فوائد اللجوء إلى استخدام الدعابة والظرف في العمل ومساوئه

قسطنطين فون هوفمان

أنت على دراية تامة باللحظة الراهنة: كان يوماً طويلاً وشاقاً لإنجاز مشروع طويل وشاق. لم يأت المندوب، والموعد النهائي قد جرى تمديده. لم تعد أنت بعد الذي جرى متفائلاً أبداً. الجميع يشعر بالضغط، أنت والفريق الذي يعمل معك، إلى أبعد حد. لا محالة، سيحصل أمر من اثنين لا ثالث لهما: إما أن يقوم أحدٌ ما بإلقاء فكاهة لطيفةٍ كيف أنه يجب أن يُؤخذ كل من المندوب والموعد النهائي إلى الخارج ويرميهما بالرصاص، فيضحك الجميع، ويستمر العمل ضمن إيقاعه المعتاد. وإما أن يقول أحد فكاهة سمجة عن النساء الشقراوات أو فكاهة عن رجلٍ إيطالي، أو إسباني، أو بولندي بطريقة التلميح، وسرعان ما يسود

جوَّ المكتب سحابةٌ قاتمة، ويشعر الجميع بالضيق الشديد، ما يؤثر في تركيزهم لإنهاء المشروع بأي حال.

«إن الدُّعابة مثل وصفة الدواء»؛ كما تقول ريجينا باريكا، وهي أستاذة في جامعة كونكتيكت، ومؤلفة كتاب «اعتادوا مناداتي بثلجية البيضاء... لكنني انحرفت: الاستخدام الإستراتيجي للدعابة من قبل المرأة». «هو أمر مثالي ورائع، وهو الشيء الصحيح تماماً عند استخدامه في المكان المناسب تماماً، وبالجرعة المناسبة تماماً. لكنه قد يكون ساماً عندما يُستخدم على نحوٍ سيئ».

لا يُمكن لمكتب أو موظف أن يستمرا من دون امتلاكهما حس الدعابة. فأن تكون «غير مُسلٍّ» على نحوٍ ملائم، قد يُؤذي سمعتك بالقدر الذي يُسببه الفشل في أي موقف فيه تفاعل اجتماعي. في هذا العصر الذي يسوده التنازع والخصام، لا تكون قدرتك على تذكر لب الفكاهة فقط هي التي تخضع للمحاكمة عند إلقائك تلك الفكاهة.

إذاً ما العمل؟ إليك بعض الإرشادات البسيطة فيما يخص ما هو مناسب عند استخدام الدعابة في العمل، وفكرتين مفيدتين يمكنهما جعل حتى أقل الأشخاص ظرفاً يبدو مسلياً، ولو إلى حد بسيط.

بدايةً، لا ترتكب خطأ افتراض أنه فقط، لأنك تعتقد أن شيئاً ما هو مرح وجذل، فإن الآخرين يرونه كذلك. «الدعابة ليست عالمية»؛ كما تقول باريكا، وهي تشير إلى أحد الفوارق السهلة بين ما يعتقد الرجال

والنساء أنه مضحك: «لا يوجد امرأة تحب مسرحية (المهرجون الثلاثة)، لكن النساء يعتقدون أن الرجال يتصرفون على نحو هستيري عندما يكونون على سرير المرض. ولا يعتقد الرجال بدورهم أنهم مسلُّون في أثناء مرضهم، بل ينظرون إلى أنفسهم على أنهم مخلوقات تراجيدية».

يقول الدكتور جون موريل، وهو خبير ومؤلف كتاب «الدعابة تحل المسألة»: إن الدعابة يمكن تقسيمها إلى قسم يُقصي بعض أفراد الجمهور المتلقي، وقسم يشمل كل الأفراد. «[تحتاج أن تسأل]: هل هذا شيء يشعر كل شخص أنه جزء منه، أم على العكس يرسم خطاً فاصلاً في المنتصف؟... [يوجد] ظُرفٌ يقوم على التنافس والخصام، وظُرفٌ يقوم على التعاون. على سبيل المثال، لديك ظُرف ينطوي على تهكم وتجريح من جهة، وظُرف ينطوي على مزح من جهة أخرى».

