже ничего не объясняют, — вы тоже на месте.)

Книга построена как практикум. Вы освоите пять навыков. Первое: замечать номинативные зазоры — те самые «дыры», где есть явление, но нет имени. Второе: создавать новые понятия с помощью восьми приёмов (композиция, аффиксация, аналогия, калькирование, переосмысление, аббревиация, метафора, заимствование). Третье: проверять, укоренится ли слово, — не все неологизмы выживают, и лучше отсеять слабые заранее. Четвёртое: внедрять концепты в язык команды, в документы, в глоссарий. Пятое: систематизировать понятийный арсенал в концептуальный инвентарь — управляемую коллекцию понятий для организации или для себя.

Теперь — прямое действие. Возьмите ручку или откройте заметки на телефоне. За 90 секунд запишите три ситуации за эту неделю, где вы или ваши коллеги сказали «это как...», «ну, понимаешь...» или потратили больше пяти слов на описание простого явления. Не анализируйте, просто перечислите. Сделали? Теперь подчеркните ту, которая повторялась чаще всего. Это ваш первый кандидат в номинативные зазоры. Вы уже начали охоту.

Плавильня понятий работает всегда. Вопрос не в том, плавить или нет. Вопрос в том, будете ли вы управлять процессом или он будет управляться сам собой, без вашего участия. Переворачивайте страницу. Начинаем.

Часть 1. Номинативные зазоры: как их замечать

Прежде чем создавать новые понятия, нужно научиться видеть «дыры» в языке: ситуации, когда феномен уже есть, а слова для него нет. Большинство людей проходят мимо таких разрывов, не замечая их, или привычно пользуются неточными описаниями — «ну это когда...», «это как...». Мы поставим эти зазоры на учет.

Эта часть — диагностический блок. В ней нет техник изобретения неологизмов (им посвящена часть 2). Здесь мы учимся наблюдать и фиксировать.

Вы освоите:

- чёткое определение номинативного зазора и его пять признаков;
- типологию зазоров: феноменологические, паттерновые, эмоциональные, организационные, рыночные;
- алгоритм «охоты на зазоры» — систему наблюдения за речью и записи безымянных феноменов.

К концу части вы начнёте замечать номинативные зазоры повсюду: в собственной речи, в разговорах коллег, в рабочих процессах, даже в новостных заголовках. У вас появится «реестр» — список явлений, ждущих своих имён. Это сырьё для концептуальной инженерии, которой мы займёмся в части 2.

Глава 1. Что такое номинативный зазор

1.1. Определение номинативного зазора

Номинативный зазор — это ситуация, в которой существует устойчивый, повторяющийся феномен (явление, паттерн поведения, состояние, проблема, возможность), но в языке — личном, командном, профессиональном или общедоступном — нет слова или устойчивого словосочетания для его обозначения.

Термин «номинативный» происходит от латинского *nominatio* — называние, именование. Зазор означает разрыв: реальность уже здесь, а имя ещё не изобретено. Представьте себе мостовую, в которой выщерблен кирпич. Вы можете на него не смотреть, перешагивать, но однажды вы споткнётесь. Номинативный зазор — такая же выщерблина, только в языке. Вы можете годами пользоваться обходными описаниями, не замечая, что теряете время и точность. Но в какой-то момент вы споткнётесь.

Феноменом может быть что угодно. Эмоция, которая возникает у вас каждое утро перед рабочим созвоном. Поведение клиента, которое вы наблюдаете в десятый раз и не можете предсказать, потому что у него нет имени. Организационная проблема, которая всплывает на каждом совещании, но каждый раз её приходится объяснять заново, и каждый раз кто-то говорит: «А, я понял, ты про то самое...» — но никто не может закончить фразу.

Вот пример из реальной практики. В одной компании еженедельные оперативные совещания регулярно заканчивались одинаково: руководитель спрашивает: «Вопросы есть?» Все молчат, расходятся, а через час выясняется, что половина участников поняли задание по-разному. Никто не хотел задавать вопросы при всех — боялись показаться невнимательными или затянуть встречу. Но после совещания начиналась вал уточнений по электронной почте и в рабочих чатах. Феномен был узнаваем, но у него не было имени. Не «недопонимание» — оно возникает и в других обстоятельствах. Не «стеснение» — это причина, а не само явление. Не «постсовещательный хаос» — слишком общее. Команда тратила часы на эту подстройку, но не могла сказать: «У нас опять X, давайте в следующий раз тратить пять минут на письменную фиксацию прямо на встрече».

Это классический номинативный зазор. Феномен есть, имя отсутствует.

Важно понимать: отсутствие слова — это не просто неудобство. Это когнитивная ловушка. Психологи давно заметили, что названное легче удерживать в рабочей памяти, легче анализировать, легче передавать другому. Когда у явления нет имени, вы не можете его удержать в мышлении, обсудить с коллегами, проанализировать его причины, выработать системное решение. Вы обречены каждый раз изобретать велосипед — новое описание, новую аналогию, новую попытку объяснить то, что можно было бы назвать одним словом.

1.2. Пять признаков номинативного зазора

Как понять, что перед вами именно номинативный зазор, а не просто временное затруднение в подборе слова? Например, вы забыли имя человека или название фильма — это не зазор. Вы можете сказать: «тот фильм с Ди Каприо, где он на медведя напал», и собеседник через секунду скажет: «Выживший». Это лакуна памяти, а не языковой разрыв.

А вот если вы и ваши коллеги месяцами описывают одну и ту же ситуацию одной и той же длинной фразой, и никто не может предложить короткое слово — это уже похоже на зазор. Существует пять характерных признаков. Если вы замечаете хотя бы два-три из них в одной ситуации, велика вероятность, что вы наткнулись на номинативный зазор.

Признак первый. Вы используете описательный оборот вместо одного слова.

Вы говорите: «это состояние, когда...», «ситуация, в которой...», «ну, это когда человек...». Вместо короткого имени — целая фраза. И чем чаще вы её повторяете, тем яснее, что слова нет.

Обратите внимание: описание может быть очень точным. «Состояние, когда ты уже взялся за дело, но ещё не вошёл в него, и любое отвлечение сбивает настройку». Вы можете произносить эту фразу раз в неделю. Но если бы у феномена было имя, вы бы говорили «рабочая хрупкость» или «настройка внимания» — и сэкономили десять секунд каждый раз. А главное, вы могли бы сказать коллеге: «У меня сейчас рабочая хрупкость, не отвлекай меня пятнадцать минут». И он бы понял без дополнительных объяснений.

Признак второй. Вы начинаете с «это как...» и подбираете аналогию.

«Это как когда ты...», «представь себе, что...», «это похоже на...». Аналогии — мощный инструмент понимания, но они работают как костыль. Если вы постоянно прибегаете к ним для одного и того же феномена, значит, прямого слова не существует.

Проведите мысленный эксперимент. Попробуйте описать явление без аналогий. Если у вас не получается — вы либо плохо его поняли, либо у него действительно нет имени. Например: «Это как если бы ты ждал важное письмо, но знал, что его нет, и всё равно проверял почту каждые пять минут». Уберите «как». Останется: «Периодическая проверка почты при уверенности, что новых писем нет». Длинно, но можно. А теперь попробуйте найти одно слово. «Пустая сверка»? «Призрачное ожидание»? Может быть. Но если у вас нет готового варианта — вы нащупали зазор.

Признак третий. Один и тот же феномен повторяется, но вы не можете его зафиксировать.

Вы сталкиваетесь с этим уже в третий, пятый, десятый раз. Каждый раз вы его узнаете: «А, опять это!» — но у вас нет возможности назвать его, а значит, и отличить от других похожих явлений. Он остаётся расплывчатым пятном.

Вот пример из практики управления проектами. Одна компания заметила, что их встречи с заказчиком регулярно заканчиваются одинаково: последние пятнадцать минут никто уже не слушает, все смотрят в часы, но никто не решается закончить. Это не «усталость» (люди не устали физически), не «падение внимания» (оно падает и раньше), не «затянутость» (потому что затянутость — это про длительность, а здесь длительность нормальная, просто последняя четверть бесполезна). Феномен повторялся на каждом втором совещании. У него не было имени — и поэтому нельзя было сказать: «Давайте избегать „финальной пустоты“, объявляя последние пятнадцать минут „открытым микрофоном“». Без имени явление оставалось неуловимым, хотя все его чувствовали.

Признак четвёртый. Разные люди описывают одно и то же явление разными словами.

Вы слышите, как коллеги обсуждают ситуацию, и понимаете, что говорят они об одном, но используют разные описания. Кто-то говорит «непонятная возня», кто-то — «предсогласовательный хаос», кто-то — «это когда никто не знает, что делать». Ни одно из этих описаний не стало общепринятым. Это верный признак зазора.

