

چرا شوخی و طنز در محل کار مهم است؟

در این شماره به جای یک متن طنزآمیز به خود طنز پرداخته می‌شود. مطلبی که در این شماره زیرعنوان "چرا شوخی و طنز در محل کار مهم است" می‌خوانید یکی از رایانامه‌های پرشماری است که اخیراً دریافت کرده‌ایم. نویسنده و مترجم این مطلب هردو ناشناخته‌اند.

محل کار منتشر کرد.

طنز به مدیران کمک می‌کند تا با کارکنان‌شان ارتباط برقرار کنند و این احتمال را بالا می‌برد که یک زیردست باور کند رئیس‌اش آن را چه او انجام می‌دهد درک می‌کند. یک جوک به‌موقع وقتی که خبر بدی می‌رسد نیز می‌تواند به افراد این احساس را بدهد که مدیریت همه چیز را در کنترل دارد. شوخی کردن همچنین با کلیدهای گسترده‌تر موفقیت مثل رسیدن به اهداف نیز رابطه‌ای مستقیم دارد. مگنوس می‌گوید هرگونه شوخی مثبت به نظر می‌رسد رضایت شغلی را بالا می‌برد. شوخی کردن نشان می‌دهد شما یک شخصیت واقعی دارید و می‌توانید با کارمندان‌تان در همان سطح ارتباط برقرار کنید. البته توجه داشته باشید، تلاش افراطی برای شوخ‌بودن در واقع ضدطنز است. مگنوس می‌گوید مدیرانی که برای جوک گفتن طراحی می‌کنند، جوک‌های یک خطی قدیمی را باز یافت می‌کنند، یا طنز را در موقعیت‌های اشتباه به زور به کار می‌گیرند شاهد پنبه‌شدن رشته‌های‌شان خواهند بود.

مگنوس می‌گوید، طنز و شوخی در هر جای دنیا می‌تواند خوب کار کند. او به‌تازگی سفری به آلمان داشت که در آن جا لیخنند از نظر فرهنگی خیلی مرسوم نیست. ولی مگنوس می‌گوید از این که چطور آلمانی‌ها مانند دیگران از شوخی کردن در سر کار لذت می‌برند متعجب شده است؛ و همین مزیت در برقراری پیوند بین مدیران و کارکنان را آن جا نیز دیده است. استفاده از طنز در موقعیت‌های کاری ممکن است در خاورمیانه یا جنوب شرقی آسیا چالش‌برانگیزتر باشد. آن جا معمولاً از مدیران انتظار می‌رود خیلی خود را از کارکنان بالاتر بدانند. پس جوک گفتن با آنان ممکن است به نظر بی‌جا برسد.

ولی نوبل، کشیش نیواسپرینگز اعتقاد دارد چیزی جهانی در مورد خنده وجود دارد. او می‌گوید: "هر جا بروید، هر جای این کشور یا هر جای جهان، مردم وقتی می‌خندند همه یک‌جور هستند. شما می‌توانید دو انسان را کنار هم قرار دهید، و اگر آنان توانستند در یک خنده شریک شوند یک نقطه‌ی مشترک پیدا می‌کنند." پس طنز و شوخی می‌تواند زبان جهانی کسب‌وکار باشد.

نوع طنزی را که در دفتر مرکزی شرکت زاپوس در نوادا استفاده می‌شود در نظر بگیرید. این فروشگاه آنلاین کفش فهرستی از ارزش‌های بنیادین خود دارد که شماره ۳ این فهرست این است: "شوخی کنید و اندکی تفاوت ایجاد کنید."

در آن جا رایج است شما رئیس را ببینید که یک تی‌شرت چسبان جلب توجه‌کننده را در روزهای خاصی بر تن کند؛ همچنین، در آن جا خواندن سرود دسته‌جمعی ۳۷ نفره که همگی نه چندان اتوکشیده هستند و نیز جنگ با تفنگ‌های آب‌پاش بین واحدهای مختلف به شکل منظمی برنامه‌ریزی می‌شود.

وَنسا لاسون که یک مدیر ارشد در زاپوس و نیز یک شوخ‌پیشه‌ی (کمدین) پاره‌وقت است می‌گوید پشت همه‌ی این حرکات سبک هدفی وجود دارد. اختصاص زمانی از روز برای انجام کارهای مسخره کار را مفرح‌تر می‌کند؛ و وقتی کارها مفرح‌تر شوند سریع‌تر انجام می‌شوند.

