

А. Бубнов

200 хайповых слов

6+

Александр Бубнов
200 хайповых слов

«ЛитРес: Самиздат»

2019

Бубнов А. И.

200 хайповых слов / А. И. Бубнов — «ЛитРес: Самиздат», 2019

ISBN 978-5-532-09466-6

Перед вами словарь ультрасовременных, хайповых слов на каждый день. Он ориентирует вас в новейшей терминологии и добавит +100 500 очков к личной эффективности! Просто изучайте по одному слову в день и используйте в своей речи, и вы увидите, как на вас будут смотреть по-другому, удивляясь вашей всесторонней эрудиции и интеллекту. Также перед вами откроются новые возможности личностного развития и карьерного роста, вас станут приглашать на различные конференции, форумы, и доверят самые перспективные для реализации проекты. С данной книгой вы продвинетесь вперед!

ISBN 978-5-532-09466-6

© Бубнов А. И., 2019
© ЛитРес: Самиздат, 2019

Содержание

ОТ АВТОРА	5
СПИСОК СЛОВ	6
Конец ознакомительного фрагмента.	15

ОТ АВТОРА

Мир не стоит на месте. Каждый день он бросает нам новые вызовы. Но вместе с тем открываются и новые возможности.

Изменяются и нормы языка. Энергичные молодые люди, в их числе бизнесмены, банкиры, политики, разработчики, говорят уже на совершенно другом, современном языке, оперируя новыми понятиями и категориями.

Чтобы не отставать и всегда успевать за изменениями, научиться общаться на современном языке, быть «на волне» и идти в ногу со временем, создан наш сборник из двухсот хайповых слов!

По сути, это – словарь ультрасовременных слов на каждый день. Он сориентирует вас в терминах из различных областей и добавит +100500 очков к личной эффективности!

Просто изучайте по одному слову в день и используйте сразу в своей речи, и вы увидите, как на вас будут смотреть по-другому, удивляясь вашей всесторонней эрудиции и интеллекту.

Так же перед вами откроются новые возможности личностного развития и карьерного роста, вас станут приглашать на различные конференции, форумы, и доверят самые перспективные для реализации проекты.

Вы еще сомневаетесь?

А может пора начать двигаться вперед...

СПИСОК СЛОВ

Агломерация
Айдентика
Айсио
Альтер эго
Ампула
Ангажированность
Ассессмент-центр
Аутентичность
Аутлет-центр
Аутсорсинг
Аутстаффинг
Аутфит
Бекстейдж
Бизнес-инкубатор
Билингва
Билинг
Бинджвотчинг
Биткоин
Блоггинг
Блокбастер
Блокчейн
Блэк тай
Бодипозитив
Бодишейминг
Ботнет
Брендирование
Брифинг
Буккросинг
Буксы
Бьюти
Бэклинк
Валидность
Вебинар
Вейпер
Вендор
Венчур
Винтаж
Вирусная реклама
Волатильность
Гайд
Геймпад
Грумминг
Гудвилл
Дайджест
Дарсонвализация

Дауншифтинг
Девелопер
Детерминанта
Дериватив
Джоб оффер
Дискаунтер
Дисконт
Дистрибьютер
Драйвер
Драйвер роста
Дрифтинг
Дропаут
Дропшиппинг
ИМХО
Инкогнито
Инсайдер
Инфраструктура
Истеблишмент
Кавер
Кайдзен
Кампус
Кастомизация
Карпулинг
Каршеринг
Кейс
Кемпинг
Кластер
Кликабельность
Консалтинг
Контент
Конъюнктура
Компетенция
Концепт
Косплей
Коучинг
Краудинвестинг
Краудсорсинг
Краудфандинг
Кроссфит
Кэжуал
Лайфхак
Лакшери
Лендинг пейдж
Леттеринг
Лиды
Ликвидность
Лобби
Логистика
Лонг-лист

