



Designing Model of Antecedents and Consequences of Humor at Workplace

Document Type: Research- Exploratory

Hassan Esmailian

Ph.D Candidate, Department of Management, University of Isfahan, Isfahan, Iran.
E- mail: sader1368@gmail.com

Hadi Teimouri

***Corresponding author:** Associate Professor, Department of Management, University of Isfahan, Isfahan, Iran. E- mail: h.teimouri@ase.ui.ac.ir

Arash Shahin

Professor, Department of Management, University of Isfahan, Isfahan, Iran.
E- mail: Shahin@ase.ui.ac.ir

Ziad Dehghan

Ph.D., Department of Public Management, University of Tehran, Tehran, Iran.
E- mail: ziaddehghan@gmail.com

Abstract

Focusing on creating a joyful organizational environment is one of how human resource management can create a better working life for employees. Due to the necessity of applying and using new approaches in managing interpersonal relationships and making the workplace environment pleasant, having a sense of humor, and knowing how to use it can be a useful management tool for leaders. Therefore, the purpose of this research was to design the model of antecedents and consequences of humor in the Parsian Gas Refinery Company. This research, in terms of objective, is typically applied-developmental and has been done by applying a qualitative research method. To identify the dimensions of the antecedents and consequences of organizational humor, semi-structured interviews were conducted with 12 managers and supervisors of different units of Parsian Company using non-probability judgment and snowball sampling method, and the data were analyzed using a thematic analysis method. The results helped identify 10 main themes that were categorized into individual-oriented, group-oriented, and organization-oriented antecedents and consequences, and also the dimensions of organizational humor. The results will help to understand the effects and performance of humor in organizational environments.

Keywords: Workplace Humor, Humor, Thematic Analysis, Parsian Gas Refinery Company.

Citation: Esmailian, H., Teimouri, H., Shahin, A., & Dehghan, Z. (2023). Designing The Model of Antecedents and Consequences of Humor at Workplace. *Public Organizations Management*, 11(1), 147-164. (In Persian)

(DOI): 10.30473/ipom.2023.66244.4732

(DOR):

Quarterly Journal of Public Organizations Management
Vol 11, No1, (Series 41) Apr-Jun 2023, (147-164)

Received: (2022/ Nov/29)

Accepted: (2023/Feb/21)

Copyrights

© 2022 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)





طراحی الگوی پیشایندها و پیامدهای شوخ طبعی در سازمان

نوع مقاله: پژوهشی-اکتشافی

حسن اسماعیلیان

E-mail: sader1368@gmail.com

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

هادی تیموری

E-mail: h.teimouri@ase.ui.ac.ir

*نویسنده مسئول: دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

آرش شاهین

E-mail: Shahin@ase.ui.ac.ir

استاد، گروه مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

زیاد دهقان

E-mail: ziaddehghan@gmail.com

دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

چکیده

تمرکز بر ایجاد محیط سازمانی شاد ازجمله روش هایی است که مدیریت منابع انسانی می تواند در پرتو آن، زندگی کاری بهتری برای کارکنان رقم بزند. با توجه به ضرورت به کارگیری و استفاده از راهکارهای نوین در مدیریت روابط بین فردی و خوش آیندسازی محیط کار، داشتن حس شوخ طبعی و دانستن چگونگی استفاده از آن می تواند یک ابزار مدیریتی مفید برای رهبران باشد. ازاین رو، پژوهش حاضر در پی طراحی الگوی پیشایندها و پیامدهای شوخ طبعی در شرکت پالایش گاز پارسین می باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی-توسعه ای است که در آن از روش پژوهش کیفی استفاده شده است. به منظور شناسایی ابعاد پیشایندها و پیامدهای شوخ طبعی در سازمان، با ۱۲ نفر از مدیران و سرپرستان واحدهای مختلف شرکت پالایش گاز پارسین به روش نمونه گیری غیراحتمالی قضاوتی و گلوله برفی مصاحبه های نیمه ساختار یافته انجام پذیرفت و داده ها به شیوه تحلیل مضمون تجزیه و تحلیل شد. یافته های پژوهش منجر به شناسایی ۱۰ مضمون اصلی در قالب پیشایندها و پیامدهای فردمحور، گروه محور، سازمان محور و همچنین ابعاد شوخ طبعی سازمانی گردید. نتایج این پژوهش به درک اثرات و عملکرد شوخ طبعی در محیط های سازمانی کمک خواهد کرد.

واژه های کلیدی: شوخ طبعی در سازمان، طنز، تحلیل مضمون، شرکت پالایش گاز پارسین.

استناد: اسماعیلیان، حسن؛ تیموری، هادی؛ شاهین، آرش و دهقان، زیاد (۱۴۰۱). طراحی الگوی پیشایندها و پیامدهای شوخ طبعی در سازمان. مدیریت سازمان های دولتی، ۱۱(۱)، ۱۶۴-۱۴۷.

Copyrights

© 2022 by the authors. Lisensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)



(DOI): 10.30473/ipom.2023.66244.4732
(DOR):

فصلنامه علمی مدیریت سازمان های دولتی
دوره ۱۱، شماره ۱ (پیاپی ۴۱)، زمستان ۱۴۰۱، (۱۶۴-۱۴۷)
تاریخ دریافت: (۱۴۰۱/۰۹/۰۸)
تاریخ پذیرش: (۱۴۰۱/۱۲/۰۲)

مقدمه

در جهان کنونی، تمامی نشانه‌ها حکایت از محوری بودن نقش انسان و سرمایه انسانی در حل مسائل پیچیده و ارائه محصول یا خدمت جدید دارد. امروزه آگاهی نسبت به این نقش محوری به ادبیات و عملکرد مدیریت و سازمان‌ها راه پیدا کرده است به طوری که مدیریت کارآمد و اثربخش سرمایه انسانی جهت موفقیت در چنین محیط کسب و کار پیچیده و رقابتی، لازم و حیاتی است. در این راستا ویجواردنا و همکاران^۱ (۲۰۱۹)، عنوان می‌کنند کارکنان به محل کاری نیاز دارند تا نیازهای عاطفی و شرایط کاری آن‌ها را برآورده ساخته و به آن‌ها احساس شایسته بودن، مستقل بودن و مرتبط بودن با دیگران را بدهد. این دسته از کارکنان دارای درجه بالایی از مشارکت، رضایت شغلی و اشتیاق به کار هستند. اما در زندگی مدرن سازمانی، وجود فشارهای کاری از یک سو با تحت تأثیر قرار دادن سلامتی افراد، عامل ایجاد اضطراب، افسردگی و ناهماهنگی‌های فیزیولوژیک برای کارکنان شده است (کیم^۲، ۲۰۱۳؛ ایلدریم و ارسلن^۳، ۲۰۲۰؛ ۵۷۱۳). از سوی دیگر افزایش فشار کاری، بروز احساسات منفی را در پی دارد که مانع اصلی ارتباطات صحیح در سازمان بوده و عملکرد ضعیف را به همراه خواهد داشت (سپهوند و همکاران، ۲۰۱۹). طی سالیان اخیر، شیوع گسترده پاندمی کرونا و آثار روان‌شناختی حاصل از آن نیز سازمان‌ها را به عنوان یکی از کانون‌های اصلی انجام تعاملات انسانی به شدت متأثر کرده (محمود و همکاران^۴، ۲۰۲۱؛ ۲) و پیامدهای منفی همچون وسواس فکری، افسردگی و روان‌پریشی را برای افراد در برداشته است. لذا استفاده از ابزارهای نوین در بهبود روابط بین فردی، تأثیرگذاری بر احساسات کارکنان و خوش‌آیندسازی محیط کار بیش از پیش ضروری است. افزون بر این، نسل جدید کارکنان، ارزش‌ها و انتظاراتی متفاوت نسبت به گذشته دارند و به دنبال استقلال بیشتر، فضای غیررسمی و انعطاف‌پذیری در انجام وظایف می‌باشند (آل‌امیری و همکاران^۵، ۲۰۱۹؛ ۲۸).

در دهه گذشته، علاقه به ایجاد سرگرمی در محل کار به عنوان مکانیسم تعامل کارکنان همواره در کانون توجهات بوده است (بولتون و هالیهان^۶، ۲۰۰۹؛ ۵۵۷؛ هان و همکاران^۷،

۲۰۱۶؛ ۱۳۹۲) این امر در بسیاری از شرکت‌های چندملیتی به عنوان مثال، گوگل یا خطوط هوایی ساووتوست) که در حال ایجاد «محیط‌های کاری سرگرم‌کننده» هستند (گاستیک و کریستوفر^۸، ۲۰۰۸؛ ۱۳؛ فلاگ‌وولف^۹، ۲۰۱۴؛ ۶۸۲) تا نیازها و انتظارات کارکنانشان را تأمین کنند، به وضوح مشخص است (پلستر^{۱۰}، ۲۰۱۶؛ ۱).

شوخی طبعی به عنوان یک مکانیسم دفاعی سازمان یافته (کوپر^{۱۱}، ۲۰۰۸؛ ۱۰۹۶)، با هدف مقابله با تعارضات هیجانی و عوامل تنش‌زای بیرونی با تمرکز بر حیطه‌های طنزآمیز و سرگرم‌کننده استفاده می‌شود. این پدیده اجتماعی یکی از جنبه‌های مهم و متداول در تعاملات سازمانی است (کیم و پلستر^{۱۲}، ۲۰۱۹؛ ۲۷) که مدیریت مؤثر آن در محل کار مزایای متعددی از جمله کاهش استرس، انسجام تیمی، انگیزش کارکنان، خلق ایده و بهبود ناامیدی از طریق تخلیه روانی را به همراه خواهد داشت (لیتل^{۱۳}، ۲۰۰۷؛ ۲۴۰). هرچند شواهد موجود در ارتباط میان شوخ طبعی و بهره‌وری نیروی کار بعضاً متناقض و بحث‌برانگیز است (کارسن و ویلادسن^{۱۴}، ۲۰۱۵؛ ۵۱۳)، اما نتایج تحقیقات حاکی از آن است که برآورده شدن نیازهای عاطفی ناشی از تعاملات طنز، محیط کاری را لذت‌بخش‌تر و منجر به بهره‌وری بیشتر سازمان خواهد شد (باتلر^{۱۵}، ۲۰۱۶؛ ۴۲۱)، افزایش توجه محققان سازمان نسبت به رفتار شوخ طبعان مدیران و رهبران و اثرات مثبت آن در کار (کوپر و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۸؛ ۸۷) نیز شواهدی بر این مدعاست.

