

بررسی شوخ طبعی و هوش سیاسی در اثربخشی ارتباطات میان فردی سازمان

آرزو سهرابی^۱، علی اکبر فرهنگی^۲

دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۳ پذیرش: ۱۳۹۷/۴/۲۴

چکیده

شوخی طبعی ارتباطات را تسهیل می‌کند، رابطه‌ها را مستحکم می‌کند، استرس را کاهش می‌دهد، به انسان دیدگاه می‌دهد و توجه را بالا برده، نشاط می‌بخشد و سبب ایجاد، تقویت و بهبود ارتباطات می‌شود. مدیران را قادر می‌سازد تا با استفاده از پدیده شوخی ارتباطات مؤثر و هوشمندانه‌ای با کارکنان خود برقرار سازند. در این میان، علاوه بر نقش شوخی طبعی در سازمان؛ شناخت علایق، سلیقه‌ها، فرهنگ و حساسیت‌های مخاطبان هدف، مدیریت کلام و به کارگیری اصول و فنون مذاکره، بهره‌گیری از روانشناسی و ارتباطات در مدیریت اطلاعات، مدیریت مشتریان خصوصاً مدیریت مشتریان شاکی، مدیریت برخورد و مدیریت بر دیگران و سازمان و ... همگی به هوش سیاسی بستگی دارد. هوش سیاسی شامل توانایی در ایجاد

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی دانشگاه تهران، نویسنده مسئول،

Arezoo_sohrabi@ut.ac.ir

۲. استاد، فوق دکتری ارتباطات سازمانی، هیات علمی بازنشسته گروه آموزشی مدیریت دولتی،

دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

شبکه ارتباطی خوب است که می‌تواند ائتلاف‌های غیررسمی را مانند ائتلاف‌های رسمی ایجاد کند. در این مقاله به بررسی نقش هوش سیاسی و شوخ‌طبعی در سازمان و تأثیرات مثبت آن پرداخته شده است، پس از مرور مبانی نظری، تحقیقات انجام شده در خصوص موضوع بررسی شده و در آخر توصیه‌هایی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: ارتباطات میان‌فردی، شوخ‌طبعی، هوش سیاسی.

مقدمه

«ارتباط» از جمله پدیده‌هایی است که با همه جوانب زندگی انسان پیوند خورده است. ارتباطات از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین رفتارهای انسانی است که روز به روز بر این پیچیدگی افزوده می‌شود. انسان‌ها بخش مهمی از زندگی خود را در سازمان‌های رسمی و غیررسمی سپری می‌کنند که در آن «ارتباطات» جریان دارد. ارتباطات سازمانی امری انکارناپذیر است؛ زیرا مراحل انجام کار را ترغیب کرده و تبادل اطلاعات بین کارکنان رده‌های مختلف سازمانی را امکان‌پذیر می‌سازد (معقول و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۲۷). در ادبیات جدید ارتباطات و مسائل رفتاری، پژوهشگران بسیاری به این نتیجه رسیدند که «شوخ‌طبعی»، یکی از عوامل مهم موفقیت افراد در تعامل‌های اجتماعی و یک مهارت شایستگی اجتماعی است. شوخ‌طبعی در ارتباط، با بیدارکردن عواطف مثبتی که موجب افزایش قدرت شنوایی، درک و فهم پذیرش پیام می‌شود، شرایط ارتباط مناسبی ایجاد می‌کند (دامغانیان و یزدانی‌زیارت، ۱۳۹۴، ص ۴۱۴).

افراد شوخ‌طبع مهارت‌های مدیریت استرس خوبی را نشان می‌دهند، قادر به ارزیابی، ابراز و مدیریت هیجان‌اتشان هستند و در تعاملات اجتماعی موفق‌ترند (قالبی‌حاجیوند و همکاران، ۱۳۹۱، ۸۰). شوخ‌طبعی موفق یا مثبت به عنوان ارتباطات متقابل سرگرم‌کننده‌ای تعریف شده که این ارتباطات به وسیله سخنران، سرگرم‌کننده و به وسیله دریافت‌کنندگان نیز سرگرم‌کننده تصور می‌شود. تحقیقات نشان داده است افراد با حس شوخ‌طبعی، اجتماعی‌تر و در روابط بین‌فردی سازگارتر و

