

JOANNA KRYSIŃSKA



HOMO CORPORATICUS

CZYLI PRZEWODNIK PRZETRWANIA W KORPORACJI



one POWER
press

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Barbara Gancarz-Wójcicka
Projekt okładki: ULABUKA na podstawie koncepcji Eweliny Skowrońskiej i Roberta Antolaka

Wydawnictwo HELION
ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE
tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!
Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres
<http://onepress.pl/user/opinie/jaszko>
Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-246-2734-9

Copyright © Joanna Krysińska 2012

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

Spis treści

Prolog	7
Wprowadzenie	9
1. Jak nie dać się zrobić w bycie duitem, czyli kilka zasad przetrwania	11
Zasada 1. Wyrafinowana technika 4D, czyli wchodzenia komuś w cztery litery	12
Zasada 2. W korporacji są równi i równiejsi	15
Zasada 3. Osoby na stanowisku wyższym od twojego traktuj jak (zgnile) jajo	17
Zasada 4. Dobrze żyj z asystentką swojego szefa	19
Zasada 5. Mimikra	22
Zasada 6. Jak pracować w tzw. open space i... nie zwariować	23
Zasada 7. Unikaj plotkarzy	24
Zasada 8. Nie traktuj z góry pracowników administracji, księgowości i działu IT	26
Zasada 9. Rozpoznaj swojego wroga	27
2. Walka o ogień, czyli podstawowa wiedza o strategiach postępowania w korporacji	35
Strategia 1. Obrona przez atak	35
Strategia 2. Taktyka dupokrywek	39
Strategia 3. Masaż ego	40
Strategia 4. Taktyka Chrystusa narodów	44
Strategia 5. Taktyka nicnierobienia	46
Strategia 6. Ściema	49

Strategia 7. Slalom gigant, czyli o marnowaniu czasu, uciekanii od odpowiedzialności i unikaniu konfrontacji	54
Strategia 8. O funkcji języka rynsztokowego w obronie własnej	59
Strategia 9. Metoda na lokalnego kacyka	60

3. Jak grzać swoją buźkę na jachcie, udawać zarobionego i mieć z tego kokosy, czyli jak zadbać o swój PR i zaistnieć w korporacji **63**

Nagłaśnianie ogromu swojej pracy	64
Selektywne zostawianie po godzinach	64
Popadanie w samouwielbienie	66
Ogłaszanie wszem i wobec, jak bardzo jesteś rozchwytywany	67
Podpisywanie się pod wszystkimi pomysłami	68
Pisanie pochwalnych maili na własny temat	69
Autopromocja w gazetce firmowej	70
Wykazywanie się za wszelką cenę	71

4. Korporacyjna msza, czyli telekonferencje, briefingi, brainstormy, statusy, dywaniki i inne rodzaje spotkań **73**

Jestem na spotkaniu, więc dobrze się bawię	74
Telekonferencja, czyli spotkanie bez wychodzenia z biura	75
Slalom gigant, czyli o unikaniu spotkań bezproduktywnych	77
„Wiecie, rozumiecie”, czyli spotkanie na szczycie	79
Taniec godowy na spotkaniach pochwalnych	83
Windą na szafot	85
Burza mózgów czy pranie mózgu?	88
Catering, czyli o niebezpieczeństwach jedzenia kanapek z pietruszką	90
Spotkanie tête-à-tête z dyrekcją, czyli tzw. dywanik	92
W weekend będę się integrował	93
Jak cię widzą... czyli o języku ciała na spotkaniach	97

5. Taktyka człowieka sukcesu, czyli jak awansować w strukturach korporacji **101**

Pokaż mi, kogo znasz	102
Kariera przez zasiedzenie	105
Kariera w wersji turbo	106

Blokada awansu	110
Mój mąż jest z zawodu dyrektorem, proszę pani	111
Metoda na komisję śledczą ds. wykroczeń przeciwko firmie	112
6. Korporacyjna propaganda sukcesu, czyli jak sobie nie dać zrobić wody z mózgu	117
O przyjaźni pracodawcy ze swoimi pracownikami	119
Kodeks etycznego zachowania	120
Wiersze o prezesach i poematy o rosnącej sprzedaży	121
Zawsze zgodnie z nurtem partii, tfu, firmy	123
Ja cię oceniam, ty mnie oceniasz, my ich oceniamy	126
Guru naszej firmy? A, masz na myśli Johna...	131
Ponglish, czyli korpojęzyk	132
Znaczenia ukryte między słowami	135
7. Ex-pat club, czyli o cudzoziemcach w korporacjach	139
Japończycy chodzą parami	140
Ciao bello Italiano	143
Pardon my French	145
8. Jak usunąć z mózgu zepsuty układ scalony z twoją firmą, czyli o sztuce rozstań	149