یافته‌های تجربی نشان می‌دهد که شوخ طبعی یک مهارت ارتباطی مهم در مجموعه مهارت‌های مدیران است (پانت و ونتز^{۱۷}، ۲۰۱۷؛ ۸۷) که قادر به ایجاد عملکردهای مثبت از اعتماد به رهبر (نوس و کاراگونلار^{۱۸}، ۲۰۲۰؛ ۱۱۷) نوآوری در کار (لوگاجو و پلاخوتنیک^{۱۹}، ۲۰۲۱؛ ۲۴۱) دلبستگی و عجبین شدن با شغل (گوسامی و همکاران^{۲۰}، ۲۰۱۶؛ ۱۰۸۷) تا توانمندسازی روان‌شناختی (کورزیس و همکاران^{۲۱}، ۲۰۱۱؛ ۸۴) خواهد بود. شوخ طبعی همچنین می‌تواند سبب ایجاد روابط مستحکم و دوسویه بین مدیر و زیردستان شود زیرا افراد ترجیح

8. Gostik & Christopher

9. Fluegge-Woolf

10. Plester

11. Cooper

12. Kim & Plester

13. Lyttle

14. Karlsen & Villadsen

15. Butler

16. Pundt & Venz

17. Neves & Karagonlar

18. Logacheva & Plakhotnik

19. Goswami et al.

20. Gkorezis et al.

1. Wijewardena et al.

2. Kim

3. Yildirim & Arslan

4. Mahmud et al.

5. Al Amir et al.

6. Bolton & Houlihan

7. Han et al.

مبانی نظری

در خصوص مفهوم شوخ‌طبعی باید گفت شوخ‌طبعی در محل کار دارای یک ساختار پیچیده است و تعریف ساده‌ای از آن در دسترس نیست. هیچ و ارلیچ^۸ (۱۹۹۳) ادعا می‌کند «شوخ‌طبعی خود را به راحتی تعریف نمی‌کند» و علت آن را چندبعدی بودن این پدیده می‌دانند (رومر و کراثرز^۹، ۲۰۰۶: ۵۹). با این حال برخی محققان بسته به شرایط، تعاریفی را از این پدیده ارائه کرده‌اند. به عنوان مثال کوپر (۲۰۰۵) شوخ‌طبعی سازمانی را «هر رویدادی که توسط یک عامل (به عنوان مثال، یک کارمند) با فرد دیگری (به عنوان مثال، یک مخاطب) به اشتراک گذاشته می‌شود که هدف آن سرگرم‌کننده بودن برای مخاطب است و مخاطب هم آن را یک اقدام عمدی می‌داند» تعریف می‌کند. به زعم کوپر و ساسیک^{۱۰} (۲۰۱۱) شوخ‌طبعی نوعی قدرتمند از تعامل است که با در نظر گرفتن چالش‌های شناختی و عاطفی مرتبط با کار، نتایج مثبت را ارتقا می‌بخشد.

بررسی دقیق ادبیات نشان می‌دهد که اکثر مطالعات انجام شده در مورد شوخ‌طبعی سازمانی صرفاً از تعاریف عمومی طنز استفاده نموده‌اند. تنها استثناء، تعریف کوپر و همکاران (۲۰۱۸) از شوخ‌طبعی مدیریتی به عنوان «میزانی که یک رهبر (مدیر) با هر زیردستش از طنز استفاده می‌کند» است در حالی که این تعریف صرفاً بر جریان یک‌طرفه طنز از مدیر به کارمند متمرکز می‌شود که بیش از حد ساده است و به اندازه کافی منعکس‌کننده پیچیدگی‌هایی که در استفاده از طنز وجود دارد نیست چراکه تمرکز طنز می‌تواند هر موضوعی از انتخاب گوینده، از جمله خودش باشد. همچنین رویداد طنز ممکن است در حضور عموم افراد اتفاق بیافتد.

شوخ‌طبعی همچنین توسط برخی از محققان به عنوان «یک شکل از ارتباطات» به تصویر کشیده شده است. به عنوان مثال تعریف ویجوارنا و همکاران (۲۰۱۹) شامل هر فرمی از ارتباط عمدی و سرگرم‌کننده است. این تعریف نیز تنها استفاده عمدی مدیران از شوخ‌طبعی را مورد بررسی قرار داده در حالی که ممکن است سایر ارتباطات غیرعمدی مدیران (به عنوان مثال لغزش‌های غیراختیاری زبان، تلفظ اشتباه یا نادرست کلمات در حضور کارکنان یا مدلی که مدیر عموماً صحبت می‌کند یا از زبان بدن یا حالات چهره در ارتباط با کارکنان استفاده می‌کند) برای کارکنان سرگرم‌کننده باشد که مشابه این موارد غیرعمدی، از تعریف فوق خارج شده‌اند. در مجموع براساس آنچه بیان شد تعاریف شوخ‌طبعی در زمینه‌های کاری متفاوت خواهد بود و یک تعریف

می‌دهند بیشتر با مدیرانی کار کنند که به طور مؤثر از این مهارت استفاده کنند. یام^۱ و همکاران (۲۰۱۸) معتقدند شوخ‌طبعی رهبر، ابزار مناسبی برای جلب حمایت و ایجاد انگیزه در پیروان است به طوری که آنان برای سالیان متمادی خاطرات ماندگاری از رهبر در ذهن خود خواهند داشت.

از مطالب مذکور چنین برمی‌آید که شوخی مثبت و بررسی تأثیرات آن در محل کار، بدنه‌ای قدرتمند از ادبیات را فراهم آورده است، اما باید مراقب شوخی‌های منفی و نتایج زیان‌بار آن نیز بود. شوخ‌طبعی را می‌توان راه رفتن روی لبه دیواری باریک دانست که در صورت عدم احتیاط باعث صدمه به انسان می‌شود (کیم و همکاران^۲، ۲۰۱۵: ۱۲۸)؛ ترمبلی^۳، ۲۰۱۷: ۳۶۷. بیلگ^۴ (۲۰۰۵) عنوان می‌کند طنز را می‌توان به دو شکل متناقض در سازمان رؤیت کرد: یک رو با ماهیت خوب و یک روی تاریک، مفهومی که میر^۵ (۲۰۰۰) آن را شمشر دلبه می‌نامد. بر این اساس، درک اثرات و عملکرد طنز در محیط‌های سازمانی به طور یکسان به نفع مدیران و کارکنان خواهد بود؛ لذا به منظور استفاده از شوخ‌طبعی به عنوان یک ابزار مدیریتی، درک بیشتر از انواع طنزی که در سازمان‌ها رخ می‌دهد برای غنی‌سازی ادبیات در این حوزه بسیار مهم است. در عین حال شواهد تجربی حاکی از آن است که اهداف و عملکرد شوخ‌طبعی تحت تأثیر نوع سازمان‌ها و مدیریت آن‌ها قرار دارند (روبرت و یان^۶، ۲۰۰۷: ۲۰۷).

مطالعات نشان می‌دهد اشتغال به صورت اقماری در صنایع نفت و گاز چالش‌های جدی برای کارکنان به وجود می‌آورد. این افراد علاوه بر احساس تنهایی ناشی از دوری ممتد از خانواده، انزوای اجتماعی را به علت شیوه خاص زندگی خود گزارش کرده‌اند (ایورسن^۷، ۲۰۱۲). بر همین اساس شرکت پالایش گاز پارسیان به عنوان مورد مطالعه در این پژوهش در نظر گرفته شد. میزان بالای تنش و استرس در محیط کار، حساسیت و ظرافت شغلی و همچنین مسائل ایمنی و بهداشت شغلی، نیاز بیشتر کارکنان این حوزه به بازیابی ذهنی و جسمی در محل کار را الزامی می‌سازد. لذا در محیطی با ویژگی‌های یاد شده، مدیران پیوسته نیاز به ابزارهای گوناگون برای بازیابی روحی و جسمی و نیز افزایش تعامل مؤثر جهت انجام وظایف چالش‌برانگیز داشته و متعهد به ایجاد فضای کاری جذاب و پرنشاط برای کارکنان هستند.

1. Yam
2. Kim et al.
3. Tremblay
4. Billig
5. Meyer
6. Robert & Yan
7. Iversen

8. Hatch & Ehrlich
9. Romero & Cruthirds
10. Cooper & Sosik

مشترک مورد توافق، همچنان دست نیافتنی است. با این حال محققان در مورد ابعاد مختلف شوخ طبعی سازمانی اتفاق نظر دارند به این معنی که طنز نوعی ارتباط است که به تعامل اجتماعی وابسته است، دارای ابعاد عاطفی و شناختی است و معمولاً به خنده و شغف می انجامد.

پیشینه پژوهش

به رغم انجام پژوهش های متعدد در مورد شوخ طبعی در حوزه های گوناگون، با این حال مطالعه استفاده از شوخ طبعی در محیط های سازمانی هنوز در نخستین مراحل خود قرار دارد. در این بخش، پیشینه های داخلی و خارجی مرتبط با پژوهش ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه پیشینه پژوهش

Table 1. Summary of Research Background

محقق (سال)	عنوان	روش پژوهش	خلاصه نتایج
اسدزاده و همکاران (۲۰۲۲)	واکاوی نقش شوخ طبعی مثبت بر تحول سازمان با نقش میانجی گرایش کارآفرینانه و حالت من کودکی شاد کارکنان	پیمایش بر روی کارکنان ادارات آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی	تأثیر مثبت و معنادار شوخ طبعی مثبت بر تحول سازمان و همچنین گرایش کارآفرینانه و من کودکی شاد کارکنان تأیید شد.
سپهوند و باقرزاده خداهشهری (۲۰۲۱)	اثر رفتار شوخ طبعانه بر اشتیاق شغلی کارکنان با نقش میانجی انرژی احساسی	پیمایش بر روی کارکنان سازمان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	رفتار شوخ طبعانه، انرژی احساسی و اشتیاق شغلی کارکنان را به طور مثبت و معناداری تحت تأثیر قرار می دهد. همچنین نقش میانجی انرژی احساسی در تأثیر رفتار شوخ طبعانه بر اشتیاق شغلی کارکنان مورد تأیید قرار گرفت.
اصغری و همکاران (۲۰۲۰)	نقش تعهد سازمانی بر فرسودگی شغلی معلمان با میانجی گری شوخ طبعی.	پیمایش بر روی معلمان مقطع ابتدایی، متوسطه اول و دوم شهر مشهد	شوخ طبعی با فرسودگی شغلی رابطه منفی و معناداری دارد. شوخ طبعی همچنین نقش میانجی بین تعهد سازمانی و فرسودگی شغلی معلمان ایفا می کند.
سپهوند و همکاران (۲۰۱۹)	بررسی اثر شوخ طبعی رهبر بر احساسات پیروان با نقش میانجی فرهنگ بروکراتیک.	پیمایش بر روی کارکنان دانشگاه لرستان	شوخ طبعی رهبر بر احساسات پیروان و فرهنگ بروکراتیک تأثیرگذار است. همچنین فرهنگ بروکراتیک ارتباط میان شوخ طبعی رهبر و احساسات پیروان را میانجی گری می کند.
بهرامی (۲۰۱۸)	رابطه شوخ طبعی مدیران با خلاقیت سازمانی: نقش میانجی گر رفتار سازمانی مثبت	پیمایش بر روی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه	یافته ها بیانگر اهمیت نقش شوخ طبعی و رفتار سازمانی مثبت در خلاقیت سازمانی است به نحوی که شوخ طبعی مدیران بر رفتار سازمانی مثبت و خلاقیت سازمانی تأثیر مستقیم و معنی داری دارد.
چنگ و همکاران (۲۰۲۳)	شوخ طبعی رهبر چه زمانی و چگونه رفتار شهروندی سازمانی مشتری مدار را در کارکنان هتل ترویج می کند؟	پیمایش بر روی کارکنان هتل های ۳، ۴ و ۵ ستاره کشور چین	رهبرانی که از شوخ طبعی استفاده می کنند، کارکنان را به مشارکت بیشتر در رفتار شهروندی سازمانی مشتری مدار ترغیب می کنند.
تیلور و همکاران (۲۰۲۲)	به کارگیری شوخ طبعی در ارتباطات کارکنان در محل کار	مرور سیستماتیک تحقیقات کیفی	چهار مقوله کلی در خصوص نحوه استفاده از شوخ طبعی در طول مسیر شغلی کارکنان تعیین گردید: ۱: پیشگامی در شوخ طبعی سازمانی ۲: بهره گیری از شوخ طبعی در تعاملات درون و برون گروهی ۳: استفاده از شوخ طبعی به عنوان یک منبع ایجاد قدرت: به کارگیری شوخ طبعی برای کاهش تنش در سازمان.
اولاً و فورد (۲۰۲۱)	پیش بینی پاسخ های احساسی و رفتاری به کووید-۱۹ براساس سبک های شوخ طبعی	پیمایش بر روی کارکنان شرکت آمازون	تا زمانی که افراد از سبک های شوخ طبعی خود فزاینده استفاده می کنند، استرس و ناامیدی کمتری را در ارتباط با کووید-۱۹ تجربه می کنند.
فیاد (۲۰۲۰)	نقش اعتماد کارکنان در رابطه بین شوخ طبعی پرخاشگرانه و اشتراک دانش رهبران	پیمایش بر روی کارکنان ۳۸ هتل پنج ستاره واقع در شرم الشیخ کشور مصر	میان شوخ طبعی پرخاشگرانه رهبران و رفتار اشتراک دانش کارکنان هتل رابطه منفی وجود دارد. اعتماد رابطه بین شوخ طبعی پرخاشگرانه و اشتراک دانش را تعدیل می کند.

