

## ГРАМОТНАЯ РЕЧЬ СПЕЦИАЛИСТОВ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

С.А.Руткевич

Полесский государственный университет

Способность правильно, точно, логично, ясно, выразительно изъясняться; умение быстро, глубоко понимать речь окружающих и грамотно реагировать на неё – это основа коммуникативной компетенции любого специалиста. Коммуникативная компетенция в современном мире становится важнейшей составляющей общей профессиональной компетенции специалистов всё большего количества видов деятельности. Поэтому практически всем выпускникам школы (тем более – вуза) необходимо быть коммуникативно развитыми личностями. Зону повышенной речевой ответственности профессионалов образуют многие, прежде всего публичные, профессии: журналистика, педагогика, менеджмент, здравоохранение...

Банковское дело, несомненно, тоже требует от специалистов повышенной ответственности за каждое слово, высказывание, объявление, за каждую рекламную листовку...

И важность хорошей речи для успеха в банковском деле, и необходимость понимания этой важности подтверждает сама жизнь. Осенью 2012 года в учебном корпусе факультета банковского дела Полесского государственного университета размещалось объявление ОАО «Приорбанк» о конкурсе на замещение вакансий, и первым в перечне требований к кандидатам было следующее: грамотная, чёткая, точная речь.

В одном из номеров газеты «Наш банк сегодня» (№22, 3 июня 2011 г.), в материале, подготовленном отделом психологического сопровождения департамента персонала, утверждается: «Успех в работе банка во многом определяется его имиджем и авторитетом в глазах клиентов и партнёров по бизнесу. Одним из важнейших условий формирования успешного имиджа ОАО «АСБ Беларусбанк» является обязательное соблюдение всеми сотрудниками общепринятых в банке корпоративных требований к профессиональному поведению и внешнему облику работников. В соответствии с Кодексом профессиональной этики работника ОАО «АСБ Беларусбанк» каждый сотрудник должен следовать строгому деловому стилю в одежде и внешности» (с.7). Напрашивается существенное дополнение к процитированному: никак не менее важным условием формирования положительного, привлекательного имиджа банка (фирмы, агентства, бюро и т.д.) является соблюдение сотрудниками общепринятых в литературном языке норм произношения, написания, словоупотребления, грамматики. Аналогия с дресс-кодом здесь очень уместна: по речи, как и по одежде, можно очень многое понять о человеке, о его культурном, образовательном уровне, социальном статусе, о его предпочтениях, ценностях, о его гражданской и профессиональной ответственности. (См. знаменитый афоризм Сократа: «Заговори, чтоб я тебя увидел.»)

Во многих учреждениях, организациях руководители хорошо осознают, что каждый сотрудник должен следовать (в соответствии с гласным или негласным кодексом профессиональной этики) не только «строгую деловую стиль в одежде и внешности», но и тем правилам хорошего тона, которые не позволяют культурному, воспитанному человеку безответственно, небрежно относиться к

речевой составляющей профессионального общения, поведения. Так, например, в той же газете ОАО «Беларусбанк» несколько лет (с 2009 г.) эпизодически появляется рубрика «Культура речи». В материалах, подготовленных для неё М.Ч.Пермяковой, говорится, например, о склонении составных наименований типа СЧЁТ-ФАКТУРА, об удареии в словоформах ДЕНЬГАМИ, О ДЕНЬГАХ, о необходимости ставить точки над буквой Ё...

Но есть и другие примеры, свидетельствующие о недостаточном внимании к обеспечению здоровой, комфортной лингвосферы банковских услуг.

В центрах банковских услуг ОАО «Белинвестбанк» можно увидеть такие объявления: «Здесь вы можете снять наличные, оплатить карточкой за услуги» или «Здесь вы можете оплатить карточкой за услуги, купить подарочную карту». Глагол ПЛАТИТЬ и его производные обозначают понятия, ядерные для концептосферы «банковские операции, услуги». Следовательно, грамотное, корректное употребление в речи глагола ОПЛАТИТЬ, существительного ОПЛАТА может превышать лингвистическую эрудицию кондуктора в общественном транспорте, но не тех, кто создаёт и размещает в ЦБУ подобную рекламу. «Глагол ОПЛАТИТЬ употребляется только в конструкциях с винительным падежом зависимых слов без предлога: ОПЛАТИТЬ ЧТО-НИБУДЬ. Неправильно, например: ОПЛАТИТЬ ЗА РАБОТУ... Ошибка возникает в обиходно-разговорной речи под влиянием ложной аналогии с литературными конструкциями типа ЗАПЛАТИТЬ... УПЛАТИТЬ или ПЛАТИТЬ ЗА ЧТО-НИБУДЬ...» [1, с. 530].