Лояльность
Лук
Майнинг
Маст-хэв
Маркетплейс
Медвединг
Медиа
Мейкап
Мейнстрим
Менсплейнинг
Мерчендайзер
Месседж
Мундиаль
Научпоп
Нейминг
Нетворкинг
Нон-стоп
Нон-фикшн
Ноу-хау
Ньюсмейкер
Оверсайз
Одиозность
Ониомания
Паттерн
Переферия
Перфоманс
Портфолио
Пресс-релиз
Преппи
Провайдер
Профайлинг
Рандом
Редирект
Резюме
Реквест
Реккурентность
Рекрутинг
Релевантность
Реновация
Рестайлинг
Ритейл
Ричмедиа
Руферство
Свайп
Сейл
Сигна
Слип
Смоки айс
Социопат

Спиннер
Спичрайтинг
Стайлинг автомобиля
Стартап
Сток
Стримить
Тайм-менеджмент
Таргеттинг
Тачскрин
Технопарк
Тизер
Тимбилдинг
Типографика
Трабл
Транзакция
Транспарентность
Трансфер
Триггер
Троллинг
Тюленинг
Тюнинг
Точка кипения
Трэш
Уикэнд
Фавикон
Фанбук
Фансайд
Фейк-ньюз
Фейслифтинг
Фишинг
Форжинг
Фотобомбинг
Фрилансер
Фуди
Хайп
Хакатон
Хеджирование
Хедхантинг
Хейтер
Хэндмейд
Хипстер
Хостинг
Хронофаг
Хэштег
Челендж
Чилить
Шазамить
Шоурум
Эйджизм

Эйчар
Эквайринг
Экскурс
Эмодзи
Юзабилити

1. Агломерация, или городская агломерация (от лат. *agglomeratio* – «присоединяю, накапливаю») – компактное скопление населённых пунктов, главным образом городских, местами срастающихся, объединённых в сложную многокомпонентную динамическую систему с интенсивными производственными, транспортными и культурными связями. Образование городских агломераций – одна из стадий урбанизации.

Различают моноцентрические (сформировавшиеся вокруг одного крупного городского ядра, например, Нью-Йоркская агломерация) и полицентрические агломерации (имеющие несколько городов-ядер, например, скопления городов в Рурском бассейне Германии).

Региональная агломерация – компактное территориальное размещение городских населённых пунктов, объединённых интенсивными хозяйственными, трудовыми и культурно-бытовыми связями.

Агломерация (микробиология) – образование скоплений микроорганизмов.

2. Айдентика (сокращ. от англ. *corporate identity* – «фирменный стиль») – это визуальный образ торговой марки, компании, бизнеса. Айдентика состоит из логотипа, фирменных канцтоваров, маркетинговой продукции (флаеры, буклеты, сайты), фирменной упаковки, фирменной одежды, интерьера и экстерьера компании, материалов пресс-служб и т.д.

3. Айсико (*ICO*, от англ. *initial coin offering* – «первичное размещение токенов») – разновидность краудфандинга для компаний, основанных на блокчейне, и инструмент для инвесторов без гарантированной доходности.

В ходе ICO компания производит токены, которые может купить любой желающий, а затем, например, торговать ими или тратить на предоставляемые компанией услуги – поэтому ICO часто сравнивают с IPO.

Этот процесс сложен технически – для этого нужно написать так называемый white paper (юридически выверенное описание проекта на блокчейне), создать технологическую платформу, которая будет в том числе заниматься распределением токенов криптовалюты и обеспечивать торговлю ими, в конце концов, запустить сам проект, который будет обеспечивать ценность токенов. Но из-за популярности ICO процесс стал сложен ещё и с маркетинговой точки зрения: не просто создать достаточный интерес к токенам компании, когда их выпускают все вокруг, поэтому основная затратная статья ICO – это именно PR.

