

ХУМОРЪТ - СРЕДСТВО НА ЕФЕКТИВНАТА БИЗНЕСКОМУНИКАЦИЯ. ВЪЗРАСТОВИ, ПОЛОВИ И КУЛТУРНИ РАЗЛИЧИЯ

Доц. д-р Милка Бакърджиева

Катедра „Мениджмънт”

СА „Д.А.Ценов” – Свищов

Резюме: Хуморът е средство на ефективната бизнескомуникация и условие за ефективен бизнес. Чрез него се постига освобождаване от напрежението и стреса, „разтопяване на ледовете”, вземане на творчески решения, казване на неудобни истини чрез умела шега, печелене на симпатия и доверие чрез шегуване със самия себе си, „айкидо” и т.н.

Всеки може да се научи да се шегува. За това са необходими знания за същността на хумора, за основните типове хумор, за неговото значение и, особено, за съществуващите възрастови, полови и културни различия. В резултат на тези знания и подходящ тренинг всеки може да си отговори на въпросите: кога, къде и как да използва чувство си за хумор.

Ключови думи: хумор, чувство за хумор, ефективни бизнескомуникации, възрастови, полови и културни различия, тренинг

Humour – a means of efficient business communication. Age, gender and cultural differences

*Assoc. Professor PhD Milka Bakardzhieva, D.A.Tzenov Academy of Economics,
Svishtov*

Summary: humour is considered a means for efficient business communication and a factor for successful business. It relieves the tension and stress, „breaks the ice”, leads to creative decisions, conveys inconvenient truths as skillful jokes, wins sympathy and trust when the jokes are directed to the speaker, „aikido”, etc.

Everybody can learn how to joke. This requires some knowledge on the essence of humour, the main types of humour, the importance of humour, and especially on the existing age, gender, and cultural differences. With such knowledge and appropriate training everybody shall know when, where, and how to use his sense of humour.

Key words: humour, sense of humour, efficient business communication, age, gender and cultural differences, training

Въведение

Известно е, че доброто чувство за хумор е белег за успех и щастие, че хората, които го притежават, проявяват гъвкавост и се адаптират по-лесно към променящите се условия, че умеят да излизат от абсурдни ситуации и да повдигат духа на тези, с които работят или се намират в близки отношения.

Хуморът е едно от най-добрите средства, тонизиращо ума. Той не само зарежда положително индивида, но и енергизира обстановката. Хуморът е важен елемент на социалното взаимодействие, привлича вниманието и засилва процеса на убеждаване. Доброто чувство за хумор, дозирано и употребено на място, укрепва социалните връзки и подобрява комуникациите.

Обект на разглеждане в настоящото изложение е хуморът в деловото общуване. Той именно е свързан с личните и групови професионални успехи. Търсенето на възрастови, полови и културни различия има за цел повишаване ролята на хумора като средство на ефективната бизнескомуникация. Съветите, дадени в изложението, имат същата цел.

1. Хуморът - средство на ефективната бизнескомуникация

1.1. Дефиниции и ценни мисли за хумора

Много хора смятат, че да демонстрират чувството си за хумор означава да се държат като комедианти и допускат огромната грешка да правят опити да се шегуват като такива или, когато това не им се отдава, да избягват употребата на хумор.

Съществуват множество дефиниции за хумора, както и становище, че не е нужно да се дават никакви определения, тъй като разбирането за това кое е смешно и кое не зависи от страната и от региона. Въпреки това ще представим някои от съществуващите

дефиниции, като отразим и нашето становище по разглеждания въпрос:

- Според Български тълковен речник, хуморът е **„проява на леко подигравателно и безобидно насмешливо отношение към някого или към нещо, умение и склонност да се забелязва смешната и весела страна на нещата”** (4). Очевидно е, че в това определение липсват използваните от много хора в древността и днес остроумия за нападки на други хора. Липсва и умението за шегуване със самия себе си.

- Според Робърт Антъни, хуморът е **„невротична свръхчувствителност към несъответствията”** (2, с.133). Човек се смее, когато съществува несъответствие, противоречие с очакваното. Например, ако някой по бански костюм падне във водата, не е смешно, но ако падне с дрехите, на повечето хора ще им се стори смешно. Това определение е описание на една от формите на хумора, която се свързва със спонтанната реакция на нелепи и абсурдни ситуации, гафове или явни глупости и несъответствия с общоприетото и очакваното. За останалите начини на шегуване не се казва нищо.

- Според Барбара Макоф, хуморът е **„състояние на ума, отношение, което може да бъде усвоено и практикувано”**(предст. по 7, с. 76). С други думи, коментират Кони Глейсър и Барбара Смоли, „да демонстрираме, че имаме чувство за хумор, може да бъде толкова просто, колкото да поощряваме и да реагираме благоприятно на веселието на другите около нас (7, с.76). Едно становище, което определено би помогнало на много хора да разберат, че биха могли да се усъвършенстват и в тази посока. То прилича на становището за лидерството, но и в двата случая няма данни за това колко хора са станали лидери, на основата на подобно твърдение и колко хора са започнали да се шегуват по-добре със всичко , което става около тях и със самите тях.

Вижда се, че нито една от представените дефиниции не е пълна, но в същото време дава нещо, което е безспорно в характеристиката на хумора. Вместо да даваме дефиниция, която по всяка вероятност също няма да бъде точна¹, ще приведем някои мисли и афоризми за хумора, изказани от велики личности.

Таблица 1

Избрани мисли и афоризми за хумора

Самоски Питагор	„Шегата е като солта, трябва да я употребяваме с мярка”
Вилхелм Раабе	„Хуморът е спасителен пояс върху вълните на живота”
Виктор Юго	„Смехът е слънце, прогонва зимата от лицето на хората”
Джоузеф Адисън	„Човек се отличава от всички други същества по способността си да се смее”
Волтер (Фр. Мари Аруе)	„Силната шегата е трън, който е запазил малко от аромата на цветето”
Монтескьо (Шарл Луи дьо Секонда)	„В стремежа за остроумие често се казва само глупост”
Хораций (Квинт Хораций Флак)	„Често шегата, насмешливата дума по-успешно и добре определя дори важни неща от сериозното и задълбочено изучаване”
Уилям Шекспир	„Успехът на шегата зависи от ухото на слушателя, а не от езика на този, който я е казал”
Франсис Бейкън	„Нерядко шегата служи за проводник на такава истина, която без нейна помощ не би могла да постигне целите си”
Джордж Бърнард Шоу	„Моят начин за шегуване е да казвам истината. Това е най-смешната шегата в света.”
Лаурънс Дж. Питър	„Мнозина живеят с хитрини, но само малцина - с чувство за хумор”
Ралф Уолдо Емерсън	„Разбирането на комичното е връзка с други хора”
Р. Гери	„Хуморът е потвърждение за издигнат тост, изява на надмощието на човека над всичко, което го сполетява”
Лион Фойхтвангер	„Само една крачка има от великото до смешното, но няма обратен път от смешното до великото”
Пиер Буаст	„Насмешките често приличат на онези фини отрови, които убиват тия, които ги употребяват”
Алфонс дьо Ламартин	„Осмиването на умните хора е естествена привилегия на глупците”
Франсоа дьо Ларошфуко	„Присмехът е често белег на бедност на ума: той идва на помощ, когато не достигат добри доводи”
Елбърт Хъбърд	„Не вземай живота много насериозно; никога не ще излезеш от него жив”

¹ „Определенията биха били добро нещо, ако не използвахме думи, за да ги определим” – Жан Жак Русо

1.2. Основни типове хумор и начини на приложение

Има много видове хумор. За някои от тях се намеква в приведените в таблицата мисли и афоризми. Тук ще представим две класификации.

Първата, и вероятно най-старата, се свързва с името на древноримския философ, оратор, писател, адвокат и консул Марк Тулий Цицерон. Известно е, че шегата е била сред силните прийоми още в класическата реторика. В своите трактати за ораторското изкуство той различава два вида шеги: *насмешливост* и *остроумие*. Според него първият вид подхожда и се прилага повече в изящното повествование, а вторият се използва за осмиващи нападки и подигравки: тези последните биват най-разнообразни. Той напомня, че „ораторът трябва да прибегва до смешното не много често като шут, не безсрамно като мим, не злостно като нахалник, не срещу нещастieto като бездушен човек, не срещу престъплението, където смехът трябва да отстъпва място на ненавистта и, най-после, не в разрез със своя характер, с характера на съдиите или на обстоятелствата – всичко това се отнася до областта на неуместното” (9, с.72).

Говорейки за това какво е необходимо за красноречието на оратора, Цицерон отбелязва: *„Към всичко това е нужно да се прибавят хуморът и остроумието, образованието, достойно за свободния човек, бързина и краткост както в даване на отпор, така и в нападение, пропити от тънко изящество и благовъзпитаност”* (9, с.73). Дори и да оспорим цялата теза за красноречието, изхождайки от „задачите на деня”, едва ли бихме могли да отхвърлим нуждата от хумор и остроумие. Значението на хумора за речта, както в древността, така и днес, е много голямо. Хуморът предизвиква добро настроение в публиката и повишава доверието към източника на посланието. Хуморът убеждава. Ако се придържаме към терминологията на Цицерон, става дума за

ораторски, а не за шутовски хумор. Той е смятал, че ако ораторът използва насмешливостта и остроумието на място, ако избягва предварително измислените шеги, ако щади приятелството и достойнството, избягва непоправите обиди и нанася удари само на противниците, и то невинаги, не на всички и не по всякакъв начин, ораторът ще стане изключителен майстор на шегите и присмеха (9, с. 73). Дава пример с Демостен, известен атински оратор и водач на гръцко антимакедонско движение. Демостен е предпочитал остроумието пред присмехулството, защото първият вид изисква смело дарование, а вторият – по-голямо изкуство (9, с. 73).

Втората класификация на хумора може да бъде определена като съвременна. Тя обединява различните форми на хумора в четири основни групи (2, с. 138):

Враждебен хумор. Това е хумор, с който се разсмиват околните, като се наранява някой друг.

Хумор с чувство на превъзходство. Това е хумор, с който се осмиват слабостите на някого от позиция на силата.