Почему это важно? Если бы у явления было устоявшееся имя, люди бы его использовали. А если они изобретают каждый раз новое описание — значит, в языке нет удобной ручки, за которую можно взяться. Это как если бы в городе не было названий улиц, и каждый объяснял дорогу по-своему: «поверни там, где старый дуб», «а я знаю это место как „поворот у синего забора“». Когда вы слышите такие расхождения, особенно в профессиональной среде, — ищите зазор.

Признак пятый. Вы чувствуете интеллектуальный дискомфорт, «застревание» мысли.

Вы знаете, что есть нечто важное, но не можете опереть на него мысль, потому что у него нет опоры — нет слова. Возникает ощущение, что мысль скользит, не за что зацепиться. Психологи назвали бы это когнитивной блокировкой. Но причина часто проста: нет понятия — нет инструмента для мышления.

Этот признак самый субъективный, но и самый надёжный. Если вы чувствуете глухое раздражение от того, что не можете выразить мысль коротко, если вы начинаете рисовать схемы, жестиковать, придумывать неологизмы на ходу — вы в зазоре. Ваш мозг сигнализирует: «Здесь нет слова, я не могу достроить мысль, дайте имя!»

1.3. Почему номинативные зазоры возникают

Казалось бы, язык должен успевать за реальностью. Но нет. Язык по природе консервативен, а мир — нет. Лингвисты знают, что лексика меняется медленнее, чем образ жизни. Слова, обозначающие новые реалии, появляются с опозданием: сначала люди сталкиваются с новым явлением, потом начинают его обсуждать, потом появляются варианты названий, потом одно из них побеждает. Процесс может занять годы. А за это время возникают новые зазоры.

Можно выделить три основные причины, по которым зазоры возникают снова и снова.

Первая причина. Скорость изменений.

Технологии, социальные практики, экономические модели меняются быстрее, чем эволюционирует язык. Ещё десять лет назад не существовало «удалённой координатии» как массового феномена, «гибридных встреч», «информационного шума» в нынешних масштабах. Язык догоняет реальность с опозданием. Но скорость изменений не снижается. Каждый год появляются новые практики, для которых у нас нет слов.

Вторая причина. Специализация знаний.

Каждая новая область знаний порождает собственные феномены, для которых в общем языке нет названий. Управление вниманием, этика искусственного интеллекта, поведенческая экономика, дизайн пользовательского опыта — в каждой из этих сфер десятки явлений, которые специалисты описывают длинными оборотами, а за пределами сообщества о них никто не говорит, потому что нет простых слов.

Более того, внутри одной профессиональной области могут быть свои зазоры. Маркетологи знают феномен «когда клиент выбирает между тремя тарифами, не может выбрать и уходит», но называют его по-разному. Специалисты по продажам знают «состояние, когда клиент сказал „надо подумать“, но на самом деле уже отказался, просто не хочет говорить прямо». У каждого отдела — свой набор безымянных феноменов.

Третья причина. Инерция мышления.

Самая коварная. Люди привыкают к старым словам и перестают замечать, что те перестали работать. «Стресс» стал мусорным словом, в которое складывают всё что угодно: от лёгкой тревоги до клинического истощения. «Прокрастинация» — модный диагноз, который перекрывает десятки разных паттернов: страх неудачи, усталость от принятия решений, отсутствие приоритетов, банальную лень. «Выгорание» теперь приписывают себе те, кто просто устал за неделю.

Инерция мышления заставляет нас использовать старые ярлыки, даже когда они не подходят, лишь бы не изобретать новые. Это экономит усилия здесь и сейчас, но расплата — потеря точности. Когда вы называете выборный паралич (о нём в главе 6) «прокрастинацией», вы начинаете лечить мотивацию, а проблема — в количестве опций. Лечение не работает, вы злитесь, опускаете руки, а истинная причина остаётся незамеченной. Инерция мышления — главный союзник номинативных зазоров.

1.4. Первое упражнение: дневник словесных костылей

Теория хороша, но без практики она бесполезна. Первое упражнение — самое важное в этой главе. Оно займёт у вас один день, но его результаты станут основой для всей дальнейшей работы. Не пропускайте его. Даже если вам кажется, что вы и так всё поняли, — выполните. Ощущение зазора и его фиксация — это разные вещи.

Задание. Выберите любой обычный день — рабочий или выходной, но лучше рабочий, потому что в работе зазоры проявляются ярче. С утра договоритесь с собой: вы будете фиксировать все случаи, когда в вашей речи или в речи ваших собеседников появляются фразы из следующего списка:

- «ну, это когда...»;
- «это как...»;
- «ситуация, в которой...»;
- «представь себе...» (в качестве замены прямого имени);
- а также любая конструкция длиннее трёх-четырёх слов, которая описывает явление, которое можно было бы назвать короче, если бы у него было имя.

Не пытайтесь быть строгим филологом. Если вам показалось — записывайте. Лучше ошибиться, чем пропустить.

Записывайте не дословно всю речь, а суть: что именно пытались описать. Например: «Коллега сказал: „Ну это когда ты берёшь задачу, а она всё время откладывается, потому что всё время приходят более срочные, и в итоге она висит месяц“». Не оценивайте, не анализируйте, просто фиксируйте. Можно пользоваться блокнотом, заметками в телефоне — чем угодно.

Вечером того же дня выделите пятнадцать-двадцать минут. Просмотрите свои записи. Выберите три-пять случаев, которые показались вам наиболее яркими или повторяющимися (возможно, один и тот же феномен описывали разные люди). Для каждого из них напишите краткое описание в одно-два предложения. Постарайтесь очистить описание от оценочных слов («тупой», «глупый», «надоевший») и от аналогий («это как...»). Просто зафиксируйте, что происходит.

Пример:

«Ситуация, когда человек открывает мессенджер, видит новое сообщение, но не отвечает, потому что боится втянуться в переписку, и закрывает приложение».

Или:

«Феномен на совещании: последние пятнадцать минут встречи никто не слушает, но никто не предлагает закончить раньше».

Теперь у вас есть список кандидатов в номинативные зазоры. Сохраните его. В следующей главе вы узнаете, какими бывают эти зазоры, и сможете классифицировать свои находки. А в конце части вы начнёте вести «реестр зазоров» — документ, который станет вашей сырьевой базой для создания новых понятий в части 2.

Если вы выполнили это упражнение — вы уже сделали первый шаг. Большинство людей даже не замечают, что говорят на языке костылей. Они проживают день, слышат «ну это когда...», но не фиксируют, не анализируют, проходят мимо. Вы заметили. Вы записали. Вы уже отличились от девяноста процентов своих коллег. Дальше будет интереснее.

Глава 2. Типы номинативных зазоров

Номинативные зазоры не одинаковы. Одно дело, когда вы не можете назвать новое чувство, возникшее в эпоху гибридной работы. Другое — когда в вашей компании повторяется один и тот же сбой процесса, а у него нет имени. Третье — когда вы замечаете новое поведение клиентов, которое ещё не описано в маркетинговых учебниках.

Разные типы зазоров требуют разного подхода к их заполнению. Для эмоционального зазора может подойти метафора или композиция из двух чувств («тревожное любопытство»). Для организационного зазора важнее точность и привязка к процессу («протокольная петля»). Понимание типа помогает не только точнее описать феномен, но и выбрать правильный приём для создания неологизма (к этому мы перейдём в части 2).

В этой главе мы разберём пять типов номинативных зазоров. Каждый тип сопровождается определением, примерами из реальной практики и кратким пояснением, почему это именно зазор, а не просто редкое явление. В конце главы вы выполните упражнение, в котором классифицируете зазоры из вашего дневника (упражнение 1.4) по этим пяти типам.

2.1. Феноменологический зазор

Определение. Феноменологический зазор возникает, когда появляется совершенно новое явление, не укладывающееся в старые категории. У него нет аналогов в прошлом, его нельзя объяснить через комбинацию существующих понятий. Технологический, социальный или культурный сдвиг порождает феномен, который люди переживают, но не могут назвать.

Как распознать. Вы сталкиваетесь с чем-то, что не похоже ни на что из известного вам. Вы пытаетесь подобрать аналогию, но все аналогии хромают. Вы говорите: «Это не совсем стресс, не совсем усталость, не совсем тревога — это что-то новое». Собеседники кивают, но тоже не могут подобрать слово.