Jak grzać swoją buźkę na jachcie, udawać zarobionego i mieć z tego kokosy, czyli jak zadbać o swój PR i zaistnieć w korporacji

Umiejętny własny PR jest jak dopalacz dla kariery. I o tyle jest lepszy od środków wspomagających, że nic nie kosztuje, nie ma po nim skutków ubocznych, a wzrost nastroju gwarantowany. Stosowanie własnego PR-u jest wyzwaniem. Bo żeby sztukę tę uprawiać z wdziękiem, nie szarżując i nie wzbudzając powszechnego odruchu wymiotnego, trzeba mieć wrodzony talent. Co nie znaczy, że nie można się tego nauczyć. Można. A nawet trzeba. Bez tej ważnej umiejętności polegniesz na pierwszym zakręcie korporacyjnej kariery. Problem z promowaniem siebie polega między innymi na tym, że wielu z nas ma bardzo kruche poczucie własnej wartości. Winić można za to nasze wychowanie. Nasze urazy. To, że jesteśmy nadmiernie skromni. Nie wyskakujemy przed szereg z pomysłami, nawet jeśli wydają się nam dobre, bo boimy się ośmieszenia. Nie umiemy chwalić się swoimi osiągnięciami. A jak się nam coś uda, bagatelizujemy swój sukces. Jeśli chcesz zaistnieć w korporacji, musisz przede wszystkim postarać się, by było o tobie głośno. Jeśli twoje poczucie własnej wartości jest słabe, udaj się na terapię. Albo pracuj nad nim. Nieważne jak — chodzi o to, żebyś COŚ z tym zrobił. Sam zobaczysz, jak ci się przyda wiara we własne siły. Twój własny PR będzie dwa razy skuteczniejszy. W jaki sposób możesz się dobrze

wypromować w firmie, w której pracujesz? Skorzystaj z poniższych propozycji.

Nagłaśnianie ogromu swojej pracy

Najprościej to zrobić, jeśli siedzisz na otwartej przestrzeni biurowej. Dam sobie rękę uciąć, że skoro czytasz tę książkę, to nie jesteś członkiem kadry zarządzającej (a jeśli jesteś, to życzę miłej lektury), tylko — bez obrazu — zwykłym pracownikiem, który nie ma swojego gabinetu, masz więc doskonale pole do popisu (sic!), jeśli chodzi o nagłaśnianie ogromu swojej pracy. Rób to najlepiej wtedy, kiedy kątem oka widzisz, że przez wasze „poletko” przechodzi szef i na waszej „hali produkcyjnej” jest maksymalnie dużo osób. Możesz to zrobić, niby utyskując na swój los. Na przykład: „Ja mam dzisiaj do napisania pięć raportów. Jak sobie z tym poradzę?”. Albo: „Dzisiaj kibuję tu do zwycięstwa. Mam tyle roboty, że nie mam czasu nawet na kawę”. Przy czym tak naprawdę wcale nie musisz mieć AŻ tyle pracy. Po prostu „trochę” ją wyolbrzymiasz. Efekt jest taki, że twoi sąsiedzi z *open space’u* wiedzą, ile masz pracy. A może i szef to zauważy. I otrzymasz etykietę zapracowanego, a o to chodzi.

Selektywne zostawanie po godzinach

Jak możesz zareklamować się swojemu szefowi, że jesteś pracowity? Zostawaj CZASEM po godzinach. Myślenie w korporacji jest takie: „Siedzi po godzinach? Znaczy: poświęca się pracy, jest przydatny. Płacimy mu dużo, ale to się opłaca, bo chłopak (dziewczyna) haruje jak wół”. Jak jest w rzeczywistości? Jest tak, że tylko pracoholicy albo ludzie regularnie biorący koks są w stanie pracować po 12 godzin dziennie 7 dni w tygodniu. I nikt mi nie powie, że jest inaczej. Co możesz zrobić, żeby się nie wykończyć? To znaczy, żeby nie kiblować dzień w dzień do północy, bo przecież poza pracą masz jakieś życie? A więc zostawaj po godzinach, ale tylko wtedy, kiedy...