انطباق‌پذیرترند (سپهوند و محمدیاری، ۱۳۹۵، ۶۴). شوخ‌طبعی ارتباطات را تسهیل می‌کند، رابطه‌ها را مستحکم می‌کند، استرس را کاهش می‌دهد، به انسان دیدگاه می‌دهد و توجه را بالا برده نشاط می‌بخشد (تریپتی، ۱۳۸۴، ص ۸۱). شوخی و خنده در محیط کاری نوعی پاداش درونی است و موجب می‌شود که فرد، مورد علاقه دیگران قرار گرفته و به عنوان عضوی از گروه پذیرفته شود. مدیران یک سازمان می‌توانند با ایجاد جوی شاد و پر از مزاح، استرس را به حداقل رسانده و بهره‌وری و تولید را افزایش دهند. شوخ‌طبعی علاوه بر کاهش استرس موجب بهبود ارتباطات در یک محیط کاری می‌شود. اکثر بگومگوها، سوء تفاهم‌ها و کم‌کاری‌ها در نتیجه ضعف در ارتباط است. اهمیت ارتباطات در زندگی مانند خون در رگ‌هاست و جو شوخ‌طبعی در سازمان باعث می‌شود که افراد شاد باشند، و افراد شاد نه تنها تعامل اجتماعی (ارتباط) بیش‌تری با دیگران دارند، بلکه کیفیت ارتباطات آن‌ها نیز بالاتر است و کم‌تر دچار ارتباطات غیرمؤثر می‌شوند. نتایج از سوی بری و هانسن حاکی از آن است که اگر فعالیت‌های اجتماعی روزانه خود را در یک هفته یادداشت کنید، کسانی که در محیط‌های شاد و مفرحی قرار داشتند، فراوانی رویارویی‌های اجتماعی آن‌ها بیش‌تر است و زمان بیش‌تری را صرف تعاملات اجتماعی می‌کنند و اغلب ارتباطات آن‌ها به صورت مؤثر انجام می‌شود. حتی می‌توان از شوخی در سخنرانی‌ها، که یکی از روش‌های مؤثر در ارتباطات است، برای آموزش یا متقاعد ساختن افراد استفاده کرد (افتخاری، ۱۳۸۸، ۵۵). استفاده گزینشی و آگاهانه از شوخ‌طبعی می‌تواند به خودی خود یک مهارت ارتباطی باشد و در روابط اجتماعی دیگر مانند توانایی آغاز مراودات اجتماعی، توانایی حمایت عاطفی از دیگران، و توانایی حل تعارضات رفتاری و اجتماعی مؤثر باشد (فرهنگی، ۱۳۸۹، ۳۰۰).

۲۰۵ ◇ بررسی شوخ‌طبعی و هوش سیاسی در اثربخشی ارتباطات میان فردی سازمان

رویکرد جدید مدیریت، استفاده از هوش مدیریت اهمیت خاصی پیدا کرده است که شامل هوش هیجانی، منطقی، سیاسی، فرهنگی، معنوی و اخلاقی است. هوش مدیریتی بالا نزد مدیران، موجب افزایش بهره‌وری و عملکرد سازمانی و مهارت‌های مدیریتی مدیران خواهد شد (درگاهی و همکاران، ۱۳۹۴، ۱۱). به طور کلی علاقه به مهارت‌های اجتماعی در سال‌های اخیر افزایش یافته و تحت عناوینی مانند هوش اجتماعی، هوش سیاسی، هوش عاطفی، خودانعطاف‌پذیری، خودنظارتی، و هوش کاربردی مطرح گردیده است. هر یک از این مفاهیم اندکی متفاوت از یکدیگرند؛ اما همه آن‌ها به عنوان بخشی از مفهوم کلی مهارت اجتماعی شناخته می‌شوند که اشاره به سهولت ارتباط با دیگران دارد. هرچند بخش اعظمی از مهارت اجتماعی که در زندگی روزانه به کار می‌رود قابل تعمیم به محیط‌های کاری می‌باشد؛ برخی از پویایی‌های زمینه‌ای منحصربه‌فرد در سازمان‌ها وجود دارند که نوعی مهارت اجتماعی خاص را طلب می‌کنند تا در بستر واقعیت‌های اجتماعی و سیاسی سازمانی توسعه داده شوند. در واقع، مهارت سیاسی، گونه‌ای منحصربه‌فرد از مهارت اجتماعی است که با گذشت زمان از طریق آموزش، تجربه و نظارت قابل تغییر است. گرچه مفاهیم اجتماعی و سیاسی بسیار مشابه یکدیگرند؛ تفاوت‌هایی نیز دارند. مهارت سیاسی فراسوی سهولت و راحتی ارتباط می‌باشد و بر مدیریت تعامل با دیگران به شیوه مؤثر تمرکز دارد؛ به طوری که به تحقق اهداف فردی و سازمانی منجر می‌گردد. مهارت سیاسی، شکلی مجزا از مهارت اجتماعی است که هدف آن دستیابی به موفقیت و تحقق اهداف در سطوح فردی و سازمانی است. این مهارت می‌تواند خارج از قلمرو سازمانی رخ دهد؛ اما هدف آن نفوذ و موفقیت سازمانی است. در همین سو، رهبرانی که از سطح بالای هوش و مهارت سیاسی برخوردارند،

به تدوین ارزش‌هایی قادر خواهند بود که مورد قبول کارکنان و سازمان بوده و این امر فرایند بهبود پتانسیل نیروی کار را تسهیل می‌کند. افرادی که مهارت سیاسی زیادی دارند، در مورد ارتباطاتی که با دیگران شکل می‌دهند، کاملاً حسابگر و زیرک هستند؛ به دیگران اعتماد و اطمینان را القا می‌کنند که به آن‌ها اجازه می‌دهد، چنین سرمایه اجتماعی را به طور مؤثر مدیریت کنند. به زعم فریز و همکاران، مهارت سیاسی، سازه‌ای چند بعدی و متشکل از جزای متمایز و در عین حال به هم مرتبط می‌باشد که عبارتند از: هوشیاری اجتماعی، نفوذ بین فردی، توانایی شبکه‌سازی و صمیمیت آشکار (تابلی و همکاران، ۱۳۹۴، ۲۳۹).