Пример из реальности. В начале 2010-х годов, когда социальные сети стали повсеместными, люди начали замечать странное состояние: они открывают ленту, листают новости, видят, как у других всё хорошо (отпуска, повышения, счастливые семьи), и испытывают смесь зависти, грусти и раздражения на себя. Это не зависть в классическом понимании (ты хочешь то же самое и злишься на обладателя). Это не грусть (она может быть без объекта). Это не тревога (нет угрозы). Феномен был массовым, но у него не было имени. Позже его назвали «FOMO» (страх упустить возможность), а затем появились и другие оттенки: «сравнительная тревога», «социальная усталость от чужих успехов». Изначально это был чистый феноменологический зазор.

Почему это важно. Феноменологические зазоры чаще всего возникают на стыке технологических и социальных изменений. Те, кто первыми замечают эти зазоры и дают им имена, получают власть над языком. «Думскроллинг», «тихий уход», «информационный шум» — всё это когда-то было феноменологическими зазорами. Сегодня это рабочие понятия.

2.2. Паттерновый зазор

Определение. Паттерновый зазор возникает, когда существует повторяющаяся последовательность действий или поведенческий сценарий, который люди совершают снова и снова, но у этого сценария нет имени. Люди узнают его, когда видят, но не могут обозначить, а значит — не могут осознанно его прервать или оптимизировать.

Как распознать. Вы замечаете, что вы или ваши коллеги попадают в одну и ту же поведенческую ловушку. Например: «Сначала я открываю почту, потом вижу письмо, на которое

нужно ответить, но ответ требует подумать, я откладываю, открываю следующее, и так час, а в итоге ни на одно не ответил». Это не просто «плохая привычка» — это устойчивый, воспроизводимый паттерн. У него нет имени, поэтому вы не можете сказать себе «стоп, у меня начался Х» и прервать его.

Пример из реальности. Многие офисные сотрудники знакомы с таким сценарием: вы приходите на работу, открываете ноутбук, видите список задач, но вместо того чтобы начать с самой важной, вы проверяете мессенджеры, потом читаете новости, потом отвечаете на лёгкие письма, потом смотрите в список задач — и понимаете, что прошёл час, а вы не сделали ничего из важного. Этот паттерн настолько распространён, что ему даже дали шутовское название «утреннее раскачивание», но общепринятого термина нет. А без имени трудно договориться с собой: «Я трачу на раскачивание не больше десяти минут».

Почему это важно. Паттерновые зазоры коварны тем, что они часто маскируются под черты характера («я просто неорганизованный») или под внешние обстоятельства («сегодня тяжёлый день»). Как только у паттерна появляется имя, он становится объектом управления. Вы можете сказать: «Это не я ленивый, это у меня „утреннее зависание“. Я знаю, что оно проходит через 15 минут, если я просто начну с самого маленького дела». Имя превращает автоматизм в осознанный выбор.

2.3. Эмоциональный зазор

Определение. Эмоциональный зазор возникает, когда появляется новое чувство, эмоциональное состояние или переживание, для которого в языке нет точного слова. Особенно часто такие зазоры возникают в периоды социальных изменений, когда старые эмоциональные категории (радость, грусть, гнев, страх) не покрывают новые оттенки переживаний.

Как распознать. Вы чувствуете что-то, что не похоже на обычную грусть или тревогу, но и названия этому нет. Вы можете описать его длинной фразой: «Это когда ты вроде бы рад, что встреча закончилась, но внутри остаётся странное напряжение, как будто ты не досказал что-то важное». Собеседник кивает: «Да, я тоже это чувствую». Но ни у кого нет для этого одного слова.

Пример из реальности. С переходом на гибридный и удалённый формат работы появилось новое чувство: тоска по живому общению, смешанная с усталостью от экранов и одновременно с облегчением, что не надо ехать в офис. Это не одиночество (человек может быть не одинок). Это не усталость (от других дел он не устал). Это не ностальгия (по прошлому, которого не вернуть). Это специфическое состояние, которое кто-то назвал «цифровым томлением», кто-то — «гибридной тоской», но общепринятого слова нет. Пока нет.

Почему это важно. Эмоциональные зазоры влияют на благополучие людей. Когда у чувства нет имени, его труднее отделить от других, труднее понять его причину, труднее выбрать способ справиться с ним. Психологи знают: называние эмоции снижает её интенсивность. «Я чувствую Х» работает лучше, чем «мне как-то нехорошо». Создавая имя для новой эмоции, вы даёте себе и другим инструмент саморегуляции.

2.4. Организационный зазор

Определение. Организационный зазор возникает, когда в компании, отделе или команде существует повторяющаяся проблема, процесс или роль, не имеющие названия. Команда сталкивается с ними ежедневно, тратит время на обсуждение и согласование, но не может дать феномену имя — и поэтому не может выработать системное решение.

Как распознать. Вы замечаете, что на каждом совещании всплывает одна и та же проблема, но каждый раз её описывают по-разному. Или вы видите, что определённая роль (напри-

мер, «человек, который сводит противоречивые данные из разных отделов») существует, но не имеет официального названия, и её выполняет кто попало, от случая к случаю. Или вы сталкиваетесь с этапом процесса, который постоянно даёт сбой, но этот этап никак не обозначен.

Пример из реальности. В одной компании регулярно происходило следующее: отдел продаж обещал клиенту функцию, которой ещё не было в продукте. Отдел разработки узнавал об этом за день до релиза. Начинался срочный аврал, функция делалась на коленке, страдало качество. Ситуация повторялась раз в две недели. У неё не было имени. Не «плохая коммуникация» — это слишком общее. Не «перекладывание ответственности» — никто ни на кого не перекладывал, просто процесс не был описан. Компания ввела термин «продажный забег» — когда продажи обещают то, чего ещё нет, без согласования с разработкой. Как только явление получило имя, его стало можно отслеживать, измерять (количество «продажных забегов» в месяц) и системно предотвращать.

Почему это важно. Организационные зазоры — самые дорогие в пересчёте на потерянное время и нервы. Они создают иллюзию, что проблема в людях («продавцы безответственные», «разработчики медленные»), тогда как на самом деле проблема в отсутствии имени для паттерна. Назвав его, вы переводите стрелки с личности на процесс. А процесс можно изменить.

2.5. Рыночный зазор

Определение. Рыночный зазор возникает, когда появляется новая потребность или поведение клиентов, не описанное существующими маркетинговыми или продуктовыми категориями. Компании чувствуют, что есть запрос, но не могут его упаковать в существующие термины, а значит — не могут создать под него продукт или сервис.

Как распознать. Вы слышите от клиентов фразы: «Хотелось бы что-то между А и Б», или «Мне нужно, чтобы оно работало как В, но при этом не было Г», или «Я не знаю, как это назвать, но я пойму, когда увижу». Вы видите, что существующие продукты не закрывают потребность, но спрос есть. При этом вы не можете сформулировать категорию одним-двумя словами.

Пример из реальности. В начале 2010-х годов люди начали испытывать потребность в подписках на цифровые сервисы, но при этом не хотели привязывать банковскую карту и боялись забыть отменить подписку. Рынок не имел названия для этого явления. Потом появились сервисы-посредники, которые давали одноразовые виртуальные карты, и феномен получил имя — «защищённая подписка» или «подписка без риска». Как только категория была названа, появились десятки сервисов. До имени рынок существовал в виде разрозненных жалоб клиентов. После имени он стал измеряемым и адресным.

Другой пример: потребность в «технологичном одиночестве» — желании пользоваться цифровыми сервисами, но при этом быть недоступным для других людей. Не «конфиденциальность» (это про защиту данных), не «режим полета» (это про отключение связи), а именно контролируемая избирательная недоступность. Сегодня эта потребность ещё не получила устойчивого названия, но многие компании пытаются её закрыть. Тот, кто первым даст ей имя, получит рыночное преимущество.

Почему это важно. Рыночные зазоры — это точки роста. Тот, кто первым замечает новую потребность и даёт ей имя, создаёт новую категорию. А создатель категории, как правило, становится её лидером. «Стриминг», «кэшбэк», «каршеринг», «кликбейт» — все эти слова когда-то были рыночными зазорами. Сегодня это полноценные рынки.

2.6. Упражнение: классификация зазоров из вашего опыта

Теперь, когда вы знаете пять типов зазоров, пора применить эту типологию к вашим собственным наблюдениям.

Задание. Вернитесь к трём-пяти феноменам, которые вы записали в упражнении 1.4 (дневник словесных костылей). Перечитайте каждое описание. Определите, к какому типу (или смеси типов) относится каждый зазор. Для этого задайте себе вопросы:

— Это совершенно новое явление, у которого нет аналогов? Тогда, скорее всего, **феноменологический** зазор.

