

פוליטיקה והומור במקומות עבודה: היבטים מגדריים של השפעות ההון החברתי-ארגוני והשימוש בהומור חיובי על הפוליטיקה הארגונית במוקדי שירות לקוחות

נדב גבאי ובני פלדמן*

תקציר

שימוש בהומור בעבודה הוא פרקטיקה פרגמטית של תקשורת בינאישית שהשפעתה על סביבת העבודה נובעת לא רק מתוכן ההומור אלא בעיקר מהמניעים לשימוש בהומור המדריכים את אופן השימוש בו. מניעים אלה, אנו טוענים במאמר זה, קשורים לסכמות מגדריות מובחנות: גברים נוטים לעשות שימוש בהומור בעיקר כמשאב פוליטי שנועד לבדל אותם מעובדים אחרים ולחזק את מעמדם בהיררכיה הארגונית, בעוד שנשים נוטות לעשות שימוש בהומור כמשאב חברתי שנועד ליצור ולחזק יחסי גומלין של אמון ותמיכה. כדי לבדוק את הטענה הועברו שאלונים ל 212 נציגי שירות לקוחות של חברה פיננסית גדולה. ממצאי המחקר תומכים בטענה. נמצא שנשים במוקדי שירות הלקוחות משתמשות בהומור חיובי כסוג של משאב חברתי כדי להתמודד עם האיומים של הפוליטיקה ארגונית: שימוש של הומור חיובי בקרב נשים מחליש את הפוליטיקה הארגונית ומחזק את ההון החברתי-ארגוני. גברים לעומת זאת רואים בהומור סוג של משאב פוליטי: השימוש של גברים בהומור חיובי מחזק את הפוליטיקה ארגונית ואינו קשור לבנייה של הון חברתי. לא נמצא הבדל מגדרי בתדירות השימוש בהומור חיובי ולכן ניתן להסיק שההבדלים שנמצאו בין נשים לגברים אינם נובעים ממידת השימוש בהומור אלא מאופן השימוש בו.

מילות מפתח: הומור חיובי, הומור ופוליטיקה, הומור ארגוני, הומור במקומות עבודה, הומור ומגדר, הון חברתי, פוליטיקה ארגונית.

1. מבוא

בכל ארגון קיימת, באופן גלוי וסמוי, תחרות תמידית על חלוקת המשאבים, שבמסגרתה פועלים יחידים וקבוצות להשגת מרב התועלת מהארגון (סמואל, 2002). כשהתנהגות זו מתנגשת עם מטרות הארגון וחותרת תחת כללי התנהגות לגיטימיים המבוססים על עקרונות של צדק מריטוקרטי (עובדים מתוגמלים ומקודמים בהתאם לכישוריהם ולתרומתם), נהוג להגדירה כ"פוליטיקה ארגונית" (Ensher, 2001; Vigoda, 2000). תחום המחקר של פוליטיקה ארגונית במדינות המערב, החל לתפוש תאוצה בשנות התשעים המוקדמות, עם התחזקות התחרות הכלכלית הגלובלית, שהאיצה תהליכים של גמישות ארגונית ויצרה אי ודאות ואי בטחון הולכים וגדלים בשוק התעסוקה. כמענה לאתגרים שיצרה התחרות הגלובלית, ארגונים עסקיים הדגישו ערכים של תחרותיות והישגיות בקרב עובדיהם, כמעט בכל מחיר, במטרה להעלות תפוקה ולשפר את ביצועיו, ומגמות אלה הובילו בין היתר גם לתוצאה הלא מכוונת של החרפת הפוליטיקה הארגונית (Boreham, 2004; Drori Meyer & Hwang, 2006).

במקביל לעניין הגובר בפוליטיקה ארגונית, וכמענה להשלכות השליליות של התחרותיות הגוברת על רווחת העובדים, צמח תחום נוסף של מחקר שהתמקד בהון חברתי-ארגוני: יצירת תרבות

* ד"ר נדב גבאי, מרצה במחלקה לסוציולוגיה ולאנתרופולוגיה באוניברסיטת אריאל ngabay123@gmail.com; בני פלדמן, סטודנט לתואר שני במחלקה לסוציולוגיה ולאנתרופולוגיה באוניברסיטת בר אילן. הכותבים מבקשים להודות לד"ר ניסים ליאון ולשני השופטים האנונימיים על הערותיהם לגרסאות מוקדמות של המאמר.

ארגונית שמדגישה ערכים של סולידריות, תמיכה חברתית ואמון על מנת לעודד שיתוף פעולה בין עובדים כמשקל נגד לפוליטיזציה של סביבת העבודה (Vigoda-Gadot & Talmud 2010). אל מול מסרים של תחרותיות, השגיות, חדשנות ויוזמה אישית, טיפוח של הון חברתי-ארגוני נועד לחזק את הלכידות ואת יחסי האמון התמיכה בין העובדים כדי הגדיל את מחויבותם לארגון, למטרותיו ולהצלחתו וכדי לעודד שיתוף פעולה, מחוברות ומעורבות בעבודה. בנוסף להעדת האינטרס הארגוני המשותף על פני קידום אינטרסים אישיים, ההון החברתי נועד לצמצם את ההשלכות השליליות של עידוד תחרותיות בין עובדים: להפחית לחץ ושחיקה בעבודה ולצמצם נטישה של עובדים מוכשרים ועלויות של שליטה ופיקוח (Ibid).

המחקר הנוכחי מבקש לבחון את ההיבטים המגדריים של השפעת השימוש בהומור חיובי על הפוליטיקה הארגונית בקרב עובדים של חברה פיננסית גדולה, על רקע המתח הגובר שבין תחרות בין עובדים על משאבים מוגבלים של שכר וסטטוס, מצד אחד, לבין הצורך לעודד שיתוף פעולה על מנת להצליח במשימות המשותפות, מצד שני. בעקבות ויגודה-גדות, תלמוד ופלד (Vigoda-Gadot, Talmud & Peled, 2011), אנו מבקשים להמשיג את המתח הזה כקונפליקט שבין פוליטיקה ארגונית לבין הון-חברתי ארגוני. בשנים האחרונות המחקר הסוציו-ארגוני מגלה עניין הולך וגובר בשימוש בהומור חיובי במקום העבודה, כגורם שמחזק את ההון החברתי-ארגוני (Hampes, 1999; Mawhinney, 2008; Robinson & Smith-Lovin, 2001; Romero & Crawford, 2003; Martin, 2014) ותורם לרווחת העובדים ולביצועיהם בעבודה (Pescosolido, 2008; Tremblay, 2017). עם זאת, הטענה ששימוש בהומור חיובי בהכרח מחזק את ביצועי העובדים והארגון, מתעלמת מהקונטקסט הארגוני של השימוש בהומור, ובמיוחד מההיבטים מגדריים ומהמניעים הסותרים שימוש של שימוש בהומור בעבודה: מחד, שימוש בהומור חיובי כאמצעי ליצירת הון חברתי, ומאידך, שימוש בהומור חיובי כאמצעי פוליטי לקידום אינטרסים אישיים וליצירת דומיננטיות מובחנות סטטוס בהיררכיה הארגונית. הנחת העבודה המרכזית של המחקר היא שתקשורת באמצעות הומור נמצאת תמיד בנקודת ממשק שבין המגמות הסותרות של הפוליטיקה הארגונית, המבוססת על קידום האינטרסים האישיים של העובד גם על חשבון האינטרסים של הארגון, ושל ההון החברתי בארגון, שמבוסס על יצירת רשת חברתית של יחסי אמון, תמיכה ולכידות בין עובדי הארגון, ושלמגמות סותרות אלה קיים היבט מגדרי.

