

عنوان البحث

"أثر إدارة الانطباع في تعزيز الأداء الوظيفي لدى العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة"

إعداد الطالبة/

بخيته محمد أحمد المنصوري

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2026-2025

فهرس المحتويات

1.....	مقدمة
2.....	مشكلة الدراسة
3.....	أهمية الدراسة
4.....	أهداف الدراسة
5.....	تساؤلات الدراسة
7.....	فروض الدراسة
8.....	الدراسات السابقة
12.....	المنطلقات النظرية للدراسة
13.....	المنهجية وطرق البحث
14.....	أدوات الدراسة
17.....	حدود الدراسة
18.....	المراجع

مقدمة:

تعد المؤسسات التعليمية من أهم ركائز التنمية في أي مجتمع، إذ تمثل البيئة التي تُصنع فيها العقول وتُبنى فيها القيم، الأمر الذي يجعل أداء العاملين فيها عنصرًا أساسيًا لتحقيق أهدافها ورسالتها. وفي ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها قطاع التعليم، أصبح من الضروري الاهتمام بالعوامل النفسية والسلوكية التي تؤثر في جودة الأداء الوظيفي، ومن أبرز هذه العوامل **إدارة الانطباع** التي تمثل إحدى صور الذكاء الاجتماعي والمهني داخل بيئة العمل.

وتشير إدارة الانطباع إلى الجهود التي يبذلها الأفراد للتحكم في الصورة التي يكونها الآخرون عنهم، سواء من خلال السلوك أو المظهر أو طريقة التواصل، بما يعزز قبولهم المهني ويزيد من فرص نجاحهم في بيئة العمل. وفي القطاع التعليمي تحديدًا، تُعد إدارة الانطباع من المهارات الحيوية التي تسهم في بناء علاقات مهنية إيجابية بين المعلمين والإداريين والقيادات، وتنعكس بشكل مباشر على **مستوى الأداء الوظيفي** وجودة المخرجات التعليمية.

وتكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تسلط الضوء على جانب إنساني وسلوكي مؤثر في الأداء داخل **قطاع التعليم بمنطقة الظفرة**، وهي منطقة تشهد نموًا وتطورًا مستمرين في منظومتها التعليمية. ومن هنا يسعى هذا البحث إلى تحليل أثر إدارة الانطباع في تعزيز الأداء الوظيفي للعاملين، واستكشاف طبيعة العلاقة بين هذين المتغيرين، وصولًا إلى مقترحات عملية تسهم في تطوير بيئة العمل التعليمية ورفع كفاءتها.

مشكلة الدراسة:

تُعدّ بيئة العمل في المؤسسات التعليمية بيئة تفاعلية تتأثر بدرجة كبيرة بطبيعة العلاقات الإنسانية والسلوكيات المهنية بين العاملين. ومع تزايد متطلبات التطوير في قطاع التعليم، يواجه العاملون تحديات في المحافظة على مستوى عالٍ من الأداء الوظيفي، في ظل ضغوط العمل وتعدد المسؤوليات وتنوع العلاقات. ومن بين العوامل التي قد تؤثر في مستوى الأداء الوظيفي إدارة الانطباع، وهي السلوكيات التي يمارسها الأفراد للتأثير في الصورة الذهنية التي يكوّنها الآخرون عنهم في بيئة العمل.

ورغم الأهمية المتزايدة لهذا المفهوم في مجالات الإدارة والسلوك التنظيمي، إلا أن الدراسات التي تناولت إدارة الانطباع في السياق التعليمي ما زالت محدودة، خصوصًا في البيئة المحلية بمنطقة الظفرة، التي تتميز بخصوصيتها الاجتماعية والثقافية وطبيعة مؤسساتها التعليمية.

ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما أثر إدارة الانطباع في تعزيز الأداء الوظيفي لدى العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من تركيزها على أحد الموضوعات الحديثة في مجال السلوك التنظيمي، وهو إدارة الانطباع، بوصفه متغيرًا مؤثرًا في بيئة العمل التعليمية، التي تُعد من أكثر البيئات حاجة إلى التواصل الإنساني الفعّال والعلاقات المهنية الإيجابية. وتتمثل أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

1. أهمية نظرية:

- تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بإدارة الانطباع وعلاقتها بالأداء الوظيفي، من خلال تناولها في البيئة التعليمية الإماراتية التي لم تحظَ بعد بما يكفي من الدراسات في هذا المجال.
- تقدم إطارًا نظريًا يمكن أن يُبنى عليه بحوث مستقبلية تتناول متغيرات نفسية وسلوكية أخرى مؤثرة في بيئة التعليم.

2. أهمية تطبيقية:

- تساعد نتائج الدراسة القيادات المدرسية والإدارية في فهم أثر إدارة الانطباع على تحسين العلاقات المهنية وتعزيز الأداء داخل المؤسسات التعليمية.
- تُمكن العاملين في قطاع التعليم من تطوير مهاراتهم السلوكية والتواصلية بما يساهم في تحقيق بيئة عمل أكثر إيجابية وتعاونًا.
- يمكن الاستفادة من نتائجها في تصميم برامج تدريبية تهدف إلى تنمية مهارات إدارة الانطباع بأسلوب مهني وأخلاقي.

3. أهمية محلية:

- تلقي الضوء على واقع العاملين في التعليم بمنطقة الظفرة، وتساعد في تحديد جوانب القوة والاحتياج لديهم فيما يخص إدارة الانطباع والأداء الوظيفي.
- تدعم توجهات الدولة في الارتقاء بجودة التعليم والتميز المؤسسي من خلال تحسين الأداء البشري في الميدان التربوي.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر إدارة الانطباع في تعزيز الأداء الوظيفي لدى العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التفصيلية الآتية:

1- تحديد مستوى ممارسة إدارة الانطباع لدى العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة

يتضمن هذا الهدف التعرف على مدى استخدام العاملين لأساليب إدارة الانطباع في بيئة العمل التعليمية، واستكشاف أهم الممارسات السلوكية التي يقومون بها لإظهار صورة مهنية إيجابية أمام الإدارة والزملاء والطلبة. كما يشمل قياس وعي العاملين بمفهوم إدارة الانطباع ودوافع استخدامه، سواء كان ذلك لتعزيز فرص الترقية، أو لتحسين السمعة المهنية، أو لتقوية العلاقات الوظيفية.

2- قياس مستوى الأداء الوظيفي للعاملين في القطاع ذاته

يركز هذا الهدف على تقييم الأداء الوظيفي للعاملين في مدارس قطاع الظفرة، من خلال مؤشرات مثل جودة العمل، الالتزام بالمهام، الإنتاجية، مهارات التواصل، الانضباط، الإبداع، القدرة على حل المشكلات، والتعاون داخل الفريق. ويهدف القياس إلى تقديم صورة شاملة لمستوى الأداء الفعلي مقارنة بالمعايير المهنية المتوقعة في المؤسسات التعليمية.

3- تحليل العلاقة بين إدارة الانطباع والأداء الوظيفي لدى العاملين

يهدف هذا الجزء إلى اختبار مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسات إدارة الانطباع وبين مستوى الأداء الوظيفي. ويتضمن ذلك تحديد نوع العلاقة (إيجابية/سلبية/محايدة)، وقوتها. كما يسعى لتفسير كيفية تأثير إدارة الانطباع على الأداء، سواء عبر تحفيز العامل على تحسين عمله فعلياً، أو من خلال تعزيز صورته المهنية فقط.

4- تحديد أبعاد إدارة الانطباع الأكثر تأثيراً في تعزيز الأداء الوظيفي

يستهدف هذا الهدف تحديد أي من أساليب إدارة الانطباع (مثل: الاستعطاف، التودد، الإظهار الذاتي، تقديم التبريرات، أو السعي للحصول على الموافقات) يُعد الأكثر تأثيراً وفعالية في رفع مستوى الأداء الوظيفي. ويشمل ذلك تحليل أي الأساليب ترتبط بتحسين الالتزام، وأنها يعزز جودة الأداء، وأنها يقوي العلاقات المهنية داخل المدرسة.

