



# 100 ЗАПРЕТНЫХ СЛОВ ДЛЯ БОССА И ПИАРЩИКА

*Толковый словарь  
бестолковых формулировок*

Алексей Гриценко

Алексей Гриценко

**100 запретных слов  
для босса и пиарщика**

«Издательские решения»

**Гриценко А. П.**

100 запретных слов для босса и пиарщика / А. П. Гриценко —  
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-938210-8

Книга «100 запретных слов для босса и пиарщика» Алексея Гриценко посвящена именно практикам. Она обобщила 100 примеров словосочетаний, взятых из реальных пресс-релизов, которые склоняют журналиста или редактора отправить ваш текст в корзину, а не взять его в работу и опубликовать новость о вас.

ISBN 978-5-44-938210-8

© Гриценко А. П.  
© Издательские решения

## Содержание

Отзывы первых читателей этой книги	6
Конец ознакомительного фрагмента.	9

# **100 запретных слов для босса и пиарщика**

**Алексей Павлович Гриценко**

*Фотограф* Андрей Бойко

© Алексей Павлович Гриценко, 2018

© Андрей Бойко, фотографии, 2018

ISBN 978-5-4493-8210-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## Отзывы первых читателей этой книги

**Эти слова сейчас звучат, что называется,  
из каждого утюга.**

– Смеялась в голос, но это было бы смешно, если бы не было так грустно. Почти половину таких перлов я действительно с завидным постоянством встречаю в пресс-релизах. Впрочем, «самое эксклюзивное направление», уже ставшее, к сожалению, привычным в PR-рассылке, в последние годы уступило пальму первенства таким изречениям, как «обсудили подходы к решению проблемы» и «обе стороны поддерживают друг друга». А прочитав нечто похожее на «дают возможность реализации политики», хочу ударить пресс-секретаря прямо по голове, причем больно и желательно чем-то очень тяжелым (чтобы в папке «Входящие» больше никогда не видеть его фамилию). К сожалению, эти слова сейчас звучат, что называется, из каждого утюга. И именно поэтому такая книга-предостережение – это настоящий «маст-хэв» и отнюдь не только для пиарщиков. Поддерживаю инициативу своих коллег и во избежание очередных «ляпов» в релизах, сюжетах и статьях рекомендую Союзу журналистов распространять издание по всем редакциям и профильным факультетам российских вузов.

**Каролина Стрельцова,**  
*зав. отделом политики газеты «Молот» областного медиахолдинга  
«Дон-медиа», автор книги «Вопреки всему», член Союза журналистов России*

**Прививка от лингвистических мутаций.**

– Книга Алексея Гриценко – по-настоящему актуальное практическое пособие, которое желательно держать на столе каждому пресс-секретарю, да и всем специалистам, чья работа связана с написанием текстов, заметок, речей, поздравлений, отчетов и докладов. К большому сожалению, мы наблюдаем сегодня беспощадное засорение языка безграмотными оборотами, ненужными вводными словами, фразами, которые становятся общепринятыми клише только потому, что прозвучали из уст «большого начальника». Даже самые добросовестные сотрудники пресс-служб нередко воспроизводят уродующие наш русский язык текстовые «модули», то ли по привычке, то ли, чтобы не выделяться из коллектива.

«100 запретных слов для босса и пиарщика» – прививка от лингвистических мутаций. Работу Гриценко стоит рекомендовать не только тем, кто начал свой профессиональный путь, но также студентам, которые еще не успели засорить свою речь.

**Денис Дворников,**  
*публицист, спичрайтер губернатора Московской области, член  
комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере медиакоммуникаций*

**В текст легко может проскользнуть  
какой-нибудь словесный мусор.**

– Список «запретных слов», опубликованный в книге Алексея Гриценко, – отличный инструмент не только для пиарщиков, но и для журналистов. В редакционной запарке в текст легко может проскользнуть какой-нибудь словесный мусор. А значит, есть риск, что читатель потеряет интерес к материалу, перелистнет страницу или кликнет на ссылку какого-нибудь онлайн-ресурса. Особенно жаль, если публикация, которая действительно содержит эксклюзивную информацию, недоберет заслуженного внимания из-за слишком сухой подачи и бюрократизмов.

Поэтому любому человеку, который пишет тексты, стоит каждый раз проводить некий «штамп-чекинг», используя в том числе книгу Алексея Гриценко. Чем меньше в них будет

встречаться «ведущих производителей, занимающих лидирующие позиции и представляющих масштабные проекты по развитию», тем более ясными и понятными будут в итоге материалы.

