

## أساليب إدارة الانطباع وعلاقتها بالحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج

م.م. علي سماعيل حمادي

مديرية تربية بغداد الكرخ الثالثة

م.م. ميثم حسن عبد الحسين

مديرية تربية بابل

Impression management Methods and their relationship to Emotional wisdom  
among male and female teachers Premarital Preparation

Asst. Lec. Ali Ismail Hammad

Baghdad Karkh Third Education Directorate

Ali. Sahab2120m@ircoedu.uobaghdad.edu.iq

Asst. Lec. Mitham Hassan Abdul Hussein

Babylon Education Directorate

maitham.abd2102m2ircoedu.uobaghdad.edu.iq

## ملخص البحث:

يسعى الشباب المقبلين على الزواج الى اظهار جوانب إيجابية من شخصياتهم للشريك المستقبلي عن طريق تبني أسلوب انطباع يترك أثرا عند الطرف الاخر الا أنهم في بعض الأحيان يفتقرون الى أسلوب إدارة انطباع ناجح يتسم بالحكمة والالتزان للوصول الى ما يأملون اليه من اختيار شريك الحياة المناسب وترك بصمة إيجابية لدى الشريك المستقبلي ويظهرون بصورة مختلفة، قد تتناقض مع سلوكياتهم الحقيقية ، مما يؤدي إلى انطباعات مختلطة وقد يرجع ذلك الى انخفاض القدرة لديهم على التحكم العاطفي واستخدام الرؤية والحكمة وإدارة ضغط اللقاء الأول مما تجعل الأفراد عرضة للإحباط والتوتر والقلق الموقفي، مما يؤثر سلباً على صورتهم أمام الشريك المستقبلي ومن هنا تتضح أهمية البحث من ان العينة هي من المدرسين والمدرسات العاملين في مجال التربية وهم قدوة للآخرين في طبيعة تعاملاتهم واختياراتهم وكيفية ادارتها بحكمة عالية في السياق العاطفي والتحكم في كيفية إدراك الآخرين لهم في العلاقات العاطفية عن طريق تعزيز الفهم المتبادل بين الشركاء والتقليل من التوترات والتجارب السلبية وبناء علاقات إيجابية مستقبلية وتوفير فهم عميق لمشاعر الذات والآخرين وتحسين جودة علاقاتهم والحصول على ردود فعل إيجابية اتجاههم ويستهدف البحث الحالي الى التعرف على أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج والدلالة الإحصائية للعلاقة الارتباطية بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية والفروق ذات الدلالة الإحصائية في العلاقة الارتباطية بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج وفق متغير

الجنس (ذكور-إناث) ولتحقيق هذه الأهداف اعتمد الباحثان على مقياس صالح وكاظم (٢٠٢٣) لقياس أساليب إدارة الانطباع والذي أعد للبيئة العراقية ومقياس حميد (٢٠٢٣) لقياس الحكمة العاطفية وبعد التحقق من الخصائص السيكومترية لأداتي القياس اختار الباحثان عينة مكونة من (٧٤) مدرس ومدرسة من مدرسي المرحلة الإعدادية من المقبلين على الزواج توزعوا بواقع (٣٣) مدرسا من الذكور و(٤١) مدرسة من الإناث وبعد المعالجات الإحصائية بواسطة الحقيبة الإحصائية (SPSS) توصلت نتائج البحث الى ما يأتي: إن المدرسين والمدرسات من المقبلين على الزواج يمتلكون أساليب إدارة انطباع وكذلك حكمة عاطفية كما ان هنالك علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية مع عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العلاقة الارتباطية على وفق متغير الجنس وفي ضوء هذه النتائج وضع الباحثان مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات.