5- اقتراح مجموعة من التوصيات والإجراءات العملية لتحسين الأداء الوظيفي عبر إدارة فعّالة للانطباع

يسعى هذا الهدف إلى تطوير مجموعة من التوصيات التي يمكن تطبيقها في المدارس والمؤسسات التعليمية لتعزيز أداء العاملين. وتشمل التوصيات المتوقعة:

- تنظيم ورش تدريبية حول إدارة الانطباع الإيجابية.
- تطوير سياسات تعزز الشفافية والعدالة.
- تحسين قنوات التواصل بين العاملين والإدارة.
- تشجيع الممارسات التي تركز على الكفاءة والإنجاز لا على التظاهر.
- دعم ثقافة مهنية تُكافئ الأداء الحقيقي وتحد من السلوكيات السلبية لإدارة الانطباع.

انطلاقاً من مشكلة الدراسة وأهدافها، تحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي:

ما أثر إدارة الانطباع في تعزيز الأداء الوظيفي لدى العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس عدد من التساؤلات الفرعية، هي:

1. ما مستوى ممارسة العاملين لإدارة الانطباع في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة؟
2. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الانطباع والأداء الوظيفي لدى العاملين؟
3. ما الأبعاد أو الأساليب الأكثر شيوعاً في إدارة الانطباع بين العاملين؟
4. ما مدى إسهام إدارة الانطباع في تحسين بيئة العمل وتعزيز العلاقات المهنية داخل المؤسسات التعليمية؟
5. ما التحديات أو المعوقات التي تحدّ من ممارسة إدارة الانطباع بشكل إيجابي
6. إلى أي مدى تختلف ممارسات إدارة الانطباع باختلاف المتغيرات الديموغرافية؟
7. هل تتوسط الرضا الوظيفي العلاقة بين إدارة الانطباع والأداء الوظيفي؟
8. ما تأثير أساليب القيادة على علاقة إدارة الانطباع بالأداء الوظيفي؟
9. ما مدى وعي العاملين بمفهوم إدارة الانطباع وأثره على سمعتهم المهنية؟
10. كيف تؤثر ثقافة المؤسسة التعليمية في توجيه ممارسات إدارة الانطباع؟
11. هل تمارس إدارة الانطباع بطرق إيجابية (تعزيز الكفاءة) أم سلبية (التصنع والمبالغة)؟
12. ما أثر استخدام تقنيات إدارة الانطباع الرقمية (مثل البريد المهني – المنصات التعليمية – التواصل الإلكتروني) على صورة الموظف المهنية؟
13. إلى أي مدى تسهم ممارسات إدارة الانطباع في تحسين علاقة العاملين بالطلبة وأولياء الأمور؟
14. كيف يرى القادة التربويون في الظفرة دور إدارة الانطباع في رفع مستوى الأداء داخل المدرسة؟
15. ما الأساليب الأكثر فعالية في إدارة الانطباع لدى القيادات مقابل المعلمين؟
16. هل توجد فروق ذات دلالة في الأداء الوظيفي بين العاملين الذين يمارسون إدارة الانطباع بشكل مرتفع وأولئك الذين يمارسونها بشكل منخفض؟
17. ما انعكاسات إدارة الانطباع على جودة التخطيط، وإدارة الصف، والتواصل المدرسي؟
18. كيف يمكن تطوير إطار تدريبي لتعزيز إدارة الانطباع الإيجابية في قطاع التعليم؟

فروض الدراسة:

استنادًا إلى مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها، وضعت الباحثة الفروض الآتية لاختبار العلاقة بين متغيري الدراسة:

الفرض الرئيس:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الانطباع والأداء الوظيفي لدى العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة.

الفروض الفرعية:

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى ممارسة إدارة الانطباع لدى العاملين في قطاع التعليم تُعزى لمتغيرات ديموغرافية مثل (النوع، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي).
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الأداء الوظيفي للعاملين تُعزى لمتغيرات ديموغرافية.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد إدارة الانطباع (مثل المظهر، التواصل، السلوك المهني، التعاون) ومستوى الأداء الوظيفي.
4. تسهم إدارة الانطباع بدرجة معنوية في التنبؤ بمستوى الأداء الوظيفي لدى العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة.