— Это повторяющаяся последовательность действий, поведенческая ловушка? Тогда **паттерновый**.

— Это новое чувство или эмоциональное состояние? Тогда **эмоциональный**.

— Это проблема или сбой в процессе внутри компании? Тогда **организационный**.

— Это новая потребность клиентов, которую никто ещё не описал? Тогда **рыночный**.

Запишите для каждого феномена его тип. Если феномен сочетает признаки нескольких типов (например, и организационный, и паттерновый), укажите основной и дополнительный.

Пример. Феномен «последние пятнадцать минут совещания никто не слушает, но никто не заканчивает» — это прежде всего **организационный** зазор (проблема процесса), но также и **паттерновый** (повторяющийся сценарий). Основной тип — организационный.

После того как вы классифицировали свои зазоры, подумайте: зазоры какого типа встречаются в вашем списке чаще всего? О чём это говорит? Если преобладают организационные зазоры, возможно, ваша компания страдает от неописанных процессов. Если эмоциональные — возможно, вы переживаете период изменений, для которых язык ещё не сложился. Эта диагностика поможет вам понять, куда направить усилия в части 2, когда мы начнём создавать неологизмы.

Сохраните классифицированный список. В конце части 1 вы добавите его в общий «реестр зазоров», который мы начнём вести в главе 3.

Глава 3. Охота на номинативные зазоры: алгоритм наблюдения

Вы уже знаете, что такое номинативный зазор (глава 1) и какие они бывают (глава 2). У вас есть первый список кандидатов из упражнения 1.4, и вы даже попробовали их классифицировать. Но этого недостаточно. Чтобы концептуальная инженерия работала системно, а не от случая к случаю, нужно превратить поиск зазоров в регулярную практику.

«Охота на номинативные зазоры» — это методика систематического наблюдения за речью (своей и чужой) с целью обнаружения безымянных феноменов. Она состоит из пяти шагов. Выполняя их регулярно (например, в течение двух недель), вы соберёте достаточно сырья для создания новых понятий.

В этой главе мы разберём все пять шагов, от наблюдения до ведения реестра. В конце — упражнение на неделю, которое станет мостиком к части 2, где мы начнём плавить новые понятия.

3.1. Общая логика охоты

Номинативные зазоры не лежат на поверхности. Они не кричат: «Внимание, здесь нет слова!» Вместо этого они прячутся за привычными фразами: «ну это когда...», «ситуация в которой...», «я не знаю, как сказать...». Их нужно выслеживать с помощью систематического внимания к речи.

Представьте, что вы натуралист, который изучает новый вид животных. Вы не ждёте, пока он сам выпрыгнет к вам на тропинку. Вы идёте в места его обитания, фиксируете следы, опрашиваете местных жителей, ведёте дневник наблюдений. То же самое с зазорами.

Охота состоит из пяти шагов:

- Наблюдение за своей речью.
- Наблюдение за речью других.
- Фиксация и рабочее описание.
- Проверка на существование имени.
- Накопление в реестре.

Каждый шаг важен. Пропустив один, вы рискуете либо пропустить зазор, либо потратить время на создание неологизма для явления, у которого уже есть имя.

3.2. Шаг 1. Наблюдение за своей речью

Самый доступный и при этом самый игнорируемый источник номинативных зазоров — ваша собственная речь. Вы слышите себя постоянно. Но вы привыкли к своим речевым оборотам и перестали их замечать. Задача этого шага — сделать привычное видимым.

Вот что вы будете отслеживать в своей речи. Начните с малого — выберите один день, в который вы сможете уделить этому внимание. Не пытайтесь охватить неделю сразу.

Первое. Моменты, когда вы замедляетесь, подбирая слово. Вы начинаете фразу, делаете паузу, смотрите в потолок, говорите «нууу...» — и только потом выдаёте какое-то описание. Это верный признак: вам не хватает готового имени.

Второе. Описательные обороты вместо одного слова. Вы слышите себя: «ситуация, когда...», «состояние, в котором...», «это когда человек...». Вместо короткого имени — целая конструкция. Если вы произносите такую фразу не впервые по одному поводу — перед вами зазор.

Третье. Аналогии. «Это как...», «напоминает...», «похоже на...». Аналогии прекрасны, когда вы объясняете сложное простому. Но если вы прибегаете к одной и той же аналогии для одного и того же явления в пятый раз, значит, прямого имени нет.

Четвёртое. Чувство недопонимания. Вы сказали что-то, собеседник переспросил, вы переформулировали, он снова переспросил. Иногда это проблема слушателя. Но чаще — проблема отсутствия точного имени. Вы пытаетесь описать явление каждый раз заново, потому что у него нет названия, которое можно было бы просто произнести.

Пятое. Слова-паразиты. «Ну», «понимаешь», «короче», «типа». Сами по себе они не указывают на зазор — иногда это просто речевая привычка. Но иногда они маскируют паузу, которую вы делаете, потому что не можете подобрать слово. Обратите внимание: если после «ну...» или «типа...» вы начинаете длинное описание — вероятно, это зазор.

Как фиксировать? Не пытайтесь анализировать на ходу. Это отвлекает от разговора. Просто делайте быстрые пометки. Удобнее всего использовать записки в телефоне. Например, вы сказали коллеге: «Слушай, ну это когда ты начинаешь одну задачу, потом прилетает срочная, ты переключаешься, потом ещё одна, и в итоге к вечеру не сделано ничего из запланированного». Вы произнесли это и подумали: «Я снова это говорю». Откройте записки и запишите: «15 мин, разговор с М., описал зависание между задачами». Не нужно красивых формулировок. Задача сейчас — зафиксировать факт.

Вечером вы вернётесь к этим пометкам и превратите их в рабочее описание (об этом в шаге 3). А пока — просто копите записи.

3.3. Шаг 2. Наблюдение за речью других

Второй источник — речь других людей. Другие люди часто неосознанно проявляют номинативные зазоры там, где вы уже привыкли к обходным описаниям. Это могут быть ваши друзья, коллеги на совещании, подчинённые в личной беседе, начальник в рассылке, клиент на встрече, супруг за ужином, даже персонажей в фильмах или ведущий в подкасте. (Но будьте внимательны: подкасты часто отрепетированы, и спонтанных описательных оборотов там меньше. Лучше сосредоточиться на живой, неподготовленной речи.)

Когда вы слушаете других, у вас есть преимущество: вы не участвуете в подборе слов. Вы можете наблюдать со стороны. Ловите следующие сигналы.

Первый сигнал. Фразы «ну, это когда...» и «это как...». Это самый явный маркер. Человек сам признаётся, что у него нет прямого имени. Записывайте, что именно он пытается описать.

Пример. Вы слышите, как коллега говорит: «Ну это когда проект вроде бы закончен, все отчитались, но ещё месяц доделывают мелочи, потому что никто не хочет брать на себя ответственность за закрытие». Вы думаете: «Знакомая ситуация. И названия у неё нет». Записываете: «Коллега П., описал „хвосты проекта“ — но не хвосты в смысле незавершённых задач, а именно период, когда все делают вид, что проект закрыт, но никто не говорит об этом прямо».

Второй сигнал. Разные люди описывают одно и то же разными словами. Если вы за день слышите три описания, которые явно относятся к одному феномену, но звучат по-разному — это почти стопроцентный зазор. Язык не выработал единого ярлыка, и каждый выкручивается как может.

Пример. Утром один коллега говорит: «Снова эти бесконечные уточнения после совещания». Днём другой: «Ну, когда расходятся, а через час начинают писать: „А ты понял что? А мне казалось иначе“». Вечером третий: «Постсовещательный хаос, блин». Говорят об одном. Названия нет. Записываете: «Трое разных людей описали феномен недопонимания после встреч. Формулировки: „бесконечные уточнения“, „письма после совещания“, „постсовещательный хаос“. Явление одно».

Третий сигнал. Длинные обороты там, где могло быть короткое слово. Слушайте не только содержание, но и форму. Если человек говорит: «Состояние, когда ты вроде бы рад, что встреча закончилась, но внутри остаётся странное напряжение, как будто ты не досказал что-то важное» — это не потому, что он многословен. Это потому, что у него нет слова.

Четвёртый сигнал. Неловкие паузы и жесты. Человек делает паузу, затем начинает рисовать пальцами в воздухе, стучать по столу, вздыхать. Он пытается извлечь слово, но не может. Иногда люди начинают чертить схемы на салфетке или доске. Это явный признак: имя отсутствует, и говорящий переходит на язык жестов и образов.