همان طور که ملاحظه شد در سالیان گذشته، شوخ طبعی به عنوان یک زمینه مهم در پژوهش های سازمانی مطرح شده است، این موضوع به خصوص در افزایش تعداد مطالعات در خصوص شوخ طبعی کارکنان در محل کار به وضوح به چشم می خورد. با وجود این، مرور ادبیات و

پیشینه پژوهش حاکی از آن است که بخش عمده پژوهش های داخلی با رویکرد توصیفی، روابط بین متغیرهای مختلف را سنجیده و تمرکز محققان بیشتر بر جنبه های کاربردی طنز برای روابط و احساسات کارکنان، پویایی گروه ها، فرهنگ و عملکرد سازمان معطوف بوده و

۳- ابعاد شوخ‌طبعی در سازمان کدامند؟

۴- الگوی مفهومی شوخ‌طبعی در سازمان کدام است؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار دارد. همچنین این پژوهش از نوع پژوهش‌های کیفی است که در آن به‌منظور شناسایی پیشایندها و پیامدهای شوخ‌طبعی در شرکت پالایش گاز پارس‌یان از رویکرد اکتشافی استفاده شد به‌طوری که داده‌ها با انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختار یافته جمع‌آوری شدند. به این منظور پس از مرور عمیق ادبیات شوخ‌طبعی در سازمان و با در نظر گرفتن پرسش‌های اصلی پژوهش، پروتکل مصاحبه طراحی گردید (جدول ۲).

تاکنون پژوهش‌های جامعی در رابطه با مطالعه و بررسی پیشایندها و پیامدهای شوخ‌طبعی در سازمان‌ها صورت نگرفته است. لذا ادبیات موجود فاقد چارچوب جامع نظری در مورد رویدادهای طنز در محل کار است. از طرفی کمبود تحقیقات در مورد علل و عوامل تأثیرگذار بر بروز رفتارهای طنزآمیز در سازمان‌های ایرانی ممکن است مدیران را برای استفاده بهتر از پتانسیل شوخ‌طبعی در دستیابی به عملکرد مطلوب سازمانی محدود نماید. بنابراین با در نظر گرفتن خلأ پژوهش‌های داخلی در این زمینه، نوآوری پژوهش حاضر شناسایی و تبیین پیشایندها و پیامدهای شوخ‌طبعی در شرکت پالایش گاز پارس‌یان می‌باشد. به‌طور مشخص پژوهش پیشرو به دنبال پاسخ به این پرسش‌ها است:

۱- پیشایندهای شوخ‌طبعی در سازمان کدامند؟

۲- پیامدهای شوخ‌طبعی در سازمان کدامند؟

جدول ۲. پرسش‌های اصلی مصاحبه

Table 2. Main Interview Questions

پرسش‌های مربوط به پیشایندهای شوخ‌طبعی

به نظر شما چه علل و عواملی، ضرورت وجود شوخ‌طبعی در روابط بین فردی را در

شرکت پالایش گاز پارس‌یان تبیین می‌کند؟

از منظر شما علل و عوامل مؤثر بر بروز رفتارهای شوخ‌طبعانه در این

شرکت کدام است؟

پرسش‌های مربوط به پیامدهای شوخ‌طبعی

وجود روابط شوخ‌طبعانه چه پیامدهایی برای کارکنان و سازمان به همراه خواهد داشت؟

پرسش‌های مربوط به ابعاد و مؤلفه‌های شوخ‌طبعی

از منظر شما شوخ‌طبع بودن به چه مواردی برمی‌گردد؟

افراد در این شرکت چگونه شوخی می‌کنند؟

بودند را جهت انجام مصاحبه‌های بعدی معرفی نمایند. به این ترتیب، به‌تدریج بر تعداد مصاحبه‌شوندگان افزوده شد و این کار تا رسیدن به نقطه کفایت داده‌ها ادامه یافت. فرایند نمونه‌گیری در پژوهش کیفی معمولاً تا زمانی ادامه دارد که مصاحبه‌های جدید، اطلاعات بیشتری به موارد قبلی اضافه نکند و محقق، الگوهای داده‌ای تکرارشونده را مشاهده کند. در این پژوهش پس از انجام ۱۲ مصاحبه، اشباع نظری حاصل گردید به این معنی که هیچ داده جدید و مرتبط با مقولات حاصل نشد اما به جهت اطمینان بیشتر ۳ مصاحبه دیگر نیز به انجام رسید و با حصول اطمینان از رسیدن به نقطه اشباع، نمونه‌گیری و مصاحبه متوقف شد. شایان ذکر است مشارکت‌کنندگان، شامل مدیران و سرپرستان واحدهای مختلف شرکت پالایش گاز پارس‌یان بودند که در جدول ۳ به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آنان اشاره شده است.

شایان ذکر است با توجه به ماهیت نیمه‌ساختار یافته مصاحبه، طرح برخی از سؤالات، خود باعث ایجاد سؤالات بیشتر می‌شد اما در تمامی طول مصاحبه‌ها، مصاحبه‌کننده تلاش کرده تا کمترین دخالت را در جهت‌دهی عامدانه به اظهارنظرهای مصاحبه‌شوندگان داشته باشد. در انتخاب مشارکت‌کنندگان نیز بر مبنای ماهیت و میدان پژوهش از ترکیب روش‌های غیراحتمالی و هدفمند قضاوتی و گلوله برفی استفاده شد. از این‌رو، مصاحبه نخست با یکی از خبرگان سازمان که به جهت سابقه آشنایی با موضوع، تجارب کاری و تحصیلات مرتبط با حوزه منابع انسانی از معیارهای لازم برخوردار بود بنابه قضاوت مشاور صنعتی پژوهشگر انجام پذیرفت در ادامه از وی خواسته شد تا افراد صاحب‌نظر (دارای حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد) که دارای اطلاعات مرتبط با هدف پژوهش بوده و دارای روابط تعاملی و تبادلی مناسبی با سایر کارکنان

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

Table 3. Interviewees Demographic Characteristics

کد	سابقه کار	تحصیلات	سمت سازمانی
i1	۱۹	کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی	رئیس واحد خدمات رفاهی
i2	۲۰	دکتری مدیریت دولتی	رئیس واحد حسابداری پیمان‌ها و اسناد
i3	۱۷	دکتری مدیریت منابع انسانی	رئیس واحد پژوهش و فناوری
i4	۱۸	دکتری مدیریت دولتی	رئیس واحد آموزش
i5	۱۸	کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی	رئیس برنامه‌ریزی و تأمین نیروی انسانی
i1	۲۰	کارشناسی ارشد مهندسی شیمی	رئیس واحد عملیات و شیفت
i7	۲۰	کارشناسی ارشد مهندسی شیمی	رئیس واحد آتش‌نشانی
i8	۱۷	کارشناسی ارشد بازاریابی	رئیس واحد خرید
i9	۱۸	دکتری مدیریت مالی	رئیس واحد حسابداری
i10	۲۰	کارشناسی ارشد مهندسی صنایع	رئیس واحد مدیریت برنامه‌ریزی مهندسی
i11	۲۰	کارشناسی ارشد مهندسی الکترونیک	رئیس واحد تعمیرات ابزار دقیق
i12	۱۴	کارشناسی ارشد مهندسی مکانیک	مدیر تحلیل سیستم‌ها

بین مضامین، مضامینی در سطح بالاتر شکل می‌گیرند. بنابراین، در مضمون استقرایی پس از آنکه محقق از طریق ابزارهای مختلف، داده‌ها را گردآوری کرد اقدام به شناسایی مضامین و الگوهای موجود در داده‌ها می‌کند و در فرایند رفت و برگشتی، مضامین سطح بالاتر را شکل می‌دهد تا به جامع‌ترین مضامین موجود در داده‌ها دست یابد. در این شیوه، پژوهشگر هیچ‌گونه چارچوب مفهومی را از قبل انتخاب نکرده و پروتکل مصاحبه براساس مطالعه ادبیات موضوع شکل می‌گیرد. بر این اساس به‌منظور بررسی محتوای مصاحبه‌های صورت گرفته و استخراج مفاهیم اولیه و نظم‌دهی مفهومی از کدگذاری اولیه، ایجاد مضامین فرعی و مضامین اصلی استفاده شد.

کدگذاری اولیه نخستین مرحله تحلیل است که با بررسی صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان صورت پذیرفت. بدین‌صورت که در ابتدا با تحلیل سطر به سطر متن مصاحبه‌ها، مقوله‌های اولیه، خصوصیات و ابعاد آن‌ها شناسایی شد و به هرکدام از آن‌ها یک مفهوم یا کد اختصاص یافت. در مرحله دوم از کنار هم قرار دادن و تلفیق مضامین مشابه و دارای مفهوم مشترک، میزان زیادی از داده‌ها غربال و مقوله‌هایی با سطح انتزاع بالاتر ایجاد گردید. نتیجه این مرحله شناسایی ۱۳۶ کد اولیه (۷۱ کد مربوط به پیشایندها، ۵۳ کد مربوط به پیامدها و ۱۲ کد مربوط به ابعاد پدیده مورد مطالعه) بود. در نهایت پس از آن که ارتباط میان مقوله‌ها، طی کدگذاری اولیه و تعیین مضامین فرعی مشخص شد، مضامین اصلی شناسایی و با طبقه‌بندی و ادغام مفاهیم مشابه، ابعاد و مؤلفه‌های پیشایندها و پیامدهای شوخ طبعی در سازمان استخراج گردید.

در پژوهش حاضر، سازوکار لازم جهت تحلیل داده‌ها و تدوین مدل پژوهش بر مبنای روش تحلیل مضمون براون و کلارک^۱ (۲۰۰۶) انجام پذیرفت. این الگو یکی از پرکاربردترین شیوه‌های تحلیل مضمون است که مراحل آن به شرح زیر است: ۱) آشنایی با داده‌ها که در طی مصاحبه و پیاده‌سازی آن انجام می‌شود ۲) ایجاد کدهای اولیه در هنگام خواندن متن مصاحبه‌ها ۳) جستجوی مضامین با هدف دسته‌بندی کدهای اولیه و شکل‌گیری مقولات ۴) مرور مضامین با خواندن و بازخواندن متن مصاحبه‌ها ۵) تعریف مضامین که به معنای توضیح مضامین و توجه به نداشتن همپوشی آن‌ها با یکدیگر اشاره دارد و ۶) تهیه گزارش داده‌ها.