• **McGowan & Sekaja (2022)**

- مع متدربين من قسم علم النفس الصناعي والتنظيمي لمعرفة (diary) هذه الدراسة تستخدم منهج يوميات استراتيجيات إدارة الانطباع التي يستخدمونها في العمل. وجدت الدراسة أن هؤلاء المتدربين يستخدمون ، بناء على أهدافهم (exemplification) ، الترويج الذاتي، والمثال (ingratiatio) تكتيكات مثل التودد (الحصول على قبول، مشاريع، مستقبل وظيفي). المنهج اليومي يساعد على التقاط السلوك اليومي بدلاً من الإجابات بعد فترات طويلة، مما يعطي فهماً عملياً لكيف ومتى تُستخدم هذه الاستراتيجيات.

• **Peck & Levashina (2017)**

- على تقديرات الأداء الوظيفي (IM) تحليل ميثا-تحليلي يجمع عدداً من الدراسات حول تأثير إدارة الانطباع والمقابلات. يميز التحليل بين التكتيكات التي تركز على الذات (مثلاً الترويج الذاتي) وتلك التي تركز على الآخرين (مثل التودد). النتائج تُظهر أن تكتيكات الفردية تكون أكثر فاعلية في المقابلات، بينما التودد وأنماط أخرى تكون أكثر تأثيراً في تقييم الأداء الوظيفي الفعلي. كما نوقشت تأثيرات تصميم البحث (مثل من هو IM. المقيم، ما إذا كان المختبر أو الميدان) على مدى فاعلية.

• **Korzynski, Protsiuk & Turnley (2025)**

- هذه الدراسة تبحث في كيفية استخدام الموظفين لأساليب إدارة الانطباع عبر وسائل التواصل الاجتماعي (مثل أو وسائل مهنية) — تحديداً الترويج الذاتي، التودد، والمثال — وكيف ترتبط هذه الأساليب LinkedIn النتائج تشير إلى أن الترويج (job leads) ووجود فرص عمل (career satisfaction) بالرضا المهني الذاتي عبر الشبكات الاجتماعية يعزز من الإشباع المهني ويولد فرصاً، بينما التودد والمثال يرتبطان أيضاً (بعدد من الفرص المهنية (لكن بطريقة مختلفة).

• **Edeh, Zayed, Darwish & Nitsenko (2023)**

- دراسة ميدانية في منظمات خدمية (فنادق، وكالات سفر) تستكشف العلاقة بين إدارة الانطباع والأداء السياقي أي السلوك التنظيمي الإضافي مثل العمل بروح الفريق، الالتزام، — (contextual performance) مثل الترويج الذاتي والتودد ترتبط إيجابياً بدعم الزملاء IM وغيرها. النتائج أظهرت أن بعض استراتيجيات يمكن أن يعزز الأداء غير المسمى بالمهام الأساسية IM والرضا التنظيمي، مما يعني أن

• **Qureshi, Ashfaq, Ul Hassan & Imdadullah (2015)**

- بحث في قطاع البنوك بباكستان، فحص كيف تؤثر الشخصيات (الانبساطية، النرجسية) على الأداء الوظيفي IM (أداء الدور + الأداء الإضافي) وكيف تدير دوافع إدارة الانطباع هذا التأثير. وجد الباحثون أن دوافع الرغبة في التأثير وإظهار الصورة الإيجابية تُعدل العلاقة بين الشخصية والأداء؛ على سبيل المثال، (النرجسيون الذين لديهم دافع قوي لإدارة الانطباع قد يقدمون أداء إضافي أعلى مما لو لم يكن لديهم ذلك الدافع