2. פוליטיקה בראי המחקר הארגוני

ניתן להמשיל את הארגון לזירה פוליטית הטומנת בחובה מסכת של יחסי גומלין בין יחידים וקבוצות, הנאבקים על השפעה בהיררכיה הארגונית לשם קידום מטרותיהם. להתנהגות הארגונית יש צד פורמאלי, המשקף פעילות פונקציונאלית (לעשות "מה שצריך"), ופן לא-פורמאלי שמשקף את התנהגותו הפוליטית (לעשות "מה שכדאי") (בודואן, 2004). הפוליטיקה הארגונית מוגדרת כהתנהגות אסטרטגית, מחושבת מראש, שנועדה למקסם אינטרס אישי בדרכים לא-פורמאליות שעשויות להתנגש עם האינטרס הכללי של הארגון (Ferris, Russ & Fandt, 1989). הפוליטיקה הארגונית באה לידי ביטוי בטקטיקות מניפולטיביות מגוונות שמבוססות על הפעלת השפעה ויחסי גומלין. למשל, קבלת קידום או תקציבים לא על בסיס יכולות וכישורים אלא באמצעות סחיטה, חנופה, מתן טובות הנאה, נפוטיזם או היכרות אישית/אינטימית עם המנהלים.

קיימות שתי גישות מרכזיות בספרות המחקרית לבחינת מדידה וניתוח של הפוליטיקה הארגונית: גישה אובייקטיבית וגישה סובייקטיבית. הגישה האובייקטיבית לניתוח פוליטיקה ארגונית מתמקדת במגוון טקטיקות לא-פורמאליות שנועדו להגדיל השפעה של עובדים בארגון כפי שהן נצפות ומפורשות על ידי החוקרים עצמם. חוקרים בגישה הזו מציעים בחינה מאוזנת של היבטיה החיוביים והשליליים של הפוליטיקה הארגונית בבואם לבחון את השפעותיה על תהליכים ארגוניים ותוצאות עבודה (Vigoda-Gadot & Drory, 2006). יש שרואים דווקא בחוסר הפורמאליות ובמימד החתרני של הפוליטיקה הארגונית כגורם פונקציונאלי וחיובי שמסייע לארגון להתמודד עם סביבה דינאמית המאופיינת באי-ודאות, בתחרות ובקונפליקטים. פוליטיקה ארגונית במינוחים נכונים מעודדת גמישות ארגונית, פלורליזם רעיוני, צמיחה והתחדשות. תהליכים לא-פורמליים שמעודדים מעורבות פוליטית של כלל העובדים – ובמיוחד של עובדים זוטרים וחסרי עצמה – בתהליכים הארגוניים מעניקה קול ותחושת מחוברות גם לעובדים חסרי השפעה ומפחיתה את הנוקשות של ההיררכיה הארגונית (Judge & Bretz, 1994). לפי גישה זו, פוליטיקה ארגונית אינה מתנגשת בהכרח עם ההון החברתי בארגון. התנהגויות פוליטיות מצד העובדים אינן מזיקות בהכרח ללכידות הפנים ארגונית ובמקרים מסוימים אף עשויות לחזק יחסי תמיכה ואמון בין עובדים.

הגישה השנייה, הבאה לידי ביטוי במחקר זה, רואה בפוליטיקה הארגונית כתופעה שנתונה לפרשנויות שונות וקיומה תלוי בתפישה הסובייקטיבית של חברי הארגון (Kacmar & Baron, 1999; Miller & Nicols, 2008). לפי גישה זו, פוליטיקה ארגונית מתקיימת כאשר העובד מפרש התנהגויות של עובדים במקום עבודתו כהתנהגויות שמיועדות למקסם אינטרסים אישיים בלבד. בהתאם לגישה זו הציעו פאריס וקאקמר (Ferris & Kacmar, 1992) מדד המבוסס על הערכה סובייקטיבית של הפוליטיקה הארגונית על ידי העובדים: Perception of Organizational Politics Scale (POPS). ה-POPS הפך במהרה למדד המקובל של פוליטיקה ארגונית והוליד שורה של מחקרים חדשים בתחום שהפכו את הגישה הסובייקטיבית לגישה הדומיננטית בחקר הפוליטיקה הארגונית (Vigoda, 2003).

ה-POPS הוא מדד ניטראלי באשר לשיפוטים מוסריים או פרקטיים של הפוליטיקה הארגונית כתופעה שלילית או חיובית. מכיוון שמדובר במדד המבוסס על השקפתו הסובייקטיבית של העובד ונתונה לפרשנותו האישית, ניתן להניח כי התנהגות פוליטית מסוימת – למשל, חנופה לבוס, או יצירת קבוצת עובדים שיתמכו זה בזה לצרכי קידום או קבלת משאבים – תתפרש בעיני חלק מהעובדים כתופעה חיובית וככלי לגיטימי לרכישת השפעה ולקידום במקום העבודה, בעוד שעובדים אחרים יראו בה כהתנהגות לא לגיטימית, בלתי הוגנת ואף פוגענית כלפי עובדים אחרים או ככזו שחותרת נגד הכללים המריטוקרטיים שנועדו לשרת את מטרות הארגון ואת האינטרסים המשותפים של עובדיו. עם זאת, יש לציין כי למרות הפרשנות הסובייקטיבית של ה-POPS, רוב מוחלט של המחקרים שהשתמשו בו ככלי למדידה של רמת הפוליטיקה הארגונית מצאו כי עלייה בפוליטיקה הארגונית פוגעת בביצועי העובדים וברווחתם. מחקרים אלה מצאו קשר שלילי בין פוליטיקה ארגונית לתוצאות עבודה חיוביות כמו תפוקת עובדים (O'Connor & Morrison, 2001; Vigoda, 2007), ומחויבות ארגונית (Vigoda-Gadot & Talmud 2010), וקשר חיובי עם תוצאות עבודה שליליות כמו לחץ או שחיקה (Cropanzano & Greenberg, 1997; Vigoda-Gadot & Talmud 2010). המסקנה הכללית שנגזרת ממצאים אלה היא שחלק גדול מהעובדים בארגון רואים

בפוליטיקה הארגונית תופעה שלילית שממקסמת אינטרסים אישיים של עובדים מסוימים על חשבון האינטרסים של רוב העובדים באופן שפוגע ברווחתם וברצונם לתרום לארגון (Vigoda-Gadot, 2003).

הומור ופוליטיקה ארגונית

מקובל לראות בהומור סוג של תקשורת בינאישית שנתונה לפרשנות תלוית-מצב המותאמת לאווירה, למטרת השימוש בהומור, לקונטקסט של השימוש, ולהרכב האנשים בסביבת ההומור (Malone, 1980). מכאן נובעת הבחנה מרכזית בספרות ההומור בין הומור חיובי להומור שלילי. הומור חיובי מייצג סוג של תקשורת שיוצרת רגשות ומחשבות חיוביים ברמת הפרט (הומור העצמה) והקבוצה (הומור חברתי) (Crawford, 1994; Romero & Curthirids, 2006). עובדים משתמשים בהומור חיובי ככלי ליצירת אהדה לחשיפת העצמי (בדרך כלל חשיפת התכונות החיוביות העצמיות של העובד שרוצה שיחבבו יאהבו יקבלו ויעריכו אותו) כדרך בה ניתן לתקשר ולהעביר מידע בצורה נוחה וכן כדרך בה ניתן ליצור תחושות חיוביות ולשעשע אחרים (Cooper, 2005; Sathyanarayana, 2007). הומור שלילי לעומת זאת הוא תקשורת שיוצרת תחושות שליליות. עובדים משתמשים בהומור שלילי כדי לפגוע להשפיל להקניט או להגחיק אחרים (הומור תוקפני), או את עצמם (הומור הקנטה עצמית) (Martin et al., 2000; Janes & Olson, 2000). בעוד שכמעט ולא קיימים הבדלים מגדריים בתדירות השימוש בהומור החיובי, נשים ממעטות לעשות שימוש בהומור שלילי (Martin et al., 2003). מסיבה זו המחקר הנוכחי שמבקש להשוות בין דפוסי שימוש מגדריים בהומור מתמקד בשימוש בהומור חיובי, בדומה לרוב המחקרים בתחום (Mesmer-Magnus, Glew & Viswesvaran, 2012).