Важнейшее правило наблюдения за речью других: **вы наблюдатель, а не судья.** Не комментируйте вслух. Не говорите: «А я знаю для этого слово» (даже если знаете — проверьте, уместно ли оно). Не поправляйте. Ваша задача — собирать материал, а не демонстрировать эрудицию. Если вы начнёте вмешиваться, собеседник может замкнуться, и вы потеряете чистоту наблюдения.

Просто слушайте и делайте пометки. Записывайте: «10:30, совещание по продажам, Ирина описала...», «13:15, разговор в курилке, Антон сказал...». Вечером вы обработаете записи.

3.4. Шаг 3. Фиксация и рабочее описание

Теперь у вас есть несколько сырых записей за день. Они выглядят примерно так: «15 мин, коллега М., описал зависание между задачами» или «Ирина на совещании, фраза „ну это когда проект закончен, но не закрыт“». Это ещё не кандидаты в зазоры, это следы. Ваша задача — превратить следы в документированные объекты.

Каждый вечер (или в конце рабочего дня, если вы ведёте охоту в рамках рабочего времени) выделите пятнадцать-двадцать минут. Просмотрите все свои пометки. Для каждой пометки сделайте следующее.

Для каждого обнаруженного кандидата запишите три вещи:

1. Дата и контекст. Восстановите контекст. Где и когда это произошло? На совещании, в личной беседе, в переписке? Кто участвовал? Это поможет позже вспомнить обстоятельства. Не надейтесь на память. Если вы записали «Ирина, совещание», но не записали тему — постарайтесь вспомнить. Контекст поможет позже, когда вы будете классифицировать зазор. Запишите: «Совещание по итогам квартала, обсуждали отчёт».

2. Запишите исходную фразу (или как можно ближе к ней). Что именно сказал человек (или вы сами)? Не пересказывайте своими словами, если помните дословно. Дословная запись ценнее, потому что сохраняет языковые маркеры. Если не помните дословно — передайте суть, но честно отметьте, что это пересказ.

Пример дословной записи: «Коллега сказал: „У нас опять ситуация, когда мы полчаса обсуждаем, кто будет писать протокол, вместо того чтобы обсуждать суть“». Пример пересказа: «Коллега говорил о том, что на совещании тратится время на назначение секретаря (так я понял)».

3. Напишите рабочее описание феномена в одном-трёх предложениях. Это самое важное. Отбросьте оценки («ужасно», «глупо»). Отбросьте аналогии («это как...»). Просто опишите, что происходит. Кто делает? Что делает? При каких обстоятельствах?

Плохое рабочее описание: «Это ужасная привычка тратить время на ерунду». (Слишком оценочно, неконкретно.)

Хорошее рабочее описание: «Группа людей тратит время на спор о том, кто будет фиксировать решения совещания. Отсутствует закреплённая роль секретаря или протоколирующего».

Вот полный пример оформления одной записи:

Контекст: 15 мая, утреннее совещание отдела продаж.

Исходная фраза (дословно): «У нас опять ситуация, когда мы полчаса обсуждаем, кто будет писать протокол, вместо того чтобы обсуждать суть».

Рабочее описание: Участники совещания тратят время на спор о том, кто будет фиксировать решения. Закреплённая роль секретаря отсутствует. Спор затягивается, содержательное обсуждение откладывается или сокращается.

Обратите внимание: рабочее описание не обязано быть красивым. Оно может быть корявым, длинным, даже с повторами. Оно — черновик. Его задача — зафиксировать суть так, чтобы вы через неделю или месяц могли вспомнить, о чём речь.

Прodelайте это для каждой пометки. В первую неделю охоты вы будете тратить на обработку минут двадцать-тридцать в день. Со временем скорость вырастет.

Чем больше таких записей у вас накопится, тем богаче будет ваш «улов».

3.5. Шаг 4. Проверка на существование имени

Прежде чем заносить феномен в реестр как номинативный зазор, убедитесь, что у него действительно нет имени. Иногда человек долго описывает явление, не подозревая, что есть готовый термин — просто он его не знает. Или термин существует в узкопрофессиональном кругу, но до вашей команды не дошёл.

Проверка состоит из трёх действий. Выполняйте их в любом порядке, но лучше все три.

Действие первое. Поиск в интернете.

Возьмите ваше рабочее описание и выделите из него ключевые слова. Не вводите в поиск целое предложение — это неэффективно. Выделите два-три главных слова, которые отражают суть.

Пример. Рабочее описание: «Группа людей тратит время на спор о том, кто будет фиксировать решения совещания». Ключевые слова: «спор», «протокол», «совещание», «секретарь». Введите в поиск сочетания: «спор о протоколе совещания», «назначение секретаря на совещании проблема». Посмотрите, не всплывает ли устойчивое словосочетание или термин.

Действие второе. Проверка по профессиональным источникам.

Если зазор относится к вашей сфере (менеджмент, психология, маркетинг, HR, IT), загляните в отраслевые справочники, энциклопедии, известные книги по теме. Например, для организационных проблем полезны книги по фасилитации и методологии. Для эмоциональных зазоров — психологические словари.

Но не переусердствуйте. Ваша цель — не провести научное исследование, а убедиться, что вы не изобретаете велосипед. Пятнадцать-двадцать минут поиска — достаточно.

Действие третье. Опрос трёх коллег.

Это самый практичный способ. Опишите феномен (рабочим описанием) двум-трём коллегам, не намекая, что вы ищете готовое слово. Спросите: «Как бы вы назвали это одним-двумя словами?» Если никто не называет известного термина — скорее всего, зазор реальный. Если кто-то говорит: «А, это же „ролевой конфликт“» — проверьте, подходит ли этот термин.

Важное предостережение. Существование академического термина в узкопрофессиональной среде не означает, что зазора нет для вашей команды. Если вы в компании из пятнадцати человек не используете слово «дисфункция координации», потому что оно слишком сложное и никто его не знает — это всё ещё зазор с точки зрения вашего реального рабочего языка. Мы создаём понятия для использования, а не для энциклопедий. Поэтому критерий прост: если ваши коллеги не знают готового термина или он неудобен в работе — вы имеете право создать свой.

Если вы нашли существующее слово, и оно вам подходит — отлично. Вы расширили свой понятийный аппарат. Не нужно изобретать новый велосипед. Отметьте в реестре: «термин известен, зазор не подтверждён».

Если не нашли — переходите к последнему шагу: включайте феномен в реестр.

3.6. Шаг 5. Накопление в реестре

Реестр номинативных зазоров — ваш главный рабочий документ. Он будет расти вместе с вами. В него вы будете заглядывать, когда начнёте создавать неологизмы в части 2. Он будет напоминать вам о феноменах, которые вы обнаружили, но пока не назвали.

Реестр можно вести в любом формате, который вам удобен. Главное — чтобы он был всегда под рукой. Выбор инструмента зависит только от ваших привычек и доступных программ. Вот несколько вариантов — от самых простых до более организованных. Ни один из них не требует специального обучения.

Первый вариант. Обычный текстовый файл. Вы открываете любой редактор текста (например, тот, что встроен в ваш компьютер или телефон), создаёте новый документ и пишете список. Плюс: простота, не нужно ничего настраивать. Минус: при большом количестве записей становится трудно сортировать и искать.

Второй вариант. Таблица. Вы создаёте столбцы: рабочее описание, тип, контекст, дата, статус. Для этого подходит любой табличный редактор (настольный или онлайн — как вам удобнее). Таблица удобнее текстового файла, потому что вы можете сортировать записи по любому столбцу, например, группировать зазоры по типу.

Третий вариант. Блокнот или карточки. Некоторые предпочитают бумагу. Записываете каждый зазор на отдельную карточку или в блокнот. Минус: трудно искать и редактировать. Плюс: вы можете физически раскладывать карточки на столе, группировать их, видеть связи. Этот способ подходит тем, кто лучше мыслит с материальными объектами.

Какой бы инструмент вы ни выбрали, важно не то, какая у вас программа, а то, что вы регулярно пополняете реестр. Можно начать с простого текстового файла, а когда записей станет больше пятидесяти, перенести всё в таблицу. Можно с первого дня вести аккуратную таблицу. Можно использовать заметки на телефоне, если вы чаще фиксируете зазоры на ходу. Главное — чтобы инструмент не становился препятствием.

Вот какие поля я рекомендую включать в реестр. Вы можете добавить свои.