عابدجعفری و همکاران (۲۰۱۰) اشاره می‌کنند تحلیل مضمون روشی برای شناسایی و تحلیل الگوهای معنادار در مجموعه‌ای از داده‌هاست به‌طوری که با بخش‌بندی، مقوله‌بندی و تلخیص مصاحبه‌ها، مفاهیم مهم درون مجموعه‌ای از داده‌ها استخراج شود. این تحلیل مستلزم رفت‌و‌برگشت مستمر بین مجموعه داده‌ها، مجموعه کدگذاری‌ها و تحلیل داده‌های به دست آمده است. لذا می‌توان گفت تحلیل مضمون فرایندی بازگشتی است که در آن حرکت رفت و برگشتی در بین مراحل مذکور وجود دارد (براون و کلارک، ۲۰۰۶: ۸۶).

مضامین یا الگوهای موجود در داده‌ها را می‌توان با دیدگاه استقرایی و دیدگاه قیاسی شناسایی کرد. در دیدگاه استقرایی فرایند کدگذاری و توسعه مضمون به‌وسیله محتوای داده‌ها تعیین می‌شود (براون و کلارک، ۲۰۱۹: ۵۹۲). در این دیدگاه، تحلیل مضمون براساس داده‌ها صورت می‌گیرد و با شناخت الگوهای

جدول ۴. ضرایب CVR و CVI مؤلفه‌ها و ابعاد الگوی شوخ‌طبعی در محل کار

Table 4. CVR and CVI Coefficient of Humor Pattern Dimensions at Workplace

مضمین اصلی	مضامین فرعی	مقادیر CVR	مقادیر CVI	نتیجه
پیشایندها	تعارضات نقشی	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش
	ویژگی‌های شخصیتی	۰/۸	۰/۹۳	پذیرش
	درگیری ذهنی – عاطفی	۱	۱	پذیرش
	جایگاه فرد در سلسله‌مراتب نیازها	۱	۱	پذیرش
	جایگاه فرد در سلسله‌مراتب سازمان	۱	۱	پذیرش
	ماهیت گروه	۱	۱	پذیرش
	رابطه رهبر-عضو	۱	۰/۹۳	پذیرش
	میزان صمیمیت اعضای گروه	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش
	میزان مشابهت اعضای گروه	۱	۱	پذیرش
	وجود گروه‌های مرجع	۰	–	رد
	نوع شغل (ستاد و صف)	۱	۰/۸۶	پذیرش
	ویژگی‌های شغلی	۱	۱	پذیرش
	رهبری زهر آگین	۱	۰/۸۶	پذیرش
	تعادل کار-زندگی	۱	۱	پذیرش
	جوسازمانی مسموم	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش
	زمینه فعالیت سازمان	۱	۰/۹۳	پذیرش
	ویژگی‌های محیط فیزیکی	۰/۶	۰/۸۰	پذیرش
	انتظارات و ویژگی‌های رفتاری ذی‌نفعان سازمانی	۰/۶	۰/۷۳	پذیرش
	اندازه سازمان	۰	–	رد
	میزان قدمت سازمان	۰/۲	–	رد
پیامدها	ماهیت تکنولوژیک	۰/۲	–	رد
	کاهش میزان ترک خدمت	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش
	افزایش محبوبیت فردی	۰/۶	۰/۸۰	پذیرش
	افزایش خودکارآمدی	۰/۸	۰/۸۰	پذیرش
	مدیریت بر مافوق	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش
	افزایش کیفیت زندگی کاری	۱	۱	پذیرش
	بروز رفتارهای سازمانی مثبت‌گرا	۰/۶	۰/۸۰	پذیرش
	افزایش روحیه رفتار شهروندی سازمانی	۰/۸	۰/۸۰	پذیرش
	افزایش آوای کارکنان	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش
	افزایش شادی سازمانی	۱	۱	پذیرش
	بهبود اثربخشی تیم‌های کاری	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش
	کاهش فاصله اجتماعی	۰/۶	۰/۸۰	پذیرش
	جذابیت برند کارفرما	۱	۱	پذیرش
	تقویت سرمایه اجتماعی	۰/۶	۰/۸۰	پذیرش
	افزایش سلامت سازمانی	۰/۸	۰/۸۰	پذیرش
	خلق سرمایه روان‌شناختی	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش
	تسهیل تغییر و تحولات در سازمان	۰/۸	۰/۸۰	پذیرش
	موقعیت شوخی	۰/۶	۰/۸۰	پذیرش
ابعاد شوخ‌طبعی سازمانی	مطلوبیت شوخی	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش
	ماهیت شوخی	۰/۸	۰/۸۰	پذیرش
	محوریت شوخی	۰/۸	۰/۷۳	پذیرش

قابلیت اعتماد یافته‌ها نیز به کمک روش پایایی بین دو کدگذار^۱ سنجیده شد؛ به نحوی که داده‌ها توسط یک نفر فارغ‌التحصیل دکتری مدیریت منابع انسانی، مجدداً کدگذاری و درصد توافق دو کدگذار با استفاده از فرمول زیر به‌عنوان شاخص پایایی محاسبه گردید.

$$\text{رابطه (۱)} = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100\% = \text{درصد توافق}$$

جدول ۵. نتایج بررسی پایایی داده‌ها

Table 5. Data Reliability Results

کد مصاحبه	تعداد کل کدها	توافقات	عدم توافقات	درصد پایایی
I5	۳۳	۱۴	۶	٪۸۴
I7	۲۷	۱۱	۷	٪۸۱
I9	۲۵	۹	۵	٪۷۲
کل	۸۵	۳۴	۱۸	٪۸۰

یافته‌های پژوهش
براساس تحلیل محتوای انجام شده، پیشایندهای شوخ طبعی در سازمان در قالب ۱۷ کد در سه بعد فردی، گروهی و سازمانی دسته‌بندی شدند که در ادامه، نتایج حاصل از کدگذاری در جدول ۶ نشان داده شده‌اند.

جدول ۶. مقوله‌های مربوط به پیشایندهای شوخ طبعی سازمانی

Table 6. Categories of Organizational Humor Antecedents

مضمون اصلی	مضمون فرعی	کدهای اولیه
عوامل فردی	تعارضات نقشی	نقش‌های مختلف افراد در سازمان، تداخل نقش‌های شغلی و خانوادگی
	ویژگی‌های شخصیتی	توافق‌پذیری بالا، آستانه بالای تحمل افراد، میزان برون‌گرایی
	درگیری ذهنی – عاطفی	عدم وجود شیفتگی به کار، تمرکز پایین در کار، جذابیت ناکافی در انجام وظایف و مسئولیت‌ها، نیاز به وجود وظایف معنادار
	جایگاه فرد در سلسله‌مراتب نیازها	میزان ارضا نیازهای مادی، نیاز به جلب توجه دیگران، تمایل به خودشیرونی در جمع، دیده شدن توسط دیگران به وسیله انجام شوخی، نیاز به مطرح شدن، نیاز به ابراز وجود
عوامل گروهی	جایگاه فرد در سلسله‌مراتب سازمان	عنوان شغلی فرد در سازمان، تفاوت جایگاه شغلی افراد (مدیر یا زیردست بودن)
	ماهیت گروه	گروه‌های کاری، گروه‌های دوستانه، گروه‌های ورزشی
	رابطه رهبر-عضو	مراودات مدیر و زیردستان، کیفیت رابطه مدیر با زیردستان، اعتماد متقابل در روابط سرپرست با زیرستان
	میزان مشابهت اعضای گروه	تشابه فکری، عقیدتی و شخصیتی افراد، وجود ارزش‌های مشترک
عوامل فرهنگی	میزان صمیمیت اعضای گروه	وجود روابط دوستانه، روابط گرم و نزدیک میان افراد، احساس راحتی در برقراری روابط متقابل
	نوع شغل (ستاد و صف)	تنوع وظایف و مشاغل در واحدهای ستادی یا صفی، الزامات ایمنی در واحدهای فنی
	ویژگی‌های شغلی	شرایط کار اقماری، نوبت کاری، کار شیفتی، استرس شغلی، حساسیت برخی مشاغل، سختی کار، چالشی بودن وظایف، فشارهای روانی
	رهبری زهرآگین	کنترل شدید و قاطعانه مدیران، نارضایتی از بدرفتاری برخی مدیران با زیردستان، توجه به ارزش‌ها و امیال شخصی، ارزش قائل نشدن برای افراد، خودبزرگ‌بینی، خودبرتربینی، شیفتگی زیاد در بین مدیران، حل تعارضات کاری بازور یا اجبار، وجود تبعیضات ناروا در بین کارکنان، انعطاف‌ناپذیری مدیران

1. Inter-coder Reliability (ICR)

2. Kvale

ادامه جدول ۶. مقوله‌های مربوط به پیشایندهای شوخ‌طبعی سازمانی

مضمون اصلی	مضمون فرعی	کدهای اولیه
عوامل سازمانی	تعادل کار-زندگی	تداخل میان اولویت‌های کار و زندگی، بعد مسافت بین محل کار و زندگی، سرایت مشغله‌های کاری به زندگی خانوادگی، دوری از خانواده، اثر مشکلات خانواده در کار و بالعکس.
	جوسازمانی مسموم	ترس از ارزیابی شدن توسط همکاران، ترس از قضاوت شدن توسط دیگران، رقابت ناسالم میان واحدهای سازمان، وجود زیرآب‌زنی در بین همکاران، بروز سایش‌های کلامی
	زمینه فعالیت سازمان	ویژگی‌ها و نوع صنعت
	ویژگی‌های محیط فیزیکی	خطرات جانی، آلودگی، بدی آب و هوا، دوری از بافت شهری و امکانات زندگی
	انتظارات و ویژگی‌های رفتاری	تأمین رضایت ارباب‌رجوع، انتظارات مدیر از زیردستان، توقع برخورد خوب از همکار، انتظارات
	ذی‌نفعان سازمانی	مراجعه‌کنندگان

پیامدهای شوخ‌طبعی در سازمان نیز در قالب ۱۶ کد، در ابعاد فردی، گروهی و سازمانی طبقه‌بندی شدند که نتایج آن در