В настоящее время, рынок ICO весьма насыщен. Так, сообщество MDK, собиравшееся при помощи криптовалюты монетизировать создаваемые пользователями мемы, подняло лишь 55 тысяч долларов за три недели размещения токенов, хотя изначально рассчитывало на сумму от 2 до 10 миллионов.

4. Акселерация (от лат. *acceleratio* – «ускорение») – это процесс дополнительного выпуска продукции, зависящий от роста спроса на инвестиции из-за роста продаж товаров и дохода, и требующий большего количества капитала, вызывая тем самым капиталовложения. Принцип акселерации связан с тем, что чистые инвестиции (валовые инвестиции за минусом затрат на амортизацию) вызываются изменениями в объёме выпуска продукции и не могут сократиться ниже действующей ставки амортизации, представляя собой скорость роста запаса капитала, или изменением его за какой то период времени.

Акселератор – дополнительный доход, полученный в результате мультипликативного воздействия первоначальных инвестиций, который приводит к росту спроса на потребительские товары.

Бизнес-акселератор – тоже самое, что бизнес-инкубатор.

5. Альтер эго (от англ. *alter ego* – «другой я») – реальная или придуманная альтернативная личность человека либо персонаж, в характере и поступках которого отражается личность писателя. Это может быть лирический герой, образ, закрепившийся за псевдонимом, наместник или даже одна из множества личностей, появившихся в результате психического расстройства.

Термин иногда используется в литературе и других творческих работах в описании персонажей, психологически схожих между собой или с автором. Например, персонаж нескольких фильмов Антуан Дуанель – альтер эго его создателя, режиссёра и сценариста Франсуа Трюффо.

Выражение *alter ego* стало распространённым благодаря обычаю, принятому в некоторых государствах Европы в прошлом: когда король передавал всю свою власть какому-нибудь наместнику, он награждал его званием «королевского второго я» – «альтер эго регис».

6. Амплуа (от франц. *emploi* – «роль, должность, место, занятие») – определённый род ролей, соответствующих внешним и внутренним данным актёра. Согласно системе амплуа в рамках классицизма, для каждой характерной роли предполагался определённый набор внешних данных (рост, сложение, тип лица, тембр). Одним из первоочередных требований для актёра, претендующего на определённую роль, было соответствие такому набору требований.

В общем понимании сегодня амплуа – это закреплённая за человеком натура (например, Петросян – комик, Басков – блондин, стюардесса – красавица); в переносном смысле – положение и роль в обществе, род деятельности, круг занятий.

7. Ангажированность (от франц. «*engager*» – «нанять, побудить, пригласить, вовлечь») – сознательно выбранная общественная позиция. Быть ангажированным – значит быть вовлечённым, занять позицию, принять чью-то сторону.

8. Ассессмент-центр, или центр оценки (от англ. *assess* – «оценка») – один из методов комплексной оценки персонала, основанный на использовании взаимодополняющих методик, ориентированный на оценку реальных качеств сотрудников, их психологических и профессиональных особенностей, соответствия требованиям должностных позиций, а также выявление потенциальных возможностей специалистов. На сегодняшний день ассессмент-центр является одним из наиболее точных методов оценки компетенций сотрудников.

Оценка участников производится посредством наблюдения их реального поведения в моделирующих упражнениях.

Внешне метод похож на бизнес-тренинг: участникам предлагаются деловые игры и задания, но их цель – не развить умения и навыки, а предоставить равные для всех возможности проявить компетенции в моделируемых деловых ситуациях.

Важнейшей составляющей метода является сведение оценок экспертов, полученных в отдельных упражнениях, в интегральные оценки по компетенциям.

Оценку методом ассессмент центра проводят как специализированные организации, оказывающие услуги в области оценки персонала, так и «внутренние» HR специалисты и/или психологи.

Современные представления о корректном использовании данного метода зафиксированы в Российском стандарте центра оценки, международных нормативах по АЦ, а также ряде национальных стандартов.