Поле	Что писать	Пример
Рабочее описание	1–3 предложения, суть феномена	Участники совещания спорят о том, кто будет фиксировать решения. Закреплённая роль отсутствует.
Тип	По классификации главы 2	Организационный
Контекст	Где и когда обнаружен, кто участники	15 мая, утреннее совещание отдела продаж
Дата обнаружения	Для отслеживания динамики	15.05.2026
Статус	Обнаружен / в работе / есть неологизм / внедрён / отклонён	Обнаружен

Вот как может выглядеть реестр из нескольких строк (пример заполнения):

Рабочее описание	Тип	Контекст	Дата	Статус
Участники совещания спорят о том, кто будет фиксировать решения. Роль секретаря не закреплена.	Организационный	Утреннее совещание, отдел продаж	15.05.2026	Обнаружен
Состояние: открываешь мессенджер, видишь сообщение, но не отвечаешь, боясь втянуться в переписку.	Паттерновый + эмоциональный	Личная переписка, вечер	16.05.2026	Обнаружен
Клиент выбирает между тремя предложениями, не может выбрать, прекращает попытку и уходит.	Рыночный	Анализ поведения на сайте	17.05.2026	Обнаружен

В реестре могут быть десятки записей. Не пугайтесь. В части 2 вы не обязаны работать со всеми сразу. Выберите три-пять самых ярких или самых частотных — и начинайте с них.

3.7. Упражнение-тренажёр: недельная охота

Теперь — самое важное. Без этого упражнения глава останется теорией. Выделите семь дней, в которые вы сможете выполнять охоту. Не пытайтесь совмещать её с авралом на работе или отпуском. Выберите спокойную неделю.

Задание. В течение семи дней выполняйте шаги 1—5, описанные выше. Ведите реестр. Ваша цель — собрать минимум десять кандидатов в номинативные зазоры.

Рекомендуемое распределение по дням

— **Дни 1—2.** Наблюдаете только за своей речью. Не пытайтесь охватить всё сразу. Сначала привыкните замечать себя. Фиксируете пометки, вечером обрабатываете.

— **Дни 3—4.** Добавляете наблюдение за речью других. Слушаете коллег, друзей, семью. Не забываете про себя. В конце каждого дня — обработка.

— **День 5.** Обрабатываете накопленные записи. Превращаете пометки в рабочие описания. Проверяете, нет ли уже существующих имён (поиск в интернете, опрос коллег).

— **День 6.** Классифицируете по типам. Вносите в реестр. Если каких-то полей не хватает (например, вы забыли контекст) — оставьте пустыми или восстановите по памяти.

— **День 7.** Просматриваете весь реестр. Выбираете три самых ярких зазора — те, которые повторяются чаще других, вызывают больше всего дискомфорта или кажутся самыми перспективными для создания новых понятий. Отмечаете их, например, звёздочкой или отдельным цветом.

Советы для выполнения

— Не стремитесь к идеальным формулировкам. Рабочее описание может быть некрасивым. Это черновик.

— Если вы пропустили день, не пытайтесь наверстать двумя днями сразу. Просто продолжите с того места, где остановились.

— Если за семь дней вы собрали меньше десяти зазоров — не страшно. Возможно, вы слишком требовательны к себе или работаете в среде с уже хорошо развитым языком. Продолите охоту ещё на три-четыре дня.

— Ведите реестр в том месте, где вы его не потеряете. Гугл-таблица, облачный документ, заметки с синхронизацией. Удивительно, сколько записей исчезает в телефоне, когда они нужнее всего.

— Не показывайте реестр коллегам, пока не закончите неделю. На этом этапе критика может сбить настрой. Сначала накопите материал, потом можно будет обсудить.

Что у вас должно быть к концу недели

- Реестр из минимум десяти зазоров с рабочими описаниями, типами, контекстом и датами.
- Три зазора, отмеченные как приоритетные (ваши кандидаты для части 2).
- Понимание, какие типы зазоров преобладают в вашей среде. Если вы заметили, что у вас много организационных зазоров — возможно, ваша компания страдает от неописанных процессов. Если преобладают эмоциональные — вы переживаете период изменений, для которых язык ещё не сложился.
- Готовность переходить к части 2, где вы научитесь превращать эти зазоры в полноценные концепты.

Резюме главы 3

Охота на номинативные зазоры — это системный процесс из пяти шагов:

- Наблюдение за своей речью — фиксация моментов, когда вам не хватает слова.
- Наблюдение за речью других — ловля маркеров: фраз «это когда», разных описаний одного явления, длинных оборотов, пауз и жестов.
- Фиксация и рабочее описание — превращение сырых пометок в документированные записи с контекстом, исходной фразой и краткой сутью.
- Проверка на существование имени — поиск в интернете, по профессиональным источникам, опрос коллег.
- Накопление в реестре — ведение таблицы с рабочими описаниями, типами, контекстом, датой и статусом.

Выполнив недельное упражнение, вы получите реестр зазоров — вашу сырьевую базу для концептуальной инженерии. В части 2 (глава 4, техника «Номинативный зазор») мы возьмём три самых ярких зазора из этого реестра и пройдем с ними все семь шагов — от обнаружения до создания неологизма и полевого тестирования.

Не торопитесь. Часть 1 закончена, но навык замечать зазоры требует практики. Если вы чувствуете, что не накопили достаточно материала, уделите охоте ещё несколько дней. Часть 2 никуда не убежит.

Часть 2. Концептуальная инженерия: как создавать новые понятия

Помните ваш реестр номинативных зазоров — тот список ситуаций, которые вы описывали длинными фразами, потому что не хватало слова? Забавно, но именно этот список — ваше золото. Каждая запись в нём — это не проблема, а возможность. Возможность создать понятие, которого не хватает вам и, возможно, тысячам других людей.

В части 1 вы научились замечать зазоры. Вы прошли недельную охоту, научились отличать один тип зазора от другого, перестали проходить мимо фраз «ну это когда...». Теперь у вас есть сырьё. Но сырьё само по себе не становится продуктом. Глина не становится горшком, пока её не обожгут. Ваши зазоры не станут рабочими понятиями, пока вы не примените к ним технологию.

Часть 2 — это плавильная печь. Здесь вы научитесь превращать сырые наблюдения в точные, ёмкие, живые неологизмы. Те, которые не стыдно произнести вслух. Те, которые коллеги подхватят на следующий день. Те, которые изменят ваш язык — а через язык и ваше мышление.

Вот что вы сможете делать после этой части.

Вы сможете взять любой зазор из вашего реестра, пройти семь шагов техники «Номинативный зазор» и за двадцать минут получить три-пять вариантов названия. Вы сможете выбрать из них лучший, пользуясь не наитием, а пятью чёткими принципами. Вы сможете сказать коллеге: «У меня сейчас „рабочая хрупкость“, не отвлекай», — и он поймёт без пояснений.

Никакой магии. Только технология.

Глава 4 познакомит вас с центральной техникой книги — «Номинативный зазор». Семь шагов, от обнаружения феномена до создания неологизма. Сам алгоритм займёт у вас двадцать минут, но практиковаться вы будете всю жизнь — и каждый раз это будет приносить удовольствие.

Глава 5 — это ваша библиотека инструментов. Восемь приёмов создания новых слов. Композиция («инфоперегрузка»). Аффиксация («докликаться»). Метафора («ментальный мусор»). И другие. Вы будете возвращаться к этой главе, когда застрянете.

Глава 6 научит вас отличать сильный концепт от слабого. Есть пять принципов хорошего неологизма. Пять вопросов теста на жизнеспособность. Плюс разбор реальных примеров: почему «думскроллинг» взлетел, а «цифровая усталость» так и не стала общим словом.

Мы не будем просто читать. В каждой главе есть упражнения. Итоговое упражнение части 2 — вы возьмёте три своих зазора из реестра и создадите для них полноценные неологизмы с определениями, примерами и первыми полевыми тестами на коллегам. Не волнуйтесь, полевые тесты мы подробно разберём в части 3. Пока достаточно, чтобы слово просто прозвучало.

Одно предупреждение: эта часть потребует от вас смелости. Первые неологизмы будут казаться странными. Вы будете сомневаться: «а так можно?», «а не глупо ли звучит?». Это нормально. Так чувствует себя каждый, кто впервые берёт в руки инструмент. Через десять-пятнадцать попыток вы перестанете сомневаться. Через сотню — начнёте придумывать слова на ходу, не замечая усилий.

Откройте ваш реестр зазоров. Выберите три записи, которые вызывают самый сильный отклик. Положите их перед собой. После главы 4 вы вернётесь к ним и сделаете первый шаг.

Глава 4. Техника «Номинативный зазор»: семь шагов

4.1. Что такое техника «Номинативный зазор»

Техника «Номинативный зазор» — это центральный метод книги. Название может сбивать с толку: в части 1 мы называли «номинативным зазором» саму проблему — разрыв между феноменом и его именем. Здесь то же словосочетание обозначает способ решения. Не путайте: в части 1 вы учились замечать дыры. В части 2 вы учитесь их зашивать.