«...إنَّ توجيه المزاح إلى أنفسنا، والمزاح المتبادل مع الآخرين هو طريقة لإظهار دعم بعضنا بعضاً. وهذا يُبقي المؤسسة في حالة تقدم، ويُبقي المعنويات عالية، ولا يجعل الأشخاص يشعرون بعدم الانتماء إلى المجموعة».

يقول موريل: إن الظُّرف المُقصي «تقليديٌ إلى حد ما، ويدور حول أحد ما يستعلي على شخص آخر». ليس مستغرباً أن تضع باريكا وموريل كل الفكاهات الجنسية والعنصرية مُباشرةً في مخيم الإقصاء.

يُقلِّل هذا الأمر بقوة من خياراتك في استخدام الظُّرف؛ كما يقول موريل. يرتكز الظُّرف الجامع على موقفٍ «نتقاسم فيه جميعنا مشكلةً ما، ونواجه جميعاً ما يترتب عليها من ألم... فإن توجيه المزاح إلى أنفسنا والمزاح المتبادل مع الآخرين هو طريقة لإظهار دعم بعضنا بعضاً. وهذا يُبقي المؤسسة في حالة تقدم، ويُبقي المعنويات عالية -هذا ظُرف جامع لا يجعل الأشخاص يشعرون بعدم الانتماء إلى المجموعة». تُوافق باريكا على هذه النقطة، وتُعلق: «عندما تضحكون سويةً، فإنكم تقفون على أرض واحدة».

لكن، تَذكَّرْ أن الأشخاص على اختلافهم يتصرفون بطرق مختلفة رداً على المزاح، كما تقول باريكا. «الرجال يلجؤون إلى مضايقة بعضهم، ليظهروا محبتهم»؛ كما تُعلِّق ريبيكا. «سيقول جو مثلاً: آه، بوبي، إنك تلبس الطقم نفسه منذ عام 1974». يعرف بوبي أن هذه هي طريقة جو في قول، «مرحباً! كيف حالك؟»، لكن الحال مختلف مع روبيرتا- فهي لن تضحك عند سماع كلام مشابه، بل ستقفل الباب على نفسها وتُرسل في طلب ملابس جديدة؛ فالنساء يأخذون التعليقات الشخصية على نحو شخصي».

أيضاً، لا تستخدم الظُّرف على أنه وسيلة للتعبير عن مشاعر أخرى، «فالكثير مما يُضحكنا في العمل ينطوي على عدائية مُبطَّنة»؛ كما يقول مات فاينشتاين، مُؤلف مسرحية «Play Fair» ومُخرجها: «لا يملك

الأشخاص الشجاعة لقول [بعض الأشياء] بصراحة. عندما تلبس الأمورُ ثوبَ الفكاهة، لا يُفترض بك أن تأخذها على نحو شخصي».

لذا، انتبه للقاعدة الأولى في الكوميديا، التي يُؤخذ بها، سواءٌ كنت في مؤتمر أم في نادٍ للهو: اعرف جمهورك. كلما عرفت جمهورك على نحو أفضل، استطعت تخمين ما هو مضحك بالنسبة إليه بدقة أكبر. «يجب على الجمهور الذي تخاطبه أن يتماثل مع ما تتكلم عنه -بغض النظر عن ماهيته»؛ كما يقول جيمي تينغل، وهو ممثل هزلي معروف على مستوى البلد، ظهر في برنامج Tonight Show التلفازي، ويقدم عروضاً للشركات الكبيرة على نحو منتظم.

تعلم تينغل هذا الدرس مُبكراً، حيث قام بتجريب مادة على جمهور ظنَّ أنه يعرفه جيداً -أبوه وأمه. إذ لبس مثل فرقة Blues Brothers حاملاً آلة هارمونيكا في يده، وقام بأداء أغنية تدعى «The Pooper Scooper Blues». ردة الفعل كانت واضحة ومباشرة: «نظر والدي إليَّ وقال: جيم، أنا رجل يحب الضحك، وما شاهدته ليس كذلك».