در ایجاد ارتباطات میان فردی اثربخش در سازمان، عوامل بسیاری دخیل هستند. در این میان، از متغیرهای مهمی که کم‌تر به آن توجه شده و نقش بسزایی در اثربخشی ارتباطات دارد، هوش سیاسی و شوخ طبعی است. لذا پس از شناسایی خلأ پژوهشی، به بررسی متغیرها و تحقیقات صورت گرفته، پرداخته شده است و در انتها توصیه‌هایی براساس پژوهش‌های صورت گرفته و مرور ادبیات ارائه شده است. هدف مقاله فهم و نشان دادن نقش شوخ طبعی و هوش سیاسی در ارتباطات بین-فردی سازمانی است. لذا به بررسی متغیرهای هوش سیاسی و شوخ طبعی و ارائه پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص پژوهش پرداخته شده است.

ادبیات نظری پژوهش

شوخی طبعی

شوخی طبعی به کیفیتی از عمل، گفتار، نوشتار اشاره دارد که موجب سرگرمی و تفریح می‌شود. حس شوخی طبعی رگه شخصیتی پایدار و متغیر مهم تفاوت‌های فردی است، که در انواع رفتارها، تجربه‌ها، عاطفه‌ها، بازخوردها، و توانایی‌های مرتبط با سرگرمی،

بررسی شوخ‌طبعی و هوش سیاسی در اثربخشی ارتباطات میان فردی سازمان ◇ ۲۰۷

از جمله خندیدن و خنداندن تجلی می‌یابد (شریعت‌باقری و شکبیا قاراب، ۱۳۹۳، ص ۱۵۷) و شامل ارتباطات کلامی و غیرکلامی است که موجب پاسخ عاطفی و شناخت مثبت از جانب شنوندگان می‌شود (رومرو و کروئیردز^۱، ۲۰۰۶، ۶۰). شوخ-طبعی در ارتباط با بیدارکردن عواطف مثبتی که موجب افزایش قدرت شنوایی، درک و فهم، و پذیرش پیام می‌شود؛ شرایط مناسب ارتباطی ایجاد می‌کند (دامغانیان و یزدانی زیارت، ۱۳۹۴، ص ۴۱۴).

منافع استفاده از شوخ‌طبعی در محیط کار بسیار است؛ انعطاف‌پذیری ذهن افراد را تقویت می‌کند؛ قدرت سازگاری آنان را در شرایط نامساعد بالا می‌برد؛ کم‌تر حالت تنفر بر آن‌ها غلبه می‌کند؛ کارمندان را قادر می‌سازد در برابر سختی‌ها بتوانند از خود بیش‌تر نرمش نشان دهند و در نهایت آنان را در پذیرش ایده‌ها و روش‌های نو کمک می‌کند. شوخ‌طبعی سبب افزایش روحیه تیمی در افراد می‌شود؛ بهره‌وری و شجاعت ریسک‌پذیری و ابتکار را افزایش داده و در نهایت روحیه آنان را بهبود می‌بخشد. شوخ‌طبعی سالم سبب تقویت و بهبود ارتباطات می‌شود. اگر بتوانیم باهم تفریح کنیم، باهم بخندیم و با هم لذت ببریم، شکی نیست، که بهتر باهم می‌توانیم کار کنیم (تریپتی، ۱۳۸۴، ۸۴؛ مارتین و همکاران^۲، ۲۰۰۴، ۲۱۰). از نظر گروئر^۳ (۱۹۷۶) شوخ‌طبعی موجب می‌شود پیام با جذابیت بیش‌تری میان افراد رد و بدل شده، و توجه مخاطبان را جلب کرده و موجب کاهش تکرار و توضیح اطلاعات می‌شود. ارتباطات در گروه و میان افراد گروه بسیار حائز اهمیت است و

۱ Romero & cruthirds

۲ Martin et al

۳ Gruner

شوخی طبیعی از عوامل تسهیل کننده ارتباط در گروه است؛ اما باید توجه داشت که همچون شمشیری دولبه است، به این دلیل که ممکن است چیزی که از نظر فردی شوخی تلقی می شود، از نظر فرد دیگر این گونه برداشت نشود. موفقیت در به-کارگیری شوخی طبیعی در محیط کاری به مخاطبان و شنوندگان آن بستگی دارد و باید براساس نوع کار، اهداف و مخاطبان به کاربرده شود (رومرو و پِسکاسُلیدو^۱، ۲۰۰۸، ۳۹۹). میرآ^۲ (۱۹۹۷) اشاره می کند، شوخی طبیعی در تمامی روابط انسانی حضور دارد، از جمله سازمانی، سیاسی و خانوادگی و نیرویی است که موجب بهبود و تسهیل می شود.

هدف های شوخی طبیعی سازمانی

هدف های اصلی طنز در محل کار، باید کاملاً محرز باشد. ژان معتقد است شوخی-طبیعی (طنز) در محل کار به منظور دستیابی به اهداف زیر ممکن است:

به کارگیری طنز به عنوان شمشیر: ما گاهی طنز را به کار می گیریم تا افراد را با برخی جنبه های خاص دیدگاه خویش متقاعد سازیم. در این مدل، به ما اجازه داده می شود تا هر چیز را که در حالت عادی گفتنش در روبرو سازمانی مشکل ایجاد مشکل می کند، به راحتی ابراز کنیم.

۱. به کارگیری طنز به عنوان سپر دفاعی: طنز ابزاری برای تسهیل فرایند پذیرش انتقادات و قادر کردن افراد و گروه ها به کنار آمدن با احساسات اختلال آمیز در زمان شکست است.