Суть техники проста и одновременно революционна: вы берёте безымянный феномен, который давно мозолит глаза, и за семь шагов превращаете его в рабочий неологизм. Не ждёте, пока слово само вырастет из разговорной практики. Не надеетесь, что кто-то придумает за вас. А берёте и делаете сами.

Техника опирается на три принципа, которые отличают её от любительского «придумывания словечек».

Первый принцип: системность. Вы не гадаете, какое слово подойдёт. Вы идёте по шагам, каждый из которых сужает пространство поиска. К концу седьмого шага у вас не может не быть варианта.

Второй принцип: опора на признаки. Неологизм не рождается из пустоты. Вы выделяете ключевые признаки феномена — и именно они подсказывают, какие корни, метафоры или аналогии использовать.

Третий принцип: проверка, а не вера. Техника не заканчивается на создании слова. Вы обязательно проверяете, работает ли оно в речи других людей. Без этого шага вы рискуете влюбиться в собственное изобретение, которое никому не нужно.

Время выполнения: от десяти минут для простого зазора (например, новое состояние, которое вы переживаете) до нескольких часов для сложного, требующего глубокого анализа (например, организационный паттерн в большой компании). Но даже несколько часов — это ничто по сравнению с годами, которые вы тратите, пересказывая один и тот же феномен длинными описаниями.

Мы будем разбирать технику на сквозном примере. Допустим, вы заметили феномен, который регулярно происходит на ваших совещаниях: команда тратит первые пятнадцать-двадцать минут на обсуждение того, кто будет вести протокол, вместо того чтобы обсуждать повестку. Вы обозвали это «ситуацией с протоколом», но точного слова нет. В реестре этот зазор записан. Теперь пройдем с ним все семь шагов.

4.2. Шаг 1. Обнаружьте феномен

Звучит странно: как можно применять технику, если феномен не обнаружен? Но дело в том, что к моменту старта техники вы уже должны быть уверены: это действительно устойчивый, повторяющийся феномен, а не случайность. Шаг 1 — это не первое обнаружение (оно было в части 1). Это подтверждение, что зазор стоит усилий.

Вы берёте запись из реестра и задаёте себе три вопроса.

Вопрос первый. Повторяется ли это? Сколько раз вы сталкивались с этим феноменом за последний месяц? Если меньше трёх — возможно, это случайность. Отложите его, наблюдайте дальше.

Вопрос второй. Реален ли феномен для других? Вы не одиноки в своём восприятии. Спросите двух-трёх коллег: «Вы замечали, что на совещаниях мы тратим время на споры о

протоколе?» Если они говорят «да, это бесит», феномен реален. Если смотрят с недоумением — возможно, это ваша личная чувствительность.

Вопрос третий. Есть ли уже имя? Вы провели проверку на существование имени в части 1 (шаг 4 охоты). Но повторите её ещё раз, быстрым движением: поищите в интернете ключевые слова, спросите коллег. Вдруг термин существует, но вы его пропустили.

Если ответы на первые два вопроса «да», а на третий «нет» — феномен готов к обработке. Вы можете переходить к шагу 2.

В нашем примере с протоколом: вы вспоминаете, что споры о том, кто будет писать протокол, возникают на каждом втором совещании. Коллеги вздыхают, когда вы заговариваете об этом. Поиск в интернете по словам «протокол совещания спор назначение» не выдаёт устойчивого термина, кроме общего «плохая организация». Зазор подтверждён.

4.3. Шаг 2. Дайте рабочее описание

Теперь вам нужно зафиксировать феномен так, чтобы он не расплывался. Рабочее описание — это не красивое название, а техническая спецификация. Оно нужно вам, чтобы на шаге 3 выделить ключевые признаки.

Правила хорошего рабочего описания:

— **Без оценок.** Слова «ужасно», «глупо», «бесит» не описывают феномен, они выражают отношение. Уберите их.

— **Без аналогий.** «Это как перетягивание каната» — аналогия, а не описание. Она полезна для понимания, но не для выделения признаков.

— **Конкретно.** Кто делает? Что делает? При каких обстоятельствах?

— **Одно-три предложения.** Не больше.

Вот как может выглядеть рабочее описание для нашего феномена:

«Группа людей (участники совещания) тратит время на обсуждение того, кто будет фиксировать решения. Закреплённая роль секретаря или протоколирующего отсутствует. Спор возникает в начале встречи и может длиться до двадцати минут, отодвигая содержательную повестку».

Сравните с плохим вариантом: «Ужасная ситуация, когда все спорят о протоколе вместо дела». Оценки («ужасная»), неконкретно («все спорят», «вместо дела»). Не годится.

Потренируйтесь на своих зазорах. Возьмите один из реестра и напишите рабочее описание. Если у вас получается больше трёх предложений — вы слишком детализируете. Если одно короткое предложение — возможно, вы упускаете важные нюансы. Цель — золотая середина.

4.4. Шаг 3. Найдите ключевые признаки

Рабочее описание — это связный текст. Для создания неологизма вам нужны не предложения, а список сущностных характеристик. Ключевые признаки — это скелет феномена. Отбросьте всё, что не является обязательным, и оставьте только то, без чего феномен перестаёт быть собой.

Как выделять признаки? Перечитайте рабочее описание и задайте вопросы: «Что обязательно должно присутствовать? Что может меняться без потери сути?»

Для нашего феномена:

— Обязательно: группа людей (не один человек).

— Обязательно: цель — зафиксировать решения (не просто поболтать).

— Обязательно: отсутствие закреплённой роли (если роль есть, спора нет).

— Обязательно: спор занимает время, которое можно было бы потратить на содержание.

— Необязательно: длительность именно двадцать минут (может быть десять, может быть тридцать). Необязательно: конкретный состав участников (это может быть любой отдел).

Формулируйте признаки коротко, как заголовки:

- Групповое обсуждение (совещание).
- Необходимость зафиксировать решения письменно.
- Отсутствие закреплённой роли секретаря.
- Спор о том, кто возьмёт эту роль.
- Время тратится на спор, а не на содержательную повестку.

Пять признаков — оптимальное число. Меньше трёх — феномен, возможно, слишком прост для отдельного неологизма. Больше семи — вы перегружаете концепт, он будет сложным для запоминания.

Выделив признаки, проверьте себя: если убрать один из них, останется ли феномен узнаваемым? Если да — возможно, признак не ключевой. Например, в нашем списке можно убрать «групповое обсуждение»? Нет, это основа. Можно убрать «необходимость зафиксировать решения»? Если фиксация не нужна, спора не будет. Значит, признак ключевой.

4.5. Шаг 4. Создайте неологизм

Вот он, творческий шаг. Но без хаоса. Вы используете ключевые признаки как исходный материал и применяете один или несколько приёмов из библиотеки (глава 5). Задача — сгенерировать три-пять вариантов. Не останавливайтесь на первом, который пришёл в голову. Хороший неологизм рождается из сравнения альтернатив.

Для нашего феномена попробуем разные приёмы (полный список приёмов — в главе 5, здесь я покажу несколько для примера).

Приём композиции (соединение двух корней): «протоколоспор», «секретарепустота», «ролевойвакуум» (звучит коряво, отбрасываем).

Приём метафоры (перенос из другой области): «протокольная петля» (как заикленный участок дороги), «модерационный вакуум» (вакуум как отсутствие чего-либо).

Приём аналогии (по образцу существующего слова): по аналогии с «информационный шум» — «протокольный шум»? Не точно, шум — это лишняя информация, а здесь потеря времени на распределение роли. По аналогии с «пробка» (дорожная) — «протокольная пробка».

Приём аффиксации (приставка или суффикс): «протокольщина» (суффикс -щина с оттенком негатива), «распротоколиться» (шутливо).

Соберём лучшие варианты:

- Протокольная петля.
- Модерационный вакуум.
- Протокольная пробка.
- Ролевая пустота.

Четыре варианта. У каждого есть плюсы и минусы. На шаге 5 мы их проверим.

Для вашего зазора: возьмите один феномен из реестра, выпишите его ключевые признаки (шаг 3). Затем примените хотя бы три разных приёма из главы 5. Генерируйте быстро, не оценивая. На этом этапе количество важнее качества. Плохой вариант можно отбросить позже. Хороший вариант часто приходит после трёх-четырёх неудачных.

4.6. Шаг 5. Проверьте на точность

У вас есть три-пять вариантов. Теперь нужно выбрать лучший. Но «лучший» не значит «самый красивый» или «самый остроумный». Лучший — значит самый точный, понятный и удобный. Для проверки задайте себе пять вопросов.

