

Смешные деньги

Многих психически здоровых людей располагают к себе юмор, ироничная интонация, отсутствие звериной серьезности даже в самом серьезном деле. Допустимо ли проявлять чувство юмора для повышения нормы прибыли в таком респектабельном, застегнутом на все пуговицы банковском бизнесе? Да, если банки смеются не над клиентами, а над собой.

История с увольнением сотрудницы Сбербанка за шутку в Twitter наделала много шума в кругах нашей виртуальной (то есть живущей в Интернете) общественности. Барышня из управления по связям с реальной общественностью разместила в микроблоге главного банка страны невинный вроде бы пост: «Народный лайфхак: если на стене мелом написать «Сбербанк», у стены образуется очередь из 30 пенсионерок. Кто пробовал? Работает?». Союз пенсионеров России возмутился. Я думаю, прежде всего английским термином «лайфхак» («взлом жизни»), в котором Союзу пенсионеров вполне могло почудиться какое-то ругательство. Барышню стремительно уволили. Представители Сбербанка извинились и сообщили, что это был народный юмор. Что они никого не хотели обидеть. Что уважают клиентов всех возрастов. Блогосфера скорее воспылала сочувствием к уволенной, чем к пенсионерам.

В итоге получилось нечто вроде преступления и наказания. На мой вкус, за такое можно было и не увольнять - ограничиться извинениями перед Союзом пенсионеров. Потому что сам факт увольнения стал чрезмерно серьезной реакцией единственного по-настоящему народного банка на не слишком серьезное происшествие. Или, говоря криминальным языком, «превышением необходимой самообороны».

Впрочем, в этой истории непросто найти правых и виноватых. Для начала поставьте себя на место тех, над кем шутят. Объектом шутки всегда быть неприятнее, чем ее субъектом. Мне, правда, кажется, что едва ли пенсионерки запоем читают микроблог Сбера в Twitter. А продвинутых бабушек, которые все-таки читают, это вряд ли могло бы обидеть. Именно из-за их продвинутости. Что касается Союза пенсионеров России, организация с таким названием в принципе не может иметь чувства юмора. Однако главный недостаток этой шутки не в том, что она какая-то чересчур обидная, а в том, что несмешная. Есть гораздо более смешные шутки, сконструированные по такому же принципу, как сделала уже бывшая сотрудница Сбера. Когда некоей группе людей изначально приписываются какие-нибудь «забавные», с точки зрения шутника, свойства

или реакции. Например, такая: «Хотите остановить банду негритянских подростков? Бросьте им баскетбольный мяч».

Существует замечательный, я бы сказал, канонический пример правильной, смешной, необидной, никого, даже при наличии самого большого воображения, не унижающей бизнес-шутки. Авиакомпания Singapore Airlines, одна из лучших в мире, постоянно возглавляющая всевозможные рейтинги качества обслуживания пассажиров, рекламировала себя таким официальным слоганом: «Мы точно в срок и без потерь доставим вас в Токио, а ваш багаж - в Дар-эс-Салам». Если кто не знает, Дар-эс-Салам - крупнейший порт Танзании и находится очень-очень далеко от Токио. «Сингапурские авиалинии» таким образом шутили над собой. Но самой этой шуткой отказывали себе даже в теоретической возможности отправить по разным концам света багаж и пассажира. Ведь для репутации компании не было бы ничего более страшного (кроме авиакатастроф, разумеется), чем хотя бы один случай, когда такой ее слоган вдруг оказался бы правдой.

Так что если банки хотят шутить в социальных сетях, быть современными, вести с клиентами «свойский» разговор на простом и понятном им языке, надо учить персонал великому искусству смеяться над собой. А смешные истории, связанные с клиентами, можно рассказывать в частном порядке. «Мир уцелел, потому что смеялся», - написал когда-то Марк Твен. Возможно, после очередного глобального финансового кризиса, которым мы друг друга усиленно пугаем, эта фраза будет звучать так: «Банк уцелел, потому что смеялся».