„Бунтарски” хумор. Това е хумор, с който се прави отказ на неуместно или на нежелано действие. Следващият анекдот от мемоарите на английския министър-председател **Уинстън Чърчил** ще послужи като хубав пример за подобен подход. *Веднъж Чърчил предоставил своя реч за разпространение от лондонската преса. Някакъв млад служител, завършил Оксфорд, прочел речта и я изпратил обратно на Чърчил със следната забележка, написана в полето: „Скъпи министър-председателю, едва ли бих могъл да си помисля, че на министър-председателя на Англия отива да остави причастията си висящи или да обръща словоредата в изреченията си. Бъдете така добър да коригирате речта си, преди да бъде разпространена”.* Чърчил прочел това и върнал речта обратно със следната бележка в другото поле: *„Скъпи ми млади човече, това е критика, с която да се съглася не мога”* (предст. по 2, с. 138).

Философски хумор. Това е, може би, най-висшата форма на хумор. Това е хуморът на помъдрелия човек, изразяващ честното си любопитство към света. Това е провокираният смях към човешката глупост и към онези, които забравят мястото си във Вселената. Чувството за хумор на американския президент Абрахам Линкълн (1861 -1865) може да послужи като добър пример в това отношение. Именно Линкълн е човекът, за когото се казва, че никога не е казал шега, която да нарани някой друг. Всъщност, повечето от неговите анекдоти крият определена поука. *Един ден, както си вървял по пътя към Спрингфийлд, той бил достигнат от мъж, който се возел на кабриолет. Линкълн попитал мъжа дали би откарал наметалото му до града: „С удоволствие – отвърнал му човекът, - но как ще си го вземете обратно?” „Много просто – отвърнал Линкълн, - ще дойда с него”* (предст. по 2, с. 139).

Що се отнася до формите на хумора, те са много и се отличават със своя специфика. Известна представа за тях можем да получим като потърсим отговора на въпроса „Над какво се смеят хората най-често”.

1.3. Какво кара хората да се смеят?

И така, любопитно е да разберем над какво се смеят хората най-често. Защо на една и също нещо (виц, анекдот, остроумна забележка или нещо друго) едни хора се смеят гръмогласно, други се усмихват леко, а трети въобще не реагират? Защо се наблюдават така нар. „дежурни усмивки”, които скриват най-често отрицателни емоции? Като изключим възрастовите, половите и културни различия, отговорът на тези въпроси се съдържа в твърдението, че хуморът е нещо индивидуално не само като изказ, но и като начин на възприемане и интерпретиране. Той отразява характерологични и ситуационни особености.

Различните хора се смеят по различен начин на различни неща, но най-често на:

- абсурдни ситуации;
- явни глупости;
- гафове;
- преувеличения, изкривяващи истината;
- хора, които се вземат прекалено насериозно;
- ирония² и сарказъм³;
- остроумия (остроумни забележки или забавно представяне на истории от реалния живот и на различни факти);
- сравнения, изпълнени с хумор, каквито са например образната аналогия⁴ и парадоксът⁵;
- анекдоти⁶; афоризми⁷, вицове, шеги, поговорки, басни, притчи;
- хумор със самия себе си (най-често самоирония и подценяване).

В деловия живот има от всичко по-малко. Елементи на професионалното общуване са дребните и безобидни шеги, смешните истории от реалния живот, дружелюбният майтап с колеги, които се вземат много на сериозно или преувеличават, смешките, анекдотите, афоризмите и вицовете във връзка с работата или с неочаквано възникнали събития, проявата на тънкото чувство

² Иронията също може да бъде повод за смях. За да разберем какво е ирония, да си представим човек, който си купува костюм с два чифта панталони и след това прогаря дупка в самото си.

³ Най-хубавите думи „умен“ и „силен“ могат да бъдат използвани не за комплимент, а за подигравка, ако бъдат произнесени с ирония и сарказъм: „Колко сте „умен“!“, „Удоволствие е да общуваш с такъв „силен“ партньор!“

⁴ Образната аналогия сравнява две съвкупности явления от различен порядък или от различни области, като посочва тяхната символична връзка. Например: „Трудно е да се определи що е това демокрация. Тя е подобна на жираф. Веднъж като я видиш – и повече с нищо няма да я събереш“.

⁵ Парадоксът е сравнение, което представлява форма на противопоставяне или контраст и съдържа на пръв поглед несъвместими твърдения. Например: „Посланикът е порядъчен човек, когато изпращат зад граница да лъже за интересите на Отечеството“

⁶ Анекдотът е хумористично представяне на някакъв епизод или случка. Чудесни анекдоти има в следващото изложение.

⁷ Афоризмът е мъдрост в портативна форма, концентриран екстракт от мисли и чувства. Ето един пример: „Изпитът е единствената възможност да се научи нещо за няколко дни“ или „Връщане на взети в заем знания“ (Ж. Елгози)

на хумор в заплетени и сложни ситуации, когато е необходимо не само да се излезе от ситуацията, да се вземе подходящото решение, но и да се повдигне духът на хората. Често срещана проява на чувство за хумор е шегуването със себе си, особено когато идва от страна на ръководителя. Във всички тези случаи хуморът е желано средство на ефективната бизнескомуникация и укрепва отношенията между хората.

Саркастичните изказвания по нечий адрес са неподходящи за общуване на работното място и с бизнеспартньори и трябва да се избягват, когато е възможно. Сарказмът, според Ричард Дени, е изключително негативен начин на общуване. Той е приемлив между група приятели, които са на весело лафче в бирария (8, с.57). Има, разбира се, и изключения, например когато трябва да се отговори на саркастична забележка (вж. примерите по Лилиан Глас по-долу).

Недопустими за използване в деловото общуване, както у нас, така и в много други страни, са сатирата и пародията, както и неуместните шеги на тема религия и малцинства. Много мрачният хумор - също.

1.4. Значение на хумора като средство на ефективната бизнескомуникация

Учените са установили отдавна, че съществува взаимовръзка между чувството за хумор у хората и ефективността на осъществяваната между тях речева комуникация. Проектирана върху речевата бизнескомуникация, *ефективността се изразява в:*

- повишаване степента на правилно възприемане, запомняне и взаимно разбиране;
- засилване на интереса към поднесената информация, защото подобно на Бърнард Шоу, повечето хора знаят, че в шегата се съдържа голяма доза истина. Може би поради това хуморът се счита

- укрепване на отношенията чрез критика, защото поднесената по хумористичен начин истина рядко обижда;
- засилване на желанието за продължаване на общуването в същия дух; хуморът „разтопява ледовете”, разрежда напрежението, подобрява настроението, поставя на обсъждане нестандартни идеи, отвежда дискусиата в неочаквана посока;
- разсейване на съществуващите подозрения към другата страна, особено ако сред използваните форми на шегуване присъства шегуването със самия себе си и самоиронията;
- подбуждане на желанието за съвместна работа, в отговор на създаването се весело настроение и установения контакт.

В по-конкретен и практически план, подкрепено с примери, значението на хумора като средство на ефективната бизнескомуникация се изразява в следното:

Първо, чувството за хумор е условие за успешен бизнес

В проучване на “Робърт халф интернешънъл” (вж. 7, с. 73), в което участват вицепрезиденти и директори по управление на човешките ресурси в 100 от най-големите американски корпорации, *84 % смятат, че служителите с чувство за хумор си вършат работата по-добре, отколкото тези с малко или с никакво чувство за хумор.* В друго подобно изследване, в което участват ръководни изпълнителски кадри от “Ходж Кронинг и сие”, *98 % заявяват предпочитанията си към кандидати за работа с добро чувство за хумор.* Чувството за хумор е не само актив на работното място, но и предпоставка за повишение. Специалистите смятат, че то може да бъде толерирано за стоящите по-ниско в служебната йерархия, а за тези, които са на върха на управленската пирамида е направо необходимо като доказателство за интелигентност, сила на личността и съобразителност.

Ето какво казва Хърбърт Келхър, изпълнителен директор на Southwest Airlines: *„Първото и най-важно качество, което търсим, е чувството за хумор. След това търсим хора, които работят за собствено удовлетворение и се чувстват добре в колектив. Образованието и опитът не са първостепенни, защото ние обучаваме хората си да вършат това, за което са наети. Ние наемаме отношение”*(предст. по 16, с. 135).

Може би най-точна защита на твърдението, че чувството за хумор е условие за успешен бизнес, прави Марк Маккормак (15, с. 55). В точка със заглавие „Най-важните качества на бизнесмена” той пише: *„Според мен другият незаменим атрибут на деловата работа (М. Б. - след здравия разум) е чувството за хумор. Тази способност, която ни позволява да се надсмиваме над самите себе си или над ситуациите, които животът ни поднася. Добрият хумор и остроумната забележка разведряват и най-напрегнати ситуации. Чувството за хумор често дава възможност да направляваме хода на действието. А ако успеем да „настроим” и партньора на „наша вълна”, тогава можем да сме сигурни, че свирим първа цигулка. Не са много нещата в бизнеса, които са неизменни и валидни за вечни времена. Едно от тях е хуморът. С разумна духовитост и с изтънчено чувство за виц всичко и винаги е достижимо.... Чувството за хумор обикновено оставя приятни впечатления у хората, дори една единствена забележка, с която се самоиронизираме, е достатъчна, за да покаже, че не се смятаме за идеални, а това се помни от другите. Ако с шега открием срещата, това предопределя цялостния тон на преговорите. Естествено не става дума всички да се заливат от смях, но уместната и достатъчно остроумна забележка създава незаменимата атмосфера, така необходима за протичането на разговорите. И в последна сметка възвръща на човека доверието, способността му трезво и многостранно да преценява ситуацията*

– качества, които, точно така, както и печалбата, можем лесно да загубим”.

Второ, хуморът действа мотивиращо.