9. Аутентичность (от др.-греч. *αὐθεντικός* – «подлинный») относится к правильности начал, свойств, взглядов, чувств, намерений; искренности, преданности.

Аутентичность текстов – тексты договора оформляются на языках участников договора, при этом разноязычные тексты должны по своему логическому содержанию соответствовать друг другу. При этом обязательно указание, что в случае разночтений, преимущество имеет текст на том или ином языке.

Аутентичность информации – свойство, гарантирующее, что субъект или ресурс идентичны заявленным.

Аутентичность в искусстве и технике – подлинность произведения, продукции, изделия (не подделка).

10. Аутлет-центр, или аутлет (от англ. *outlet* – «вывод, слив, сток») – формат торгового центра, специализирующегося на продаже одежды известных брендов со значительными скидками.

Различают два вида:

- *factory outlet* – распродажа залежей товарной продукции на фабриках и заводах производителей;
- *outlet mall* – распродажа залежей товарной продукции на полках бутиков и брендовых магазинов.

Здания, в которых размещаются аутлет-центры, минимизируют затраты на обслуживание помещения, что благотворно сказывается на ценах товаров. Аутлет-центры получили широкое распространение в США и Западной Европе.

11. Аутсорсинг (от англ. *outsourcing (outer-source-using)* – «внешнее использование ресурсов») – передача организацией, на основании договора, определённых видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в нужной области. В отличие от услуг и поддержки, имеющих разовый, эпизодический или случайный характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг обычно передаются функции по профессиональной поддержке бесперебойной работы отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта (не менее 1 года). Аутсорсинг позволяет повысить эффективность предприятия в целом и использовать освободившиеся организационные, финансовые и человеческие ресурсы для развития новых направлений или концентрации усилий, не требующих повышенного внимания.

В российской предпринимательской практике на аутсорсинг чаще всего передаются такие функции, как ведение бухгалтерского учёта, обеспечение функционирования офиса, переводческие услуги, транспортные услуги, поддержка работы компьютерной сети и информационной инфраструктуры, рекламные услуги, обеспечение безопасности.

По данным Института аутсорсинга (*Outsourcing Institute, США*), аутсорсинг является развивающимся видом оптимизации деятельности предприятий, причем наибольший рост наблюдается в сфере финансов и бухгалтерского учёта. Статистика, собранная в 1997 году Американской ассоциацией управления, показала, что уже тогда 20 % из числа 600 опрошенных фирм передали на аутсорсинг хотя бы некоторую часть финансовых и бухгалтерских операций, а 80 % – часть административных функций.

12. Аутстаффинг (от англ. *out* – «вне» и *staff* – «персонал») – комплекс мер, направленных на использование персонала вне штата. Явление это достаточно новое для России, заключается в переоформлении сотрудников одной компании в штат другой организации.

Компания-заказчик не вступает в правовые отношения с персоналом организации, предоставляющей услуги аутстаффинга. При этом нанятые рабочие обязуются выполнить перечень работ, указанных в договоре. Таким образом, организация, занимающаяся аутстаффингом, предоставляет во временное распоряжение часть персонала предприятия. Место, время и объем необходимых работ в договоре указывает заказчик. То есть работники формально числятся в штате одной организации, а фактически выполняют работу другого предприятия.

Услуги аутстаффинга компания-*аутстаффер* берет на себя полное обеспечение сотрудника, в том числе выдача документов, подтверждающих работу, банковских зарплатных карт и переводов оплаты труда, решение текущих вопросов с рабочими, управление персоналом, налоговая отчетность в государственные органы. Также возможны оформление добровольного и обязательного страхования работников, замена персонала на время больничных, обучение сотрудников и предоставление корпоративной связи и униформы.

Наиболее распространены компании, предоставляющие представителей рабочих специальностей – грузчиков, электриков и т.д.