**الكلمات المفتاحية:** أساليب إدارة الانطباع، الحكمة العاطفية، المدرسين والمدرسات، المقبلين على الزواج.

## Abstract

Young people who are about to get married seek to show positive aspects of their personalities to their future partner by adopting an impression style that leaves an impact on the other party, but sometimes they lack a successful impression management style characterized by wisdom and balance to achieve what they hope for in choosing the right life partner and leaving a positive mark on the future partner and they appear in a different image, which may contradict their real behaviors, which leads to mixed impressions. This may be due to their low ability to control emotions and use foresight and wisdom and manage the pressure of the first meeting, which makes individuals vulnerable to frustration, tension and situational anxiety, which negatively affects their image in front of the future partner. Hence, the importance of the research becomes clear from the fact that the sample is made up of male and female teachers working in the field of education, who are role models for others in the nature of their interactions and choices and how to manage them with great wisdom in the emotional context and control how others perceive them in emotional relationships by enhancing mutual understanding between partners, reducing tensions and negative experiences, building positive future relationships, providing a deep understanding of the feelings of oneself and others, improving the quality of their relationships, and obtaining positive feedback towards them. the current research aims to identify the methods of impression management and emotional wisdom among male and female teachers Premarital Preparation and the

statistical significance of the correlation between impression management methods and emotional wisdom and the statistically significant differences in the correlation between impression management methods and emotional wisdom among male and female teachers Premarital Preparation according to the gender variable (males-females). To achieve these goals, the researcher relied on the Saleh and Kazem scale (2023) to measure impression management methods, which was prepared for the Iraqi environment, and the Hamid scale (2023) to measure emotional wisdom. After verifying the psychometric properties of the two measurement tools, the researcher chose a sample of (74) male and female teachers from middle school teachers Premarital Preparation, distributed as follows: (33) male teachers and (41) female teachers. After statistical processing using the statistical package (SPSS), the research results reached the following: Male and female teachers Premarital Preparation possess impression management methods as well as emotional wisdom. There is also a statistically significant correlation between impression management methods and emotional wisdom with no differences. Statistically significant in the correlation relationship according to the gender variable. In light of these results, the researcher developed a set of conclusions, recommendations and proposals.

**Keywords:** Impression management methods, emotional wisdom, male and female teachers, Premarital Preparation.

#### مشكلة البحث :

تعد الأسرة النظام الإنساني الأول وأكثرها تأثيراً في حياة الأفراد والجماعات وهي التي تتولى القيام بالدور الرئيس في بناء صرح المجتمع وتدعيم وحدته وتماسكه وتنظيم سلوك أفرادها بما يتفق مع الأدوار الاجتماعية المختلفة وأن عملية اختيار الشريك المناسب تحتاج إلى إدارة الانطباعات الأولى للشريك بحكمة ومعرفة عالية، فالشباب المقبلين على الزواج لديهم حاجات تتضمن معايير اختيار الشريك الملائم، وطبيعة العلاقة المستقبلية بينهما، والقواعد الشرعية والأخلاقية والاجتماعية التي تنظم هذه العلاقة وقد يواجهون ضمن هذا السياق صعوبة في إدارة الانطباعات الأولى عند اللقاء وترك بصمة إيجابية لدى الشريك المستقبلي ويظهرون بصورة معينة، لكن سلوكياتهم أو ظروفهم الحياتية قد تتناقض مع هذه الصورة، مما يؤدي إلى انطباعات مختلطة إذ يشعر العديد من المقبلين على الزواج بالقلق والتوتر والانفعال عند محاولة إدارة انطباعاتهم الأولية، جراء ضغط نفسي يؤثر على أدائهم الاجتماعي وإن هذا التوتر يمكن أن يخلق سلوكيات غير طبيعية وقد تكون غير مقبولة، مما يعزز الانطباعات السلبية بدلاً من بناء صورة إيجابية لدى الشريك المستقبلي كما أن الأفراد الذين يفتقرون إلى مهارات

التفاعل الاجتماعي قد يجدون صعوبة في إدارة الانطباع بالشكل الأمثل. ( Bitterlya & Schweitzerb,2019: 75 )