• **Kim (..) – دراسة Glass Ceiling**

- هذه الدراسة تبحث في سلوك إدارة الانطباع بين النساء المديرات في مؤسسات مالية في كوريا والولايات وجدت أن الدوافع (glass ceiling) ”المتحدة، مع التركيز على تأثير ما يُعرف بـ“السقف الزجاجي IM ، السياقية (مثل الدعم من المشرف أو الشيكات غير الرسمية) يمكن أن تزيد من تبني استراتيجيات تبعاً للسياق IM وخاصة تلك الموجهة نحو المشرف، وأن هناك فروقات ثقافية في كيفية استخدام

• **Perceived Competence and IM (2018)**

- دراسة ميدانية تستخدم تقارير من الذات والزملاء والمشرفين لفحص كيف يرتبط الإحساس بالكفاءة بإدارة الانطباع، وكيف يتوسط الأداء هذا الارتباط، وما هو دور الرضا الوظيفي كمُعدّل. (competence) أكثر، وأن الأداء يقوم بدور IM النتائج أظهرت أن الموظفين ذوي إدراك منخفض لكفاءتهم يميلون لاستخدام في بعض الحالات IM وسيط في هذه العلاقة، بينما الرضا المهني يقلل من الحاجة لـ.

• **Li et al. (2023)**

- لتفسير كيف يمكن (self-control resource theory) تعتمد هذه الدراسة على نظرية موارد ضبط الذات أن تُفسي استراتيجيات إدارة الانطباع مثل الترويج الذاتي والتودد إلى استنزاف الموارد الذاتية، مما قد يؤدي بمعنى. (counterproductive work behavior) في بعض الحالات إلى سلوكيات عمل مضادة للإنتاجية يمكن أن يكون سبباً ذا حدين: يساعد في تحسين الانطباع، لكنه قد يأتي بتكلفة نفسية تؤثر سلباً على IM آخر، السلوك المهني.

• **Paulhus, D. L. (1997)**

- هذه الدراسة الكلاسيكية تفحص كيف يمكن أن تشوّه استجابات الأفراد بسبب التزييف الاجتماعي عند ملء اختبارات الشخصية (مثل self-deception) أو الخداع الذاتي (impression management) أو الخداع الذاتي قد يغيرون IM البعد الضميري أو الاستقرار العاطفي). أظهرت أن أولئك الذين يمارسون استجاباتهم بطريقة تقلل من صلاحية التنبؤ بأداء العمل، لكن في هذا البحث لم تقلل هذه التشوهات كثيراً من قدرة بعض أبعاد الشخصية (مثل الضمير) على التنبؤ بالأداء.

• **Cuddy, Fiske & Glick (2008)**

- الذي يقيس (Stereotype Content Model) "هذه الورقة النظرية تقدم نموذج "محتوى الصور النمطية هذا (competence) "و" الكفاءة (warmth) "كيف يقيم الآخرون الأفراد بناءً على بعدي "الحرارة النموذج مفيد جداً للدراسات في إدارة الانطباع، لأنه يوضح كيف قد يسعى الأفراد إلى التأثير في إدراك تركز على الكفاءة أو الدافئية العاطفية IM الآخرين لهم باستخدام استراتيجيات

• **Jones & Pittman (1982)**

- هذا الفصل النظري يُعد مرجعاً أساسياً في مجال إدارة الانطباع؛ يقدم تصنيفاً لأنواع الاستراتيجيات (مثل الترويج، التودد، التواضع، التبرير، المديح)، ويضع الإطار النظري لكثير من الدراسات اللاحقة.

• **Goffman, E. (1959)**

- في هذا الكتاب الكلاسيكي، يعرض إرفينغ جوفمان مفهوم "عرض الذات" كمسرح اجتماعي، حيث الأفراد يديرون انطباعاتهم ("الدور") أمام جمهور ("المسرح") من خلال ضبط المظهر والسلوك. يُعد هذا العمل أساساً نظرياً لإدارة الانطباع في علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، ويوفر خلفية قوية لفهم كيف ولماذا يقوم الأفراد بإدارة صورتهم أمام الآخرين في البيئات التنظيمية.