13. Аутфит (от англ. *outfit* – «снаряжение, обмундирование») – обобщающее название ансамбля одежды и аксессуаров. Аутфит стал популярен в последнее время, причем выставки одежды могут быть как от знаменитых кутюрье, так и от рядовых модниц, умеющих формировать собственный стиль или с точностью копировать звездный.

Аутфит существует для того, чтобы мода стала ближе. Вещи с модных показов, реплики и копии моделей от знаменитых дизайнеров можно найти в любом бутике, а вот составить комплект из них может не каждая. Чтобы поделиться опытом качественного шопинга и умения одеваться со вкусом, модницы выкладывают в интернет свои фото или видео с демонстрацией того или иного стиля.

Создать собственный аутфит можно самостоятельно, сфотографировав свой стиль в зеркале, или подключив к этому увлекательному процессу подругу. Повседневный стиль одежды, праздничный комплект, летний гардероб, карнавальный костюм на Новый год – все это можно найти в модных аутфитах.

14. Бекстейдж (от англ. *backstage* – «закулисы, закулисный, находящийся за кулисами») – действия, процессы, которые не видит зритель – «за кулисами», «за сценой», «за кадром». Термин чаще всего используется в модельном бизнесе, в кинематографе. То, что происходит за кулисами, до выступления или в процессе съемок. Моменты процесса подготовки дефиле, театрального представления, концерта или любого другого зрелищного мероприятия. То есть фото или видеосъемка подготовки, всего того, что останется «за кадром»: рабочие моменты, процесс того, как моделей красят, одевают, приводя в полную готовность к показу.

15. Бизнес-ангел (от англ. *angel, business angel, angel investor*) – частный венчурный инвестор, обеспечивающий финансовую и экспертную поддержку компаний на ранних этапах развития.

Понятие «ангел» сформировалось в театральной среде Нью-Йорка в начале XX века.

В Театральном квартале вокруг Бродвея «ангелами» называли обеспеченных поклонников театра, инвестировавших в новые постановки. Их привлекало покровительство искусству и близкое знакомство с именитыми актёрами и режиссёрами. Инвестиции были рискованными, «ангел» получал прибыль только в случае успеха постановки.

В отношении частных инвесторов этот термин впервые применил Уильям Ветцель, профессор Университета Нью-Гэмпшира в 1978 году. Эту характеристику получили обеспеченные мужчины с опытом предпринимательской и управленческой деятельности, непублично вкла-

дывающие средства в местные компании на ранних стадиях развития. Работы Ветцеля пробудили интерес к явлению, и в 80-х годах Управление по делам малого бизнеса при правительстве Соединённых Штатов включилось в поддержку исследований непубличного рынка венчурного капитала, а термин закрепился в английском языке.

В русском языке соответствует устаревшему слову «меценат».

16. Бизнес-инкубатор – это организация, занимающаяся поддержкой проектов молодых предпринимателей на всех этапах развития: от разработки идеи до её коммерциализации.

Более половины всех программ бизнес-инкубаторов являются «многофункциональными» проектами, они работают с клиентами из различных отраслей промышленности. Технологические инкубаторы составляют 39 % от инкубационных программ.

Первые прообразы бизнес-инкубаторов появились в Великобритании в середине XX века. Первый бизнес-инкубатор в современном понимании этого слова был основан в 1959 году. Джозеф Манкусо купил склад при фабрике в городе Батавия и основал первый инкубатор в Америке – Batavia Industrial Center. Его целью было создание новых рабочих мест в городе с экономической депрессией

В России бизнес-инкубаторы появились в 1990 году. По российскому законодательству, бизнес-инкубатор – это «организация, решающая задачи, ограниченные проблемами поддержки малых, вновь созданных предприятий и начинающих предпринимателей, которые хотят, но не имеют возможности начать своё дело, связанные с оказанием им помощи в создании жизнеспособных коммерчески выгодных продуктов и эффективных производств на базе их идей».

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.