**Наталья Горова,**

*редактор отдела региональной редакции ИД «Коммерсантъ»*

**Буду рекомендовать коллегам.**

– Более чем полезное издание. Буду рекомендовать коллегам. Особенно важно, что есть отсылка на «рекламный отдел», поскольку в банке «Открытие» принято строить работу со СМИ на некоммерческих началах. Думаю, издание будет полезно как начинающим специалистам пресс-служб, так и тем, кто уже давно в профессии. Тем более, что в сфере коммуникаций работает много специалистов, не имеющих базового журналистского или филологического образования. Таким коллегам можно посоветовать словарь в качестве «настольной книги».

**Алексей Рыщук,**

*пресс-секретарь ПАО Банка «ФК Открытие» по ЮФО и СКФО*

**100 профессиональных секретов**

**Алексея Гриценко.**

– Автор книги «100 запретных слов для босса и пиарщика. Толковый словарики бестолковых формулировок» Алексей Гриценко известен не только как журналист и пиарщик – значительный опыт профессиональной деятельности позволяет ему делиться «производственными» секретами с аудиторией, с теми, кто связан с медиасредой. В числе его благодарных учеников и маститые профессионалы, и студенты, и школьники. С ними Алексей Гриценко встречался на мастер-классах, курсах профессионального мастерства, конференциях. Данная книга последовательно продолжает PR-образовательное направление работы автора: до этого были статьи и учебное пособие, адресованные пиарщикам.

«100 запретных слов для босса и пиарщика» может стать настольной книгой специалиста по связям с общественностью. В обществе, где информационные потоки играют все большую и большую роль, именно эффективный пресс-релиз обеспечивает интерес к деятельности компании, но в то же время неумелый пресс-релиз, а также пресс-релиз с ошибками могут свести на нет усилия целой команды пиарщиков. Алексей Гриценко приводит список выражений и словосочетаний, которых следует избегать в тексте пресс-релиза. Если вы не знаете их, но хотите стать мастером пресс-релизов, то эта книга для вас!

**Виктория Смеюха,**

*доктор филологических наук*

**Эта небольшая по объему книга —  
на самом деле серьезный труд.**

– Алексей – один из лучших ростовских PR-специалистов, имеющий знания, опыт, легкий для восприятия официальный стиль изложения, а также дружественные контакты в ключевых оффлайн и онлайн СМИ. Благодаря своим компетенциям, он может в достаточно короткий период (до года) значительно увеличить PR-показатели компании: узнаваемость, известность, – а также начать формирование имиджа компании в качестве не только игрока, но и эксперта рынка.

Эта небольшая по объему книга – на самом деле серьезный труд, основанный на глубоких знаниях и большом практическом опыте. Она содержит полезные рекомендации для начинающих пиарщиков-копирайтеров и для экспертов, которые пишут для журналистов самостоятельно.

В части примеров есть вариант правильных формулировок, в другой, большей части – нет. А мне как перфекционисту важно понимать не только, как не надо, но и как надо. А формат «плохо – хорошо» считается наиболее понятным и доступным для понимания. Материал

изложен качественно, легко читается и хорошо запоминается. Алексей имеет большой опыт, и чудесно, что у него открылась внутренняя потребность делиться им.

**Елена Королева,**

*экс-директор по продажам строительной компании «Феникс-Инвест»*

**Сначала было СЛОВО.**

– Всем известно, что критики – это несостоявшиеся авторы.

«Можно кратко – часа два, не больше»))))), как говаривал один из персонажей «Карнавальная ночь», вещать о достоинствах и преимуществах «Толкового словарика бестолковых формулировок» Алексея Гриценко. Еще можно найти в «бочке меда» маленькую «ложку дегтя» и указать автору на мнимые или реальные погрешности.

Однако поскольку пособие создано для профессионалов или тех, кто ими желает стать, то самое правильное – это поместить книгу на рабочий стол. Причем на рабочий стол служебного компьютера.

Принято считать, что речь – это средство общения и объединения. Но это лишь одна из ее функций. Ученые-лингвисты считают, что языки появились как способ противопоставления разных групп людей друг другу. У многих древних племен было по два-три языка: один – для женщин, другой – для мужчин, часто – свой у элиты, почти всегда – отдельный у жрецов. При этом подобные знания были великой тайной, сокровенной ценностью, не подлежащей передаче непосвященным. Говоришь на понятной речи, значит, ты – «свой», не знаешь языка – изгой, «чуждый элемент».



## **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.