جدول ۷. مقوله‌های مربوط به پیامدهای شوخ‌طبعی سازمانی

Table 7. Categories of Organizational Humor Consequences

مضمون اصلی	مضمون فرعی	کدهای اولیه
عوامل فردی	کاهش میزان ترک خدمت	کاهش تقاضای استعفا از کار، کاهش غیبت در کار، کاهش نرخ جابجایی، کاهش غیبت‌های غیرموجه
	افزایش محبوبیت فردی	تمایل افراد به برقراری ارتباط صمیمانه، ابراز علاقه افراد به فرد شوخ‌طبع
	افزایش خودکارآمدی	بهبود اراده فردی، تقویت توانایی‌های فردی، افزایش دقت در انجام کار
	مدیریت بر مافوق	توانایی تأثیرگذاری زیردستان بر مدیران در بستر شوخ‌طبعی، افزایش همکاری کارکنان با مدیران و سرپرستان، کمک به ایجاد روابط پایین به بالا
عوامل گروهی	افزایش کیفیت زندگی کاری	افزایش انگیزه، بهبود تعاملات مثبت، افزایش تفاهم میان همکاران
	بروز رفتارهای سازمانی مثبت‌گرا	کمک به اشتراک دانش، یادگیری تجربیات جدید، اشتراک بیشتر تجربیات و مهارت‌های کاری
	افزایش روحیه رفتار شهروندی سازمانی	افزایش حس نوع‌دوستی، احساس تعلق سازمانی، انجام رفتارهای فراتقشی، افزایش حس مسئولیت‌پذیری
	بهبود اثربخشی تیم‌های کاری	ایجاد روحیه کار گروهی، بهبود در یادگیری جمعی، انسجام گروهی
	افزایش آوای کارکنان	ایجاد انگیزه برای بیان انتقادات، مطرح نمودن پیشنهادهای، بیان نظرات و ایده‌ها، مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها
	کاهش فاصله اجتماعی	افزایش صمیمیت، کمرنگ شدن روابط رئیس و مرئوس، کاهش فاصله مدیر با زیردستان
	جذابیت برند کارفرما	تمایل افراد برای پیوستن به سازمان، ایجاد ذهنیت مثبت از سازمان، ایجاد جوکاری مطلوب، ارتقای وجهه سازمان در جامعه، تمایل افراد برای پیوستن به سازمان.
	تقویت سرمایه اجتماعی	شکل‌گیری روابط اجتماعی درون‌سازمانی، ایجاد و شکل‌گیری روابط متقابل در سازمان، بهبود توافقی و سازگاری میان افراد، ایجاد اعتماد در روابط بین فرد
	افزایش سلامت سازمانی	کاهش طفره‌روی در کار، عدم شانه خالی کردن از وظایف و مسئولیت‌ها، افزایش وجدان کاری
	افزایش شادی سازمانی	ایجاد عواطف مثبت در سازمان، ایجاد شور و شوق در محیط کار، کمک به تخلیه روانی، بهبود سلامت روان
عوامل سازمانی	خلق سرمایه روان‌شناختی	افزایش توان مقابله با مسائل و مشکلات کاری، افزایش امیدواری در بین کارکنان، خوش-بینی به آینده، توانایی مقابله با چالش‌های محیط کار، افزایش تاب‌آوری
	تسهیل تغییر و تحولات در سازمان	کاهش مقاومت افراد نسبت به انجام تغییر، توانایی همراه نمودن افراد در فرایند تغییرات سازمان، افزایش قدرت مدیران در اقناع‌سازی کارکنان در انجام تغییرات

ابعاد چهارگانه شوخ‌طبعی در سازمان نیز مطابق با جدول زیر کدگذاری گردید.

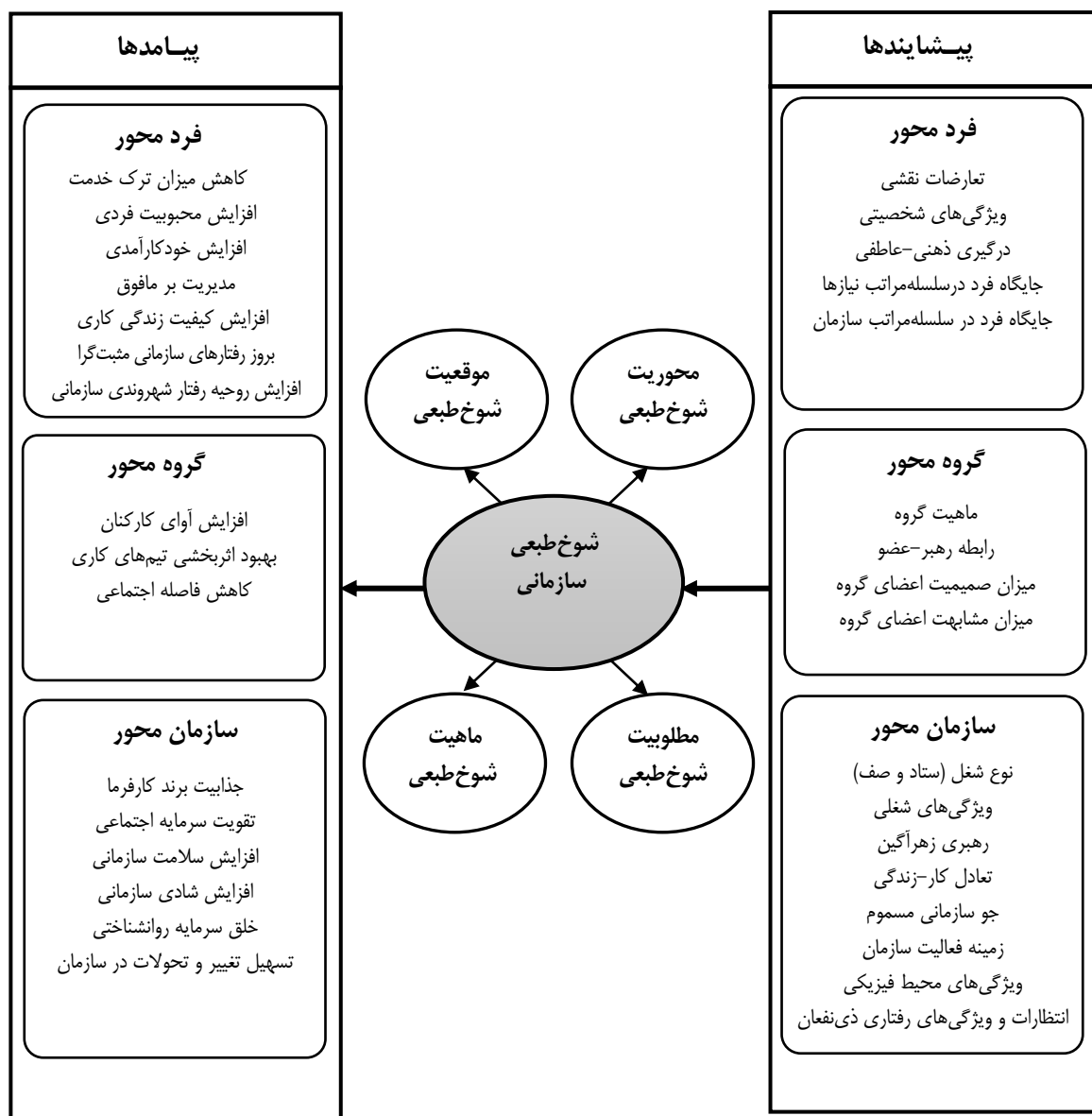
جدول ۸. مقوله‌های مربوط به ابعاد شوخ طبعی سازمانی

Table 8. Categories of Organizational Humor Dimensions

مضمون اصلی	مضمون فرعی	کدهای اولیه
شوخی سازمانی	موقعیت شوخی	شوخی کردن در جلسات و رویدادهای اداری (فضای رسمی)، شوخی در محیط‌های خودمانی (غیررسمی)، شوخی‌های مرتبط با حوزه‌های کاری، شوخی‌های غیرمرتبط با کار، شوخی از قبل تنظیم شده (برنامه‌ریزی شده)، شوخی فی‌البداهه و آنی
	مطلوبیت شوخی	شوخی موفق (شوخی که خنده و سرگرمی به دنبال دارد) و شوخی شکست خورده (اتفاق خاصی به همراه ندارد)، شوخی با پیامد مثبت و شوخی‌های دارای پیامد منفی
	ماهیت شوخی	انواع شوخی شامل شوخی فیزیکی، کلامی، رفتاری
	محوریت شوخی	شوخی کردن مدیران با زیردستان و بالعکس، شوخی همکاران هم‌رده با یکدیگر

پیشایندها و پیامدهای شوخ طبعی در سازمان شناسایی شد:

براساس ابعاد شناسایی شده، الگوی مفهومی زیر برای



شکل ۱. الگوی مفهومی پیشایندها و پیامدهای شوخ طبعی در سازمان

Figure 1. Conceptual Model of Antecedents and Consequences of Humor in the Organization

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر تلاش شد با استفاده از یک رویکرد کیفی و با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون، الگوی مفهومی پیشایندها و پیامدهای شوخ‌طبعی در شرکت پالایش گاز پارسیان تدوین شود. از جنبه کاربردی، این پژوهش می‌تواند به شناخت دقیق از علل و عوامل مؤثر بر بروز رفتارهای شوخ‌طبعانه و همچنین پیامدهای مثبت حاصل از آن کمک نماید.

در الگوی پیشنهادی پژوهش، پیشایندهای شوخ‌طبعی در سازمان در سه بُعد فردی، گروهی و سازمانی شناسایی گردیدند. در بُعد فردی می‌توان گفت تفاوت در ویژگی‌های شخصیتی عاملی مهم و تأثیرگذار در بیان و استفاده افراد از شوخی و طنز در روابط کاری خواهد بود. همان‌طور که انتظار می‌رود افراد برون‌گرا در مقایسه با افراد درون‌گرا، تمایل بیشتری در به‌کارگیری شوخی و جملات طنز از خود نشان می‌دهند. ظرفیت (جنبه) و آستانه تحمل افراد نیز از دیگر ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر شوخ‌طبعی قلمداد می‌شود. نتایجی که با یافته‌های مطالعات اخیر هم‌راست است. برای مثال فورد و همکاران^۱ (۲۰۱۶) در پژوهش خود با عنوان «شخصیت، سبک‌های شوخ‌طبعی و شادی» نشان دادند افرادی که درجه بالایی از برون‌گرایی، عزت‌نفس و خوش‌بینی دارند، شادتر هستند زیرا در زندگی روزمره به شوخ‌طبعی مثبت می‌پردازند. پورحسین و همکاران (۲۰۱۷) نیز در پژوهش خود با مضمون «پیش‌بینی شوخ‌طبعی دانشجویان براساس ویژگی‌های شخصیتی» نتیجه گرفتند که برون‌گرایی بیشتر از سایر مقیاس‌های ویژگی شخصیتی، پیش‌بینی‌کننده میزان حس شوخ‌طبعی در افراد است. همچنین با در نظر گرفتن سلسله‌مراتب نیازها، افراد شوخ-طبع، بیشتر به دنبال برآورده کردن نیازهای اجتماعی خود و ایجاد رابطه با دیگران می‌باشند.

پایین بودن درگیری ذهنی-عاطفی کارکنان نیز یکی دیگر از عوامل مؤثر بر بروز شوخ‌طبعی شناسایی شد. عاملی که می‌توان آن را ناشی از مشکلات عاطفی و تجربه احساساتی از قبیل تنهایی و انزوای اجتماعی به سبب دوری از محل زندگی و خانواده دانست.