كما يشير فيترانين وآخرون Vartanian et al. (٢٠٠٧) الى أن بعض الأفراد يفشلون في إدارة الانطباع إذا كانت احتياجاتهم الاجتماعية ودوافعهم غير واضحة أو متناقضة (Vartanian et al.,2007: 270) كما يضيف (González et al. ٢٠١٧) في دراسته الى ان الاستخدام المفرط لاستراتيجيات إدارة الانطباع، مثل المبالغة في تقديم الذات أو التحفظ الزائد يؤدي إلى نتائج غير ايجابية إذ يمكن أن ينظر إليهم الآخرون على أنهم غير صادقين أو متكلفين، مما يضر بالمصداقية وبناء العلاقات الزوجية المستقبلية السليمة. (González et al.,2017:20 )

كما أن انخفاض الوعي الذاتي بالاحتياجات العاطفية، وعدم فهم الآخرين ومتطلباتهم، وانخفاض القدرة على التكيف مع العوامل الاجتماعية المختلفة التي توظف القدرة على التعبير عن النفس يؤدي الى ترك انطباع سيء عند الآخرين ( Kim,2008:8 ) ويرى (Gwal,2015) أن هنالك اساليب لإدارة الانطباع تكون سلبية أذ قد يمارس بعض الأفراد الغش مع الآخرين في محاولة لجعل نفسه يبدو بصورة أفضل او قد يحاول المبالغة أو حتى تضخيم الانجازات الشخصية في محاولة لتحسين صورته (Gwal,2015:51) وقد نجد أن الكثير من الأفراد لا يكون لديهم وعي كامل بمشاعرهم، مما يؤدي إلى صعوبة في التعرف عليها أو التعبير عنها بشكل مناسب مما تؤثر على قدرتهم على التعامل مع المواقف العاطفية بشكل صحي. (Ward,2016: 88) وقد تنخفض القدرة على التحكم العاطفي عند مرور الفرد بالعديد من الضغوط في مجال عمله أو حياته وتختلف ردود أفعالهم نحو هذه الضغوط مما تجعل الأفراد عرضة للإحباط والغضب، مما يؤثر سلبيًا على حكمة تصرفاتهم الانفعالية وتأثيرها على الآخرين ( Winter et al.,2011: 7 ) ويشير (Glück and Bluck ٢٠١١) الى أن الأفراد الذين يواجهون صعوبة في التحكم في انفعالاتهم، يمكن أن يؤدي إلى ان تكون تصرفاتهم متهورة أو غير مدروسة وأن هذا الافتقار إلى التحكم يمكن أن يمس صحتهم النفسية والعاطفية ويؤثر على علاقاتهم بالآخرين. (Glück&Bluck,2011:80)

كما أن بعض المقبلين على الزواج يتعرضون للمفاهيم الخاطئة حول التعبير عن المشاعر، مثل الاعتقاد بأن إظهار المشاعر يعني الضعف وأن هذا المفهوم يمكن أن يمنع الأفراد من الانفتاح على الآخرين، مما يتمثل في عواقب سلبية على العلاقات وضعف قدرتهم على حكمة قراراتهم العاطفية ( Tarhan & Tutgun,2024: 15 ) وقد أشارت ( Saxer ٢٠٠٩) في دراستها الى أن عدم الادراك العاطفي وضعف

التواصل الوجداني، والضغوط الانفعالية وتوقع المسؤولية المستقبلية بصورة سلبية هي أحد مشكلات انخفاض الحكمة العاطفية في إدارة الحياة اليومية بين الأفراد الذين تجمعهم علاقات عاطفية وتتطلب معالجة هذه المشكلات جهود فردية وجماعية لتعزيز الوعي العاطفي وتطوير مهارات الذكاء العاطفي، مما يساهم في تحسين العلاقات الشخصية والصحة النفسية (Saxer,2009:11)