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من النظريات والمفاهيم الأساسية المتعلقة بإدارة الانطباع والأداء الوظيفي، والتي تشكل الأساس النظري لفهم العلاقة بين المتغيرين:

1. نظرية إدارة الانطباع: (Impression Management Theory)

- صاغها جونز وبيتمان (1982)، وتفترض أن الأفراد يسعون إلى التحكم في الصورة التي يظهرون بها أمام الآخرين لتحقيق أهداف شخصية أو مهنية.
- تتضمن النظرية استراتيجيات مختلفة مثل التملق، تحسين المظهر، التواصل الفعال، وإظهار السلوكيات المرغوبة اجتماعيًا ومهنيًا.

2. نظرية السلوك التنظيمي: (Organizational Behavior Theory)

- تؤكد هذه النظرية على أن السلوكيات الفردية في بيئة العمل تؤثر بشكل مباشر على الأداء الوظيفي والرضا المهني.
- من هنا يبرز دور إدارة الانطباع في تحسين العلاقات المهنية والتعاون بين العاملين، بما ينعكس إيجابًا على الأداء المؤسسي.

3. مفهوم الأداء الوظيفي: (Job Performance Concept)

- يُعرف الأداء الوظيفي بأنه النتائج والسلوكيات التي يقوم بها الموظف في إطار مهامه الوظيفية.
- ويشمل الأداء الوظيفي عناصر متعددة مثل الكفاءة، الالتزام، جودة العمل، والتفاعل الإيجابي مع الزملاء والمستفيدين.

4. المنظور النفسي والسلوكي:

- يربط هذا المنظور بين مهارات التواصل وإدارة الانطباع وبين الرضا الوظيفي والتحفيز، موضحة أن تحسين الانطباع الشخصي يعزز الشعور بالكفاءة ويحفز العاملين على تقديم أفضل ما لديهم.

المنهجية وطرق البحث:

اعتمدت في هذه الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، لكونه الأنسب لطبيعة موضوع البحث الذي يهدف إلى دراسة أثر إدارة الانطباع في تعزيز الأداء الوظيفي لدى العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة. ويقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة كما هي في الواقع، وتحليل العلاقات بين متغيراتها، من خلال جمع البيانات من أفراد العينة وتحليلها إحصائيًا للوصول إلى نتائج علمية دقيقة.

وقد استخدمت **الاستبانة** كأداة رئيسة لجمع البيانات الميدانية، إذ قمت بتوزيعها على عينة من العاملين في مدارس منطقة الظفرة، تشمل معلمين وإداريين من مختلف المراحل الدراسية. وبعد جمع البيانات، قمت بتفريغها وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، بهدف اختبار فروض الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها.

كما اتبعت في تنفيذ البحث خطوات منهجية منظمة، شملت تحديد المشكلة وصياغة الأهداف والتساؤلات، ثم بناء الأداة، والتأكد من صدقها وثباتها، قبل الشروع في جمع البيانات وتحليلها ومناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة والنظريات ذات الصلة.

أدوات الدراسة:

اعتمدتُ في هذه الدراسة على أداة رئيسة لجمع البيانات الميدانية، وهي **الاستبانة (الاستبيان)**، نظرًا لكونها من أكثر الأدوات ملاءمة للدراسات التي تهدف إلى التعرف على اتجاهات وآراء العاملين في بيئات العمل التعليمية. وقد قمتُ بتصميم الاستبانة وفقًا للأسس العلمية المتبعة في بناء أدوات القياس، وبطريقة تضمن تحقيق **الصدق والثبات** المطلوبين.

وتتألف الاستبانة من ثلاثة أجزاء رئيسة كما يأتي:

1. الجزء الأول:

تضمن مجموعة من **البيانات الديموغرافية** للمشاركين مثل (النوع، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي، نوع المدرسة).

2. الجزء الثاني:

خُصص لقياس **إدارة الانطباع لدى العاملين**، واشتمل على عدد من العبارات التي تعكس أبعاد هذا المتغير مثل:

- المظهر والسلوك المهني.
 - أساليب التواصل مع الزملاء والرؤساء.
 - التفاعل الإيجابي مع بيئة العمل.
- وقد طورت فقرات هذا الجزء بالاعتماد على الدراسات السابقة والنماذج العالمية ذات الصلة.