Успешните мениджъри знаят, че присъствието на чувство за хумор в стила на ръководство създава впечатление за спокойствие, увереност и достъпност. То също предразполага подчинените да се чувстват по-свободно. Това на свой ред открива нови възможности за ефикасно общуване и повишава равнището на взаимодействие. Когато сътрудниците се шегуват заедно в службата, те създават чувство на солидарност помежду си. Това чувство и желанието за постигане на по-големи успехи могат да бъдат провокирани и отвън чрез хумористично поднесен комплимент. Ето как:

Уилям Хауърд Тафт, 27-ят президент на САЩ (1903 -1913), успява да внесе малко хумор в годишния банкет на началниците на Столичната животозастрахователна компания. Най-хубавото в речта му е, че успява едновременно да внесе хумор и елегантно да направи комплимент. Ето как:

„Господин председателю, господа от Столичната животозастрахователна компания,

Преди девет месеца бях в родния си град и чух как един господин малко се притеснява, че ще трябва да държи реч. Та той спомена, че се бил посъветвал със свой приятел с богат опит в изнасянето на речи на банкет, който го посъветвал, че най-добрата публика за изнасяне на реч след вечеря била интелигентната, добре образована и леко пийнала публика. (Смях и аплодисменти). След тези думи мога да кажа само, че вие сте най-прекрасните слушатели, пред които може да говори човек след вечеря. Може би липсва само онова качество, добавено накрая (аплодисменти), но мисля, че то се компенсира от опияняващите успехи на Столичната животозастрахователна компания. (Продължителни аплодисменти)” (предст. по 11, с. 153).

Трето, хуморът съдейства за творческото решаване на проблемите.

Джоел Гудман, директор на изследванията върху хумора в института „Саратога” в Ню Йорк, твърди че за хумора и за творчеството са необходими едни и същи умения. “И двете се подхранват от перспективата и ни дават перспектива. И двете ни помагат да се дистанцираме от дадена ситуация. Ако двама души са затънали в даден проблем, но са в състояние да видят смешното в ситуацията, това открива пред тях друга перспектива. Често дори разкрива творческите им способности и показва нещата под друг ъгъл, за който те не са и предполагали. Много по-лесно е да опитомиш една необикновена идея, отколкото да създадеш нова. А изследванията показват, че когато по този начин вземаме решение, стимулираме въображението си”(предст. по 7, с. 73). И, което е не по-малко важно – обединяваме усилията си.

Ето един пример: *Млад мъж отишъл да иска ръката на избраницата си от баща ѝ. Бащата бил скептично настроен и казал: „Много се съмнявам, че ти би могъл да издържаш дъщеря ми. Аз едва успявам”. Тогава младежът направил следното блестящо предложение: „В такъв случай просто трябва да обединим средствата си”.*

Четвърто, хуморът е най-доброто лекарство.

Той е признато от всички средство за намаляване на напрежението и на психологическия стрес. Едновременно с това, хуморът оказва и позитивно физическо въздействие върху индивида. Хората с нормално развито чувство за хумор, притежават по-добри възстановителни способности.

През 1976 г. издателят Норман Къзънс (вж. 2, с.136) описва смеховата терапия, която си прилага, за да се възстанови от дегеративно гръбначно заболяване, резултат на нарушено ендокринно равновесие, в основата на което стояли негативни

емоции (напрежение, разочарование, подтискан гняв). За няколко години, чрез положителни емоции, той успял напълно да се възстанови и започнал да преподава своята „терапия чрез смях“.

Днес редица нови открития в химическите изследвания и в областите на психиатричното здравеопазване придават съвсем ново значение на старата поговорка „Смехът е най-доброто лекарство“. Американски учени от Университета на Мериленд публикуват резултати от проучване, което доказва, че позитивните емоции имат благотворно въздействие върху сърдечносъдовата система на хората. В конкретни цифрови измерения резултатите от проучването гласят, че стресът забавя движението на кръвта в кръвоносните съдове с около 35 %, докато смехът има диаметрално противоположен ефект – ускорява кръвния поток с 22 %.

Смехът, според изследователите, е доста добро физическо упражнение, което предпазва от увреждане на сърдечносъдовата система. Необходими са около 15 минути на ден. ...Смехът на корем има същия ефект, както и бягането на място!

Смехът може да облекчи и някои душевни и физически неразположения, между които са скуката, вината, депресията, главоболието и болките в гърба. Той стимулира мозъка в произвеждането на определени хормони, които задвижват освобождаването на ендорфините – протеини, произвеждани вътре в мозъка за намаляване на болката или на душевното неразположение. Те освобождават от напрежението и снабдяват организма с допълнителна енергия (2, с. 137).

Пето, хуморът е средство за демонстриране на самоувереност и професионализъм.

Хората с добре развито чувство за хумор са уверени в себе си и в своите възможности и поради това постигат по-голяма ефективност в работата си. Те работят по-добре в екип. При кризи и конфликтни ситуации понасят по-добре натоварванията, приемат

риска като нещо нормално и са по-гъвкави. Освен това с нестандартното си мислене могат да предложат изненадващи за другите, но подходящи за случая решения. По-лесно привличат вниманието и убеждават.

Психолозите гледат на чувството за хумор, като на начин за реализиране на собственото „аз“ и за успешно справяне с превратностите в личния и професионалния живот. Чувството за хумор помага за излизане от неудобни и абсурдни ситуации. Достатъчно е човек да си каже: „Ситуацията е абсурдна, аз съм си напълно нормален“.

Шесто, чувството за хумор на ръководителите може да помогне за излизане на организацията от критични ситуации.

Такива са ситуацията, свързани с опасност от големи финансови загуби, от съдебно преследване, от обществено дискредитиране и т.н. Няма организация, която да е застрахована от подобни ситуации. Често срещан критичен момент е когато името на компанията е поставено на карта.

Когато изпълнителният директор на „Крайслер“ Лий Якока се сблъскал с финансовите проблеми на компанията, той доброволно предложил да намали заплатата си на един долар годишно. Един от неговите съдружници го помолил да се изясни, на което Якока отговорил: „Не се тревожете, ще го харча много пестеливо“.

Якока успял да намери нещо смешно в ситуацията, защото можел да погледне на въпроса от различни гледни точки (предст. по 2, с. 134).

Специалистите смятат (2, с.135), че погледът от различен аспект на някоя трудна, объркваща и обезкуражаваща ситуация, може да пренасочи мисленето към нови начини за решаване на проблема. Това отдалечава от моментната ситуация и позволява да се придобие една по-широка представа за нещата. От подобна

изходна позиция кризата не изглежда толкова ужасна и дълготрайна. Запазването на весел поглед върху случилото се осигурява усещане за сигурност в средата на хаоса. Добре насочената хумористична забележка е много по-полезна от поддаването на отчаянието или опитите да се избегне конкретната ситуация.

Промяната на гледната точка може също така да направи по-ефективни взаимоотношенията с другите. Умственото отдръпване от ситуацията ще позволи да бъдат видяни ролите на участниците в съвсем различна светлина.

Поемането на рискове е важна част от живота ни. Способността да знаем кога точно да ги поемаме е още по-важна. Запазването на чувството за хумор при анализирането на рискови ситуации може да се окаже полезно. Когато се опитваме да направим нещо рисковано и се провалим, чувството за хумор може да ни спаси от по-нататъшни обиди или щети. Демонстрирането на чувство за хумор в напрегнати ситуации е рисковано само по себе си, но можем да го използваме в наша полза, за да покажем на колегите си, че и ние сме човешко същество и понякога допускаме грешки. Когато сами си признаваме грешките, хората са склонни да бъдат по-малко критични. Разкриването на собствените ни пропуски и грешки води до по-добро самоопознаване, което пък от своя страна води до самоувереност и подобрява представянето ни пред други хора. Добре развитото чувство за хумор е черта, която, както стана ясно, много компании изискват от своите служители. То показва, че даденият човек има буден, гъвкав ум, че не се възприема прекалено насериозно и че дори и да сбърка някога, ще е способен в бъдеще да вземе по-добри решения.

Чувството за хумор е незаменимо по време на преговори (вж. по-горе Марк Макнийли).

Седмо, хуморът може да се използва при необходимост от по-бързо възприемане и запаметяване на казаното.

Това твърдение важи в пълна сила за една от най-популярните форми на хумора – за анекдота. Ето какво казва Робърт Антъни, по този въпрос. „Удивително е колко често забравяме онова, което някой е казал, докато разказаният анекдот си остава завинаги. Хумористичните източници могат да бъдат мощно транспортно средство, което да достави посланието ни в съзнанието на другите. Повечето истории са почерпени от нашия собствен опит, така че не са просто празни приказки – чрез тях ние общуваме, а това означава, че чувстваме. Анекдотите са приятелски жест. Те печелят внимание. Те са един универсален способ към всяка ситуация. Те свързват познатото – онова, което можем да чуем, видим, усетим – с непознатото и абстрактното” (2, с. 143).

Всичко това може да се види в известния анекдот за разликата между дипломата и девойката:

„Когато дипломатът казва „да”, това означава „може би”, когато казва „може би” означава „не”, а когато каже „не” – той вече не е дипломат.

Когато девойката казва „не”, това означава „може би”, когато казва „може би”, значи „да”, а когато каже „да” – тя вече не е девойка” (предст. по 17, с. 208).

Смята се, че по време на лекции и други публични изяви хуморът се използва най-вече за разведряване и привличане на вниманието. Това е вярно. С голям успех обаче хуморът се използва и за възприемане и запаметяване на казаното – под формата на афоризми; на остроумия при коментиране на случили се събития или факти; на шеги, в отговор на провокативни или несериозно зададени въпроси; на шеги, при поднасяне на неудобни за слушателите истини и т.н. Важна е уместната и по възможност естествена

употреба на чувството за хумор, дори и при използването на афоризми или предварително заучени фрази.

Ето един пример: През последните години се говори много за необходимостта от промяна в почти всички сфери. При настройване на аудиторията за изясняване същността на промяната и обосноваване на необходимостта от такава, можем да използваме следната остроумна забележка на Уошингтън Ървинг:

„При промяната, независимо дали е за добро или за лошо, винаги изпитваме известно чувство на облекчение. Именно такова облекчение изпитват и аз всеки път, щом променя позата си върху неудобната дървена седалка на дилижанса, с който пътувам вече дни наред. Просто се натъртвам на нови места!”

Като средство за възприемане и запаметяване хуморът се използва и в някои рекламни послания.

Осмо, хуморът може да се използва както за обезвреждане на враждебността, така и за самоотбрана (“айкидо”).

Обезвреждането на враждебността може да стане с отстроумен отговор или дори с кратък виц, без да се прибегва до самоотбрана. Ето пример в това отношение. *На кратка пресконференция след залавянето на заподозрените за бомбения атентат в Световния търговски център в Ню Йорк един от репортерите задал на Джеймс Фок, шефа на ФБР, следния въпрос: Е, добре. Успяхте да ги арестувате, но какво би станало, ако не бяхте ги хванали. Ами те можеха да вдигнат във въздуха целия град?” Фок отвърнал с най-сериозно лице: „Да, от това щеше да се обърка целият ми ден!”. Залата оценила шегата и избухнала в смях (18, с. 68).*

Самоотбраната е известна още „айкидо”. Айкидото е „японско бойно изкуство, при което нападнатият запазва честта и достойнството си, като *отговаря на атаката с атака*”. Този настъпателен (но не агресивен) подход предоставя възможност на този, който го използва, да удържи на своето, когато става жертва на

забележки, които са подигравателни, дискриминационни или просто неверни.