twój szef zostaje. Jeśli jest sprytny, to nie pracuje więcej niż 8 godzin jak ostatni naiwniak, tylko stosuje jedną ze strategii opisanych we wcześniejszych rozdziałach. Nie ukrywam, że masz przerąbane, jeśli twój przełożony prawie nigdy nie wychodzi z pracy. Znaczą się, że albo pracoholik, albo bierze. Wtedy ta taktyka niestety leży. I musisz wymyślić coś, żeby się obronić. Może zmień szefa. Albo go wygrzyż i wprowadź nowe zasady. Czemu nie? Ale założmy, że masz szefa, który sam gra w korporacyjne gry i się nie przepracowuje (myślę, że odkryjesz to bardzo szybko). I założmy, że akurat dziś przyjechał szef regionalny, który lubi robić wieczorny obchód po biurze, sprawdzając, kto siedzi po godzinach i buduje chwałę firmy. Wymknij się dyskretnie o zwykłej godzinie, przy czym zostaw: otwarty komputer, jakiś niedopity kubek z kawą, nieposprzątane papiery, które mają stworzyć wrażenie, że poszedłeś na przykład do toalety, w razie gdyby regionalny robił obchód wcześniej (ale tego ci nie życzę, bo ty przecież masz plan). Po godzinie wróć (też dyskretnie!) i udawaj pogrążonego w pracy. Jeśli szef regionalny robi obchód biura koło godz. 19 i poklepuje swoich wiernych żołnierzy, ty jesteś na wygranej pozycji. Większość pracowników poszła do domu — w mniemaniu szefa znaczy to, że się lenią, bo jak można o 19 już być w domu — ty punktujesz. Możesz nawet zagać, że właśnie gasisz jakiś pożar, który wam Ukraina albo Estonia spowodowała. Proste? Proste. Znam przypadek pewnej osoby, która robi tak od lat. I taka debilna taktyka działa niezmiennie na wszystkich szefów regionów. Mało tego, ta pani, bo to akurat jest kobieta, dostaje nawet od nich kwiaty za dobrą robotę, które potem trzyma do momentu, aż będą suchymi badyłami — „...bo to przecież od szefa”. Swoją drogą te kwiaty to też niezły własny PR. I wskazówka dla ciebie. Jeśli chodzi o własną autopromocję, liczy się — przepraszam, że nadużyję tego słowa — kreatywność.

Oprócz selektywnego zostawiania po godzinach, pisz maile ze służbowego konta, oczywiście z domu, i to najlepiej w okolicach północy, z opcją do wiadomości szefa i wszystkich świętych. Dobrze też jest widziane pisanie maili służbowych w weekend, a także w prywatnej podróży. Generalnie działa wszystko, co potwierdza fakt twojego megazapracowania. Możliwości masz dużo. Kto wie? Może zostaniesz mistrzem, jeśli chodzi o nagłaśnianie swojej osoby. Życzę ci tego.

Popadanie w samouwielbienie

Chodzi o schemat zachowań pt. „Jaki (jaka) to ja jestem świetny (świetna)!”. Zdaję sobie sprawę, że brzmi debilnie. Jak to? Mam chwalić sam siebie? Tak. Masz to robić. Tym sposobem sam zacznieś wierzyć w swoją „wielkość”, a tak wypracowana pewność siebie tylko ci pomoże w karierze. Dobrym miejscem do tego typu aktów samouwielbienia jest znowu *open space* z jak największą widownią. I nie ograniczaj się. Możesz to robić także na wewnętrznych spotkaniach. A jeśli masz tupet, nawet na spotkaniach zewnętrznych. Kiedy opowiadasz o swoim projekcie, zawsze kończ puentą: „Ja naprawdę uważam, że zrobiłem (zrobiłam) kawał dobrej roboty. Gdyby nie ja, ten projekt na pewno nie poszedłby tak dobrze”. I tak dalej w ten deseń. Musisz to robić z przekonaniem i pasją. I najlepiej przy dużym audytorium z szefem na czele. Ja to nazywam uprawianiem ekshibicjonizmu profesjonalnego. Opowiadaj, jak radziłeś (radziłaś) sobie z problemami i jak TY uratowałeś (uratowałaś) firmę przed katastrofą na miarę Titanica. Są osoby, które popadają w tak skrajny ekshibicjonizm profesjonalny, że potrafią zdominować poniedziałkowe spotkania ustalające plan gry na cały tydzień dla firmy. Nawet szef tego może nie zdzierżyć. I może skasować takie spotkania, żeby nie marnować swojego czasu na występy firmowych ekshibicjonistów. Dlatego trzeba uważać, żeby nie przegiąć. Bo będąc za

bardzo „naj”, można stracić swoją profesjonalną wiarygodność. Po pewnym czasie nikt takiej osoby nie będzie w stanie słuchać. Zalecam więc umiar. Ale pewna doza samouwielbienia jest konieczna, żeby inni cię zauważyli. Niekoniecznie uwielbiali. Ale przecież w pracy nie musicie się wszyscy lubić, prawda?