הספרות מזהה שלושה תפקידים מרכזיים שיש לשימוש בהומור חיובי ומציגה שלוש תיאוריות שפותחו על מנת להסביר את השימוש בהומור בהתאם לתפקידים אלה: תיאוריית ההקלה/שחרור (Relief Theory) שמדגישה את תפקיד ההומור כמנגנון הגנה והקלה פסיכולוגי-קוגניטיבי; תיאוריית העליונות (Superiority Theory) שמדגישה את התפקיד הפוליטי של ההומור; ותיאוריית החליפין החברתי (Social Exchange Theory) שמדגישה את התפקיד של ההומור ביצירת הון חברתי.

(1) תיאוריית ההקלה/שחרור: מדגישה את השימוש בהומור חיובי כמנגנון הגנה פסיכולוגי להתמודדות עם מצבים מלחיצים ולצורך הגנה מאיומים סביבתיים (Shureliff, 1968). ההומור מהווה מנגנון ויסות רגשי שדרכו ניתן לשלוט באופן מבוקר ברגשות (Gross & Munoz, 1995). שימוש בהומור יוצר ריחוק רגשי ומאפשר לעובד להסתכל על מצבים מאיימים במחוז ובכך לעקר מהם תחושות של תסכול, איום וחוסר אונים ולאמץ הסתכלות אירונית מבודחת ואופטימית (Coser, 1960). בצורה כזו, שימוש בהומור נותן לעובד תחושה של שליטה על המצב ויכולת התמודדות גם עם לחצים שנובעים מעמימות ומתחושות של אי וודאות (Henman, 2001). תיאוריה נוספת של הומור כמנגנון שחרור היא תיאוריית חוסר התאמה (Incongruity Resolution Theory) שמדגישה את האלמנטים הקוגניטיביים של תחושת ההקלה שנוצרת מהפתרון של חוסר התאמה בין הציפיות למציאות או בין מצבים/רעיונות או בין שאינם מתיישבים האחד עם השני ומוצגים ביחד בצורה אבסורדית ובלתי צפויה.

(2) תיאוריית העליונות: רואה בהומור משאב פוליטי שמאותת על מעמדו, סמכותו, הישגיו ושאיפותיו של המשתמש בו (Malone, 1980; Ziv, 1984) ונועד לצרכי קידום במעלה הסולם ההיררכי, כדי לחזק את המעמד של העובד בארגון (Romero & Curthirids, 2006). שימוש פוליטי בהומור חיובי נועד לנטרל ביקורת, לאתגר סמכות, לסמן טריטוריה וסטטוס ולמשוך תשומת לב כדי להדגיש את יתרונותיו של בעל ההומור ואת המשאבים המצויים בידיו וליצור הזדמנויות ויתרונות תחרותיים על פני עובדים אחרים וקרבה למנהלים ולמוקדי כוח בארגון, במטרה להשיג עוד משאבים ולהתקדם במעלה סולם ההיררכיה הארגונית (Cooper 2008; Romero & Curthirids, 2006). הומור יכול גם להוות מכשיר פוליטי לצורך העצמה חברי קבוצות מוחלשות שיכולים לעשות שימוש בהומור כדי לטשטש פערי סטטוס ולאתגר את הסטטוס החברתי של חברי הקבוצה הדומיננטית (Ellithorpe, Esralew & Holbert, 2014). לכאורה, הומור תוקפני נראה מתאים יותר כמשאב פוליטי. עובדים עשויים להשתמש בהומור תוקפני כדי לפגוע במעמדם של עובדים מתחרים על מנת להדגיש את עליונותו; אבל מכיוון ששימוש בהומור תוקפני מוביל לקונפליקטים לא רצויים ועלול לגרור סנקציות כלפי העובד, עובדים נוטים לעשות דווקא שימוש בהומור חיובי לצרכים פוליטיים. בנוסף, הומור עובד טוב יותר כאשר הוא מסתתר כהומור חיובי ספונטני ונינוח בין חברים. קל יותר לזהות כי מאחורי שימוש בהומור תוקפני מסתתרות מטרות פוליטיות ולכן שימוש בהומור כזה עשוי להיתפס כאקט מחושב ומניפולטיבי (Fine & Wood, 2010). יש להניח שהתפשטות נורמות של תקינות הפוליטית בשילוב חוקים נגד הטרדות מיניות במקומות עבודה, תחזק את הנטייה לזנוח את השימוש בהומור תוקפני (ובמיוחד שימוש בהומור מיני) ולהעדיף שימוש בהומור חיובי כמשאב פוליטי (McDonald, 2012).

(3) תיאוריית החליפין החברתי: רואה את ההומור כתקשורת שמחברת בין אנשים. ההומור החיובי בתיאוריה הזו הוא משאב מחזק את הלכידות הקבוצתית וקשרי אמון ותמיכה בין אנשים ובצורה זו בונה הון חברתי שמעודד שיתוף פעולה בין חברי הקבוצה. ראשית, שימוש בהומור חושף את העצמי בפני האחר ובכך מעלה את רמת האמון ומסייע להבהיר כוונות ומחשבות (Cooper, 2008; Eder, 1993). שנית, שימוש בהומור מייצר אמפטיה הנדרשת לצורך קבלת תמיכה ועזרה מאחרים; ושלישית, הומור מחזק את תחושת הלכידות והשייכות כי הוא יוצר תחושות רגשיות נלהבות של הזדהות עם הנורמות של הקבוצה (Meyer, 2000; Romero & Pescosolido, 2008). הומור יכול לשמש גם ככלי אכיפה עדין – ומונע התנגדות – להעברת מידע שדרוש לחידוד הנורמות הארגוניות כלפי מי שחורג מהנורמות מייצר קבוצה בה הנורמות ברורות וכולם מציינים להם (Martineau, 1972). בהתאם לכך המחקר הארגוני מצא כי שימוש בהומור חיובי מגביר את האמון (Hampes, 1999) את הלכידות (Martineau, 1972; Robinson & Smith-Lovin, 2001) ואת התמיכה החברתית במקומות עבודה (Mawhinney, 2008). הומור כחליפין חברתי יש גם מימד סוציו-רגשי חזק: ההומור יוצר תחושות חיוביות בין האנשים שחולקים אותו אלה בתורן יוצרות בטחון פסיכולוגי קבוצתי שמאפשר לחברי הקבוצה לחשוב ולהתבטא בצורה יותר נינוחה, משוחררת וחיובית (Fredrickson, 2001).