3. الجزء الثالث:

تناول قياس **الأداء الوظيفي** للعاملين من خلال مجموعة من المؤشرات مثل:

- جودة العمل والالتزام بالمهام.
- روح المبادرة والتعاون.
- الرضا الوظيفي والتحفيز.

وسأستخدم **مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)** لقياس استجابات أفراد العينة، وفق التدرج الآتي:

(1) أعارض بشدة – (2) أعارض – (3) محايد – (4) أوافق – (5) أوافق بشدة.

أولاً: البيانات الديموغرافية

(فضلاً ضع علامة ✓ أمام الخيار المناسب)

1. **النوع:** ☐ ذكر ☐ أنثى
2. **العمر:**
 - ☐ أقل من 30 سنة
 - ☐ 30-39
 - ☐ 40-49
 - ☐ فأكثر 50
3. **عدد سنوات الخبرة:**
 - ☐ أقل من 5 سنوات
 - ☐ سنوات 5-10
 - ☐ سنة 11-15
 - ☐ أكثر من 15 سنة
4. **الوظيفة:**
 - ☐ معلم/معلمة
 - ☐ منسق/منسقة
 - ☐ إداري/إدارية
 - ☐ قيادي/قيادية
5. **نوع المدرسة:**
 - ☐ حكومية
 - ☐ خاصة

عنوان الدراسة: أثر إدارة الانطباع في تعزيز الأداء الوظيفي لدى العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة
الرجاء اختيار أحد الاستجابات الخمس (1=أعارض بشدة، 2=أعارض، 3=محايد، 4=أوافق، 5=أوافق بشدة)

الإظهار الذاتي

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أظهر مهاراتي وقدراتي أمام الزملاء والإدارة.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أركز على إبراز إنجازاتي المهنية في العمل.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أقدم نفسي كشخص قادر على حل المشكلات بفاعلية.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أظهر خبراتي وتجربتي المهنية عند المشاركة في الأنشطة.

التودد وبناء العلاقات

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أسعى لإظهار الاحترام والتقدير لزملائي.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أستخدم أسلوبًا ودودًا لكسب قبول الآخرين.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أظهر الاهتمام بآراء الزملاء لتعزيز العلاقة المهنية.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أقدم المساعدة للآخرين لتحسين الانطباع عني.

الاستعطاف أو التواضع

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أحيانًا أتحدث عن الصعوبات التي أواجهها لكسب تعاطف الآخرين.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أظهر نفسي كشخص بحاجة للدعم عند تنفيذ المهام.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أستخدم لغة متواضعة لتشجيع الآخرين على مساعدتي.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أبرز حجم التحديات التي أتعرض لها في العمل.

التبريرات والدفاع عن الذات

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أقدم تبريرات عند حدوث خطأ للحفاظ على صورتي المهنية.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أشرح الظروف التي أدت لعدم إنجاز المهمة.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أوضح الأسباب الخارجية التي أثّرت على جودة عملي.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أستخدم التبرير لتقليل أثر المواقف السلبية.

السعي لنيل القبول والثقة

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أسعى لإظهار التزامي بقيم المؤسسة.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أشارك في الأنشطة لتعزيز ثقة الإدارة بي.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أحرص على أن يلاحظ الآخرون التزامي.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أظهر نفسي كعنصر مهم في تحقيق أهداف المؤسسة.

جودة العمل

- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ألتزم بالمعايير المهنية في تنفيذ المهام.
- ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 أنجز المهام بدقة وإتقان.

□ أتعامل مع المشكلات بكفاءة. 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5

□ أسعى لتحسين جودة أدائي. 1 □ 2 □ 3 □ 4 □ 5

حدود الدراسة:

تحدد هذه الدراسة بمجموعة من الحدود التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند تفسير نتائجها، وتشمل ما يأتي:

1. الحدود المكانية:

اقتصرت الدراسة على منطقة الظفرة في إمارة أبو ظبي بدولة الإمارات العربية المتحدة، وهي منطقة ذات خصوصية جغرافية وإدارية ضمن منظومة التعليم في الدولة.