В своята книга “За тях бях самата невинност..., а аз се носех по течението”, Регина Барека разказва случка с Лиз Карпънтър, бивша директорка на персонала в Белия дом, която публикувала книга с мемоари. *Когато книгата излезла от печат, Артър Шлезинджър младши отбелязал пред Карпънтър: “Харесах книгата ти, Лиз. Кой ти я написа?”. На тази забележка Лиз Карпънтър остроумно отговорила: “Радвам се, че ти харесва, Артър. Кой ти я прочете?”* (представено по 7, с. 74)

В „Отровните хора” Лилиан Глас, позната като първата американска дама на речта, пише: „Макар, че не съм привърженичка на враждебния саркастичен хумор, в някои случаи просто ни предизвикват да отговорим по такъв начин. Може да ви се наложи да отговорите на огъня с огън” (6, с. 131). За да помогне на хората, които не познават добре техниката на хумора, тя привежда остроумни отговори, използвани от комици. Ето някои от тях:

- *„Вижте, нямам никакво намерение да започвам война по остроумие с вас. Никога не нападам невъоръжен човек”.*

- *„Никога не забравям ничие лице, но във вашия случай охотно ще направя едно изключение”.*

- *„Моля ви продължавайте да говорите, така поне знам, че не мислите”.*

- *„Не бих казал, че маниерите ви са някак лоши – те са всякак лоши”.*

Девето, доброто чувство за хумор има способността да направи всекиго част от “клуба”, в който иначе не биха го приели.

В интервю за списание „Пийпъл” Даян Инглиш, създателка на филма „Мърфи Браун”, казва: „Тъй като в началото на сезона мъжете сценаристи са повече от жените, моята дясна ръка Корби

Сиами и аз гледаме да кажем нещо, което да шокира мъжете, така че да разберат, че могат да ни се доверят. Тогава ръкавицата е хвърлена и ние можем просто да напишем забавно шоу” (предст. по 7, с. 74).

Десето, чувството за хумор може да помогне при желание за спечелване симпатията и уважението на другите. Особено добре се възприема омаловажаването на собствената позиция и разказването на забавен анекдот или смешна и неловка случки със самия себе си. Ето два примера в това отношение.

Оливър Уендъл Хоус казал веднъж: *„Аз съм заслужил професор, което означава почти същото като изхабен и пенсиониран учител”.*

Артър Мортимор Дж. Адлер разказва как спрял до някакъв бижутерски магазин, за да купи подарък. Бижутерът, който съвсем бегло го познавал като купувач, попитал: *„ Вие с какво се занимавате, г-н Адлер?”* *„Философ съм”,* отвърнал му Адлер. *Бижутерът го погледнал в недоумение. „Не - пояснил той, - искам да кажа с какво си изкарвате хляба?”* (предст. по 2, с. 139 и 140).

И още: За да възбуди смях с началните думи на една от своите политически речи в Англия. Ръдиард Киплинг разказва не готови анекдоти, а свои собствени преживявания, като много умело подчертава нелепите моменти в тях. Ето как:

„Ваши превъзходителства, дами и господа,

На младини живеех в Индия и робатех за един вестник като криминален репортер. Работата ми беше интересна, защото благодарение на нея се запознах с фалшификатори и измамници, убийци и други предприемчиви господа с подобен занаят. (Смях)

Понякога, след като бях отразил съдебния процес на някой от тях, отивах на свиждане в затвора, докато излежаваше присъдата си. (Смях) Спонам си един човек, който се отърва с доживотна

присъда за убийство. Беше хитър и сладкодумен тип и ми разказа, както сам се изрази, историята на живота си. Ето какво ми рече:

- От мен да го знаете, когато човек тръгне по наклонената плоскост, едно нещо води към следващото, докато накрая се озовеш в такова положение, че се налага да очистиш някого, за да се оправии. (Смях)

Е, това струва ми се много точно описание на ситуацията, в която се намира кабинетът днес. (Смях и овации)” (предст. по 11, с. 152).

2. Възрастови различия

В литературата се говори за три типа възраст: биологична (брой години), психологическа и „духовна” (10, с. 56).

Психологическата възраст не винаги съответства на биологичната. Има зрели хора на младежка биологична възраст и обратно - вдетинени старци. ”Духовната” възраст е интегрална личностна характеристика на опита, дълбочината на разбирането на света, ерудицията, социалната компетентност, степента на зрялост на индивида. В ежедневието тя отличава водача от останалите.

В случая се визира биологичната възраст. ***В областта на комуникирането е установено, че:***

- лицата на сходна (еднаква) възраст проявяват сходства в начина на общуване и взаимното разбиране;
- между лицата на различна възраст има устойчиви симптоми за по-трудно взаимно разбиране и различен стил на общуване;
- в повечето случаи се предполага, че по-възрастните имат по-голям опит и развити умения за общуване.

От казаното следва, че подобни констатации са валидни и за чувството за хумор. Между хората от различни възрастови групи действително има по-трудно разбиране и поради това, че имат различно чувство за хумор и го използват по различен начин.

По данни на Робърт Антъни (2, с. 134), фирма за набиране на работна ръка открила, че „кандидатите под 35 г. притежават по-малко чувство за хумор, отколкото по-възрастните. Същото проучване разкрило, че с напредването на възрастта и оформянето на позициите, служителите стават по-уверени, по-оптимистично настроени и придобиват по-голямо чувство за хумор”.

По-възрастните служители и особено тези, които заемат отговорни служебни постове, се придържат повече към хумора с чувство на превъзходство, а тези от тях, които са достатъчно ерудирани и мъдри, и към философския тип хумор.

Много от по-възрастните служители, особено в днешно време, използват чувството си за хумор не само като средство за ефективно комуникиране, но и като начин за себедоказване и успешно справяне с ежедневните трудности. Чувството за хумор им помага да излязат от редица неудобни и абсурдни ситуации, а те никак не са малко. Част от тях дори са облечени в закон.

Всички тези констатации се отнасят за служителите. Именно тяхното чувство за хумор и стил на шегуване ни интересуват, тъй като говорим за хумора като средство на ефективната бизнескомуникация. Въпреки това ще си позволим едно изключение за хората на умствения труд, които са на и над пенсионна възраст, още повече, че както казва гуруто в мениджмънта Питър Дракър, те са онзи потенциал, който може да осигури конкурентно преимущество на организацията, стига мениджмънтът да осъзнае това. Една част от тях, „изхвърлени зад борда” и със здравословни и други проблеми, губят постепенно чувството си за хумор, тъй като „не им е до смях”. Други, също като Бърнард Шоу, използват чувството си за хумор, за да кажат неудобна истина, а трети, придобили с годините смелост, се шегуват с всичко, което се случва около тях и със самите тях. И това ги поддържа здрави.

Младите кандидати за работа, а вероятно и служители (под 35 г.), според горното проучване, притежават по-малко чувство за хумор. Вероятно е така и си има своето обяснение: остроумието изисква, както посочихме по-горе, смело дарование, а присмехулството – по-голямо изкуство. И още, за да блеснеш пред „началството” с остроумие (осмиващи нападки и подигравки), дори и да имаш дарование, се иска смелост и увереност в това което казваш и правиш. За да разкажеш виц или анекдот се иска майсторство и избор на подходящото време. Старшинството на шегуващите се също не е без значение.

Извън службата, обаче, младите хора са по-освободени и употребяват чувството си за хумор по-директно. Често говорят с ирония и сарказъм и използват различни остроумни забележки, за да осмеят другите и особено органите на властта. На тях им е присъщ повече враждебно - саркастичният тип хумор. Той кореспондира с присъщата на възрастта им смелост, разкрепостеност и адекватност на съвременния динамичен свят.

Освен това, младите хора използват по-често on-line комуникации, а оттам и повече хумор в рамките на този вид комуникации. Често хуморът във виртуалното пространство е анонимен и не отговаря на изискванията за „бял” хумор, но се смята от младите за нещо „в реда на нещата”. Ето една извадка от Правилата на *Shtyrkel.net*. „От друга страна, стига да не се прекалява, няма да има проблем да се използва жаргон, умерено груб език, шеги и иронизации или двусмислици – това придава свежест, а пък ако искате да унижите друг най-добрият начин е да го направите смешен. Тъй че спокойно може да използвате тънките допустими изразни средства, находчивостта и остроумието си. Обосновката на думите винаги работи за вас” (1, с. 163).

Смехът е очевиден показател на приповдигнато личностно емоционално състояние, израз на щастие, на силна радост. Освен

параезиково това състояние се съпровожда от лесно разграничим лицев израз – *усмивката*, но смехът е много по-изразителен от нея. Освен това той е специфичен. В него могат да се открият полови, възрастови и личностни особености. Смехът, в съчетание с жизнерадостната усмивка, определено е присъщ повече на младите.

Макар че усмивката е всепризнат белег на дружелюбност и задоволство, най-добро средство за „разтопяване на ледовете” и най-краткият път за връзка с другите, на повечето хора е присъща не жизнерадостна, а вяла и пасивна усмивка. Освен това има и усмивки, с които хората се опитват да прикрият, че са тъжни, ядосани, притеснени, затруднени или дори шокирани; че са засегнати от нещо или че им е неприятно. Именно тези усмивки са присъщи повече на възрастните хора.

Представените възрастови различия в чувството за хумор и неговата употреба не са сигнал за отчуждение между млади и стари и за поставяне на изкуствени бариери в комуникацията между тях. Те само показват, че с годините и в зависимост от ситуацията и хората с които общуваме, ние се променяме. И това е нормално. Ще завършим успокоително, с твърдението, че има нещо и в сферата на хумора, което обединява младите и по-възрастните и това е така нар. бунтарски тип хумор, но той е по-рядко срещан и е не само умение, но и черта на характера.