А вот обращение к клиентам работников ОАО «АСБ Беларусбанк» (посредством листовки над инфокиоском): «Уважаемые клиенты! В инфокиоске, используя пластиковую карточку... можно провести следующие операции: ... оплата услуг оператора мобильной связи, оплата коммунальных услуг, оплата за газ, оплата за водоснабжение ... оплата за питание в детских садах...». Диалог с клиентом в просторечном регистре заставляет усомниться в уважительном к нему отношении. «Отглагольное существительное ОПЛАТА в литературном языке употребляется с родительным падежом зависимых слов без предлога ... В обиходно-разговорной речи встречаются неправильные конструкции ОПЛАТА ЗА ТРУД... ЗА БАГАЖ...» [там же].

Значительный урон репутации специалистов, ЦБУ, отделения какого-либо банка, банка в целом наносят орфографические, грамматические ошибки в объявлениях, листовках, договорах с клиентами. Неправильное, безграмотное употребление в письменной официальной речи тех или иных языковых средств может раздражать, отвлекать адресата, мешать ему незатруднённо и быстро понимать напечатанное, т.е. может вносить определённый дискомфорт (включая оскорбление эстетического вкуса) в переживание адресатом речи коммуникативного акта. Имидж, репутация учреждения при этом, разумеется, страдает.

В самом деле, досадно, обидно даже школьнику читать в ЦБУ такие, например, фрагменты текста: «Вклад «Новый 2010» (в белорусских рублях): в течени<sup>и</sup> первых трёх месяцев хранения – 16 % годовых... Вклад «Облигации» (доллары США, Евро): 8 % годовых, ставка в течени<sup>и</sup> всего срока хранения фиксированная...» Вспоминается объявление, в котором говорилось, что чеки «Имущество» обмениваются на чеки «Жильё» только ПО ПРЕДЪЯВЛЕНИЮ паспорта... (в соответствии с нормами современного русского литературного языка предлог ПО во временном значении следует употреблять с предложным падежом существительного: ПО ПРЕДЪЯВЛЕНИИ, ПО ИСТЕЧЕНИИ...). Удручают и некоторые синтаксические ошибки, содержащиеся в адресованных клиентам банков письменных текстах. В листовке для клиентов одного из отделений филиала №121 ОАО «АСБ Беларусбанк» сообщалось: «Назвав кассиру фамилию и адрес, вам сообщат всю информацию о платежах ...». Вот уж кто-то плохо слушал в школе «про глагол и про тире»! «Если ... производитель действия, обозначенного глаголом – сказуемым, и производитель действия, обозначенного деепричастием, не совпадают, употребление деепричастного оборота стилистически ошибочно ...» [2, с. 323].

Разнообразные ошибки в устной речи сотрудников также снижают конкурентоспособность банковских отделений в привлечении («захвате») клиентов, в продаже им своих услуг. Угрозу имиджевых потерь таят в себе такие типичные свидетельства недостаточности профессиональной подготовки, как: неправильное ударение во многих словах (см. пресловутые ПЕНЯ, ЗАКЛЮЧИМ (договор), НЕДОИМКА, ТОВАРИЩЕСТВО, СРЕДСТВА, РАЗМЕСТИМ, ЦЕНУ, ОЦЕНЕННЫЙ ...); произнесение твёрдых согласных вместо нормативных мягких и мягких вместо твёрдых в отдельных словах (ВЗИМАТЬ, ДЕПОЗИТ, ТЕРМИНАЛ, ЭМИТЕНТ...; ИНДЕКСАЦИЯ, ДЕФОЛТ...); искажение звукового состава некоторых слов (ЗАЙМ вместо ЗАЁМ, ДИВИДЕНТЫ вместо ДИВИДЕНДЫ, ОБНАЛИЧУТ вместо ОБНАЛИЧАТ, ЗАДОЛЖНОСТЬ вместо ЗАДОЛЖЕННОСТЬ, ИСТЁКШИЙ СРОК вместо ИСТЕКШИЙ...); неправильное склонение сложных и составных

числительных, словосочетаний с ними, словосочетаний со смешанными числами и со словом ПОЛТОРА (ПОЛТОРЫ)...

Умение грамотно, культурно общаться в профессиональной деятельности, в повседневной жизни – важнейшая составляющая общей культуры личности, общества. Чем выше культура общения с потребителем банковских услуг, тем приятнее, позитивнее его впечатления, ощущения, переживания, связанные с пребыванием в данном сегменте нашей «среды обитания», и тем лучше «паблисити» кредитно-финансового учреждения (его сотрудников). В условиях обостряющейся борьбы за клиента ещё очевиднее становится необходимость гораздо больше внимания уделять лингвистической, речеведческой составляющей квалификации специалистов банковского дела. Современный мир ужесточает требования к речевой компетенции профессионала.

### **Список Литературы:**

1. Скворцов, Л.И. Большой толковый словарь правильной русской речи: 8000 слов и выражений / Л.И.Скворцов. – М.: ООО «Издательство Оникс»: ООО «Издательство «Мир и образование», 2009. – 1104 с.
2. Розенталь, Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д.Э.Розенталь; под ред. И.Б.Голуб. – 13-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2008. – 368 с.