ההיבט המגדרי של שימוש בהומור

למגמות הסותרות של השימוש בהומור במקום העבודה – כמשאב פוליטי לצרכים תחרותיים

או כמשאב של הון חברתי לצרכים של סולידריות ושיתוף פעולה; כפרקטיקה פרו-אקטיבית ואקספרסיבית או כפרקטיקה דפנסיבית של שחרור והקלת מתחים - יש היבט מגדרי בולט. מחד גיסא, פרקטיקות מבלדות אינדיבידואליסטיות ומוכוונות תחרותיות והישגיים אישיים, מזוהות יותר עם תכונות גבריות; מאידך גיסא, פרקטיקות קהילתניות, שמוכוונות כלפי חיבור ודאגה לזולת, מזוהות יותר עם תכונות נשיות (Crawford, 2003). בהתאם לכך, מחקרים הצביעו על הבדלים מגדריים בכל אחת משלושת הפונקציות של ההומור שזוהו בספרות. נשים נוטות להשתמש בהומור כדי להקל על מתחים (Crawford 1989; Hay, 2000; Martin, 2014) והן גם פחות מעורבות בפוליטיקה הארגונית (Drory & Beaty, 1991) ונוטות פחות מגברים לייחס תהליכים ארגוניים ויחסי גומלין בין עובדים לאינטרסים פוליטיים (Heilman, 1983). לכן, בעוד שנשים עושות בהומור יותר שימוש פסיכולוגי-דפנסיבי (תיאוריית ההקלה) ופחות שימוש פוליטי (תיאוריית העליונות), גברים משתמשים בהומור פחות כמנגנון הגנה ויותר כמשאב פוליטי מבדל שנועד לנטרל ביקורת, לאתגר סמכות (Morreall, 2005) ולחזק את מעמדם בהיררכיה הארגונית באמצעות משיכת תשומת לב תוך הבלטת כישרונותיהם ויתרונותיהם על פני עובדים אחרים (Crawford, 2003; Martin, 2014).

הדעות חלוקות באשר לקיומו של הבדל מגדרי בשימוש בהומור כחליפין חברתי. קיימים מספר מחקרים שמצאו שנשים נוטות יותר מגברים להשתמש בהומור כמשאב לחיזוק של יחסי אמון וקשרים חברתיים (Decker & Rotondo 2001; Martin et al, 2003). מסיבה זו נשים יותר מגברים נוטות, למשל, להשתמש בהומור כדי לערב את כל המשתתפים כך שכולם ירגישו לאחר מכן שהם חלק מקבוצה מגובשת (Crawford, 2003). עם זאת, מחקרים אחרים לא מצאו הבדלים כאלה (Hay, 1995; Coates, 2014). אחת הטענות היא שנשים וגברים משתמשים בהומור כמשאב חברתי בתדירות דומה, אבל בדרכים מאוד שונות. בעוד שגברים יוצרים אמון ולכידות על ידי הפגנת מעמדם ויכולותיהם לצורך קידום של מטרות משותפות, נשים יוצרות הון חברתי באמצעות חיזוק אינטימיות ושייכות על ידי חשיפה של העצמי וסיפורים אישיים (Coates, 2014). המובחנות המגדרית של דפוסי השימוש בהומור, דומה לאופנים השונים שבהם נשים וגברים תופשים את תפקיד השיחה והתקשורת בין אנשים באופן יותר כללי. מחקרים מצאו שנשים משוחחות בעיקר כדי ליצור אינטימיות ולחזק קשרי אמון, ואילו גברים משוחחים בעיקר כדי ליצור בידול ולהציג עצמם באור חיובי (Tannen, 1990). נשים נוטות להשתמש יותר בהומור וורבלי, בעוד שגברים נוטים להומור אקספרסיבי יותר (Martin, 2014).

שתי תיאוריות מרכזיות מנסות להסביר את השימוש המגדרי השונה בהומור. על פי התיאוריה האבולוציונית הומור הוא משאב חשוב שבאמצעותו גברים מחזרים אחר נשים: הוא מאותת לאישה על בטחונו העצמי של הגבר ועל מעמדו בסולם ההיררכי. הומור בקרב גברים התפתח כדי להרשים את סביבתם ולפיכך הם אינם מבחינים בין שימוש פוליטי בהומור לבין שימוש בהומור כמשאב חברתי. נשים, לעומת זאת, הן צרכניות מתוחכמות של הומור כחלק מתהליך מורכב של סלקציה מינית (Li et al., 2009; Miller, 2000). מחקרים רבים מצאו שבעוד שנשים מעוניינות שלגבר המועדף עליהן יהיה חוש הומור, גברים אינם מייחסים לתכונה זו אצל האישה משקל רב (לסקירה: זיו, 1996, עמ' 159-162). עוד נמצא שבקבוצות הטרוגניות מבחינה מינית גברים עושים שימוש רב יותר בהומור (Decker & Rotondo, 2001; Martin et al., 2003), בעוד שבקבוצות של נשים או של גברים בלבד לא נמצא הבדל מגדרי בתדירות השימוש בהומור (Holmes & Schnurr, 2001). הגישה האבולוציונית להומור מציעה גם

שלנשים בקבוצות הטרוגניות, חשוב פחות להיות דומיננטיות בהשוואה לגברים (סובר, 2009). מחקרים מצאו, למשל, שגברים חשים מאוימים יותר ונהנים פחות מהומור תוקפני שבו הגבר הוא הקורבן והאישה היא התוקפן, בהשוואה לנשים שהגיבו להומור שבו האישה היא הקורבן והתוקפן הוא הגבר (McGhee, 1979). ממצא זה עשוי להסביר מחקרים אחרים שמצאו שנשים, כמו גברים, מעדיפים לעבוד

תחת מנהלים מאשר תחת מנהלות (Elsesser & Lever, 2011; Warning and Buchana, 2009) תיאורית הדומיננטיות החברתית, טוענת כי מקור ההבדלים המגדריים בשימוש בהומור קשור להבניה חברתית של פערים מגדריים ושימוש בהומור בארגון משעתק את יחסי הכוח המגדריים בחברה הכללית בתוך הארגון (Frosh, Phoenix & Pattman, 2002). חברות עם תפיסות עולם ממוגדרות, השימוש בהומור כמשאב פוליטי להבניית סטטוס ולהפגנת סמכות מנוכס על ידי הקבוצה הגברית שהיא הקבוצה הדומיננטית (Coates, 2014; Frosh et al., 2002). בנוסף, קבוצה הדומיננטית, גברים יעשו פחות שימוש דפניסיבי ויותר שימוש פרו-אקטיבי ואקספרסיבי בהומור כי הם פחות רגישים מנשים להשלכות של השימוש שהם עושים בהומור על אחרים וכתוצאה מכך יש להם פחות חסמים תודעתיים לשימוש בהומור (Mickes et al., 2012). יתר על כן, בגלל שהומור כאקספרסיבי מזוהה עם הקבוצה הדומיננטית הגברית הוא נתפש כ"לא נשי" מהבחינה הפרפורמטיבית: טון הדיבור והתנועות המתלוות לשימוש כזה נתפשות כפעולה לא חנינית וכמנוגדת לסטריאוטיפ של נשים כיצורים עדינים ומעודנים (זיו, 1984).

מאידך, השימוש של נשים בהומור דומה לשימוש בהומור בקרב מיעוטים אחרים בחברה (זיו, 1984; Wickberg, 1998; Crawford, 1989). מחקר שבחן את השימוש בהומור בקרב מיעוטים ובני המעמד הנמוך מצא כי הם נוטים להשתמש יותר בהומור לצרכים דפניסיביים שנועדו לשחרר לחצים (Kotthoff, 2005). ההומור הדפניסיבי מעלה את תחושת הביטחון של בני קבוצת המיעוט, מקל על תחושת הלחץ והמועקה שלהם ומשמש להם משאב חשוב להתמודדות עם איומים בסביבה (Coser, 1960). בדומה, נשים נוטות להשתמש בהומור כמנגנון הגנה לצרכי הקלה/שחרור וכמשאב קהילתני ליצירת קשרים חברתיים, ונטייה זו מוסברת כתגובה לדומיננטיות של גברים בחברה בכלל ובמקומות העבודה (Decker & Rotondo 2001; Martin et al, 2003). יתרה מזאת, קבוצת מיעוט, שימוש בהומור לצרכים פוליטיים במקומות עבודה עשוי לפגוע במעמדן של נשים ולעכב את קידומן. שימוש בהומור לצורך חיזוק סטטוס ודומיננטיות נתפש כהתנהגות לא נשית ועלול להיתפש כמאיים וכמזיק יותר מאשר מועיל. נשים שמשתמשות בהומור לצרכי סטטוס נתפסות ככוחניות, מניפולטיביות ולא אמינות. לכן נשים ממעטות להשתמש בהומור כמשאב פוליטי מכיוון שהן חוששות למעמדן בארגון ולא רוצות להיתפש ככוחניות וכ"גבריות" (Decker & Rotondo, 2001). על כן אין זה מפתיע שבקרב נשים השימוש בהומור כמשאב פוליטי נפוץ בעיקר בקרב מנהלות בכירות. רק לאחר שכבר השיגו מעמד בכיר בארגון, נשים נוטות לעשות יותר שימוש בהומור למטרות פוליטיות, על מנת לבסס את מעמדן בקרב הקבוצה ה"גברית" הדומיננטית (Holmes & Schnurr, 2014).