ما العمل في حال لم تكن واثقاً تماماً مَن هو جمهورك؟ تقترح باريكا هذه القاعدة القائمة على الخبرة والتجربة العملية: «كيف ستبدو هذه الفكاهة لو أعادها أحد ما على مسامع شخص لا يعمل في المكان نفسه؟». تعتقد هي أنه يجب عليك أن تفترض أن الشخص الذي ستُعاد الفكاهة على مسامعه، هو الأشد انتقاداً من بين الجمهور، «مثل محامية اعتادت أن تكون راهبة ربما».

حتى لو لم يُوَجِّه الظُّرف، الذي تقوله، إهانةً مباشرةً إلى أحد ما، لكنك فشلت في التماثل مع جمهورك؛ فأنت قد سقطت. يُخبر موريل قصة أحد المديرين الذي كان يتحدث إلى مجموعة من الموظفين في أثناء مدة أجريت فيها تخفيضات في الميزانية، وكان مما قاله إن الأمور قد بلغت حداً من السوء إلى درجة أن جون -نائب الرئيس التنفيذي- قد اضطر إلى ترك مكتبه والانتقال إلى مهجع. ولأن جمهور المستمعين كان مؤلفاً من المقيمين في المهاجع، فإن الظُّرف قد فقد معناه. هذا مثال مُتقن على إرشادٍ آخر من إرشادات موريل: لا تُبْرِزْ أبداً موقعك أو سلطتك. كان هنري فورد مشهوراً بحل الخلافات مع الموظفين بأخذهم إلى الخارج، وقول: «اسم مَن مكتوب على البناء؟»، في حين سيضحك كل من السيد كرايسلر والسيد جنرال موتورز من ذلك الموظف؛ أشك أن يفعل ذلك أحد آخر.

إذا كان المُزاح فيما يخص جنس الأشخاص الآخرين وإثنيتهم من المحرمات، فما الأمور التي يمكنك المزاح بشأنها؟ جرِّبِ النظر إلى المرآة. «يُسعف الظُّرف القائم على التهكم على الذات الموقفَ عادةً»؛ كما يقول مات فاينشتاين، ويوافقه موريل بالقول: «يُجرد هذا الأمر المستمعين من سلاحهم. فبمجرد أن تنتقد نفسك لن يُقْدِم الجمهور على ذلك. إنها وسيلة للإلهاء وتشتيت الانتباه». يُشير موريل إلى حادثةٍ مشهورة، إذ اتُّهِمَ أبراهام لنكولن، في أثناء مناظرة، أنه ينتقل فجأةً بين الموضوعات، وأنه ذو وجهين. فما كان من لنكولن، الذي كان يُعدّ

قبيحاً جداً في عصره، إلاَّ أن نظر إلى الجمهور، وقال: «لو كان لدي وجهان، فهل أستخدم هذا الوجه؟».

في الوقت الذي يكون فيه التهكم على نفسك موضع ترحيب، فإنَّ مُهاجمة نفسك أمر غير مسموح به. إذاً، ما المسموح به عند التهكم على نفسك؟ يقول موريل: «عندما تستخدم الظُّرف القائم على التهكم على الذات، انتقِ أمراً سخيفاً غير ذي أهمية قمت به -شيئاً ما حدث لك أو سمة يتميز بها اسمك... لكن إذا كان ما تريد أن تقوله يمكن أن يُدينك أو يتسبب بطردك من العمل، فلن ترغب في إخباره على شكل فكاهة».

من الممكن حتى للشركات الكبيرة أن تتهكم على نفسها. يقول موريل: إنه في أثناء الثمانينيات اضطرت شركة كوداك -المشهورة أنها لا تُسرّح عمالها أبداً- أن تُسرِّح العديد من العمال على عدة مراحل، فقامت بنشر بيان صُمِّم ليبدو مثل ملصق إعلاني لفيلم يظهر فيه الرئيس والمدير التنفيذي، على أنهما بطلان في فيلم جديد اسمه: حبيبي، لقد قلَّصت الشركة.

لكن، كما هي الأمور في كل شيء، هناك حدود للتهكم على الذات. تقول ريجينا باريكا: «إنَّ التهكم على الذات ليس أمراً [جيداً] للأشخاص الضعيفين. فعندما تردد باستمرار: أنا سخيف ليس إلاَّ، سيبدأ [الرؤساء] بالنظر إليك بهذه الطريقة. لكن بالنسبة إلى الأشخاص ذوي السلطة، فإن [التهكم على الذات] أمر صحي جداً».