بررسی شوخ‌طبعی و هوش سیاسی در اثربخشی ارتباطات میان فردی سازمان ◇ ۲۰۹

۲. به‌کارگیری طنز برای تقویت ارزش‌های سازمانی: با توجه به دامنه شوخ‌طبعی، می‌توان آن را همچون ابزاری برای تأثیرگذار کردن بر افراد به منظور انطباق با نقش‌های خاص و احترام گذاشتن به ارزش‌های سازمانی به کار گرفت (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵، ۷۹).

برای شوخ‌طبعی سبک‌هایی ارائه شده که یکی از سبک‌های جامع توسط رومرو و کروئیردز (۲۰۰۶) عنوان شده است. وی پنج سبک شوخ‌طبعی را شرح می‌دهد که به لحاظ ماهیت و تأثیر متفاوت است:

۱. شوخ‌طبعی پیونددهنده: شوخ‌طبعی بدون تهدید و بدون خصومت که برای افزایش تعامل اجتماعی استفاده می‌شود؛

۲. شوخ‌طبعی فزاینده: که به‌عنوان مکانیسم مقابله با استرس استفاده می‌شود؛

۳. شوخ‌طبعی تهاجمی یا پرخاشگرانه: این شوخ‌طبعی برای قربانی کردن، تمسخر یا تحقیر دیگران استفاده می‌شود؛

۴. شوخ‌طبعی تهاجمی خفیف یا جزئی: اذیت کردن برای برقرار کردن با یک پیام سرزنش‌کننده با یک طعنه تحقیرآمیز؛

۵. شوخ‌طبعی کاهنده: این شوخ‌طبعی برای پایین آوردن موقعیت اجتماعی خود، به منظور قابلیت نزدیک شدن به دیگران است (سپهوند و محمدیاری، ۱۳۹۱، ۶۸).

از آن‌جا که طنز رسانه ارتباطی بین مردم نامیده می‌شود، در محل کار باید در زمینه روابط میان اعضای سازمان در نظر گرفته شود. مدیران باید قبل از این‌که طنز و شوخ‌طبعی در محیط سازمانشان سرایت کند، از ویژگی‌های تاریخی، فرهنگی، جمعیتی و عقیدتی گروه‌های کاری خود آگاه باشند تا بتوانند میزان این پدیده را کنترل و در جهت مثبت هدایت کنند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵، ۷۹). لذا به

کارگیری شوخ طبعی در سازمان باید باتوجه به در نظر گرفتن شرایط و ویژگی اعضا و سازمان به کار گرفته شود تا به نتایج مثبت منجر شود.

هوش سیاسی

«مهارت‌های سیاسی»، مهارت‌هایی هستند که برای تحقق امور در سازمان مورد نیاز و ضروری هستند. برای دستیابی به این مهارت‌ها، بهره‌گیری از هوش سیاسی الزامی است. هوش سیاسی هنر مدیریت سیاست‌هاست. بنابراین، هوش سیاسی برای توسعه روابط اثربخش سازمان‌ها و بهبود سطوح مختلف عملکردها به کار می‌رود. این مهم برای کارکنان سازمان‌ها آموزش داده می‌شود تا به نحوی مثبت، در عملکرد سیاست‌های سازمانی به کار برده شوند. استفاده از هوش سیاسی باعث پایگاه قدرت، یادگیری و کنترل در سازمان می‌شود و به دنبال آن، فرد با رفتار سیاسی بر افراد یا گروه‌ها نفوذ پیدا کرده و بر شرایط تسلط می‌یابد (هزاوه و رسولزاده، ۱۳۹۴).

«هوش توانایی ذهنی است و قابلیت‌های متنوعی همچون استدلال، برنامه‌ریزی، حل مسئله، تفکر انتزاعی، استفاده از زبان و یادگیری را دربرمی‌گیرد. نظریه‌های مختلفی در مورد ابعاد و یا انواع هوش وجود دارد. به طور سستی، هوش باتوجه توانایی‌های زبانی و منطقی ریاضی افراد تعریف شده است (درگاهی و همکاران، ۱۳۹۴، ۱۱).

یکی از مهم‌ترین راه‌های افزایش نفوذ در دیگران، هدایت، رهبری و مدیریت سازمان‌هاست. اعمال نفوذ و قدرت وجودی مدیران، آنان را در جهت تغییر در کارکنان و سازمان یاری داده و به تحقق اهداف سازمانی کمک خواهد کرد. این اعمال نفوذ و قدرت نیازمند هوش سیاسی بالایی است. هوش سیاسی توانایی فعال