5. השערות המחקר

השערה 1: נשים ישתמשו בהומור כמשאב חברתי; בקרב נשים, נצפה לקשר חיובי בין שימוש בהומור חיובי להון חברתי-ארגוני

השערה 2: גברים ישתמשו בהומור כמשאב פוליטי; בקרב גברים, נצפה לקשר חיובי בין שימוש בהומור לפוליטיקה ארגונית.

שיטת המחקר:

אוכלוסייה ומדגם

השתתפו במחקר 212 נציגי שירות שסיימו את תהליך ההכשרה ועובדים בשני מוקדי שירות של חברת פיננסים גדולה מתוך כ 240 נציגי שירות שעובדים בצוותים לא מתלמדים בשני מוקדים טלפוניים של חברה לשירותים פיננסיים (שיעור היענות של 88.33%). המדגם כלל 144 נשים (68%) ו-68 גברים (32%). הגיל הממוצע של הגברים הינו 28 ושל הנשים 25.3. הוותק הממוצע של הגברים הוא כ 26 חודשים ושל הנשים כ 20 חודשים.

השאלון והמשתנים

שאלון המחקר כלל 29 היגדים. מידת ההסכמה של הנבדק עם כל היגד נמדדה באמצעות סולם ליקרט בן שש דרגות (1=לא מסכים בכלל; 6 = מסכים מאוד). ההיגדים שימשו לבנייה של שלושה משתנים: פוליטיקה ארגונית, הומור חיובי והון חברתי-ארגוני. **הפוליטיקה הארגונית** נמדדה באמצעות 7 היגדים מתוך מדד POPS של קאקמאר ופריס (Kacmar & Ferris, 1991). **שימוש בהומור חיובי** נמדד באמצעות 9 היגדים מתוך Humor Styles Questionnaire (HSQ) של מרטין ועמיתיו (Martin et al., 2003). 5 היגדים מדדו שימוש בהומור חברתי ו 4 היגדים בדקו שימוש בהומור העצמה. בעקבות ויגודה-גדות ועמיתיו (Vigoda-Gadot et al., 2011), מדדנו **הון חברתי-ארגוני** באמצעות 13 היגדים שבדקים לכידות, אמון ותמיכה חברתית בין עובדים: אמון בין עובדים נמדד באמצעות 4 היגדים מתוך השאלון של קאמינג וברומילי (Cumming & Bromily, 1996); תמיכה חברתית מעובדים נמדד באמצעות 4 היגדים מתוך השאלון של האוס (House, 1981); ולכידות צוות העבודה נמדד באמצעות 5 היגדים מתוך השאלון של גופי וגיונס (Goffee & Jones, 1996). בנוסף להיגדים, השאלון כלל שלוש שאלות רקע: מגדר, ותק וגיל.

הליך איסוף הנתונים

השאלונים חולקו לעובדים במהלך החודשים ינואר ופברואר 2017. השאלונים הועברו בשני מוקדי השירות לכל העובדים שסיימו את הכשרתם ועובדים בצוותים הרגילים. חלוקת השאלונים ואיסופם נעשה על ידי החוקרים ללא התערבות ארגונית כלשהי. העובדים מילאו את השאלונים במהלך ההפסקות בנוכחות החוקרים. והשאלונים מולאו בנוכחות החוקרים. תשעה עובדים סירבו לענות על השאלונים. הנתונים בשאלונים קודדו ונותחו בתוכנת SPSS.22.

ממצאים

טבלה 1 מציגה סטטיסטיקה תיאורית עבור משתני המחקר. העובדים מדווחים ממוצע גבוה יחסית של שימוש בהומור (4.3 נקודות מתוך 6 על סולם ליקרט) ועל, ושל הון חברתי-ארגוני (4.2 נקודות), ועל רמה בינונית של פוליטיקה ארגונית (3 נקודות). סטיית התקן של הפוליטיקה הארגונית היא הגבוהה ביותר ומלמדת על מידה נמוכה של הסכמה בין העובדים בהערכת מידת הפוליטיזציה של סביבת העבודה.

טבלה 1. סטטיסטיקה תיאורית של משתני המחקר

המשתנה	ממוצע	סטיית תקן	חציון	מינימום	מקסימום	α של קרוניך
הומור חיובי	4.318	0.630	4.428	2.43	6.00	0.633
פוליטיקה ארגונית	2.991	0.875	3.000	1.00	5.40	0.553
הון חברתי-ארגוני	4.187	0.783	4.236	1.92	5.92	0.838

טבלה 2 מציגה את תוצאות מבחן טי לבדיקת הבדלים מגדריים במשתני המחקר. בהתאם להשערות המחקר לא נמצאו הבדלים בין נשים לגברים בשימוש בהומור חיובי במוקד השירות. עוד נמצא שגברים מדווחים על רמה גבוהה יותר של פוליטיקה ארגונית בהשוואה לנשים ושנשים מדווחות על רמה גבוהה יותר של הון חברתי-ארגוני בהשוואה לגברים. חשוב לציין שמבחן לויין לא מראה הבדלים מגדריים במידת בשונות של שלושת המשתנים. כלומר, משתני המחקר מתפזרים באופן דומה סביבה הממוצע בקרב נשים וגברים.

טבלה 2. הבדלי ממוצעים בין גברים לנשים במשתני המחקר

שם המשתנה	גברים		נשים	
	ממוצע (ס.ת.)	n=68	ממוצע (ס.ת.)	n=144
הומור חיובי	4.360	(0.679)	4.293	(0.599)
פוליטיקה ארגונית	3.238	(0.888)	2.844	(0.837)
הון חברתי-ארגוני	4.061	(0.836)	4.265	(0.741)

מבחן לויין לשוויון שונותיות (F)

0.175

3.342***

0.794

2.104

-1.932*

1.883

0.05

P<

; P<0.01** ; P<0.001*** (דו-זנבי)

טבלה 3 מציגה מתאמי פירסון בין משתני המחקר, תוך השוואה בין גברים לנשים. השוואה של דפוסי הקשרים בין שתי קבוצות המגדר מאוששת את השערות המחקר המרכזיות. בקרב גברים, השימוש בהומור חברתי קשור חיובית לפוליטיקה ארגונית ואינו קשור להון-חברתי-ארגוני. בקרב נשים השימוש בהון חברתי קשור שלילית לפוליטיקה הארגונית וקשור חיובית להון החברתי-ארגוני. ממצאים אלה מרמזים שלמגדר יש אפקט ממתן (moderating effect) על הקשר שבין שימוש בהומור לפוליטיקה ארגונית.