هـل هناك أمور أخرى يجـب أن تتجنبها عند بحثـك عن الدعابة؟ «التهكـم علـى زوجتـك أو أولادك»؛ كما تقول باريكا، التي تضـيف أنها ترى كثيراً من النسـاء يفعلون ذلك على أنها وسيلة ليتماثلوا مع مجتمع الذكور. «هذا الأمر لا يدل على الرزانة، وهو يؤثر على نحو سلبي فيك؛ لأن أولئك الأشـخاص هم إما أنك ربيتهم أو أنك اخترتهم... ينمّ هذا الأمـر على قلة احترام. [يجب عليـك أن تُظهر] أنه يمكنك التهكم على شخص ما من دون أن تفقد احترامك إيّاه».

الحقيقة المرّة أنه يوجد أشخاص بيننا يجب عليهم ألّا يُجرّبوا أن يكونوا ظُرفاء وخفيفي ظل أبداً. عادةً، هناك سـببان لهذا الأمر: أولهما أن حس الدعابـة عنـدك ليس متوافقاً مع حس الدعابة عنـد الآخرين. هم يحبون «Garfield» وأنـت تحب «Zippy the Pinhead»، هـم يحبون «Sleepless in Seattle»، وأنـت تحب «Blue Velvet». يجب عليك أن تعي هذا الأمر بوجه خاصـ، إذا كان حس الدعابة عندك جافاً أو سـاخراً. فالسـخرية، يقول موريـل، هـي ذلك النوع من الدُّعابة الأكثر عُرضـةً لسـوء الفهـم. تذكَّر، يُضـيف موريل: «كلما كانت المجموعة التي تتحدث إليها أكبر، وجب عليك على نحو أكبر أن تحقق المقام المشترك الأصغر من الدعابة... لا أستخدم [السخرية] مع أشخاص ما لم أكن أعرفهم جيداً جداً».

السـبب الآخـر هو أنـه كلما بذلت جهـداً أكبر لكي تكون مُضْـحِكاً، افتقـدت حسـ الدعابة أكثر. «سـر نجـاح الطُّرفة أن تكـون عفوية ولا تسـتلزم أي جهـد»؛ كما يقول موريـل. «إذا جرى تدريبـك وكررت قول

الفكاهة مرات ومرات... حتى لو كانت المادة عظيمة، فإن الناس لن يشعروا بالارتياح». يتوصل موريل إلى حقيقة أن معظم الأشخاص لا يبرعون في إخبار الفكاهات. هذا لا يعني أن لدينا عجزاً كبيراً في حس الدعابة، بل إن إخبار الفكاهات أمرٌ شاق. «المشكلة الكبيرة في الفكاهات أن كل كلمة تُؤثِّر»؛ كما يقول موريل. «فالفكاهة المؤلفة من 16 كلمة يمكن أن تفقد معناها إذا مُدِّدَت إلى 25 كلمة. ولأن [الفكاهة] لم تحدث معك شخصياً، فإنَّ تذكُّرها يكون أصعب».

«ما أُخبر الناس به أن معظمنا لا يجيد إلقاء الفكاهات، لكن معظمنا يُجيد إخبار القصص -حَدَثٌ حصل لك حقاً أو يمكنك أن تُخبره كما حصل بالضبط»؛ يُضيف موريل. «حاول أن تجد قصة أو قصتين يجعلانك تبدو أنيساً، لكن لا تُجَرِّب أن تضع فيهم أي شيء مُنمَّق؛ لأنَّك ستتعب حينئذٍ جداً في صياغتها».

يقول الكوميدي المحترف تينغل: «يأتي بها [الفكاهة] بعض الأشخاص عفوياً. فهي مثل العمل التجاري، يملك بعض الأشخاص حِسّاً تجارياً جيداً في حين يفتقده آخرون. وفي حين يمكنك أن تأخذ استشارة في العمل التجاري من أبيك أو من أخيك، فإنه يجب عليك الذهاب إلى خبير محترف إذا أردت أن تعيد هيكلة شركتك».

For Further Reading

A Funny Thing Happened on the Way to the Boardroom: Using Humor in Business Speaking by Michael Iapoce (1988, John Wiley & Sons)