از نظر مصاحبه‌شوندگان، ابراز شوخی یک رویداد مرتبط با سلسله‌مراتب تلقی می‌شود. با در نظر گرفتن سلسله‌مراتب سازمانی، شوخی‌ها بیشتر از سمت بالا به پایین جریان می‌یابد و افراد در سطوح پایین سلسله‌مراتب ممکن است محدودیت‌های بیشتری را (به دلیل برخی ملاحظات موجود در روابط میان مدیران و زیردستان) تجربه کنند. هم‌راستا با این نتایج، لادگار^۲ (۲۰۱۲) در پژوهشی با هدف بررسی «بی‌ادبی به‌عنوان یک استراتژی در گفتمان رهبری:

نقش فرهنگ، قدرت و جنسیت در محل کار» دریافت که رهبران زن در جلسات از شوخی کنایه‌آمیز به‌عنوان ابزاری برای اعمال موقعیت خود نسبت به زیردستان استفاده کردند، در حالی که فاصله سلسله‌مراتبی در کار، زیردستان را از به چالش کشیدن این رفتار منفی باز داشت. کوپر (۲۰۰۸) نیز با ارائه یک مدل رابطه‌ای از پیوندهای شوخ‌طبعی محل کار به قدرت طنز در برجسته‌سازی تفاوت‌های سلسله‌مراتبی و جایگاه شغلی اذعان می‌کند.

در خصوص بُعد گروهی پیشایندهای شوخ‌طبعی، مشخص شد که شوخ‌طبعی به‌عنوان یک فعالیت اجتماعی مشترک شناخته می‌شود. بنابراین به‌واسطه مراودات کاری و تعاملات روزمره، شوخ‌طبعی در سازمان در میان گروهی از افراد که باهم کار می‌کنند بیشتر قابل مشاهده است. از این‌رو، وجود نقاط اشتراک در نگرش، هم‌سنخی شخصیتی و همچنین تعداد اعضای یک گروه با به اشتراک‌گذاری شوخی رابطه مستقیم دارد. افزون بر این، میزان صمیمیت اعضا نیز در این زمینه مؤثر است. به‌طور مثال در میان دوستان صمیمی، شوخی‌های محافظه‌کارانه کمتر بچشم می‌خورد. در همین راستا، صاحب‌نظران اشاره کردند که شوخ‌طبعی مدیران، روابط نزدیک و صمیمانه‌ای که با برخی از زیردستان برقرار می‌کنند را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد مفهومی که از آن با رابطه رهبر-پیرو یاد می‌شود. از طرفی، تعامل مداوم میان افراد به‌واسطه شرایط اقماری و حضور تمام‌وقت در پالایشگاه سبب می‌شود تا کارکنان برای پاسخ‌گویی به علائق و نیازهای اجتماعی خود در کنار هم جمع شده و گروه‌هایی غیررسمی را تشکیل دهند. فعالیت این گروه‌ها بیشتر بر فعالیت‌هایی چون ورزش‌های گروهی و درهمی‌های دوستانه متمرکز است که زمینه را برای ایجاد روابط صمیمی و بروز رفتارهای شوخ‌طبعانه فراهم می‌کند. براساس استدلال رابرت و ویلبانکز^۳ (۲۰۱۲) شباهت شخصیتی در برخی زمینه‌ها ممکن است به افراد اجازه دهد تا شوخ-طبعی را راحت‌تر و آسان‌تر به اشتراک بگذارند. از طرفی زاگنسکی و همکاران^۴ (۲۰۱۵) در پژوهش خود ضمن ارائه تحلیل از چرایی پیوندهای دوستی، حمایت عاطفی و تبادل منابع ارزشمند در روابط سرپرست و زیردستان، اشاره می‌کنند با توجه به محدودیت‌های موجود در منابع و زمان، رهبران روابط نزدیک و با کیفیت بالا را با بعضی از زیردستان و روابط غیرصمیمی و رسمی را با دیگران برقرار می‌کنند به‌طوری که اثرات طنز رهبر در برخی کارها و برای برخی افراد نسبت به دیگران قوی‌تر است. در همین زمینه ویجوارنا و همکاران (۲۰۱۹) معتقدند که تبادل رهبر-عضو بالا، احتمال تجربه احساسات مثبت توسط یک کارمند در نتیجه استفاده مدیریت از شوخ‌طبعی مثبت را افزایش می‌دهد.

3. Robert & Wilbanks

4. Zagenczyk et al.

1. Ford et al.

2. Ladegaard

پژوهش مطابقت دارد. همچنین رابرت (۲۰۱۶) با اشاره به ماهیت خطرناک و پرفشار برخی مشاغل (ازجمله مشاغلی که با مواد شیمیایی سمی و ابزارهای قدرتمند سر و کار دارند) یافته‌های مشابهی را در خصوص زمینه فعالیت سازمان مطرح می‌کند. وی معتقد است میزان و نحوه شوخ طبعی بر اساس نوع شغل ممکن است متفاوت باشد نتایجی که با یافته نوع شغل (صف و ستاد) در این پژوهش همخوان است.

افزون بر این موارد، برخی رفتارهای مخرب مدیران و کارکنان نیز سبب کاهش انگیزه، شور و اشتیاق و انرژی درونی کارکنان برای انجام وظایف خواهد شد. خودرأی و خودشیفته بودن مدیر، کنترل بیش از حد زیردستان و ایجاد تبعیضات ناروا میان زیردستان و همچنین تعارضات و سایش‌های کلامی همکاران با یکدیگر ازجمله مواردی است که در خصوص رهبری زهرآگین و جو مسموم سازمانی به آن‌ها اشاره شد. ازاین رو رفتارهای طنزگونه و مبتنی بر شوخ طبعی می‌تواند ابزاری برای تقویت تعامل افراد در سازمان باشد و به مشارکت عاطفی و در نهایت تلاش و کوشش برای انجام کار منجر شود. این نتایج از برخی جنبه‌ها با پیشینه پژوهش مرتبط است. در بُعد رهبری زهرآگین نتایج مطالعات کارلسن و ویلادسن^۴ (۲۰۱۵) و کنی و یوکلر^۵ (۲۰۱۲)، برای تأکید بر نقش شوخ طبعی کارکنان در تخریب و مقاومت در برابر کنترل مدیران در ادبیات مستند شده است که با نتایج این پژوهش هم‌راست است.

پژوهش هاگارد و همکاران^۶ (۲۰۱۱) نیز جو مسموم سازمانی را مورد مطالعه قرار داده و عنوان می‌کنند که الگویی از شایعه‌سازی و بحث بیش از حد درباره عوامل منفی در محیط کار می‌تواند به تشدید شرایط استرس‌زا منجر شود که با یافته‌های پژوهش حاضر مطابقت دارد.

یافته‌های این پژوهش نشان داد، پیامدهای مثبتی را می‌توان برای پیاده‌سازی شوخ طبعی متصور بود. این پیامدها در سه عنوان کلی فردی، گروهی و سازمانی قابل طبقه‌بندی است. بر اساس اظهارات بسیاری از کارکنان، اصلی‌ترین پیامد فردی حاصل از شوخ طبعی در محل کار بهبود کیفیت زندگی کاری کارکنان به‌واسطه کاهش استرس، سلامت روانی، بازیابی روحی و ذهنی، افزایش انگیزه و درگیری بیشتر با کار است همچنین شوخ طبعی افزایش محبوبیت افراد در سازمان را در پی خواهد داشت. ازاین رو باعث افزایش تعهد شغلی و کاهش غیبت و جابجایی خواهد شد. همچنین می‌تواند فرد را به انجام رفتارهای فراتر از شغل تشویق نماید. در سطح گروه، شوخ طبعی صحیح، فرصت تعامل بیشتر و

در بُعد سازمانی، نتایج به دست آمده بیشتر بر ویژگی‌های شغلی و شرایط محیط کار در شرکت پالایش گاز پارسیان متمرکز است. می‌توان گفت شرایط کار اقماری، کار شیفیتی، وجود استرس و فشارهای روانی، انتظارات رفتاری و عملکردی و زندگی در مناطقی به دور از امکانات شهری، آلودگی صوتی، بدی آب و هوا و گرمای طاقت‌فرسا در فصول ابتدایی سال، مهم‌ترین ابعاد مربوط به شغل و شرایط محیط کار را تشکیل می‌دهند. در این رابطه، عدم وجود تعادل کار-زندگی نیز عامل مهم مورد تأکید مصاحبه‌شوندگان بود که مبین نوعی تعارض بین نقشی است که افراد میان الزامات نقش کاری و تقاضاهای نقش خانوادگی خود احساس ناهمخوانی می‌کنند. چراکه شیوه زندگی کارکنان اقماری ممکن است باعث تغییر در نقش‌ها شود که می‌تواند مغایر با انتظارات نقش‌های خانوادگی باشد. بر اساس نظریه سرریز شدگی^۱، تجربیات افراد از محیط کار (خانواده) می‌تواند به محیط خانواده (کار) منتقل شده و بر پیامدهای مربوط به خانواده آن‌ها تأثیر بگذارد (کارلسون و همکاران^۲، ۲۰۱۹: ۷۱۸). باید توجه داشت که عوامل مذکور به تجربه فشارهای روانی منجر شده و افت ملاک‌های بهره‌وری فردی و سازمانی را به همراه خواهد داشت. بنابراین وجود طنز و شوخی، در رفتارهای بین فردی سهم ارزشمندی در سلامت و رفاه کارکنان سازمان دارد. از طرفی، با توجه به ماهیت پراسترس مشاغل صنعتی، به‌طور قطع ذهن باز و خالی از استرس، احتمال وقوع خطا و اشتباه در تصمیم‌گیری‌ها را کاهش خواهد داد. درباره ویژگی‌های شغلی می‌توان از مطالعات فیسک و دیونیزی^۳ (۲۰۱۰) و ویجواردنا و همکاران (۲۰۱۰) برای تأکید بر استرس شغلی یاد کرد. علاوه‌بر این، بُعد انتظارات رفتاری و عملکردی ذی‌نفعان سازمان با عناوینی مشابه در پژوهش رومرو و کرائترز (۲۰۰۶) مورد توجه قرار گرفته است. در خصوص ماهیت مشاغل نیز می‌توان نتیجه گرفت آن دسته از کارکنانی که در مشاغل حساس و پرمخاطره مشغول فعالیت می‌باشند و ملزم به رعایت الزامات ایمنی در کار هستند (به‌عنوان مثال واحد مدیریت عملیات) در مقایسه با افرادی که در مشاغل ستادی و پشتیبانی خدمت می‌کنند کمتر به رفتارهای شوخ طبعانه در حین کار مبادرت می‌ورزند. با وجود این در مشاغل ستادی نیز واحدهایی که با حجم مراجعات زیاد مواجه هستند یا وظایف متعددی عهده دارند ممکن است زمان کافی برای شوخی با همکاران را در اختیار نداشته باشند. بنابراین ویژگی‌های شغلی و نوع شغل می‌تواند عامل مهمی در ابراز شوخی توسط افراد باشد. در مدل پیشنهادی رابرت و ویلیانکز (۲۰۱۲) به‌واسطه تأکید بر اهمیت ویژگی‌های صنعت و زمینه فعالیت سازمان در بروز شوخ طبعی کارکنان با نتایج این

4. Karlsen & Villadsen

5. Kenny & Euchler

6. Haggard et al.

1. Spillover

2. Carlson et al.

3. Fisk & Dionisi

که با یافته‌های گزارش شده سپهوند و محمدیاری (۲۰۱۶)، کاراکوسکی و همکاران^۷ (۲۰۲۰)، دی‌فابیو و دورادونی^۸ (۲۰۲۰)، یام و همکاران (۲۰۱۸)، ایسند^۹ (۲۰۰۹) و کریستوف‌براون و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۵) در حوزه شوخ‌طبعی سازمانی همسو می‌باشد.