۲۱۱ ◇ بررسی شوخ‌طبعی و هوش سیاسی در اثربخشی ارتباطات میان فردی سازمان

در مدیریت، اهرم‌های قدرت و نفوذ می‌باشد. مدیران با استفاده از هوش سیاسی خود قادرند تغییرات سازمانی را هدایت کنند (ممبینی و همکاران، ۱۳۹۲). هوش سیاسی توانایی بسیار فعالانه مدیریت کردن واکنش‌ها در برابر تغییر و اهرم‌های قدرت و نفوذ است. هوش سیاسی شکستن محدودیت‌های کلی تفکر و آماده کردن یک نقشه برای مسیر ارزیابی سیاست‌های سازمانی است. هوش سیاسی درباره کارکردن با صداقت به منظور رسیدن به اهداف مشترک است، نه در جهت منافع شخصی. برای این‌که افراد، هوش سیاسی به دست آورند، لازم است پایه‌ها و منابع قدرت را که خود و یا دیگران دارند، بشناسند و مهارت‌های مذاکره‌شان را ارتقا دهند. هوش سیاسی شامل توانایی در ایجاد شبکه ارتباطی خوب است که می‌تواند ائتلاف‌های غیررسمی را مانند ائتلاف‌های رسمی ایجاد کند. هوش سیاسی فرآیند به-کارگیری شیوه‌های قانونی و اخلاقی برای کشف تهیه و تحویل به موقع اطلاعات موردنیاز به تصمیم‌گیرندگانی است که می‌خواهند توان رقابتی خود را افزایش دهند. افرادی که از هوش سیاسی بالایی برخوردارند، می‌دانند برای به‌دست‌آوردن منافع در تغییرات باید برچه کسی اثر بگذارند. آن‌ها همچنین بهترین زمان و بهترین روش را برای به دست آوردن پذیرش افراد نسبت به تغییرات می‌شناسند (متمقی و همکاران، ۱۳۹۵). سه دهه پیش مهارت سیاسی توسط ففر (۱۹۸۱) به ادبیات علوم سازمانی معرفی شد که با کار مستقل و موازی انجام شده توسط میتزبرگ (۱۹۸۳، ۱۹۸۵) مشترک بود. میتزبرگ مهارت سیاسی را به‌عنوان شایستگی مورد نیاز کسب موفقیت شغلی معرفی کرد که آن، شامل اعمال نفوذ از طریق ترغیب، دستکاری و مذاکره است. و از طریق استفاده از تاکتیک‌ها و استراتژی‌های سیاست-های سازمانی توسعه داده می‌شود. ففر مهارت سیاسی را به منظور دست آوردن یا

توسعه قدرت ساختاری تعیین شده به کار گرفته می‌شود (تابلی و همکاران، ۱۳۹۴، ۲۳۹). بهره هوشی مدیریتی برآیندی از چند هوش است. اوئن (۱۳۸۸) سه هوش را به عنوان اجزای بهره هوشی مدیریتی مطرح می‌کند. این سه هوش عبارتند از: هوش عقلایی^۱، بهره هوش هیجانی^۲ و بهره هوش سیاسی^۳. مدیران به سطح بالایی از هوش سیاسی نیاز دارند تا سازگاری خود را با مقاومت پنهان و آشکار برای تغییر در سازمان شکل دهند. آن‌ها می‌توانند توانایی هوش سیاسی خود را با گسترش روابط شخصی با کارکنان، همکاران، ارباب رجوع و سرپرستان افزایش دهند.

ابعاد هوش سیاسی عبارت است از:

- بازی‌های اجتماعی^۴: بازی‌های اجتماعی، از جمله تعاونی، رقابت، به کارگیری ماهرانه، خواندن ذهن، نقش‌پذیری، تبادل به نفع، کنترل موقعیت‌های اجتماعی، صادقانه ظاهر شدن و ارتباط شبکه‌ای خوب را مطرح می‌کند.
- پویایی‌های قدرت^۵: پویایی قدرت، کسانی را که خواستار ارائه تغییر در سازمان برای کسب راه‌حل داخلی برای تغییر از طریق آگاه بودن و ایجاد پایگاه‌های قدرت هستند، قادر می‌سازد.

۱ Intelligence quotiental

۲ Emotional quotient

۳ Political quotiental

۴ Social games

۵ Power dynamism

۲۱۳ ◇ بررسی شوخ‌طبعی و هوش سیاسی در اثربخشی ارتباطات میان فردی سازمان

- شخصیت سیاسی: از نظر انگیزه و اعتقادات رهبران دارای هوش سیاسی، با صداقت برای سازمان‌ها کار می‌کنند، نه برای نفع شخصی خود. از این رو، آن‌ها نوع دوست هستند و برخوردی سازمان‌تمرکز می‌کنند و مغرور نیستند. هوش سیاسی، یک سبک درون فردی دارد که جذاب است و افراد را قادر می‌سازد تا رشد کنند؛ در حالی‌که با دیگران و از طریق دیگران کار می‌کنند. داشتن طبیعت فعال و نفوذ فردی، صفتی برای رهبران هوش سیاسی می‌باشد. فعال بودن، نفوذ فردی و داشتن تمرکز به هوش سیاسی مدیران کمک می‌کند.

- صداقت آشکار^۱: توانایی انتقال و برداشت‌های صادقانه و صمیمانه و پرهیز از دورویی و فریب افراد، نوعی توانمندی است که باعث می‌شود کارکنان و افراد سازمان در لحظات سخت و دشوار درکنار مدیریت باقی بمانند و برای بقای سازمان از هیچ تلاشی فروگذار نباشند.

- تسخیر احساسات^۲: فرآیندی است که فرد می‌کوشد، به وسیله آن، احساساتی را که دیگران در قبال وی دارند، کنترل کند. تسخیر احساسات چگونگی صحبت کردن، رفتار کردن، و جلوه کردن را دربر می‌گیرد.