وتتلخص مشكلة البحث في أن العائلة هي الركيزة الأولى التي تمد المجتمع بالذخيرة الإيجابية وهم الأفراد المكونين لها والذين يجب أن يحسنوا الاختيار لشركائهم لتكون هذه الأسرة ذات طابع مستقر ومساهم في بناء المجتمع السليم وقد تحسس الباحثان مشكلة البحث كونه ابن بيئته التعليمية ووجد أن العديد من زملائه وزميلاته من المقبلين على الزواج لديهم مشكلة تتعلق بعدم معرفة كيفية ترك انطباع إيجابي لدى الآخر أو تبني طريقة تقديم ذاتهم بصورة تترك أثراً إيجابياً لدى الشريك المستقبلي وبناء صورة ذهنية إيجابية عنهم وخصوصاً في اللقاءات الأولى التي تحتاج إلى حكمة عاطفية للتعبير عن مشاعرهم وإدارتها، والتفاعل بشكل مناسب مع الآخرين بما يضمن عدم الوقوع في المشكلات مستقبلاً ودار في ذهن الباحثان التساؤل الآتي الذي يسعى البحث للإجابة عنه وهو : ما نوع وطبيعة العلاقة بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج؟

### أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من أهمية العينة التي تتضح في جانبين أولهما أن العينة هي من المدرسين والمدرسات العاملين في مجال التربية وهم قدوة للآخرين في طبيعة تعاملاتهم واختياراتهم وكيفية ادارتها بحكمة عالية وثانيهما انها تمثل شريحة اجتماعية من الشباب المقبلين على الزواج، إذ أن إدارة الانطباع مكون أساسي في نجاح الحياة الاجتماعية وإن هذه الأساليب تساعد الأفراد في بناء العلاقات الاجتماعية والعاطفية الصحية، وزيادة مستوى التأثير في بيئاتهم الاجتماعية والحياتية. (Barros et al.,2019: 17)

وتعد أساليب إدارة الانطباع من الأدوات التي يستخدمها الأفراد للتحكم في كيفية إدراك الآخرين لهم وهذه الأساليب تشمل مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات، حيث تهدف لبناء صورة ذهنية إيجابية وتشكيل الانطباعات بشكل يتناسب مع الأهداف الشخصية والمستقبلية (علوان، ٢٠٢٠: ٢٥١) كما أن أساليب إدارة الانطباع تُظهر كيفية تفاعل الأفراد مع بيئتهم وتأثيرهم في كيفية إدراك الآخرين لهم وأن إدارة هذه الانطباعات بفعالية يمكن أن تكون مفتاح النجاح في العديد من المجالات وهي مهارات مهمة لفهم كيفية إدراك الآخرين لهم وكيفية تعديل سلوكياتهم لتعزيز الانطباعات الإيجابية في محيطهم. (العاسمي، ٢٠١١: ٧)

ووضحت دراسة ( Remick ٢٠١٠ ) أهمية إدارة الانطباع في السياق العاطفي لدى الأفراد للتحكم في كيفية إدراك الآخرين لهم في العلاقات العاطفية وأن هناك مجموعة من الاستراتيجيات النفسية والاجتماعية التي يمكن استخدامها لتحقيق ذلك، وتعتمد على الفهم والقدرة على إدارة المشاعر سواء على المستوى الشخصي أو اتجاه الآخرين (Remick,2010: 8) كما يتفق ذلك مع ما أشار اليه ( Gwal ٢٠١٥ ) من أن عملية إدارة الانطباع يمثل سلوك يستخدمه الفرد من أجل ترك انطباعات إيجابية عند الآخر ولخلق صورة ذات مرغوبية ومنها أننا جذابين ونمتلك مظهراً حسناً، ونمتلك الكفاءة العالية في أداء الاعمال الموكلة لنا وامتلاكنا القدرة على إدارة البيئة المادية والاجتماعية من حولنا، مما يجعل الطرف الآخر يشعر بالانجذاب والقبول (Gwal,2015:54)، وتولد لديه الاستعداد في مد روابط العلاقة العاطفية معنا، وجذب انتباهه بشكل مستمر إلى صورتنا الجسدية وأفكارنا ، وارسال رسائل إلى الشريك الذي نختاره بأننا نهتم به، ونرغب في التواصل معه، وهذا يعد تعزيز لهذه العلاقة، وينتج عنه الإحساس بالرضا والسرور والإعجاب والجاذبية الجسدية، وأن استعمال بعض أساليب إدارة الانطباع التي تتمثل بتقديم الفرد لنفسه، وعدم تضخيم وصفها، والتحكم بالانفعالات الداخلية، والمعرفة بكيفية استعمال الإشارات والايماءات المناسبة تساعد على كسب الطرف الآخر، وتظهر له كم أن الفرد صادق ومحترم وذو جاذبية ويوفر الاهتمام بهم والأمان العاطفي وتشكيل علاقة عاطفية تتسم بالاحترام المتبادل. (Ward,2016:9)