טבלה 3. מתאמי פירסון בין משתני המחקר, לפי מגדר

נשים (n=144)			גברים (n=68)		
3	2	1	3	2	1
		1.000			1.000
	1.000	-0.239**		1.000	0.424***
1.000	-0.349***	0.367***	1.000	-0.380***	0.080
0.032	0.017	0.153	0.087	0.188	0.079

P<0.001***, P<0.01** ;P<0.05* (דו-זנבי)

כדי לבדוק את האפקט הממתן של מגדר על הקשר שבין שימוש בהומור חיובי לפוליטיקה ארגונית, ביצענו ניתוחי רגרסיה ליניארית (מקדמים מתוקננים) לניבוי רמת הפוליטיקה הארגונית במוקדי השירות. טבלה 4 מציגה את תוצאות ניתוחי הרגרסיה. מודל 1 מראה שגברים מדווחים על רמה גבוהה יותר של פוליטיקה ארגונית מנשים גם בנטרול השימוש בהומור חיובי והוותק של נציגי השירות. מודל 2 מלמד שלמגדר יש אפקט ממתן על הקשר שבין שימוש בהומור לפוליטיקה ארגונית בכיוון השערות המחקר: עבור גברים השימוש בהומור מעצים את הפוליטיקה הארגונית בעוד שהשימוש של נשים בהומור חברתי מפחית את הפוליטיקה הארגונית במוקד. מודל 3 מלמד כי ההון החברתי-ארגוני תורם לצמצום של הפוליטיקה הארגונית בעיקר עבור גברים אם כי ההבדל בין המינים אינו מובהק. למעשה, התרומה של שימוש בהומור לצמצום הפוליטיקה הארגונית בקרב נשים גדולה מיותר מהתרומה של יצירת הון חברתי. ניתן אפוא לסכם שבקרב גברים שימוש בהומור חיובי מחזק פוליטיקה ארגונית ואילו שימוש בהון חברתי-ארגוני מצמצם אותה, בעוד שלשימוש בהומור לא נמצא קשר להון החברתי (ראו בטבלה 3). בקרב נשים, לעומת זאת, השימוש בהומור חיובי מצמצם פוליטיקה ארגונית הן באופן ישיר והן בתיווך של יצירת הון חברתי. המסקנה הכללית העולה מהניתוחים היא שנשים משתמשות בהומור כמשאב חברתי כדי ליצור ולחזק קשרים חברתיים וכדי לצמצם את הפוליטיקה הארגונית. הגברים, לעומת זאת, משתמשים בהומור חיובי כמשאב פוליטי ואינם רואים בו כחלק מההון החברתי בארגון.

טבלה 4. מודלים היררכיים של רגרסיה ליניארית לניבוי פוליטיקה ארגונית

מנבאים/מודלים	1	2	3
ותק	0.082	0.095	0.105
מגדר (גברים=0; נשים=1)	-0.203**	-0.196**	-0.333
הומור חיובי	0.030	0.392***	0.394***
מגדר אהומור חיובי		-0.484***	-0.404***
הון חברתי-ארגוני			-0.373***
מגדר אהון חברתי-ארגוני			0.196
R ²	.042	.142	.241
n	212	212	212

מקדמים מתוקננים (β); * $P < 0.05$; ** $P < 0.01$; *** $P < 0.001$

דין

בשנים האחרונות המחקר הארגוני מגלה עניין הולך וגובר בשימוש בהומור חיובי בעבודה, כגורם שתורם לרווחת העובדים ולביצועיהם בעבודה (Romero & Pescosolido, 2008; Tremblay, 2017). עם זאת, הטענה ששימוש בהומור חיובי בהכרח מחזק את ביצועי העובדים והארגון, מתעלמת מהקונטקסט הארגוני של השימוש בהומור. הנחת המוצא של המחקר הייתה שאת השימוש בהומור בעבודה יש להבין כנקודת ממשק בין שתי מגמות סותרות: מצד אחד רצון פוליטי להתבלט על מנת להתבדל, לחזק היררכיות ולקדם אינטרסים צרים ומצד שני הרצון להתחבר ולהתלכד באמצעות בנייה של הון חברתי. לשתי מגמות אלה, טענו, יש היבט מגדרי: גברים נוטים לעשות שימוש בהומור בעיקר כמשאב פוליטי שנועד לחזק את מעמדם בהיררכיה הארגונית בעוד שנשים נוטות לעשות שימוש בהומור כמשאב חברתי שנועד ליצור ולחזק יחסי גומלין של אמון ותמיכה.

ממצאי המחקר תומכים בטענה. מצאנו שבמוקדי שירות הלקוחות, השימוש של נשים בהומור חיובי מחליש את הפוליטיקה הארגונית ומחזק את ההון החברתי-ארגוני, בעוד שבקרב גברים השימוש בהומור חיובי מחזק את הפוליטיקה ארגונית ואינו קשור להון החברתי. אם בקרב נשים השימוש בהומור חיובי משמש כמשאב חברתי-ארגוני בהתמודדות עם האיומים של הפוליטיקה הארגונית, אצל גברים השימוש בהומור חיובי אינו נתפס כמשאב חברתי אלא כמשאב פוליטי ולפיכך מתקיימת חלוקה ברורה: השימוש בהומור חיובי מחזק את הפוליטיקה הארגונית בעוד שיצירת הון החברתי מחליש אותה. יש לציין שלא מצאנו הבדל מגדרי בתדירות השימוש בהומור חיובי, כך שניתן לקבוע שההבדלים שנמצאו בין נשים לגברים אינם נובעים ממידת השימוש בהומור אלא מאופן השימוש בו. לנשים ולגברים יש מוטיבציות שונות לשימוש בהומור.

ממצאים אלה מלמדים שהומור בעבודה הוא כלי פרגמאטי של תקשורת בינאישית שהשפעתו על הסביבה הארגונית נובעת לא מתוכנו אלא מהמניעים לשימוש בו ושלמניעי השימוש בו יש דפוסים מגדריים בולטים. כמו צורות אחרות של תקשורת בינאישית, חלק לא מבוטל מהשימוש בהומור

בארגון מתועל לסכמות מגדריות מובחנות : נשים נוטות לעשות בהומור שימוש מחבר כמנגנון ליצירת אינטימיות אמון וחיבור עם אנשים בעוד שגברים נוטים לעשות בהומור שימוש מבדל ככלי לחיזוק מעמדם בתוך ההיררכיה הארגונית.

בשלב זה רצוי, עם זאת, לקבל פרשנות זו בעירבון מוגבל. המערך המתאמי של המחקר הנוכחי שנועד לבחון הקשר בין הומור לפוליטיקה, אינו מלמד על כיוון סיבתי וודאי; לכן, הממצאים נתונים לפרשנות מתחרה מכיוון סיבתי הפוך. ייתכן שהאיום הגלום בפוליטיקה הארגונית גורם לנשים ולגברים להתנהג בצורה שונה: נשים נוטות להשתמש יותר בהומור חיובי כאשר האיומים בסביבת העבודה פוחתים (כאשר הפוליטיקה ארגונית נמוכה וההון החברתי-ארגוני גבוה) ואילו גברים נוטים להשתמש יותר בהומור חיובי דווקא כאשר האיומים בסביבת העבודה עולים. בהתאם לתיאוריית ההקלה/שחרור, ניתן אפוא לשער שגברים מזהים בפוליטיקה הארגונית איום פוטנציאלי על מעמדם ולכן הם משתמשים בהומור חיובי כמנגנון הגנה ומגבירים את השימוש בו כדי להפחית את האיום.