- توانایی شبکه‌ای^۳: افراد دارای هوش سیاسی بالا، دارای قدرت شبکه‌سازی بالا هستند. آن‌ها با ایجاد شبکه‌های ارتباطی، پیام خود را همان‌گونه که می‌خواهند، به

۱ Apparent sincerity

۲ Impression management

۳ Networking ability

گیرنده منتقل می‌کنند. مدیرانی که این توانایی را دارند، در کنترل سازمانی موفق‌تر عمل می‌کنند (متقی و همکاران، ۱۳۹۵).

پیشینه پژوهش

محققان بسیاری در حوزه ارتباطات سازمانی به این نتیجه رسیدند که شوخ‌طبعی و هوش سیاسی، نقش مهمی در روابط بین فردی دارد و روشی برای تعاملات میان فردی، افزایش عملکرد گروهی، یادگیری، حفظ تصویر مثبت از خود و دیگران تلقی می‌شود. در زیر فهرستی از پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص موضوع آورده شده است:

رومرو و پِسکاسُلیدو (۲۰۰۸)، در پژوهشی به بررسی تأثیر شوخ‌طبعی در محیط - کاری و تأثیر آن بر بهره‌وری، یادگیری و حیات گروه پرداختند. آن‌ها نشان دادند شوخ‌طبعی بفرآیند گروه (ارتباطات اثربخش، عملکرد بهتر، توسعه اهداف و مدیریت احساسات) و نتایج گروه (بهره‌وری گروه، پایداری و توسعه اعضای گروه) که به اثربخشی گروه منجر می‌شود، اثرگذار است. در پژوهشی مشابه باعنوان عنوان «کاربرد شوخی در ارتباطات سازمانی»، مک‌هرن (۲۰۰۶)، به بررسی نقش شوخ‌طبعی در تسهیل ارسال پیام و نقش آن در ارتباطات پرداخت.

حیدری و همکاران (۱۳۹۵)، به بررسی تأثیر شوخ‌طبعی بر فرهنگ سازمانی و انسجام گروهی پرداختند. نتایج حاکی از آن است که بین شوخ‌طبعی و فرهنگ سازمانی (فرهنگ مشارکتی، انعطاف پذیر، مأموریتی و سازگاری) ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بین شوخ‌طبعی و انسجام گروهی (انسجام تکلیف و انسجام اجتماعی) رابطه معناداری وجود دارد. در نهایت، می‌توان گفت مدیران به

۲۱۵ ◇ بررسی شوخ‌طبعی و هوش سیاسی در اثربخشی ارتباطات میان فردی سازمان

پذیرش طنز به عنوان یکی از اشکال ارتباطات ملزم هستند، و باید نسبتی منطقی بین هدف های سازمانی و استانداردهای عمومی - اجتماعی کار برقرار کنند.

سپهوند و محمدیاری (۱۳۹۵)، در پژوهش با عنوان «بررسی نقش شوخ‌طبعی بر بروز رفتار سازمانی مثبت‌گرای کارکنان»، نشان دادند که شوخ‌طبعی مدیران بر رفتار سازمانی مثبت‌گرای کارکنان تأثیر معناداری دارد.

دامغانیان و یزدانی‌زیارت (۱۳۹۴)، به بررسی تأثیر سبک‌های شوخ‌طبعی بر شایستگی اجتماعی در ارتباطات بین فردی سازمانی پرداختند. نتایج نشان داد سبک‌های شوخ‌طبعی بر شایستگی اجتماعی مؤثرند.

قالبی‌حاجیوند و همکارانش (۱۳۹۱)، به بررسی سبک‌های شوخ‌طبعی به عنوان تعدیل‌کننده‌های ارتباطات میان پنج عامل شخصیتی و سلامت عمومی پرداختند. در مجموع، مطالعه نقش مؤثر سبک‌های شوخ‌طبعی، در تعدیل ارتباط میان پنج عامل شخصیتی و سلامت عمومی تأکید دارد.

اشرف و اقبال (۲۰۱۱)، در پژوهشی به بررسی هوش سیاسی رهبران برای مدیریت اثربخش تغییر پرداختند. بر اساس پیش‌فرض‌های مدیران ارشد، هوش سیاسی موجب اثربخشی تغییر سازمانی می‌شود. برای بررسی به ارائه مدلی از هوش سیاسی بر اساس ابعاد مختلف هوش سیاسی بر اثربخشی تغییر سازمانی پرداخته است.

آدام و زانزی (۲۰۰۶)، در تحقیقی به ارائه مدل کسب هوش سیاسی بر اساس ارزیابی سیستماتیکی موقعیت با توجه به تعصبات فردی و موقعیتی پرداختند. نتایج نشان داد، تصمیمات سیاسی توسط کسب هوش سیاسی و ارزیابی سیستماتیک موقعیت شدنی است.

در تحقیقی السون و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی تأثیر رفتارسیاسی بر تعهد، رضایت شغلی و اعتماد پرداختند و به این نتیجه رسیدند رفتارسیاسی بر رضایت شغلی و تعهد و اعتماد اثر منفی دارد و بر لزوم مبارزه با رفتارسیاسی در سازمان تأکید شده است.