إضافة الى أن من المهم إظهار الصفات الجيدة والسلوك الإيجابي لتحقيق انطباع إيجابي في سياق العلاقات العاطفية ويمكن أن يتضمن ذلك مشاركة النجاحات الشخصية أو إظهار اللطف والاحترام في التعامل والتودد والتقرب من الآخر بواسطة الإطراء أو اظهار العواطف الإيجابية أذ أن هذا يساعد في بناء شعور بالقبول والمودة بين الطرفين (Ellison et al.,2006: 440) كما تشير دراسة (Aslan et al. ٢٠١٤) الى ان امتلاك الفرد للذكاء العاطفي والذي يمثل مهارة أساسية في فهم وإدارة المشاعر، مما يمكن الفرد من قراءة وملاحظة مشاعر الشريك ومعرفة كيفية الاستجابة لها بشكل مناسب (Aslan et al.,2014: 610)

وتنعكس أهمية أساليب إدارة الانطباع عن طريق تعزيز الفهم المتبادل بين الشركاء ويقلل من التوترات والتجارب السلبية إذ تظهر أساليب إدارة الانطباع أهمية الوعي الذاتي والذكاء العاطفي في تحقيق علاقات ناجحة إذ أن استخدام أساليب إيجابية مثل تقديم الذات والتودد يكون له تأثيرات إيجابية، إذ يلعب فهم المشاعر ودعم الآخرين دوراً حاسماً في تعزيز نجاح العلاقات العاطفية (Bitterlya & Schweitzerb,2019) وقد اشارت دراسة ( Winter et al. ٢٠١١ ) إلى أن إدارة الانطباع عملية ذات أهمية وضرورية لقابلية الفرد على

صياغة العلاقات الرومانسية، والحصول على شريك الحياة، إذ إن امتلاك الفرد للأساليب الأساسية لهذه العملية التي تجعل منه قادراً على أن يقدم نفسه بصورة جذابة إلى الجنس الآخر، وتوكيد ذاته في سلوكيات المواعدة، وأقناع الطرف الآخر بما يتمتع به من سمات شخصية ومعرفية وجسدية، وهذه العملية ليست مهمة في بداية عملية المواعدة العاطفية فحسب، وإنما تكون ضرورية وذات فائدة كبيرة في الحفاظ على العلاقة العاطفية بمرور الوقت. (Winter et al.,2011: 11)

إن الفرد في مقبّل حياته الزوجية يحتاج إلى مهارة مبنية على المعرفة والخبرة وهما عنصران متكاملان إذ إن المعرفة العاطفية هي التي تمكننا من السيطرة على مجريات حياتنا واستخدامها وتوجيهها نحو الطريق الصحيح والخبرة سوف تبقيها حية وفعالة طيلة الوقت وهو ما يسهم في ديمومة أي علاقة عاطفية (شاهين، ٢٠١٢: ٢١٤) وتمثل الحكمة العاطفية القدرة على إدارة المشاعر بشكل إيجابي وفعال إذ تتعلق بفهم وتحليل مشاعرنا والتعامل معها بطريقة تساعد على تعزيز صحتنا النفسية والعاطفية إذ تعزز الحكمة العاطفية من نوعية حياتنا وتساعد في بناء علاقة إيجابية مع الآخرين وتحقيق توازن عاطفي مستقر. (Tarhan & Tutgun,2024:17)

وتعد الحكمة العاطفية عنصراً حيوياً لتحقيق النجاح في الحياة الشخصية من خلال فهم الذات وإدارة العواطف بصورة فعالة ويمكن للأفراد تعزيز نوعية حياتهم وبناء علاقات إيجابية وإن تطوير هذه المهارات يتطلب التدريبات المستمرة والممارسة لتصبح جزءاً من حياتهم اليومية. (Saxer,2009:14)