קשה להסביר מדוע גברים רואים בפוליטיקה הארגונית איום גדול יותר מנשים. המחקרים בנושא מראים שהפוליטיקה הארגונית מאיימת יותר דווקא על רווחתן הנפשית של נשים מכיוון שהן פחות מיומנות במשחק הפוליטי מגברים (Fielden & Cooper, 2002; Perrewe & Nelson, 2004). בנוסף, נשים נוטות יותר מגברים לעשות שימוש בהומור לצרכי שחרור והקלה של מתחים נפשיים (Crawford 1989; Hay, 2000; Martin, 2014). עם זאת, קיימים מספר מחקרים שמראים שגברים עושים יותר שימוש בהומור בתגובה למצבי לחץ בעבודה. מרטין וקויפר (Kuiper & Martin, 1998) מצאו שההומור בקרב גברים שימש כחסם בפני ההשפעות השליליות לחץ. לטענתם, בניגוד לנשים, גברים נוטים לראות במצבי לחץ לא רק איום אלא גם אתגר ולכן הם משתמשים בהומור כדי לתרגם את הלחץ ליצירת תחושות חיוביות (ראו גם: Abel, 1998). ייתכן אפוא שהלחץ, שהפוליטיקה הארגונית יוצרת, מוביל גברים להגביר את השימוש בהומור חיובי ואת הנשים להפחית את השימוש בו. מומלץ שהשערה אלטרנטיבית זו תיבדק במחקרי המשך, תוך שילוב בין שיטות כמותיות לשיטות איכותניות כמו תצפיות וראיונות עומק. המידע שייאסף בשיטות האיכותניות יעזור להבנה תהליכית טובה יותר של המניעים לשימוש בהומור וקבלת תמונה טובה יותר של הכיוון הסיבתי של הקשרים בין מגדר, פוליטיקה ארגונית ושימוש בהומור שנמצאו במחקר זה.

מקורות

- זיו, א. (1996). *הומור ואישיות*. תל אביב: פפירוס (הוצאה מחודשת)
 סובר, א. (2009). *הומור: בדרכו של האדם הצוחק*. ירושלים: כרמל
 סמואל, י. (2002). *המשחק הפוליטי: עוצמה והשפעה בארגונים*. אוניברסיטת חיפה וזמורה-ביתן.

- Abel, M.H. (1998). Interaction of humor and gender in moderating relationships between stress and outcomes. *The Journal of Psychology*, 132(3), 267-276
 Boreham, N. (2004). A Theory of Collective Competence: Challenging the Neo-liberal Individualization of performance at Work, *British Journal of Educational Studies*, 52, 5-17.

- Clouse, R. W., & Spurgeon, K. L. (1995). Corporate analysis of humor. *Psychology: A journal of human behavior*, 32(3-4), 1-24.
- Coates, J. (2014). Gender and humor in everyday conversation. *Gender and humor: Interdisciplinary and international perspectives*, 145-166.
- Cooper, C.D. (2005). Just joking around? Employee humor expression as an ingratiation behavior. *Academy of Management Review*, 30(4), 765-776.
- Cooper, C. (2008). Elucidating the bonds of workplace humor: A relational process model. *Human Relations*, 61(8), 1087-1115.
- Coser, R. L. (1960). Laughter among colleagues. *Psychiatry*, 23(1), 81-95.
- Crawford, M. (1989). Humor in conversational context: Beyond biases in the study of gender and humor. *Representations: Social constructions of gender*, 155-166.
- Crawford, M. (2003). Gender and humor in social context. *Journal of pragmatics*, 35(9), 1413-1430.
- Crawford, C. B. (1994). Theory and implications regarding the utilization of strategic humor by leaders. *Journal of Leadership Studies*, 1(4), 53-68.
- Cropanzano, R., & Greenberg, J. (1997). Progress in Organizational Justice: Tunneling Through the Maze. In Cooper, C.L. & Robertson, I.T. (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 12, 317-372.
- Cummings, L.L., & Bromiley, P. (1996). The organizational trust inventory (OTI). *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*, 302(330), 39-52.
- Decker, W. H., & Rotondo, D. M. (2001). Relationships among gender, type of humor, and perceived leader effectiveness. *Journal of Managerial Issues*, 450-465.
- Drori, G.S., Meyer, J.W., & Hwang, H. (2006). *Globalization and Organization: World Society and Organizational Change*. Oxford: Oxford University Press.
- Drory, A., & Beaty, D. (1991). Gender differences in the perception of organizational influence tactics. *Journal of Organizational Behavior*, 12(3), 249-258.
- Eder, D. (1993). "Go get ya a French!": Romantic and sexual teasing among adolescent girls. In Tannen, D. (Ed.), *Gender and conversational interaction* (pp. 17-31). Oxford University Press.
- Ellithorpe, M., Esralew, S., & Holbert, L. (2014). Putting the "self" in self-deprecation: When deprecating humor about minorities is acceptable. *Humor*, 27(3), 401-422h

- Elsesser K.M. & Lever J. (2011). Does Gender Bias Against Female Leaders Persist? Quantitative and Qualitative Data. From a Large-Scale Survey, *Human Relations* 64(12):1555-1573
- Ensher, E.A., Thomas, C., & Murphy, S.E. (2001). Comparison of traditional, step-ahead, and peer mentoring on proteges' support, satisfaction, and perceptions of career success: A social exchange perspective. *Journal of Business and Psychology*, 15, 419-438.
- Ferris, G.R., Russ, G.S. & Fandt, P.M. (1989). Politics in Organizations, In Giacalone, R.A. & Rosenfeld, P. (Eds), *Impression Management in the Organization*,. 143-70.
- Ferris, G.R., & Kacmar, K.M. (1992). Perceptions of Organizational Politics, *Journal of Management*, 18, 93-116.
- Fielden, S.L., & Cooper, C.L. (2002). Managerial stress: Are women more at risk? In D.L. Nelson & R.J. Burke (Eds.), *Gender, work stress, and health*, PP. 19-34.
- Fine, G.A. & Wood, C. (2010). 'Accounting for jokes: Jocular performance in a critical age. *Western Folklore* 69 (3-4), pp. 299-321
- Fredrickson, B.L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American psychologist*, 56(3), 218.
- Frosh, S., Phoenix, A., & Pattman, R. (2001). *Young masculinities: Understanding boys in contemporary society*. Palgrave Macmillan.
- Goffee, R., & Jones, G. (1996). What holds the modern company together?. *Harvard Business Review*, 74(6), 133-148.
- Gross, J.J., & Munoz, R. F. (1995). Emotion regulation and mental health. *Clinical psychology: Science and practice*, 2(2), 151-164.
- Hampes, W.P. (1999). The relationship between humor and trust. *Humor-International Journal of Humor Research*, 12(3), 253-260.
- Hay, J. (1995). *Gender and humor: Beyond a joke*. Unpublished Master's thesis, Victoria University of Wellington, New Zealand.
- Hay, J. (2000). Functions of humor in the conversations of men and women. *Journal of pragmatics*, 32(6), 709-742.
- Heilman, M. E. (1983). Sex bias in work settings: The lack of fit model. *Research in organizational behavior*. 5, 269-298.
- Henman, L. D. (2001). *Humor as a coping mechanism: Lessons from POWs*. 83-94.
- Holmes, J. A., & Schnurr, S. (2014). Funny, Feminine, and Flirtatious: Humor and Gendered Discourse Norms at Work. In *Gender and Humor* (pp. 179-195). Routledge.