3. Полови различия

3.1. Причини, поради които жените не се шегуват или се шегуват по-малко от мъжете на работното си място

В книгата си “Ти просто не разбираш жените и мъжете в разговор” американската специалистка по психология и лингвистика Дебора Танен пише: „Животът на всеки човек минава като поредица от разговори. <...> Има полови различия в начините на говорене и

ние трябва да ги идентифицираме и да ги разберем. Без такова разбиране сме обречени да обвиняваме другите или себе си – или взаимоотношението – за иначе озадачаващите и разстройващи ефекти на контрастиращите ни стилове на водене на разговор <... > *момчетата и момичетата растат, по същество, в различни културни среди, затова и разговорите между мъжете и жените са крос-културна комуникация*” (20, с. 7-13).

Трудно е да се коментира такава една крайна позиция, но комуникационни различия между двата пола действително съществуват. Те са във всички компоненти на бизнескомуникацията – в начина на говорене и слушане, на задаване на въпроси и отговаряне, на аргументиране и правене на забележки, в използването на невербални изразни средства (особено езика на тялото и вокалните характеристики), в начина на изразяване на емоциите и, естествено, в чувството за хумор и неговата употреба.

Казват, че като правило жените не умеят да се шегуват. Това се вижда в неумението им да разказват вицове. Често забравят края или объркват реда на нещата. Кой са причините за това и дали жените наистина са лишени от чувство за хумор или просто не желаят да го демонстрират на работното си място ?

Първата причина е, че не си поставят за цел да запомнят вицовете и другите шеги, които чуват. Отново ще цитираме Дебора Танен. Тя се позовава на изследване, което потвърждава, че много жени се смеят на шеги, но често не ги запомнят. Защо? Танен предполага следното: “Тъй като жените не се стремят да са център на вниманието в дадена група, те нямат нужда от запас от вицове, с които да привлекат интереса на околните, за да постигнат целта си”(предст. по 7, с. 71).

Втората причина, за да се гледа на жените като на лишени от чувство хумор, особено на работното място, ***е различното им възпитание.*** Поначало мъжете са поставени социално така, че

използват постоянно хумора, докато жените - не. Още от най-ранна възраст на тях им се втъпява, че не е хубаво да се подиграват на другите, че не могат и не трябва да разказват вицове. Именно поради това, вече като възрастни, те проявяват склонност да потискат чувството си за хумор. Правят това главно от страх – или че другите, особено мъжете, няма да намерят шегите им за забавни, или че хората няма да одобряват “неподобаващо за дами” поведение.

Наблюдение върху женска компания може да покаже колко остроумни и направо шумни могат да бъдат някои жени, докато в компанията на мъже те изглеждат въздържани и унили. Изследванията показват, че жените разказват повечето от шегите си на други жени, по-малко - на мъже, и съвсем малко – в смесена компания.

Третата причина за нежеланието на една жена да разказва вицове и въобще да се шегува на работното си място може да е свързана със самочувствието. Доказано е, че тези, които стоят по-ниско в служебната йерархия, се шегуват по-рядко.

Четвъртата причина, ако се доверим на Карол Дойч, специалистка по комуникиране, е че някои жени са подозрителни и предпазливи спрямо хумора, тъй като твърде много вицове са насочени срещу женския пол. Други, които искат да бъдат възприемани сериозно, се страхуват, че ако демонстрират чувството си за хумор, може да изглеждат непрофесионално (вж. 7, с. 72).

3.2. Основни различия в начина на шегуване на мъжете и жените

Въз основа на собствени проучвания върху хумора на двата пола в продължение на шест години, психоложката Барбара Макоф пише следното: “Хуморът на мъжете звучи като подигравките в някой холивудски бар – игриви обиди и насмешливо-враждебна шутовщина, докато хуморът на жените е като епизод от някой

телевизионен женски сериал – утешителна малка комедия от споделени преживявания” (предст. по 7, с. 71).

Жените предпочитат малката публика от един-двама човека и, за разлика от мъжете, не се решават да споделят една шега с хора, които не познават добре.

Мъжете са известни с целенасоченото си използване на хумора, докато за повечето жени изглежда рисковано да установяват контрол чрез някаква шега в неудобна за тях ситуация. Винаги присъства страхът, че ще обидят някого или че ще бъдат разбрани погрешно. Безпокоят се също, че могат да бъдат възприети като прекалено агресивни. Въпреки това, рискът е оправдан, защото в повечето случаи те не само ще се проявят като остроумни и уверени, но и ще спечелят уважението на другите. Освен това разглеждането на проблемите откъм смешната им страна ще ги накара да погледнат в перспектива, ще им помогне да изкоренят страха да не направят грешка, ще ги поощри да поемат рискове и да поставят и постигат своите цели. И нещо много важно – ще съумеят да кажат истината за всичко онова, за което не е прието или е опасно да се говори в „прав текст”.

Изследванията върху деца показват, че момичетата харесват карикатурите и шегите също както момчетата. Въпреки това изглежда, че жените се влияят повече от мъжете от усмивките или смеха на другите. Ако другите се смеят, жените обикновено се присъединяват с желание. Ако ли не – потискат смеха си със съдържана усмивка или кикот. Всяко потискане на смеха от сърце, като реакция на нещо, което е наистина смешно, е неправилно и вредно. Освен това смехът е по-изразителен от усмивката, особено при жените. “Вялата усмивка е присъща на повечето хора. Смехът е заразителен – отбелязва Регина Барека. Усмивката е пасивна – не толкова изявление, колкото очакван отговор. Усмивката е също двусмислена – никой не знае със сигурност какво се крие зад нея.

Когато обаче една жена се смее високо, всеки около нея знае как се чувства тя” (предст. по 7, с. 80).

Мъжете и жените реагират различно, когато са обект на шеги или обиди. Типично за мъжете е бързо да преодоляват раздразнението си и да се включват в смеха. Това добронамерено отношение сигнализира на другите, че “жертвата” е със силно самомнение. Жените обаче проявяват склонност да възприемат шегите лично. Те може да се изчервят от притеснение или да реагират с гняв. И в двата случая останалите се чувстват неудобно. Един от най-добрите начини жените да овладеят чувствата си е да отговорят с шега. Така ще поканят другите да се смеят с тях.

Често мъжете отправят обидни шеги към дадена жена нарочно, за да видят как тя ще реагира. Според специалистите пред жената има три алтернативи: да загуби чувството си аз хумор и да остане с кисело изражение; да е слаб противник, който се хили неуместно; да покаже, че е някой, който преборба хумора с хумор („айкидо”). Изборът е на самата жена.

Мъжете си позволяват, макар че това деяние е недопустимо в деловото общуване, да разказват „мръсни” вицове. За жените те са табу, не само защото говорят за лошо възпитание, а и защото биха смутили и дистанцирали слушателите.

Накратко, мъжкият и женският хумор се различават един от друг.

3.3. Експертни съвети към жените. Как да подобрят живота си чрез хумор?

Отговорът на този въпрос е съществен за жените, които не умеят да се шегуват. Ето няколко експертни съвета, които могат да намалят напрежението в служебните отношения и да подобрят качеството на живот. Необходимо е:

- **Да използват хумора на работното си място.** Както посочихме по-горе, 98 % от ръководните изпълнителски кадри в “Ходж Кронинг и сие”, заявяват своите предпочитания към кандидати за работа с добро чувство за хумор. Помолени да посочат качествата, които пречат на жените да се придвижват нагоре, на едно от първите места в списъка те поставят “липсата на чувство за хумор”. Обяснението е следното: Успехът във всяка професия зависи от влиянието, което оказваме върху другите. А най-добрият начин за това си остава все още доброто остроумие и хуморът като цяло. Още от училище е известно, че на работното място общуването е „делово”, „формално” и „официално”. Едва по-късно става ясно, че за да се постигнат желаните успехи, общуването трябва да е ангажиращо и емоционално, което включва деформализиране на отношенията и употребата на чувството за хумор. Възможните източници на безобидни служебни смешки са местоположението на службата, конкуренцията, непопулярните клиенти, храната в стола, местата за паркиране, документацията, времетраенето на събранията, крайните срокове, главоболията с компютрите и други, споделяни от всички стресови моменти.

- **Да бъдат инициатори на шеги и анекдоти, особено ако са ръководители.** Не бива да се безпокоят, че могат да ги възприемат като ексцентрични и непрофесионални. След време подчинените ще започнат да им подражават. Както казва Виктор Бордж: “Смехът е най-късото разстояние между двама души” (предст. по 7, с. 76).

- **Да си подготвят шегите предварително.** Цицерон е смятал, че предварително измислените шеги са студени и нямат ефекта на смешните истории, измислени в речевата импровизация. Полезен съвет и днес за добрите оратори. В бизнеса, обаче, 95 % от ситуациите могат да бъдат предвидени, което е добра възможност всеки, който иска да се пошегува, да си приготви предварително хумористични решения и отговори на проблемите, с които може да

се сблъска. Б. Пачтър и М. Броуди дори съветват избраните вицове да се записват: „онзи за професора”, „онзи за сестрите” и пр., като се наблегне на „солта” на вица. Мотото е „Най-добрата импровизация е записаната!” (18, с. 66).

• **Да разчитат на това, че хуморът ще ги изведе от трудни ситуации.** Когато работят много, а получават малко или когато шефът ги смъмри, могат да направят хумористична пауза от пет до десет минути. В това време могат да прелистват предварително подготвена папка с любими карикатури, смешки или анекдоти.

Когато говорят пред публика и трябва да намалят напрежението, да подобрят настроението или да премахнат някаква изкуствена бариера и „разтопят леда”, могат да разкажат анекдот или да вмъкнат някакви реплики. Мери Кей е използвала често подобни прийоми. Един от любимите ѝ анекдоти е бил за Даниил в клетката на лъвовете⁸. Ето и самият анекдот.

Когато хвърлили Даниил в клетката, един по един кръвожадните лъвове се доближавали до него, за да го разкъсат. Той обаче им прошепвал по нещо, те ставали кротки като агънца и се оттегляли в ъгъла. Така усмирил всичките. Отчаяни, тъчмничарите го измъкнали от клетката и го попитали:

- Какво толкова им казваш на лъвовете?

- Нищо особено – отговорил Даниил. – Само им споненах, че от тях се очаква да кажат по няколко думи след ядене”⁹ (12, с. 208).