إن التعاطف، وهو جزء أساسي من الحكمة العاطفية، يسهل الفهم الأعمق لمشاعر الآخرين، مما يساعد الأفراد على إدارة انطباعاتهم بشكل أكثر فعالية إذ عندما يظهر الشخص تعاطفاً، يميل الآخرون إلى تكوين انطباع إيجابي عنه، مما يعزز من العلاقات الإيجابية وبالتالي يعزز من فرص تكوين انطباعات جيدة عبر فهم احتياجات ومشاعر الآخرين والتجاوب معها بشكل مناسب (Glück et al.,2020: 849) وتشير دراسة (Baltes ٢٠٠٣) إلى أهمية الحكمة العاطفية لأنه من خلالها يستطيع الأفراد التعبير عن مشاعرهم بشكل إيجابي، سواء من خلال السلوك اللفظي أو غير اللفظي وفهم كيفية تأثر انطباعات الآخرين بعواطفهم، يصبح الأفراد قادرين على تنسيق ردود أفعالهم بطريقة تشير إلى حسن التصرف، ما يعزز من شكل العلاقات الاجتماعية كما أنها تتطلب فهماً عميقاً لمشاعر الذات والآخرين، فإنهم يتمكنون من تحسين جودة علاقاتهم والحصول على ردود فعل إيجابية. (Baltes,2003:125)

## اهداف البحث :

يهدف البحث الحالي الى التعرف على:

- ١- أساليب إدارة الانطباع لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج.
- ٢- الحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج.
- ٣- الدلالة الإحصائية للعلاقة الارتباطية بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج.
- ٤- الفروق ذات الدلالة الإحصائية في العلاقة الارتباطية بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج على وفق متغير الجنس (ذكور-إناث).

## حدود البحث :

يتحدد البحث الحالي بالمدرسين والمدرسات في المرحلة الإعدادية من المقبلين على الزواج في مركز محافظة بابل للعام الدراسي (٢٠٢٤/٢٠٢٥) ولكلا الجنسين.

## تحديد المصطلحات:

## أولاً: أساليب إدارة الانطباع :

عرفها (Goffman 1954): وهي مجموعة من الأفعال السلوكية التي يتبناها الفرد لأثارة أعجاب الآخرين عن طريق استخدام الوسائل والأساليب اللفظية وغير اللفظية الموجهة نحو الطرف الآخر. (Krisanic,2008:5)

ثانياً: الحكمة العاطفية :

عرفتها (Saxer ٢٠٠٩): قابلية الفرد على تقبل الآخر كما هو وليس كما يحب ويتصور ان يكونوا وتتضمن ابعادا معرفية وعاطفية وسلوكية. (Saxer,2009:45)

## الإطار النظري

## أولاً: أساليب إدارة الانطباع :

قدم العالم (Goffman عام ١٩٥٤) مفهوم إدارة الانطباع في كتابه تقديم الذات Self-Introduction إذ يوضح فيه أن لدى كل فرد دافعية داخلية تعطيه حافزاً على تقديم ذاته للآخرين بصورة مقبولة اجتماعياً وهي أساسية للتفاعل الاجتماعي وتتضمن العديد من الأساليب والسلوكيات التي تؤدي الى تحقيق أغراض تخدم الفرد (Krisanic,2008:20) وفي ضوء هذه النظرية وانتشارها تتباين وجهات نظر الدارسين والباحثين حول مفهوم أساليب إدارة الانطباع، إلا أن أغلبهم يؤكدون على أنها تمثل سعي الأفراد من أجل خلق تصورات معينة في

المواقف الاجتماعية وهي تصورات جديدة مرغوبة لدى الآخرين اتجاهه أو تغيير تلك الأفكار المتصورة عنه لغرض ودافع شخصي ولتصبح تلك الأساليب أو السلوك ضمن مجموعة أساليب وسلوكيات يتبعها الفرد لتحقيق ذلك الغرض.