نتیجه‌گیری

«شوخ‌طبعی» کمک می‌کند تا به استرس‌های اجتماعی که از تعارض‌های درون جامعه ناشی می‌شود، نگاه متفاوتی داشته باشیم و تنش‌های درونی ما تخلیه شود. شوخی یک پدیده اجتماعی، منبعی از پیوستگی اجتماعی و بخشی از مهارت‌های اجتماعی است و مدیران را قادر می‌سازد با استفاده از پدیده شوخی ارتباطات مؤثر و هوشمندانه‌ای با کارکنان خود برقرار سازند (افتخاری، ۱۳۸۸، ۵۶) و هنگام بروز مشکلات سازمانی؛ همانند اکسیر عمل کرده، پاداشی روانی و مکانیسمی برای کاهش ناامیدی، کاهش خستگی و تسهیل انتقال اطلاعات و ارتباطات می‌شود (اسمیت و خجسته^۱، ۲۰۱۴، ۷۲). شوخ‌طبعی در ایجاد، حفظ و تنظیم روابط اجتماعی خوب با دیگران نقش مهمی دارد و یکی از مؤلفه‌های اصلی ارتباط‌های بین‌فردی و پذیرفته‌شدن توسط دیگران می‌شود و گاهی نبود آن، انزوای اجتماعی را در پی دارد. محققان بسیاری نشان دادند که افرادی که در شوخی در زمینه‌های مختلف اجتماعی مهارت دارند، جذاب‌تر و محبوب‌ترند و شایسته‌تر از دیگران ارزیابی می‌شوند. ارتباط‌های صمیمانه‌تر و رضایت‌بخش‌تری با دیگران برقرار می‌کنند، در موقعیت اجتماعی بهتری قرار می‌گیرند و می‌توانند به راحتی دوستی و رابطه خود با دیگران را توسعه

بررسی شوخ‌طبعی و هوش سیاسی در اثربخشی ارتباطات میان فردی سازمان ◇ ۲۱۷

دهند (دامغانیان و یزدانی‌زیارت، ۱۳۹۴، ۴۱۱). مدیران و کارکنان باید توانایی شناسایی محیط و اثرگذاری بر آن را داشته باشند (گالایر و لایرد، ۲۰۰۸). اخیراً برخی مطالعات بر جنبه مثبت سیاست سازمانی تمرکز داشتند و ادعا داشتند که رفتارسیاسی برای مشروعیت، اعاده عدالت، ایجاد ارتباطات، حل تعارض و متقاعدسازی مؤثر مفید و اثربخش است (هوچوارتر، ۲۰۱۲). در مورد رفتار سیاسی در سازمان دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. بعضی به بعد مثبت و مشروع آن توجه دارند و بعضی به بعد منفی و غیرمشروع آن. از دیدگاه مثبت و تئوری‌های مدیریت، رفتار سیاسی یک فرایند طبیعی در سازمان است که از طریق آن می‌توان تعارض‌ها و اختلاف‌های بین گروه‌ها و ذی‌نفع را بررسی و حل و فصل و بر منافع و رضایت گروه‌های مختلف تأکید کرد (زارعی متین، ۱۳۸۱). شناخت علایق، سلیقه‌ها، فرهنگ و حساسیت‌های مخاطبان هدف، مدیریت کلام و به کارگیری اصول و فنون مذاکره، بهره‌گیری از روانشناسی و ارتباطات در مدیریت اطلاعات، مدیریت مشتریان، خصوصاً مدیریت مشتریان شاکی، مدیریت برخورد و مدیریت بر دیگران و سازمان و ... همگی به هوش سیاسی بستگی دارد. لذا ضرورت توجه به این هوش و مهارت را برای کارکنان و مدیران بیش از پیش آشکار می‌کند. بر مدیران و کارکنان سازمان است که به منظور برقراری ارتباط سازنده و مؤثر در محیط‌های کاری و توجه به نقش ارتباطات در بهره‌وری و عملکرد و ایجاد رفتار سازمانی مثبت‌گرا به فاکتورهایی چون شوخ‌طبعی در محیط کاری و مهارت‌های سیاسی توجه بیش از پیش داشته باشند و زمینه بروز شوخ‌طبعی مثبت و سازنده و ایجاد همکاری و تعاون را در محیط‌کاری و کارمندان و مدیران فراهم آورند تا ضمن برخورداری از محیطی شاد و سازنده روابط اثربخشی با سایرین برقرار نمایند.

منابع

۱. تابلی، حمید، فرامرزی، آلمان، مصلحی، مهدی (۱۳۹۴)، تبیین نقش هوش هیجانی و مهارت سیاسی در رابطه با سبک رهبری تحول‌آفرین مدیران با رضایت شغلی کارکنان (مورد مطالعه شهرداری بندرعباس)، مدیریت شهری، شماره ۴۰، ۲۳۷-۲۴۸.
۲. تریپتی، ام‌ام (۱۳۸۴)، لزوم نشاط‌آوری در سازمان‌ها، ترجمه احمدعلی رضایی، مدیریت شماره ۱۰۶، ۸۱-۱۰۵، ۸۴.
۳. حیدری، حسین، خاشعی، وحید، معروفانی اصل، مرتضی (۱۳۹۵)، تحلیل تأثیر شوخ‌طبعی بر فرهنگ سازمانی و انسجام گروهی، مدیریت فرهنگ سازمانی، سال چهاردهم، شماره ۱ (پیاپی ۳۹)، ۷۳-۹۶.
۴. دامغانیان، حسین، یزدانی زیارت، محمد (۱۳۹۴)، تأثیر سبک‌های شوخ‌طبعی بر شایستگی اجتماعی در ارتباطات بین فردی سازمانی، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۴، شماره ۴۰۹، ۳-۴۲۹.
۵. درگاهی، حسین، رحمانی، حجت، بیگدلی، زهرا (۱۳۹۴)، هوش مدیریت: یک مطالعه مروری نظام‌مند بر روی مدیران آزمایشگاه‌های بالینی، فصلنامه آزمایشگاه و تشخیص، شماره ۲۷، ۱۱-۲۴.
۶. زارعی‌متین، حسن (۱۳۸۱)، رفتار سیاسی و نقش آن در سازمان، مجله مجتمع آموزشی عالی قم، شماره ۱۵، ۲۷-۵۸.