• **Да демонстрират чувството си за хумор по всевъзможни начини.** Ако работят в самостоятелен кабинет могат да изразят своето чувство за хумор чрез смешни, но не безвкусни афиши и карикатури, както и чрез мисли за хумора и афоризми на велики личности, без, разбира се, да прекаляват. Прекаляването би

⁸ Анекдотът, по думите на Мери Кей, няма нищо общо със Светото писание. Даниил е бил роб-евреин. Римляните го хвърлили при лъвовете, но останал жив и живял при тях.

⁹ Да държат реч

шокирало хората, които влизат в кабинета им по различни поводи. Освен това, всяко нещо пресилено, говори за обратното.

- **Да се научат да отговарят на враждебен спрямо тях хумор и на проявена надменност.** Ето две реплики, подходящи за употреба спрямо хора, които се държат враждебно, обиждат и прекаляват със самоизтъкването: „*Не ви ли тисва да живеете постоянно край себе си?*” и „*Колкото повече ви гледам, все по-малко ви харесвам*” (6, с. 132). Тези и подобни на тях реплики трябва да се употребяват много внимателно и по отношение на „отровния” човек. В противен случай сарказмът може да разруши за дълго установени вече отношения. И още, използването на чувството за хумор като средство за самоотбрана („айкидо”) трябва да стане безгрижно, не само чрез подходящите реплики, но и с езика на тялото. Както казват специалистите трябва да изглежда, че това изобщо няма значение за тях. В противен случай няма да има ефект.

- **Да се научат да се забавляват чрез хумор.** Ето какво казва Регина Барека: “Да имате чувство за хумор е като да играете. Трябва да го направите сами, да сте част от него, да му се наслаждавате изцяло” (предст. по 7, с. 78). А това означава, жените да се освободят от страха, че ще изглеждат непрофесионално, да не чакат някой да ги разсмее, а да търсят всичко, което би разпалило тяхното чувство за хумор. Не става дума за търсене с предварително поставена цел, а за игра, с цел откриване на смешната страна на живота и участие в откритото веселие.

- **Да се стремят хуморът в службата да има отношение към посланието, което отправят към другите.** В противен случай той може да отвлече вниманието и да ги накара да изглеждат непрофесионално. Дейл Карнеги цитира Е. Д. Кател, който никога не разказвал забавни истории заради самия хумор. Само когато са на място и добре илюстрират дадената тема. „Хуморът трябва да бъде

глазурата на тортата, шоколадът между отделните пластове, а не самата торта” (11, с. 151).

- **Да се разграничават от шеги, основани на възрастта, пола или расата.** В противен случай рискуват самите те да обидят и да отчуждят околните.

- **Да се научат да различават конструктивния от деструктивния хумор.** Може да мислят, че коментарът им е смешен, но някой друг може да го възприеме като отрицателен и подигравателен. Когато се опитват да разграничат конструктивния от деструктивния хумор, да се придържат към следното правило: при конструктивния хумор те се смеят с останалите, при деструктивния - се смеят на тях.

- **Да не се шегуват с деликатни проблеми,** като уволнение, загуба на важна сделка, поглъщане от друг бизнес и др.

- **Да се шегуват умело със себе си, като намалят процента на самоунищожителния хумор.** Последният може да подсили съществуващите отрицателни стереотипи за жените или да бъде разбран буквално. Освен това, както казват специалистите, остроумието трябва да дава доказателства за сила, а не за уязвимост. В отделни случаи шегуването със себе си може да помогне да бъде овладяна дадена ситуация, както и да бъде спечелено уважението на другите. Трябва обаче да бъде избран подходящият момент.

4. Културни различия

4.1. Хуморът като културна бариера

Както казва Ричард Льюис¹⁰, хуморът с труд пресича националните граници, особено в направление от Запад на Изток. Затова когато общуваме с чуждестранни партньори е по-добре да го

¹⁰ При разработването на тази точка като основен източник е използван Р. Льюис (14, 44-47).

избягваме или да го употребяваме много внимателно и предпазливо. Шегите ни могат да се възприемат погрешно, да не се разберат или да се сметнат за обидни, което е още по-лошо. Необходимо е време, за да разберем какво считат за смешно в съответната страна. Освен това, дори европейските народи се различават по отношение на това как се шегуват, до каква степен се приемат насериозно и доколко са способни да се надсмиват над себе си. С *финландците*, например, могат да се използват всички разновидности не само на словесния хумор. Те са склонни и да се надсмиват и критикуват собствените си порядки. *Шведите* приемат хумора, само ако той не влияе върху размера на печалбата им. *Французите* обичат да се шегуват, но част от шегите им обиждат, особено тези, адресирани към белгийците. *Британците* са майстори на хумора. Те трудно издържат скучните срещи и чрез него правят опит да ги оживят. Сериозният и внимателен към фактите *немец* трудно ще се засмее над шегите на британците. Същото ще направи и по отношение на американските подигравки, например над тексасците, които са силно преувеличени. *Анекдотът, в който мексиканецът натиска газта на своя автомобил 24 часа в денонощието и изведнъж забелязва, че още не е напуснал Тексас, поразява въображението на американеца, но остава съвършено невъзмутим немеца, който обикновено казва: „Трябвало е да седне в немски автомобил”. Този отговор ще бъде счетен за много смешен в Германия и за достатъчно добър в Англия и в САЩ.*

Като изключим *корейците* (които, като че ли са готови да се смеят в отговор на всяка угодна шега), на *Изток* са малко тези, които могат да се забавляват от американския и (още по-малко) от европейския хумор. Конфуцианската и будистка ангажираност с правдолюбие, искреност, доброта и учтивост автоматически изключва такива форми на хумора, като сарказъм, сатира, хипербола и пародия, а също така прави неуместни шегите на тема религия, секс

и безправни малцинства. Мрачният или черният хумор там е съвършено недопустим.

„Тогава какво остава?“ – ще запита някой. Източният хумор е построен на изострените, вежливи и косвени забележки и упреци. Те понякога са насочени по адрес на получателя и са изказани ловко, но винаги в приятелски маниер, който остава място за достоен отговор и не наранява чуждото достойнство. Даже грубите и обичащи непристойността *корейци* винаги се грижат за това, да не засегнат достойнството или ранга на слушателя. *Китайците* са известни със своите афоризми и поговорки. Те и *индийците* притежават тънък вкус към всевъзможните сравнения и притчи, които са станали за тях неизчерпаем източник на хумор. Ние, европейците, рядко оценяваме тези шеги по достойнство, макар че те съчетават в себе си и дълбок смисъл, и нравствен закон, и предсказание за бъдещето. Ние сме способни да схванем смисъла (да открием „черешката“ / „стафидката“ /) на повечето конфуциански афоризми, на индийските и на малайзийските притчи, но не можем да разберем въобще *японския* хумор. Успокояваме се с това, че той е недостъпен и за китайците.

Съществува ли в хумора „национален стил“? Преди да отговорим еднозначно на този въпрос, трябва да обърнем внимание на *съществуването на интернационален хумор*, т.е. на определени видове хумор и шеги, които са присъщи на всички култури. Именно такъв е, например, *фарсът* – вид хумор, отдавна известен на европейските, американските, африканските и азиатските народи. Особено актуален е той в японската телевизия. Всеобщо пристрастие става съзерцаването на насилие, което на международно равнище служи като своево рода компенсация за това, че насилието не винаги е позволено. Съществуват също не малко *анекдоти и шеги*, които се преразказват в много страни, такива като шегите на тема слонове, ресторанти, игра на голф и др.

Но даже в интернационалния хумор се чуват национални отгласи. Ето, за пример, стария анекдот за журналистите, които организирали съревнование за написването на най-добра статия за слонове. Заглавията били следните:

Англичанин: „Лов на слонове в британска Източна Африка”.

Французин: „Любов към слоновете във френска Екваториална Африка”.

Немец: „Произход и развитие на индийския слон между 1200 и 1950 г.г. (600 стр.)”.

Американец: „Как да открием най-големия и най-силен слон”.

Руснак: „За това, как изпратихме слона на луната”.

Швед: „Слоновете и социално ориентираната държава.

Датчанин: „Сандвичи със слонско месо”.

Испанец: „Техника на боя със слонове”.

Индиец: „Слоновете като средство за придвижване до епохата на железниците”.

Финландец: „Какво мислят слоновете за финландците”.

Тази шега, родила се вероятно в кулоарите на някаква журналистическа конференция, осмива различни национални слабости: френската самовлюбеност, немската сериозност, американското самохвалство, британския колониализъм и т.н. Кулминационната точка на анекдота е финландската загриженост за това, какво мислят другите за тях.

За възможностите с шега да се покажат някои различия в ценностите и да се осмеят някои слабости, говори и следният виц. Провежда се конкурс за престижна работа. Сред основните въпроси е и въпросът: „Каква заплата ви устройва?”. Ето и отговорите:

Англичанинът: „1000 долара”.

Въпроси няма.

Германецът: „2000 долара”.

„Защо толкова много?”

„1000 долара за мене, 1000 – за семейството”.

Руснакът: „3000 долара”.

„Какво ще ги правиш??”

„ Е, 1000 са за вас...” (предст. по 17, с. 173).

И още за националните отгласи.

Усмивката е всепризнат белег на дружелюбие и задоволство. Но трябва да отчитаме, както вече посочихме, че има и друг вид усмивки, в т.ч. и така наречените *дежурни усмивки*, че в *Тайланд* се усмихват непрекъснато и неизменно, а *Таити* наричат страна на усмивките (5, с. 254). Препоръчително е да се информираме и за тези съвсем немаловажни човешки реакции, когато тръгваме за чужда страна или посрещаме чуждестранни партньори.

4.2. Хуморът в международните делови срещи

По силата на растящата глобализация на бизнеса деловите хора се срещат все по-често и все повече се опознават един друг. Напълно естествено е, когато някой се старае да установи по-тесни взаимоотношения с чуждестранния партньор, да излезе от сериозния тон и да създаде по-непринудена атмосфера. За да се „разтопи ледът” и да се предразположи събеседникът в повечето от случаите помага размяната на анекдоти. Като добро начало може да послужи и разказването на забавен случай, когато разказвачът е попаднал в неловка ситуация, изпитвайки дискомфорт и смущение. Това сближава хората, особено ако и те са попадали в подобни ситуации.

Най – системно използване на хумора в деловото общуване на международно равнище се наблюдава в англосаксонските страни.