- House, J.S. (1981). *Work stress and social support*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Janes, L. M., & Olson, J. M. (2000). Jeer pressure: The behavioral effects of observing ridicule of others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(4), 474-485
- Judge, T.A., & Bretz, R.D. (1994). Political influence behavior and career success. *Journal of Management*, 20, 43-65.
- Kacmar, K.M., & Baron, R.A. (1999). Organizational Politics: The State of the Field, Links to Related Processes, and an Agenda for Future Research, *Research in Personnel and Human Resources Management*, 17, 1-39.
- Kacmar, K. M., & Ferris, G. R. (1991). Perceptions of organizational politics scale (POPS): Development and construct validation. *Educational and Psychological measurement*, 51(1), 193-205.
- Kotthoff, H. (2006). Gender and humor: The state of the art. *Journal of pragmatics*, 38(1), 4-25
- Kuiper, N. A., & Martin, R. A. (1998). Laughter and stress in daily life: Relation to positive and negative affect. *Motivation and emotion*, 22(2), 133-153
- Li, N. P., Griskevicius, V., Durante, K. M., Jonason, P. K., Pasisz, D. J., & Aumer, K. (2009). An evolutionary perspective on humor: sexual selection or interest indication?. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(7), 923-936
- Malone, P.B. (1980). Humor: a double-edged tool for today's managers?. *Academy of Management Review*, 5(3), 357-360.
- Martin, R.A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of research in personality*, 37(1), 48-75.
- Martin, R.A. (2014). Humor and gender: An overview of psychological research. In *Gender and Humor* (pp. 137-160). Routledge.
- Martineau, W.H. (1972). A model of the social functions of humor. *The psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues*, 101-125.
- Mawhinney, L. (2008). Laugh so you don't cry: teachers combating isolation in schools through humour and social support. *Ethnography and Education*, 3(2), 195-209.
- McDonald, P. (2012) Workplace sexual harassment 30 years on: a review of the literature. *International Journal of Management Reviews* 14(1): 1-17
- McGhee, P.E. (1979). *Humor: Its Origin and development*, San Francisco, Freeman & Co.

- Mesmer-Magnus, J., Glew, D. J., & Viswesvaran, C. (2012). A meta-analysis of positive humor in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, 27(2), 155-190.
- Meyer, J.C. (2000). Humor as a double-edged sword: Four functions of humor in communication. *Communication theory*, 10(3), 310-331.
- Mickes, L., Walker, D. E., Parris, J. L., Mankoff, R., & Christenfeld, N. J. (2012). Who's funny: Gender stereotypes, humor production, and memory bias. *Psychonomic Bulletin & Review*, 19(1), 108-112
- Miller, G. (2000). *The mating mind: How sexual choice shaped the evolution of human nature*. USA: Anchor.
- Miller, B.K., & Nicols, K.M. (2008). Politics and justice: A mediated moderation model. *Journal of Managerial Issues*, 214-237.
- Morreall J. (2005). Humor and the Conduct of Politics, Chapter 3 in Sharon Lockyer, Michael Pickering (eds.) *Beyond a Joke: The Limits of Humour*, London: Palgrave Macmillan pp. 63-78
- O'Connor, W.E., & Morrison, T.G. (2001). A Comparison of Situational and Dispositional Predictors of Perceptions of Organizational Politics, *The Journal of Psychology*, 135, 301-12.
- Perrewe, P.L., & Nelson, D.L. (2004). Gender and Career Success:: The Facilitative Role of Political Skill. *Organizational Dynamics*, 33(4), 366-378.
- Robinson, D.T., & Smith-Lovin, L. (2001). Getting a laugh: Gender, status, and humor in task discussions. *Social Forces*, 80(1), 123-158.
- Romero, E.J., & Cruthirds, K.W. (2006). The use of humor in the workplace. *The Academy of Management Perspectives*, 20(2), 58-69
- Romero, E., & Pescosolido, A. (2008). Humor and group effectiveness. *Human Relations*, 61(3), 395-418.
- Sathyanarayana, K. (2007). *The power of humor at the workplace*. SAGE Publications India
- Shurcliff, A. (1968). Judged humor, arousal, and the relief theory. *Journal of personality and social psychology*, 8(4p1), 360.
- Suls, J.M. (1983). Cognitive processes in humor appreciation. In P.E. McGee & J.H. Goldstein (Eds.), *Handbook of humor research*, Vol. 1: Basic issues, 39-57.
- Tannen, D. (1990). *"You just don't understand": Women and Men in Conversation*. New York: Morrow

- Tremblay, M. (2017). Humor in teams: Multilevel relationships between humor climate, inclusion, trust, and citizenship behaviors. *Journal of Business and Psychology*, 32(4), 363-378.
- Vigoda, E. (2000). Internal Politics in Public Administration Systems: An Empirical Examination of its Relationship with Job Congruence, Organizational Citizenship Behavior, and In-role Performance, *Public Personnel Management*, 29,185–210.
- Vigoda-Gadot, E., (2003). *Developments in Organizational Politics: How Political Dynamics affect Employee Performance in Modern Work Sites*. Cheltenham; Edward Elgar.
- Vigoda-Gadot, E., & Drory, A. (2006). *Handbook of organizational politics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Vigoda-Gadot, E. (2007). “Leadership Style, Organizational Politics, and Employees' Performance: An Empirical Examination of Two Models”, *Journal Personnel Review*, 36, 661-683.
- Vigoda-Gadot, E., & Talmud, I. (2010). Organizational Politics and Job Outcomes: The Moderating Effect of Trust and Social Support. *Journal of Applied Social Psychology*, 40, 2829-2861.
- Vigoda-Gadot, E., Talmud, I., & Peled, A. (2011). Internal politics in academia: Theoretical and empirical analysis of its relationship with social capital and job performance. *International Journal of Organizational Theory and Behavior*, 14, 1, 1-37.
- Warning, R. & Buchanan, F.R. (2009) An Exploration of Unspoken Bias: Women who Work for Women. *Gender in Management: An International Journal*, 24, 131-145.
- Wickberg, D. (1998). *The senses of humor: Self and laughter in modern America*. Cornell, Cornell University Press.
- Ziv, A. (1984). *Personality and sense of humor*. London: Springer.

טבלאות

טבלה 1. סטטיסטיקה תיאורית של משתני המחקר

המשתנה	ממוצע	סטיית תקן	חציון	מינימום	מקסימום	α של קרוונבך
הומור חיובי	4.318	0.630	4.428	2.43	6.00	0.633
פוליטיקה ארגונית	2.991	0.875	3.000	1.00	5.40	0.553
הון חברתי-ארגוני	4.187	0.783	4.236	1.92	5.92	0.838

טבלה 2. הבדלי ממוצעים בין גברים לנשים במשתני המחקר

שם המשתנה	גברים ממוצע (ס.ת.) n=68		נשים ממוצע (ס.ת.) n=144		מבחן לוינ לשוויון שונויות (F)
	ממוצע	ס.ת.	ממוצע	ס.ת.	
הומור חיובי	4.360	(0.679)	4.293	(0.599)	1.883
פוליטיקה ארגונית	3.238	(0.888)	2.844	(0.837)	0.175
הון חברתי-ארגוני	4.061	(0.836)	4.265	(0.741)	2.104

*
0.
05
P<

(דו-זנבי) $P<0.001^{***}$; $P<0.01^{**}$;

טבלה 3. מתאמי פירסון בין משתני המחקר, לפי מגדר

	נשים (n=144)			גברים (n=68)		
	3	2	1	3	2	1
1 הומור חיובי			1.000			1.000
2 פוליטיקה ארגונית		1.000	-0.239**		1.000	0.424***
3 הון חברתי-ארגוני	1.000	-0.349***	0.367***	1.000	-0.380***	0.080
4 ותק במוקד השירות	0.032	0.017	0.153	0.087	0.188	0.079

(דו-זנבי) $P<0.001^{***}$, $P<0.01^{**}$; $P<0.05^*$

טבלה 4. מודלים היררכיים של רגרסיה ליניארית לניבוי פוליטיקה ארגונית

מנבאים/מודלים	1	2	3
ותק	0.082	0.095	0.105
מגדר (גברים=0; נשים=1)	-0.203**	-0.196**	-0.333
הומור חיובי	0.030	0.392***	0.394***
מגדר\הומור חיובי		-0.484***	-0.404***
הון חברתי-ארגוני			-0.373***
מגדר\הון חברתי-ארגוני			0.196
R ²	.042	.142	.241
n	212	212	212

מקדמים מתוקננים (β); * $P < 0.05$; ** $P < 0.01$; *** $P < 0.001$