Jeśli już nauczysz się samochwalstwa w gronie swoich kolegów, spróbuj chwaleń się — jakby mimochodem — przed szefem. Załóżmy, że twój szef przyszedł pogawędzić do twojego kolegi z boks, a ty — tu liczę na twoje zdolności dyplomatyczne — dyskretnie przybliżasz się do nich, niby przysłuchując się ich rozmowie, po czym zagajasz na temat projektu, który ty prowadziłeś (warunek konieczny: projekt ten musi odnieść sukces), i pół-pytając, pół-stwierdzając, mówisz: „Wiesz, że autorem tego projektu jestem ja?”. Musisz to zrobić z wdziękiem i bardzo naturalnie, inaczej nicy z własnego PR-u. Ale to proste. Uda ci się. Szef skinie głową, nawet jeśli nie będzie wiedział, że to ty jesteś ojcem tego sukcesu. Gwarantuję ci, że zostaniesz zapamiętany.

Ogłaszanie wszem i wobec, jak bardzo jesteś rozchwytywany

Powszechnie wiadomo, że rozchwytywani są tylko dobrzy pracownicy. Dlatego — nawet jeśli to się trochę mija z prawdą — opowiadaj każdemu plotkarzowi, jaki się nawinie pod rękę, o swoim zawodowym powodzeniu. Ale uwaga. Musisz to robić w czasie przeszłym — tzn. mówić o sukcesach, które osiągałeś, ZANIM przyszedłeś do obecnego miejsca pracy. Inaczej plotkarze przekręcą twoje rewelacje i może się okazać, że musisz szukać pracy. A zatem nie żałuj sobie i chwal się, kto to chciał cię zatrudnić, ale ty wybrałeś obecną firmę. Możesz też markować, że dzwoni do ciebie headhunter, i głośno oświadczać, że nie jesteś obecnie zainteresowany zmianą pracy, bo jest ci tu dobrze. Takie coś też nieźle działa.

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA



Helion SA

CZY DUIT TO WŁAŚNIE TY?

Dlaczego jesteś w korporacji? Bo zawsze chciałeś. Bo lubisz czuć za sobą siłę dużej firmy. Bo dobrze płacą i dają służbowy samochód. Bo tak jakoś wyszło. Teraz nie ma to żadnego znaczenia. Pracujesz w korporacji i musisz z tym żyć. Jako duit. Kim jest duit? To pracownik, który wykazuje stosunek uniżenie poddańczy wobec korporacji, w związku z czym daje się wyssać jak cytrynkę. I zrobić w konia. Słowo pochodzi od angielskiego „do it” — zrób to. To duici odwalają całą brudną robotę, a w podziękowaniu nie dostają nawet uścisku ręki prezesa. Dają się wykorzystywać przez tych, co lubią od czasu do czasu pogrzać zwały sadła na jachcie w trakcie jakiegoś służbowego wyjazdu na Karaiby.

Zabolało?

Nie martw się — w ciemnym korporacyjnym korytarzu zaświeciło światelko nadziei. Czytając te słowa, robisz właśnie ku niemu pierwszy krok. Nie musisz porzucić dotychczasowej pracy, żeby poprawić swój los. Wystarczy, że nauczysz się sprawnie pływać po powierzchni firmowej zupy. Dzięki tej książce dowiesz się, co zrobić, by nie stać się duitem, jeśli jesteś na początku swojej korpo-drogi. Sięgniesz po oręż niezbędny w walce o ogień. Przekonasz się, co należy zrobić, by samemu grać bużkę na jachcie. Weźmiesz udział w korporacyjnej ceremonii i opanujesz taktykę człowieka sukcesu. Zacznieś przemawiać słowami korporacyjnej propagandy i poznasz kilku cudzoziemców w Twojej korporacji, by wreszcie odłączyć się na dobre, usuwając z mózgu układ scalony z firmą.

Co nie znaczy, że ją porzucisz, po prostu nareszcie zaczniesz żyć dla siebie, nie dla niej!

ZATEM NIE CZEKAJ! CZYTAJ, ĆWICZ, A POTEM — DO IT!

Joanna Krysińska przez kilka dobrych lat pracowała jako copywriter w dużych agencjach reklamowych. Kiedy absurdy korporacji zaczęły jej bardzo doskwierać, zaczęła spisywać swoje doświadczenia. Dołączyła do nich historie znajomych i znajomych znajomych. I tak powstała ta książka. Na razie pierwsza, ale nie ostatnia, jak zapowiada autorka.

książkiklasybusiness

Nr katalogowy: 5589

Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>

Zamówienia telefoniczne:
0 801 339900
0 601 339900

one
p r e s s

Sprawdź najnowsze promocje:
● <http://onepress.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
● <http://onepress.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
● <http://onepress.pl/nowosci>

Hellon SA
ul. Kościuski 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
<http://onepress.pl>

PARTNER WYDAWNICTWA



**Raiffeisen
BANK**

Raiffeisen Bank Polska S.A.

ISBN 978-83-246-2734-9



Cena 32,90 zł