В *Канада* и *Нова Зеландия* хуморът е лек и забавен, а в *Австралия* - твърд и провокационен. В *САЩ* сарказмът,

подмятането и престореното негодувание се считат за важни фактори, особено в бизнеспреговорите, защото според американците те облекчават работата и позволяват да се направи повече за по-малко време. Нищо чудно, нали тук времето е пари.

Най-системно и в най-голямо количество хуморът се използва във *Великобритания*. Британците не понасят скучните и натегнати делови срещи и, за да оживят разговорите, прибегват към най-различни форми на хумор и тактики за разреждане на напрежението. Ето защо, при подготовката за среща с партньори от Великобритания, е важно предварително да си подготвим шеги и анекдоти. Този, който знае и може да разказва такива може напълно да прояви своя талант. Англичаните и останалите британци считат, че разказваните истории са свързани по някакъв начин помежду си и че такава една атмосфера способства за успеха на деловата среща. Тук е важно едно предупреждение: англичаните могат да използват хумора (особено иронията и сарказма) в качеството на оръжие за осмиване на опонента, за изразяване на несъгласие или даже на презрение. По този начин те се държат с представителите на някои романски народи и с много експанзивните хора.

Всеки може да разбере доста за англичаните, ако наблюдава как обръщат хумора против себе си или против своите колеги. Обикновено те прибегват към хумора:

- за критика;
- за разреждане на напрежението, когато ситуацията стане взривоопасна;
- за ускоряване на обсъждането, когато излишната формалност го забавя;
- за пряка и беззловна критика по адрес на началството;
- за предлагане на нова, нестандартна, идея на колегите, лишени от въображение;

- за включване на елемент на неочакваност в изключително регламентиранияте преговори;
- за да се посмеят над излишно детайлизираните и “мистични” приоритети на мениджмънта и над фетишите на формалното корпоративно планиране.

Умело използват и иронията по отношение на самите себе си ((14, 249).

Накратко, хуморът се счита за едно от най-ефективните средства на бизнескомуникацията от повечето английски мениджъри и бизнесмени и партньорите могат да завоеват тяхното доверие, ако демонстрират че не по-лошо от тях го владеят.

Хуморът е широко използван по време на делови срещи не само във Великобритания, но и в другите европейски страни.

За северноевропейските народи той е важно средство за установяване на делови отношения. *Финландците* например притежават добро чувство за хумор и често се шегуват със самите себе си, нещо което не е присъщо на повечето европейски народи. *Датчаните* също, но не толкова ефектно.

На романските народи почти не им се налага да използват хумор, за да „разтопят леда”, тъй като техният жив, сплетнически и откровен стил на общуване сам по себе си съдържа не-малък заряд от смешки и остроумия. В същото време трябва да се има предвид, че *испанците* са обидчиви и чувствителни, че трябва да се постъпва по-леко, когато са обект на хумора. Те приемат да бъдат критикувани някои обичаи, като сиестата и боя с бикове, но в никакъв случай не могат да приемат изказване, макар и направено в шеговит стил, което би засегнало тяхното лично достойнство и чест. Те могат да загубят в бизнеса, но не могат да понесат да бъдат унижавани. Подобно на японците и китайците те не могат да позволят да „загубят лицето си”. *Италианците* не са особено чувствителни и обидчиви. Те приемат критиката по свой адрес, дори

и когато е поднесена шеговито, и са много гъвкави в общуването. С тях може да се говори значително по-свободно, отколкото с повечето европейски народи, но не трябва да се прекалява с прямотата и с рязкостта. Те са гъвкави, но в същото време и деликатни. *Португалците* притежават много добри ораторски способности и заедно с това добро чувство за хумор. Те са признати за превъзходни „ледоразбивачи”. На международните срещи именно те „разбиват леда в отношенията”, когато някои от представителите се държат надменно и грубо. *Французите*, както посочихме по-горе, притежават добро чувство за хумор, но хуморът им, отправен към чужденците, е често пъти надменен и обиждащ.

Има разбира се и народи, както в Европа, така и извън нея, които се стараят да избягват шегите и другите форми на хумор по време на делови срещи. Между тях са шведите и особено германците и японците.

Шведите са уважавани от другите народи за многото положителни качества, които притежават, но сред тях трудно може да се намери място за чувството за хумор. Те не могат да се шегуват със себе си и се приемат прекалено насериозно. В изследване на мнението на 100 шведски бизнесмени относно притежаваните от шведите качества, те не посочват нито едно отрицателно. Просто не им се удава да се видят отстрани така, както ги виждат другите хора. В това отношение те се отличават от „по-светските” датчани и финландци.. Шведите са загрижени единствено от това, какво ще си помислят за тях другите шведи. В своето широкоизвестно изследване на деловите култури, световноизвестния изследовател Хеерт Хофстеде прави извода, че от всички, приведени в неговия обзор култури, шведската е най-женствена. Като имаме предвид посоченото по-горе за половите различия, този извод със сигурност има значение. Основна грижа на женствените култури е създаването на грижещо се за хората общество. Вероятно твърде сериозният и

професионален подход към изпълнението на тази задача е убил и малкото чувство за хумор, което имат шведите.

Германците са чувствителни към употребата на хумор по време на делови срещи. По тяхно мнение бизнесът е сериозно занятие и безползните истории и отвлечения нямат никакво отношение към него. Те смятат, че шегите и анекдотите са за след това. По време на деловите срещи не трябва да се губи време. И още, шегуването е нечестно и внася объркване в дискусиата. Да си сериозен, означава да си честен, а не скучен. Това е техният отговор на обвиненията на много англосаксонци, че са скучни хора, лишени от чувство за хумор.

Накратко, употребата на хумор в Германия се приветства единствено по време на неформалните срещи, организирани в барове, ресторанти или вкъщи. Но и за тях времето е строго определено.

Японците също не виждат никаква полза от използването на хумор по време на деловата среща. Те ще се смеят, ако разберат, че представителите на другата страна се шегуват (едва ли ще разберат смисъла на шегата), но това излиза извън рамката на истинската вежливост. Като правило, те се безпокоят за това, да не пропуснат нито дума от това, което се говори „по същество”, така че даже умело направеният акцент или иронично изказване могат да ги доведат до объркване. Всичко, което представителите на другата страна говорят, те разбират буквално. Ето два случая:

Веднъж по време на преговори американски бизнесмен казал, че определено условие в договора може да „извади работата от водата” (Blow the deal out of the water - да спаси положението, да придвижи преговорите от мъртвата точка). Помолили го да уточни, от каква вода.

Друг случай: преди края на делови обяд японският официален представител попитал английския, няма ли да донесе на десетте

присъстващи за десерт сладолед. Тъй като на масата имало оставена бира, англичанинът решил да се пошегува и казал, че за десерт имат бира. След две минути японският представител поръчал десет порции пиво.

Индонезийците също разбират казаното от другите буквално. Ето един типичен пример: Раден Мас Хаджиуибоуи, индонезийски бизнесмен, публикува проникновен анализ на разликата между индонезийското и холандското чувство за хумор. Един от случаите, представен от него пред бъдещи мениджъри в Холандия през 1983 г. и преведен от Хеерт Хофстеде (22, с. 300), е следният:

„Бе една съвсем обикновена утрин с рутинна неформална оперативка в офиса. Всички започнаха да се настаняват около заседателната маса, когато се оказа, че един стол недостига. Маркус, един от индонезийските мениджъри, надникна в съседната стая за допълнителен стол.

Съседната стая бе кабинетът на един от холандските мениджъри, Франс. Той бе излязъл, но не би имал нищо против да послужи с един стол – мебелите и без това бяха на фирмата. Маркус тъкмо местеше стола през свързващата врата, когато Франс влезе от другата страна.

Франс бе във весело настроение. Той отиде до бюрото си, за да вземе някакви документи и отново се запъти към вратата. Междувременно се усмихна на Маркус приятелски и подхвърли през рамо: „Решихме да пооткраднем нещо за забавление, а, Маркус?“ След това излезе без да дочака отговор.

Когато Франс се върна в офиса след обяд, Маркус го чакаше. Франс забеляза, че Маркус е с вратовръзка, което бе необичайно. „Маркус, приятелю, с какво мога да ти помогна?“, попита Франс. Маркус го гледеше нещастно, изпъна се официално на стола си и каза твърдо и тържествено: „Франс, с настоящото декларирам, че не съм крадец.“

Озадачен, Франс го попита какво иска да каже с това. Отне им 45 минути, за да разрешат недоразумението.”

В *холандската култура*, в която запазването на лицето и статуса не са голям приоритет, „приятелската обида” е често срещана шега между приятели. „Ти , мошенико” или „Ти, идиот такъв”, ако са произнесени с правилната интонация, изразяват топла симпатия. В Индонезия, където статусът е свещен, една обида винаги се приема буквално. Франс е трябвало да знае това.

Използването на хумор в международните делови срещи е безусловно полезно: той може да привлече вниманието и засили процеса на убеждаване, да създаде добро настроение и „разтопи леда” на формализма, да ускори хода на обсъждането, да изведе от застоя и безизходицата, да накара партньора да се почувства по-свободен и да предизвика доверие.

Успоредно с това хуморът има и негативна страна, която често е свързана с голям риск. Той може да отклони вниманието, да омаловажи направена вече аргументация, да постави партньорите в неудобно положение. Това, което се струва забавно на французина, арабинът може да приеме за светотатство, пикантната история, разказана от някой европеец, може да се окаже съвършено неразбираема за китаец, най-невинният анекдот може сериозно да засегне турчина. Културните и религиозни различия водят до това, че не всички се смеят на една и съща шега. В подкрепа на това можем да погледнем горния разказ на индонезийския мениджър и разказа на Мери Кей (12, с.210). Тя описва как неин приятел разказал на група японски бизнесмени следния виц.

„Миналата вечер бяхме с жена ми на ресторант и тя попита келнера:

- Сервира ли раци?

- О, да – отговори келнерът. – обслужваме всекиго ”¹¹

¹¹ Игра на думи: *serve* означава едновременно сервирам и служа, обслужвам

След това настъпила пълна тишина. Вицът не говорел нищо на японците и приятелят на Мери Кей се почувствал доста нелепо.

Всички сме изпадали в подобни ситуации. Понякога те просто не могат да се избегнат. Никой не може да каже с пълна увереност, че нещо е действително забавно. Като всички ценности и хуморът е относителен и обусловен от културата. Може би има място едно напомняне: да използваме чувството си за хумор много предпазливо, особено когато разговаряме с представители на чужди култури.