۲۱۹ ◇ بررسی شوخ‌طبعی و هوش سیاسی در اثربخشی ارتباطات میان فردی سازمان

۷. سپهوند، رضا، محمدیاری، زهره (۱۳۹۵)، بررسی نقش شوخ‌طبعی مدیریتی بر رفتار سازمانی مثبت‌گرای کارکنان، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و پنجم، شماره ۸۰، ۸۴-۶۵.

۸. شریعت‌باقری، محمد مهدی، شکبیا قاراب، طاهره (۱۳۹۳)، رابطه هوش فرهنگی با سبک‌های شوخ‌طبعی در دانشجویان، فصلنامه علوم رفتاری، دوره ۶، شماره ۲۱، ۱۵۳-۱۷۶.

۹. فرهنگی، علی‌اکبر (۱۳۸۹)، ارتباطات انسانی، جلد دوم، خدمات فرهنگی رسا، ۳۳۶ ص.

قالبی حاجیوند، رستم، احمدی، عبد الجواد، کااوند، علیرضا (۱۳۹۱)، بررسی سبک‌های شوخ‌طبعی به عنوان تعدیل‌کننده‌های ارتباط میان پنج عاملی شخصیت و سلامت عمومی، مجله علوم رفتاری، دوره ۶، شماره ۱، ۸۵-۷۹.

۱۱. متقی، پیمان، فقیهی‌پور، جواد، فولادوند، فاطمه (۱۳۹۵)، دستنامه هوش سیاسی، تهران، انتشارات دارالفنون، چاپ اول.

۱۲. معقول، علی، قراری، محمد، دانایی، شیرین (۱۳۹۵)، نقش ارتباطات سازمانی در نظام آموزشی، ماهنامه پژوهش ملل، دوره دوم، شماره ۱۲۷، ۱۴-۱۴۳.

ممبینی، یعقوب، ممبینی، فریبا (۱۳۹۲)، الگوی نظری رهبری تحول‌آفرین مبتنی بر هوش سیاسی، فصلنامه علمی ترویجی توسعه سازمانی پلیس، شماره ۴۶، دوره دهم، ۶۰-۳۷.

۱۴. هزاوه، علی، رسول‌زاده، آتنا (۱۳۹۴)، رابطه هوش سیاسی با کارآفرینی و بهره‌وری در شرایط اقتصاد مقاومتی، اولین کنفرانس مدیریت و کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی.

۱۵. Adams, s., & zanzi, a. (۲۰۰۶). Developing political intelligence for making feasible decisions. journal of maangement development, .vol ۲۵, no, ۴, ۳۵۰-۳۶۷
۱۶. Ashraf, f., & iqbal, m. z. (۲۰۱۱). a research agenda on leaders political intelligence for effective change management. african journal of business management, vol ۵, ۵۷۹۸-۵۸۰۶.
۱۷. Gallagher, V.C. and Laird, M.D. (۲۰۰۸). The combined effect of political skill and political decision making on job .satisfaction. Journal of Applied Social Psychology, ۳۸, ۲۳۳۶-۲۳۶۰.
۱۸. Gruner, C. R. (۱۹۷۶). Wit and humor in mass communication. Humor and laughter: Theory, research, and applications, ۲۸۷-۳۱۱.
۱۹. Martin, D. M., Rich, C. O., & Gayle, B. M. (۲۰۰۴). Humor works: Communication style and humor functions in manager/subordinate relationships. the southern communication journal, ۶۹, ۳, ۲۰۶-۲۲۲.
۲۰. McIlheran, J. (۲۰۰۶). The use of humor in corporate communication. Corporate Communications: An International Journal, ۱۱, ۳, ۲۶۷-۲۷۴.
۲۱. Meyer, J.C. (۱۹۹۷), "Humor in member narratives: uniting and dividing the work", Western Journal of Communication, ۶۱, ۱۸۸-۲۰۸.
۲۲. Olson, bradley , Yongjian Bao , Satyanarayana Parayitam , (۲۰۱۴) "Political behavior, trustworthiness, job satisfaction, and commitment: An empirical study", Chinese Management Studies, ۸, ۳, ۳۵۴ - ۳۷۴
۲۳. Romero, E., & Pescosolido, A. (۲۰۰۸). Humor and group effectiveness. Human Relations, ۶۱, ۳, ۳۹۵-۴۱۸.
۲۴. Romero, E. J., & Cruthirds, K. W. (۲۰۰۶). The use of humor in the workplace. The Academy of Management Perspectives, ۲۰, ۲, ۵۸-۶۹.
۲۵. Smith, J. W., & Khojasteh, M. (۲۰۱۴). Use of Humor in the Workplace. International Journal of Management & Information Systems (Online), ۱۸, ۱, ۷۱-۷۸.