تصور کنید، کارکنان مرکز تماس زاپوس باید ۸۰ درصد زمان‌شان را به تلفن‌ها پاسخ بگویند، که به معنی بهره‌وری است. آنان ۲۰ درصد باقی‌مانده‌ی زمان‌شان را آزادند که در نمایش‌های سر کار یا فیلم‌های کوتاهی که در یوتیوب بارگزاری یا آپلود می‌شود شرکت داشته باشند. لاسون می‌گوید: "ولی رابطه‌ی مستقیمی بین آزادی‌دادن به کارمندان برای تفریح کردن در سر کار و بهره‌وری وجود دارد. این باعث شده است تا کارمندان زاپوس کم‌تر تمایل به ترک کار داشته باشند و بیشتر علاقه داشته باشند تا ایده‌های جدید بدهند. ولی از بین همه‌ی این‌ها، این کارها بیش‌تر به خاطر داشتن اوقات خوش همراه با انجام دادن کارها است."

مزیت‌ها

جسیکا مِسِمِر مگنوس که عضو هیات علمی مدیریت در مدرسه‌ی کسب‌وکار کمرون در دانشگاه ویلمینگتون در کارولینای شمالی است می‌گوید فرهنگ سازمانی طنزمحور زاپوس در سطوح مختلف می‌تواند مفید باشد. او یکی از اعضای تیمی بود که سال گذشته مقاله‌ای را در مجله‌ی روان‌شناسی مدیریت در مورد مزایای طنز در

کشیش پری نوبل می‌گوید سلسله موعظه‌های او که هر یک‌شنبه حدود ۲۰,۰۰۰ نفر عبادت‌کننده را به دو کلیسای جنوبی او به نام باپتیست می‌کشاند نکته‌ای دارد: موضوعات طنزآمیز.

نوبل می‌گوید: "اگر بتوانید مردم را بخندانید می‌توانید توجه آنان را برای گوش کردن جلب کنید. وقتی آنان خوب خندیدند بیشتر ممکن است که به موعظه و چیزهایی که ما می‌خواهیم بگوییم گوش دهند."

تفاوتی بین کشیشان و مدیران در شرکت‌ها نیست. طنز می‌تواند موقعیت‌های ناخوشایند را از بین ببرد و به کارمندان کمک کند تا با رئیس‌ان خود صمیمی‌تر شوند. جوک گفتن لازمه‌ای برای موفقیت در مدیریت نیست ولی مطالعات نشان می‌دهد شوخی کردن به خلاقیت، روابط شخصی بهتر، و محیط کاری بانشاط‌تر می‌انجامد.

مایکل کر نویسنده‌ی کتاب "جدی نباشید! طنز را به سر کارتان ببرید" می‌گوید: "کار کردن اثر فوق‌العاده مهمی بر زندگی ما می‌گذارد، خب پس چرا از اینی که هست آن را سخت‌تر کنیم؟"

نکات منفی

کر می‌گوید خنده، محیط کار خوبی درست می‌کند و این به موفقیت می‌انجامد. ولی بسیاری مدیران نگران استفاده از عضلات صورت‌شان برای خندیدن هستند. مثلاً، نگران هستند که نکند کسب‌وکار شوخ و مفرح به دعوا و مراقبه در سر کار بینجامد.

اجتناب از افتادن در تله‌های حقوقی معمولاً در یک حس مشترک موضوعیت پیدا می‌کند. هر موضوع بی‌ربطی که در هر جمع دیگری از غریبه‌ها به نظر نامناسب می‌رسد "مثل جوک‌های نژادپرستانه، قومیتی، جنسی، یا مذهبی" در سر کار نیز ممکن است شما را گیر بیندازد.

یک قانون دیگر در مورد جوک‌های سر کار: آن‌ها هرگز نباید کسی را تحقیر کنند که مقام پایین‌تری دارد. کر می‌گوید: "بدرترین کاری که می‌توانید بکنید تبدیل یک زیردست به کیسه بوکس است." در این موقعیت چه کسی برنده است: رئیسی که می‌تواند در مورد خودش شوخی کند و از طنز در مورد خود برای تلطیف موقعیت تنش‌آلود استفاده کند.