پیشنهادهای

در پایان با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهایی در راستای کاربرد هرچه بهتر عوامل مؤثر بر بروز شوخ‌طبعی و پیامدهای حاصل از آن برای مدیران و پژوهشگران ارائه می‌گردد:

همان‌طور که فردریکسون (۲۰۰۱) در نظریه گسترش و ساخت خود مطرح می‌کند، قرار گرفتن در معرض احساسات مثبت در طی یک دوره زمانی به ایجاد منابع پایدار (منابع جسمی همچون سلامتی؛ منابع روان‌شناختی مانند توانایی حل مسئله و تصمیم‌گیری و منابع اجتماعی مانند حمایت‌های اجتماعی) در افراد کمک می‌کند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کارکنان به احساس تجربه‌های مثبت در طول یک دوره زمانی طولانی‌مدت برای ایجاد منابع روان‌شناختی در خود نیاز دارند. با این حال، اثرات احساسات مکرر منفی (همچون استرس، فشار روانی، دوری از خانواده و ...) بر منابع روان‌شناختی کارکنان در طی زمان حضورشان در محل کار مشهود است. لذا پیشنهاد می‌شود مدیران ضمن مشارکت در رویدادهای طنز در محل کار، ایجاد روابط صمیمانه و کاهش فاصله اجتماعی، تلاش کنند چنین رفتاری به یک پدیده شایع تبدیل شده تا کارکنان در یک دوره زمانی به‌طور مکرر در معرض احساسات مثبت قرار گیرند.

همان‌طور که در بخش یافته‌ها اشاره گردید بروز رفتارهای طنزآمیز، عمیقاً تحت تأثیر سلسله‌مراتب رسمی در سازمان است. با این تفسیر، مدیران به‌ندرت علاقه دارند تا از طنز دوجانبه با زیردستانشان استفاده کنند و یا به‌عنوان هدف طنز واقع شوند. چنین دیدگاهی، توانایی آن‌ها برای استفاده از طنز به‌منظور کسب نتایج مطلوب را تا حد زیادی کاهش می‌دهد. لذا برای غلبه بر این مانع، نیاز است مدیران بنابر اقتضائات در موقعیت‌های غیررسمی، جایگاه رسمی و سازمانی خود را ترک و به صورت آزادانه در شوخی‌ها و تعاملات طنز با هدف ایجاد نتایج مثبت کاری به‌نفع کارکنان، مشارکت کنند.

از آنجا که وجود اعتماد، پیش‌نیاز اساسی شکل‌گیری رابطه رهبر-عضو می‌باشد، نیاز است تا سطوحی از اعتماد، پیش از آنکه مدیران بتوانند آزادانه در تعاملات شوخ‌طبعانه با کارکنان درگیر شوند، به دست آید. بنابراین به مدیران توصیه می‌شود تا به

افزایش صمیمیت در سازمان را فراهم می‌سازد. از طرفی باعث کاهش فاصله اجتماعی میان افراد و اثربخشی بیشتر فعالیت‌های گروهی همچون یادگیری می‌شود.

در بُعد سازمانی نیز می‌توان گفت چنانچه جو حاکم بر سازمان جوی دوستانه، دل‌پذیر و صمیمی توأم با شوخ‌طبعی در روابط باشد. کارکنان، خود برای حل مسائل و مشکلات پیشگام خواهند شد. چراکه نسبت به سازمان احساس تعلق می‌کنند و منافع خود و سازمان را یکی می‌دانند لذا انجام تغییر و تحولات در سازمان با مقاومت کمتری از سوی افراد مواجه خواهد شد. وجود شوخ‌طبعی در روابط میان کارکنان علاوه بر مزایای مطرح شده به کارکنان کمک می‌کند تا در قالبی متفاوت و با استفاده از ابزار طنز انتقادات خود را مطرح کنند. بدیهی است افراد کار کردن در چنین فضایی را ترجیح می‌دهند و با عشق و علاقه در محل کار خود حاضر می‌شوند.

در این راستا، نتایج پژوهش‌های مسمر-مگنوس و همکاران^۱ (۲۰۱۲) برای تأکید بر افزایش عملکرد شغلی و کاهش ترک خدمت، پژوهش کوپر و همکاران (۲۰۱۸) برای تأکید بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی، مؤید این پیامدها در بُعد فردی است. اما در هیچ پژوهشی به توانایی مدیریت مافوق اشاره‌ای نشده است. در بُعد گروهی، نتایج پژوهش‌ها یافته‌هایی مشابه با آنچه در مورد اثرات مثبت شوخ‌طبعی در سطح گروه ارائه شده است، نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال وینتون^۲ (۱۹۸۹) شوخ‌طبعی رهبر را عاملی برای غلبه بر اختلافات جایگاه و مقام رسمی می‌داند. نتیجه‌ای که با بُعد کاهش فاصله اجتماعی افراد در این پژوهش همخوانی دارد. علاوه بر این، رومرو و پسکاسولیدو^۳ (۲۰۰۸) ادعا می‌کنند که طنز در گروه‌ها، برقراری مفید و کارای فرآیندهای اجتماعی و روابط را به علت توانایی‌اش در ایجاد تصویر مثبت، تسهیل می‌کند. گرانر و همکاران^۴ (۲۰۱۵) طنز را عاملی می‌دانند که کارکنان به کمک آن می‌توانند نارضایتی خود را به‌طور صریح و بدون در نظر گرفتن موقعیت افراد با جایگاه و مقام بالا بیان کنند. یولیان^۵ (۱۹۷۶) همچنین از طنز به‌عنوان ابزاری برای بیان انتقاد یاد می‌کند نتایجی که با یافته افزایش آوای کارکنان در این پژوهش مشابه است. شیل و گاکل^۶ (۲۰۱۷) نیز ارتباط شوخ‌طبعی با بهره‌وری گروهی و اینکه چرا طنز برای پروراندن جو دوستانه در گروه‌ها سودمند است را برجسته می‌کنند.

در بُعد سازمانی، تسهیل تغییر و تحولات در سازمان، تقویت سرمایه اجتماعی و جذابیت برند کارفرما بخشی از این پیامدهاست

7. Karakowsky et al.
8. Di Fabio & Duradoni
9. Eisend
10. Kristof-Brown

1. Mesmer-Magnus et al.
2. Vinton
3. Romero & Pescosolido
4. Graner et al.
5. Ullian
6. Scheel & Gockel

باشد. به عنوان مثال رابطه رهبر-عضو به عنوان یک عامل تأثیرگذار در روابط مبتنی بر شوخ طبعی بین مدیر و زیردستان شناسایی شد. بنابراین انجام پژوهش هایی با رویکرد کیفی یا کمی می تواند ضمن بررسی تأثیر سبک های مختلف رهبری در شکل گیری پدیده شوخ طبعی، توانایی رهبران در نفوذ در پیروان از راه برانگیختن عواطف و احساسات را مورد سنجش قرار دهد. همچنین پیشنهاد می شود ابعاد مختلف ویژگی های شخصیتی در پیش بینی میزان شوخ طبع بودن افراد بررسی و تبیین گردد. افزون بر این، محققان می توانند پژوهشی را با همین عنوان در سایر جوامع آماری (از جمله حوزه های نظامی و قضائی، بیمارستان ها و نگاهاهای تولیدی) به انجام رسانده و ضمن مقایسه نتایج، ابعاد مختلف الگوی پژوهش حاضر را توسعه دهند.

یکی از محدودیت های این پژوهش کاربرد مدل نهایی است. باید گفت که امکان تعمیم پذیری نتایج جز جامعه آماری مورد مطالعه با محدودیت مواجه است. علاوه بر این در پژوهش حاضر، مصاحبه و اعتبارسنجی الگوی طراحی شده محدود به یک بازه زمانی معین بوده در حالی که گذر زمان ممکن است ماهیت عوامل شناسایی شده و نیز شدت و ضعف آن ها را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین این پژوهش به طور خاص، تأثیرات مثبت به کارگیری طنز را مورد کنکاش قرار داده است در حالی که شوخ طبعی، دربردارنده آثار و پیامدهای منفی قابل توجهی در روابط بین فردی خواهد بود.

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله مراتب تشکر و قدردانی خود را از کلیه کارکنان و عوامل شرکت پالایش گاز پارسیان که در طی انجام این پژوهش همکاری داشتند اعلام می دارند.

کارکنان خود اجازه مشارکت در طنز دوجانبه (با رعایت حدود فردی و سازمانی) با آن ها را بدهند تا این اطمینان حاصل شود که برابری در روابط طنز بین مدیر و کارمند حفظ خواهد شد. از این رو، مدیران باید از زمینه و عوامل تأثیرگذار در هنگام استفاده از طنز آگاهی و درک کامل داشته باشند.

برطبق یافته ها، استفاده مدیران از طنز به عنوان یک ابزار بالقوه در تأثیرگذاری مثبت بر احساسات کارکنان، با عملکرد و ایجاد نتایج مطلوب در کار مرتبط است. از این رو، مدیران و رهبران می بایست از تأثیراتی که احساسات مختلف بر رفتار کارکنان دارد، آگاهی داشته و محیط کار مناسب را که می تواند قدرت مثبت این احساسات را تحت کنترل درآورد، ایجاد کنند. با توجه به اثرات رهبری زهرآگین در محیط کار نظیر تبعیض، خودبرتربینی، به رسمیت شناختن ناکافی یا پاداش های تحت روابط اجتماعی و عدم برابری در سازمان که منجر به سرخورده گی و ناامیدی کارکنان در محیط کار می گردد؛ نیاز است مدیران ضمن پرهیز از این قبیل اقدامات، با خلق یک محیط حمایتی، زمینه رضایت کارکنان را فراهم آورند.

انتظار می رود واحد برنامه ریزی منابع انسانی در فرایند جذب و استخدام، معیارهای لازم را تهیه و تدوین نماید. بر این اساس پیشنهاد می شود ویژگی های شخصیتی متقاضیان استخدام و میزان تطابق آن ها با شرایط محیط کار و ویژگی های مشاغل مورد ارزیابی قرار گیرد. به طور مثال افراد با ویژگی شخصیتی گنشور، به دلیل دارا بودن صفاتی از قبیل تحمل بیشتر فشارهای محیطی، کمتر دچار انفعال و از خود بیگانگی در کار می شوند. از این رو همراه کردن این ویژگی با مهارت های ارتباط مؤثر همچون خنده و شوخ طبعی در روابط میان اعضای سازمان، به سازگاری هرچه بیشتر افراد در محیط های کاری با شرایط اقماری کمک خواهد نمود.