5. Някои азбучни правила за хумора като средство на ефективната бизнескомуникация

Първо, ефективната бизнескомуникация предполага естествена употреба на чувството за хумор. Апелът „Хайде да се посмеем”, дори и да бъде отправен, не е заповед, нито действа като магическа пръчка. Важна е спонтанността и умението да изразяваме своето смешно отношение към случващото се около нас или с нас. С други думи не е достатъчно да стане нещо смешно, някакъв гаф, някой да каже виц или анекдот, за да се посмеем. Както казва **Иван Славов** „ За да се смееш е нужно не само чувство за хумор, но и умение да го подхранваш с веселост, търсейки всичко което я разискря. Там където властват обременяващата замисленост и тровава мисловност, усмивката загива още в зародиш. Не трябва да изчакваме друг да ни разсмее, а да разкрием собствения първоизвор на смеха...” (19, с. 13)

И все пак. Не всички хора притежават добро чувство за хумор и остроумие. Остава алтернативата: *да започнем със заучени афоризми и вицове*, като вложим чувство в тяхното разказване¹². *Да*

¹² Ако се тревожим за оригиналността на мисълта, можем да си спомним за думите на Волфганг Амадеус Моцарт: „Никога не съм правил ни най-малко усилие да композирам нещо оригинално”.

*продължим с търсене на нещо, върху което да се посмеем. Животът ни изобилства от смешни неща. Просто трябва да ги открием. Ако и това не ни се отдава, да се научим да се смеем заедно с останалите, дори и когато шегата е отправена към нас и не можем да реагираме по подходящ начин. Колкото по-искрено и силно правим това, толкова по-добре. Не е добро решение притвореният смях, смехът на фона на спотаената злоба. Що се отнася до шегуването със себе си, то, както ще стане ясно по-долу, е истинско изкуство. Затова го поставяме на последно място в **алгоритъма за обучение по хумор**.*

Второ, шегите имат граница. В сферата на деловото общуване повече от всичко е необходимо дозиране и внимателна употреба на хумора. Както казват Б. Пачтър и М. Броуди: „Внимавайте с шегите! Забавните ви реплики не бива да бъдат за сметка на някой от присъстващите. И така: никакви вицове и шегички на етнически и расистки теми или срещу другия пол! Подобни истории не са забавни – те са по-скоро мъчителни и нерядко предизвикват обратен ефект. А най-същественото в случая е, че това съвсем не е добрият тон!”(18, с. 66)

Както стана ясно от горното изложение, жените често са обект на шеги. В повечето случаи тези шеги са свързани с някакви стереотипи и могат доста да навредят на професионалната кариера на всяка жена. Стереотип е например това, че жените са по-емоционални и по-бъбриви и поради това не могат да пазят тайни. Има дори и басня от Жан дьо Лафонтен: „Жените и тайната”(13, с. 120). Тя е писана през XVII век. В днешния делови свят основен принцип е прозрачността. В ерата на Интернет и Интранет не би трябвало да има дори и намек за професионални тайни. Другото, независимо дали се отнася за мъже или за жени, е неетично и непрофесионално.

Трето, хуморът внася приятна атмосфера във всяка ситуация, ако е навременен. Ето какво пише Мери Кей: „Но

внимавайте - всичко с времето си. В неподходящи моменти хуморът може да доведе до катастрофални последици. Така че го използвайте дискретно. Ако имате и най-малкото съмнение дали е уместен, не го използвайте!” (12, с. 204)

Четвърто, шегуването със себе си също може да бъде неуместно. Когато се шегуваме със себе си не бива да позволяваме шегата да се обърне срещу нас. Както казват Б. Пачтър и М. Броуди „За да се шегува човек със себе си, се иска истинско изкуство. Да си сигурен, уверен в себе си, готов да признаеш човешките грешки, но и да съумееш да извлечеш полза от дадена „конфузна” ситуация” (18, с. 66).

В служебна обстановка не бива да поставяме в неблагоприятна светлина собствените си способности. И тук е необходима граница, защото другите ще ни изслушат, ще се посмеят и – къде съзнателно, къде несъзнателно – шегичката ще се разпространи и от забава ще се превърне в негативна констатация, будеща съмнение и недоверие. Ако се шегуваме с отрицателните си страни, те няма да станат по-малки, а само по-видими.

Шегуването със себе си е оправдано, когато трябва да излезем от неудобна ситуация, да обясним някакъв гаф или да спечелим нечие доверие. И внимание! Има хора, които само това чакат, за да ни вземат на подбив.

Пето, в хумора има съществени културни различия.

Трябва да използваме предпазливо чувството си за хумор, когато разговаряме с представители на други култури. Важни са предварителните знания за съществуващите културни различия и тренингът за съблюдаване на деловия етикет в съответната страна или регион.

Във връзка с това ще цитираме Хеерт Хофстеде:

„Непознаването на езика не ни позволява да усетим голяма част от неуловимите елементи на културата и ни принуждава да останем

външни лица. Един от тези изплъзващи се елементи е хуморът. Всяка култура се смее на специфични неща. Много европейци смятат, че немците нямат чувство за хумор, но това означава само, че чувството им за хумор е различно. В межкултурните срещи опитният пътник знае, че шегите и иронията са табу, докато не си напълно сигурен в разбирането на хумора на другата култура” (22, с. 299).

Заключение:

Хуморът е сред онези средства на ефективната бизнескомуникация, за които не се пише или се пише твърде малко в сериозните книги и по които не се прави тренинг. Вярно е, че за добрия хумор, както и за творчеството, са необходими дарование и изкуство, специфична нагласа („да ти идва отвътре”) и специфични умения, затова няма да спорим за необходимостта от тренинг. **Чувството за хумор е личностно качество, което, при разбиране на неговата значимост, може да се развие.** И това зависи в по-голяма степен от личността и в по-малка - от обкръжението. Може да се започне с използването на афоризми и вицове и да се продължи с представения в изложението алгоритъм. Успоредно с това може да се използват автопредписанията на Том Хопкинс:

„Аз работя много, затова съм заслужил правото да се смея на самия себе си и на света. Нещата, с които се занимавам, са много важни за мен. Всъщност толкова важни, че през ум не ми минава да загубя способността си да ги правя, като се лиша от целебната сила на хумора.”

„Винаги виждам светлата страна на нещата – просто съм си такъв.”

„Знам, че по важност смехът идва веднага след съня и храната, като фактор за възстановяването ми, затова винаги търся възможност да се посмея.”

„Имам страхотно чувство за хумор и то постоянно се подобрява. Обичам да се шегуват с мен.”

„Винаги отделям време да помириша розите, да се порадвам на залеза и да видя смешната страна на живота” (21, с. 143).

От един начален разговор за хумора, важно е да научим какво представлява той, какви видове съществуват, какви са възрастовите, полови и културни различия. Целта е да си отговорим на въпросите: как, къде и кога да използваме чувството си за хумор. Важно е да осъзнаем, че успешната му ежедневна употреба е признак за развитие и помъдряване. Умелото шегуване ни прави по-весели, по-хуманни и жизнерадостни и подтиква другите да се смеят заедно с нас, а от това ползата се увеличава многократно. В същото време трябва да помним, че е много лесно да прекалим с хумора, да го използваме по неподходящ начин, в неподходящо време, в неподходяща ситуация или по отношение на неподходящи теми и хора.

Ще завършим това изложение за хумора хумористично. Б. Уайт казва: „Да анализираш хумора е като да правиш дисекция на жаба. Малко хора се интересуват от това, но пък жабата умира”. Ако е прав, ще излезе, че трудът, положен за настоящото изложение, е бил напразен. Ето това е парадокс.

Използвана литература

1. *Алексиева, С.*, Бизнес комуникации, С., Изд. на НБУ, 2006
2. *Антъни, Р.*, Изкуството да бъдем суперубедителни, Изд. В. Люцканова, 1994
3. *Бакърджиева, М.*, Бизнескомуникиране, Свищов, АИ Ценов, 2007
4. *Български тълковен речник, С.*, Изд. Наука и изкуство, 1994
5. *Георгиева Н.*, Бизнес комуникации, Варна, Изд. Наука и икономика, 2006
6. *Глас, Л.*, Отровните хора. 10 начина да се справим с хората, които превръщат живота ни в ад. С., Изд. къща Сиела, 1999
7. *Глейсър, К.*, *Б.Смоли*, Жените, които успяват А защо не и вие?, С., Изд. Хомо Футурус, 1997
8. *Дени, Р.*, Печеливши комуникации, Изд. СофтПрес, 2007
9. *За ораторското изкуство, С.*, Партиздат, 1975

10. *Илиев, В., М. Бакърджиева*, Комуникативна култура, Плевен, Изд. Леге артис, 2006
11. *Карнеги, Д.*, Как да придобием самоувереност и да влияем на другите чрез изкуството да говорим пред публика, С., Изд. Кибеа, 2000
12. *Кей М.*, Ти можеш всичко. Как да имаш всичко, което искаш от живота. С., Изд. Хомо Футурус, 1997
13. *Лафонтен, Ж.*, Избрани басни, С., Изд. Народна култура, 1971
14. *Льюис, Р.*, Делови култури в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию, М., Изд. Дело, 1999
15. *Маккормак, М.*, Онова, което не се преподава дори в Харвард, С., Апис, 1993
16. *Макнийли, М.*, Сун Дзъ и изкуството на войната в бизнеса. Шест стратегически принципа за мениджъри, С., Изд. Фокус, 2001
17. *Московцев, Н., С.Шевченко, М.Стоянова, К.Рамчев*, Бизнес – по американски, по руски, по български, С., Изд. ФорКом, 2004
18. *Пачтър, Б., М. Броуди*, Бизнесетикет (енциклопедия), С., Изд. Princesps, 1999
19. *Славов, И.*, Смехотерапия – стрес – бизнес, С., Изд. Архимед, 2004
20. *Танен, Д.*, Ти просто не разбираш жените и мъжете в разговор, С., Изд. Агата, 1997
21. *Хопкинс, Т.*, Сигурният път към успеха, С., Изд. ХомоФутурус, 1997
22. *Хофстеде, Х.*, Култури и организации. Софтуер на ума. С., Изд. Класика и Стил, 2001