Вопрос первый. Передаёт ли слово суть? Если человек услышит его впервые, поймёт ли он, о чём речь? Для «протокольной петли»: петля — что-то заикленное, замкнутый круг. Да, спор о протоколе действительно заикливает совещание. Хорошо. Для «модерационного вакуума»: вакуум — отсутствие, пустота. Модерация — управление ходом встречи. Модерационный вакуум — отсутствие управляющего. Но в нашем феномене проблема не в модерации целиком, а в конкретной роли секретаря. «Модерационный вакуум» может быть понят шире. Минус.

Вопрос второй. Не путается ли с другими понятиями? «Протокольная пробка» может быть понята как задержка из-за бюрократии (как «бюрократическая пробка»), а не именно спор о роли. «Ролевая пустота» — слишком обще, подходит для многих ситуаций, где роль не назначена. Минус.

Вопрос третий. Легко ли произнести и запомнить? «Протокольная петля» — три слова, но устойчивое сочетание. Коротко, запоминается. «Модерационный вакуум» — длиннее, но тоже произносимо.

Вопрос четвёртый. Понимает ли смысл человек без дополнительного объяснения? Проверьте на себе: представьте, что вы говорите коллеге «у нас опять протокольная петля». Он поймёт? Вероятно, спросит: «Что это?» Но короткое объяснение («спор о том, кто пишет протокол») сразу внесёт ясность. Для неологизма это нормально. Совсем непонятные слова («протоколоспор») отбрасываем.

Вопрос пятый. Хочется ли его использовать? Скажите каждый вариант вслух несколько раз. «Протокольная петля» — приятно, есть энергия. «Модерационный вакуум» — официальнее, тяжелее. «Ролевая пустота» — безлико.

После этих вопросов я выбираю «протокольную петлю». Она точна (петля передаёт заикленность), не путается (если нет другого устойчивого термина), легко произносится, запоминается, ей хочется пользоваться.

Для вашего зазора: пройдите по пяти вопросам для каждого варианта. Выберите один. Если ни один не набрал «да» на большинство вопросов — вернитесь к шагу 4 и сгенерируйте новые варианты, возможно, с другими приёмами.

4.7. Шаг 6. Внедрите в свой язык

Неологизм создан. Но на бумаге он мёртв. Живым он становится только в речи. Шаг 6 — самый важный и самый часто пропускаемый. Не ждите идеального момента. Начните использовать слово завтра же.

Как внедрять:

— Говорите новое слово вслух. Сначала самому себе. Затем в разговоре с коллегой, когда феномен проявится. Например, на совещании, когда начинается спор о протоколе, скажите: «О, опять протокольная петля. Давайте за минуту назначим секретаря и поедем дальше».

— Не извиняйтесь за новое слово. Не говорите «я тут придумал термин». Говорите уверенно, как будто это общепринятое выражение. Люди подхватывают уверенность.

— Используйте слово неоднократно. Один раз — оно пролетит мимо. Три раза — начнёт запоминаться. Десять раз — войдёт в привычку.

— Пишите. Вставьте слово в протокол встречи, в рабочий чат, в презентацию. Письменная фиксация закрепляет его сильнее устной.

В нашем примере: вы говорите «протокольная петля» на трёх совещаниях подряд. На четвёртом кто-то из коллег говорит: «Что, опять петля? Давайте секретаря». Слово начало жить своей жизнью.

4.8. Шаг 7. Распространите (по желанию)

Этот шаг необязательный. Если вы создали концепт для себя (личный тезаурус), на шаге 6 можно остановиться. Но если слово решает проблему вашей команды или компании, поделитесь им.

Способы распространения:

- Добавьте слово в общий глоссарий (как это делать — глава 9).
- Напишите короткое сообщение в рабочий чат: «Коллеги, заметил, что мы часто спорим о протоколе. Предлагаю называть это „протокольной петлёй“. Сократит объяснения».
- Сделайте шпаргалку: слово, определение, пример. Разошлите по электронной почте или в общий документ.
- Если слово выходит за пределы вашей компании (например, описывает отраслевой феномен), напишите пост в профессиональном блоге или выступите на конференции.

Но помните: распространение не должно быть насильственным. Если слово полезно, оно распространится само. Ваша задача — просто предложить.

4.9. Упражнение: примените семь шагов к своему зазору

Теперь ваша очередь. Возьмите один феномен из вашего реестра — лучше тот, который вы отметили как приоритетный после недельной охоты. Выполните шаги 1—7.

- Шаг 1. Подтвердите, что феномен повторяется и реален для других.
- Шаг 2. Напишите рабочее описание (1—3 предложения, без оценок и аналогий).
- Шаг 3. Выделите 3—7 ключевых признаков.
- Шаг 4. Сгенерируйте 3—5 вариантов неологизмов, используя разные приёмы (загляните в главу 5, если нужно).
- Шаг 5. Проверьте варианты по пяти вопросам, выберите лучший.
- Шаг 6. Внедрите: завтра же используйте слово в разговоре с коллегой (или с другом, если зазор личный). Запишите реакцию.
- Шаг 7 (по желанию). Поделитесь словом с командой или добавьте в глоссарий.

Не ждите, что получится идеально с первого раза. Первый блин часто комом. Но пятый — уже румяным. Десятый — вы перестанете замечать усилия.

Когда выполните упражнение для одного зазора, повторите для второго. Два-три успешных неологизма — и вы почувствуете вкус концептуальной инженерии.

Глава 5. Библиотека приемов создания неологизмов

В главе 4 вы освоили семь шагов техники «Номинативный зазор». Самым творческим из них — и для многих самым трудным — оказался шаг 4: создание неологизма. Что делать, если феномен понятен, признаки выделены, а нужное слово не приходит в голову? Не ждать вдохновения. Использовать приёмы. Эта глава — ваш инструментарий. Восемь способов превратить ключевые признаки в работающее слово. Не нужно запоминать их все сразу. Достаточно знать, что они есть, и уметь быстро к ним обращаться.

Каждый приём я объясню на примерах. Примеры будут сквозными: я буду использовать уже знакомый вам феномен «протокольной петли», а также другие, чтобы вы видели гибкость приёмов. В конце главы вы выполните упражнение: примените несколько приёмов к своему зазору.

5.1. Композиция (соединение двух корней)

Что это такое. Вы берёте два слова (или корня), которые отражают суть феномена, и соединяете их в одно. Композиция — самый продуктивный способ словообразования в русском языке. Она интуитивно понятна: «пароход», «самолёт», «ледокол» — всё это композиты.

Когда использовать. Композиция хороша, когда у феномена есть две равнозначные составляющие. Например, «инфоперегрузка» — информация и перегрузка. «Цифроусталость» — цифра и усталость. Ни одна из частей не главнее другой, они работают в паре.

Как делать. Выпишите ключевые признаки феномена. Найдите два самых ярких слова (существительных или прилагательных), которые их описывают. Соедините их. Варианты соединения: корень+корень (инфо+шум → инфошум), прилагательное+существительное (быстрый+выбор → быстровыбор), глагол+существительное (рвать+шаблон → рвач-шаблон — но это скорее игровой вариант).

Пример с протокольной петлёй. Признаки: спор, протокол, вакуум, роль. Композиция: «протоколоспор» — звучит тяжеловато, но технически верно. «Ролевакуум» — лучше, короче. «Секретарепустота» — длинно, неудобно.

Другие примеры из реальности. «Инфоперегрузка» (информация + перегрузка) — прижился. «Видеозвонковая лихорадка» (видеозвонок + лихорадка) — шуточный, но точный. «Мозгоштурм» вместо «мозговой штурм» — не прижился, потому что потерял отдельность и ритм.

Правила хорошей композиции. Соединение должно быть удобным для произнесения. «Инфоперегрузка» — четыре слога, «ролевакуум» — четыре, «протоколоспор» — пять, уже тяжелее. Если слово получается длиннее пяти слогов, попробуйте сократить одну из частей: не «секретарь», а «секр». Но осторожно: сокращение может сделать слово непонятным.

5.2. Аффиксация (приставка или суффикс)

Что это такое. Вы берёте существующее слово и добавляете к нему приставку (до-, за-, пере-, от-, нео-, анти-) или суффикс (-инг, -изм, -щина, -ость, -ник). Слово меняет смысл или оттенок, оставаясь узнаваемым.

Когда использовать. Аффиксация подходит, когда феномен является разновидностью уже известного явления, но требует уточнения. Например, «пересогласование» — согласование, но с приставкой пере- (заново, слишком много). «Докликаться» — кликать, но с приставкой до- (до результата, часто с негативным оттенком).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.