در خصوص پژوهش های آتی نیز، هدف گذاری محققان می تواند متمرکز بر بررسی عوامل مورد اشاره در مدل پیشنهادی

References

- Abedi Ja'fari, H., Taslimi, M. S., Faghihi, A., & Sheikhzade, M. (2011). Thematic Analysis and Thematic Networks: A Simple and Efficient Method for Exploring Patterns Embedded in Qualitative Data Municipalities). *Strategic Management Thought*, 5(2), 151-198. (In Persian)
- Al Amiri, N., Daradkeh, F., & Al Kaabi, A. (2019). Leadership styles and competence among generation Z Emirati nursing students. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 18(9), 23-45.
- Asadzadeh, A., Yousefi, M., Dehghani, A., & Ahmadzadeh, S. (2022). Investigating the Role of Humor of Manager in Organizational Evolution with the Mediating Role of Entrepreneurial Orientation and Happy Child Ego State of Employees (Case Study: Education Department of West Azerbaijan Province). *Transcendent Education*, 2(3), 44-60. (In Persian)
- Asgari Ebrahimabad, M. J., Soltani, S., & Salayani, F. (2021). The Role of Organizational Commitment on Job Burnout Through Mediation of Humor among Teachers. *Positive Psychology Research*, 6(4), 1-16. (In Persian)
- Bahrani, S. (2018). The Relationship of Managers' Sense of Humor with Organizational Creativity: Mediating Role of Positive Organizational Behavior (Case Study: Sport and Youth offices of Staff Kermanshah Province). *Industrial and Organizational Psychology Studies*, 5(1), 85-102. (In Persian)

- Billig, M. (2005). *Laughter and ridicule: Towards a social critique of humour*. SAGE Publications Ltd.
- Bolton, S., & Houlihan, M. (2009). Are we having fun yet? A consideration of workplace fun and engagement. *Employee Relations*, 31(6), 556-568.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on Reflexive Thematic Analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11, 589-597.
- Butler, N. (2016). *Humour and organization*. In R. Mir, H. Willmott, & M. Greenwood (Eds.), *The Routledge companion to philosophy in organization studies* (421-429). London: Routledge.
- Carlson, D. S., Thompson, M. J., Crawford, W. S., & Kacmar, K. M. (2019). Spillover and crossover of work resources: A test of the positive flow of resources through work-family enrichment. *Journal of Organizational Behavior*, 40, 709-722.
- Cheng, B., Dong, Y., Kong, Y., Shaalan, A., & Tourky, M. (2023). When and how does leader humor promote customer-oriented organizational citizenship behavior in hotel employees?. *Tourism Management*, 96, 104693.
- Cooper, C. (2008). Elucidating the bonds of workplace humor: A relational process model. *Human Relations*, 61(8), 1087-1115.
- Cooper, C. D. (2005). Just joking around? Employee humor expression as an ingratiation behavior. *The Academy of Management Review*, 30, 765-776.
- Cooper, C. D., & Sosik, J. J. (2011). The Laughter Advantage. Oxford Handbooks Online.
- Cooper, C. D., Kong, D. T., & Crossley, C. D. (2018). Leader humor as an interpersonal resource: Integrating three theoretical perspectives. *Academy of Management Journal*, 61(2), 769-796.
- Di Fabio, A., & Duradoni, M. (2020). Humor styles as new resources in a primary preventive perspective: Reducing resistance to change for negotiation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 24-85.
- Eisend, M. (2009). A meta-analysis of humor in advertising. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37(2), 191-203.
- Evans, J.B., Slaughter, J.E., Ellis, A.P.J., & Rivin, J.M. (2019). Gender and the evaluation of humor at work. *The Journal of Applied Psychology*, 104(8), 1077-1087.
- Fayyad, S. (2020). The Role of Employee Trust in the Relationship Between Leaders' Aggressive Humor and Knowledge Sharing. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 19(1), 143-157.
- Fisk, G. M., & Dionisi, A. M. (2010). Building and sustaining resilience in organizational settings: The critical role of emotion regulation. In *Emotions and organizational dynamism* (Vol. 6, pp. 167-188). Emerald Group Publishing Limited.
- Fluegge-Woolf, E. R. (2014). Play hard, work hard. *Management Research Review*, 37(8), 682-705.
- Ford, T. E., Lappi, S. K., & Holden, C. J. (2016). Personality, Humor Styles and Happiness: Happy People Have Positive Humor Styles. *Europe's journal of psychology*, 12(3), 320-337.
- Fredrickson, B. L. (2001). *Positive emotions broaden and build*. University of North Carolina, USA.
- Gkorezis, P., Hatzithomas, L., & Petridou, E. (2011). The impact of leader's humor on employees' psychological empowerment: The moderating role of tenure. *Journal of Managerial Issues*, 23(1), 83-95.
- Gostik, A., & Christopher, S. (2008). *The levity effect: Why it pays to lighten up*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Goswami, A., Nair, P., Beehr, T., & Grossenbacher, M. (2016). The relationship of leaders' humor and employees' work engagement mediated by positive emotions. *Leadership Organization Development Journal*, 37(8), 1083-1099.
- Graner, J. T., Chandler, R. C., & Wallace, J. D. (2015). Nothing to laugh about: Student interns' use of humor in response to workplace dissatisfaction. *Southern Communication Journal*, 80, 102-118.
- Haggard, D., Robert, C., & Rose, A. (2011). Co-rumination in the workplace: Adjustment trade-offs for men and women who engage in excessive discussions of workplace problems. *Journal of Business Psychology*, 26, 27-40.
- Han, H., Kim, W., & Jeong, C. (2016). Workplace fun for better team performance: Focus on frontline hotel employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(7), 1391-1416.

- Hatch, M. J., & Ehrlich, S. B. (1993). Spontaneous humor as an indicator of paradox and ambiguity in organizations. *Organization Studies*, 14(4), 505-526.
- Iversen R. T. (2012). The mental health of seafarers. *International maritime health*, 63(2), 78-89.
- Karakowsky, L., Podolsky, M., & Elangovan, A. R. (2020). Signaling trustworthiness: The effect of leader humor on feedback-seeking behavior. *The Journal of Social Psychology*, 160(2), 170-189.
- Karlsen, M. P., & Villadsen, K. (2015). Laughing for Real? Humour, Management Power and Subversion. *Ephemera: Theory & politics in organization*, 15(3), 513-535.
- Kenny, K., & Euchler, G. (2012). Some good clean fun': Humor, control and subversion in an advertising agency. *Gender, Work & Organization*, 19(3), 306-323.
- Kim, H. S., & Plester, B. A. (2019). Harmony and Distress: Humor, Culture, and Psychological Well-Being in South Korean Organizations.. *Frontiers in psychology*, 9, 26-43.
- Kim, J. (2013). Structural Equation Modeling for Humor, Job Satisfaction, Job Stress and Intention to Turnover, *Journal of Korean Academy of Nursing Administration*, 19, 265-272.
- Kim, T., Lee, D., & Wong, N. Y. S. (2015). Supervisor humor and employee outcomes: The role of social distance and affective trust in supervisor. *Journal of Business and Psychology*, 31(1), 125-139.
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58, 281-342.
- Kvale, S. (1996). *Interview Views: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ladegaard, H. J. (2012). Rudeness as a discursive strategy in leadership discourse: Culture, power and gender in a Hong Kong workplace. *Journal of Pragmatics*, 44, 1661-1679.
- Lawshe, C.H. (1975) A Quantitative Approach to Content Validity. *Personnel Psychology*, 28, 563-575.
- Logacheva, E. Y., & Plakhotnik, M. S. (2021). The impact of humor climate on innovative work behavior: evidence from the banking industry in Russia. *Industrial and Commercial Training*, 53, 237-249.
- Lytte, J. (2007). The judicious use and management of humor in the workplace. *Business Horizons*, 50, 239-245.
- Mahmud, A., Ding, D., & Hasan, M. M. (2021). Corporate Social Responsibility: Business Responses to Coronavirus (COVID-19) Pandemic. *SAGE Open*, 11(1), 215824402098871.
- Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J., & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27(2), 155-190.
- Meyer, J. C. (2000). Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. *Communication Theory*, 10(3), 310-331.
- Neves, P., & Karagonlar, G. (2020). Does leader humor style matter and to whom?. *Journal of Managerial Psychology*, 35(2), 115-128
- Olah, A. R., & Ford, T. E. (2021). Humor styles predict emotional and behavioral responses to COVID-19. *Humor*, 34(2), 177-199.
- Plester, B. (2016). *The complexity of workplace humour: Laughter, jokers and the dark side of humour*. Switzerland: Springer.
- Pundt, A., & Venz, L. (2017). Personal need for structure as a boundary condition for humor in leadership. *Journal of Organizational Behavior*, 38, 87-107.
- Purhosein, R., & Shafiei R., Hosseini, S.M., & Akhane, M. (2017). Forecasting sense of humor based on neuroticism and extraversion and their relationships with mental health in students. *Rooyesh Psychology*, 6(1), 5-24. (In Persian)
- Robert, C. (Ed.). (2016). *The Psychology of Humor at Work* (1sted.). Routledge.
- Robert, C., & Wilbanks, J. E. (2012). The wheel model of humor: Humor events and affect in organizations. *Human Relations*, 65(9), 1071-1099.
- Robert, C., & Yan, W. (2007). The case for developing new research on humor and culture in organizations: Towards a higher grade of manure. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 26, 205-267.
- Romero, E. J., & Cruthirds, K. W. (2006). The Use of Humor in the Workplace. *The Academy of Management Perspectives*, 20, 58-69.
- Romero, E. J., & Pescosolido, A. (2008). Humor and group effectiveness. *Human Relations*, 61(3), 395-418.

- Scheel, T., & Gockel, C. (2017). *Humor at work in teams, leadership, negotiations, learning and health*. Springer International Publishing.
- Sepahvand, R., & Bagherzadeh Khodashahri, R. (2021). The Impact of Humorous Behavior on Employee Work Engagement with the Mediating Role of Emotional Energy. *Organizational Behaviour Studies Quarterly*, 10(1), 155-178. (In Persian)
- Sepahvand, R., & Mohamadyari, Z. (2016). Investigating the Role of Managerial Humor on Positive Organizational Behavior of Staff. *Management Studies in Development and Evolution*, 25(80), 65-84. (In Persian)
- Sepahvand, R., Akbari Pashm, F., & Solgi, Z. (2019). Analyzing Effect of Leaders' Sense of Humor on Feelings of Followers through the Mediating Role of Bureaucratic Culture (Case Study: Employees of Lorestan University). *Journal of Human Resource Management*, 9(3), 27-50. (In Persian)
- Taylor, S., Simpson, J., & Hardy, C. (2022). The Use of Humor in Employee-to-Employee Workplace Communication: A Systematic Review With Thematic Synthesis. *International Journal of Business Communication*.
- Tremblay, M. (2017). Humor in teams: Multilevel relationships between humor climate, inclusion, trust, and citizenship behaviors. *Journal of Business and Psychology*, 32(4), 363-378.
- Ullian, J. A. (1976). Joking at work. *Journal of Communication*, 26(3), 129-133.
- Vinton, K. L. (1989). Humor in the workplace: It is more than telling jokes. *Small Group Research*, 20(2), 151-166.
- Wijewardena, N., Härtel, C. E., & Samaratunge, R. (2010). A laugh a day is sure to keep the blues away: Managers' use of humor and the construction and destruction of employees' resilience. In *Emotions and organizational dynamism*. Emerald Group Publishing Limited.
- Wijewardena, N., Hartel, C., & Samaratunge, R. (2019). *Managing with Humor: a Novel Approach to Building Positive Employee Emotions and Psychological Resources*. (1st ed.) Springer, 153
- Yam, K. C., Christian, M. S., Wei, W., Liao, Z., & Nai, J. (2018). The mixed blessing of leader sense of humor: Examining costs and benefits. *Academy of Management Journal*, 61(1), 348-369.
- Yıldırım, M., & Arslan, G. (2020). Exploring the associations between resilience, dispositional hope, preventive behaviours, subjective well-being, and psychological health among adults during early stage of COVID-19. *Current Psychology*, 41, 5712-5722.
- Zagenczyk, T. J., Purvis, R. L., Shoss, M. K., Scott, K. L., & Cruz, K. S. (2015). Social influences and leader perceptions: Multiplex social network ties and similarities in leader-member exchange. *Journal of Business and Psychology*, 30, 105-117.