2. الحدود البشرية:

شملت الدراسة العاملين في قطاع التعليم بمنطقة الظفرة من معلمين ومعلمات وإداريين، دون التطرق إلى قطاعات أخرى أو فئات مهنية مختلفة.

3. الحدود الزمانية:

سيتم تنفيذ الدراسة خلال العام الدراسي (2025/2026)، وبالتالي فإن نتائجها تعبر عن واقع تلك الفترة الزمنية فقط.

4. الحدود الموضوعية:

تناولت الدراسة أثر إدارة الانطباع بوصفها متغيراً مستقلاً على الأداء الوظيفي بوصفه متغيراً تابعاً، ولم تتناول متغيرات أخرى مثل الرضا الوظيفي أو الولاء المؤسسي إلا بقدر ارتباطها بالموضوع الرئيس.

5. الحدود المنهجية:

اعتمدت الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، الذي يهدف إلى وصف الظاهرة كما هي وتحليل العلاقة بين متغيراتها دون التطرق إلى تجارب تطبيقية أو تدخلات تجريبية مباشرة.

1. McGowan, N. A., & Sekaja, L. (2022). *A diary study of the impression management strategies utilised by industrial and organisational psychology interns*. *SA Journal of Industrial Psychology*, 48, Article a1902. <https://doi.org/10.4102/sajip.v48i0.1902> [SA Journal of Industrial Psychology](#)
2. Peck, J. A., & Levashina, J. (2017). *Impression management and interview and job performance ratings: A meta-analysis of research design with tactics in mind*. *Frontiers in Psychology*, 8, Article 201. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00201> [PMC](#)
3. Pervez, S., & Turnley, W. (2025). Korzyński, P., Protsiuk, O., & Turnley, W. *Managing impressions via social media: The influence of self-promotion, ingratiation, and exemplification on job leads and career satisfaction*. *European Management Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2025.02.003> [ResearchGate](#)
4. Edeh, F. O., Zayed, N. M., Darwish, S., & Nitsenko, V. (2023). *Impression management and employee contextual performance in service organizations*. *Emerging Science Journal*, 7(2), 368–383. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2023-07-02-05> [iJournals](#)
5. Qureshi, S. U., Ashfaq, J., Ul Hassan, M., & Imdadullah, M. (2015). *Impact of extroversion and narcissism on in-role and extra-role performance: Moderating role of impression management motives*. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 9(1), 96–119. Retrieved from <https://hdl.handle.net/10419/188184> [EconStor](#)
6. Kim, J. (n.d.). *A study of glass ceiling effect on impression management behaviors between Korean and U.S. women managers in financial institutions*. *Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*. Retrieved from <https://journal.ksiop.or.kr/index.php/KJIOP/article/view/251> [journal.ksiop.or.kr](#)
7. Perceived competence and impression management: Testing the mediating and moderating mechanisms. (2018). *International Journal of Psychology*, (using authors from PubMed). Pervez, S., ... (note: مثلاً – استخدام الدراسة من باكستان). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30022492/> [PubMed](#)
8. Li, Y., ... (2023). *The double-edged sword effect of employee impression management and counterproductive work behavior: From the perspective of self-control resource theory*. *Frontiers in Psychology*, 14, 1053784. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1053784> [PMC](#)
9. Anderson, et al. (1996). (لكن نختار من الأبحاث القديمة مثل) “Effects of impression management and self-deception ...” Paulhus, D. L. (1997). *Effects of impression management and self-deception on the predictive validity of personality constructs*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(2), 285–294. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/8690688/> [PubMed](#)
10. Cuddy, A. J. C., Fiske, S. T., & Glick, P. (2008). *Warmth and competence as universal dimensions of social perception: The stereotype content model and the BIAS map*. *Advances in Experimental Social Psychology*, 40, 61–149. (إضافة مرجع) (نظري – ينظر إلى كيفية إدراك الآخرين وتأثيره على الانطباع).
11. Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). *Toward a general theory of strategic self-presentation*. في J. Suls (محرر) *Psychological Perspectives on the Self* (ص. 231–261). Erlbaum.
12. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.