إذ يوضح ( Bozeman and Kacmar ١٩٩٧ ) أن أساليب إدارة الانطباع تمثل مجموعة من السلوكيات التي يتبناها الأفراد لهدف محدد مثل التحكم بآراء الآخرين أو تغيير قناعاتهم، إذ إن سلوك الفرد يمثل سعيه الى السيطرة أو التحكم في انطباعات الآخرين عنه (Bozeman& Kacmar,1997:9) فيما يرى ( Carter& Dukerich ١٩٨٩ ) أن الأفراد الذين يتبنون أساليب معينة من إدارة الانطباع يمتلكون أهدافاً قصيرة المدى تتمثل في الخروج من مواقف معينة أو أهدافاً بعيدة المدى منها خلق تصورات لكسب سمعة جيدة أو جدارة ومصداقية وثقة لدى الآخرين. (Carter&Dukerich,1989:251)

كما أن أساليب إدارة الانطباع عملية ذات أهمية لتشكيل العلاقات العاطفية والحصول على شريك الحياة المناسب، إذ إن قدرة الفرد على امتلاك الأساليب الأساسية وتقديم نفسه بصورة جذابة إلى الجنس الآخر، وتوكيد ذاته تجعل من الفرد ذو امكانية على أقناع الطرف الآخر بما يتمتع به من صفات شخصية وجسدية، وأن هذه العملية مهمة وضرورية وذات فائدة في بداية عملية المواعدة العاطفية وفي الحفاظ على العلاقة العاطفية بمرور الزمن. (Winter et al.,2011:232)

وقد أشار كيم Kim (٢٠٠٨) في دراسته الى أن استخدام أساليب الانطباع تعد وسيلة إيجابية وجيدة للتعبير عن الذات لدى الفرد وهي توضح إمكانات الفرد وقواه وسماته الإيجابية التي تمكن الآخر من أن يدرك ان شريكه قادر على حمايته وأن يقدم الرفاهية والسعادة والطمأنينة للشريك والتأثير على انطباعاته ومعتقداته وجعله منجذباً نحوه ويتقبل علاقته ويفكر فيه كونه شريكه المستقبلي (Kim,2008:3) وتتفق مع ذلك ما توصلت اليه دراسة ورد Ward (٢٠١٦) التي هدفت الى معرفة العلاقة الارتباطية بين أساليب إدارة الانطباع والرضا العاطفي وقد وجدت الدراسة أن أفراد العينة الذين سجلوا درجات مرتفعة على مقياس إدارة الانطباع كانوا يتمتعون بعلاقة عاطفية عميقة، ولديهم شعور بالمتعة المستمرة مع شركائهم ويشعرون بالرضا عن اختيار شريكهم كما ان لغة التواصل لديهم تتمتع بمستوى عالٍ من النقاهاهم (Ward,2016:81) كما ان دراسة زيتوك وآخرون Zytka et al. (٢٠١٤) توصلت الى أن الأفراد الذين يمتلكون مهارة في استخدام أساليب إدارة انطباع عن طريق تقديم ذواتهم إلى شركائهم المختارين في الحياة الواقعية ووسائل التواصل مثل الانستغرام أو الفيس بوك وبرامج المواعدة ومنها التندر أظهروا إمكانية عالية في التأثير على شركائهم، مع وجود تفاعل إيجابي عن

طريق اجراء محادثات ثنائية ممتعة لفترات طويلة وتواصل إيجابي عن طريق نقل الأفكار والمشاعر بأسلوب سلس ومن دون تكلف ومشكلات مع عبور حواجز الخجل والقلق الموقفي وتنسم علاقتهم بالاستقرار والثقة والتواصل والتماسك (Zytko et al.,2014:5)

### أساليب إدارة الانطباع :

إن عملية إدارة الانطباع تمثل عملية يسعى الفرد فيها الى إحداث تأثير إيجابي على الآخرين عن طريق مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التي تهدف إلى جعل الأفراد الآخرين يقتنعون ويصدقون هذا الانطباع، وخلق تصورات ومشاعر وأفكار إيجابية اتجاههم، والتعبير عن ذواتهم بطريقة مغايرة وخلق هوية مميزة. (Irwansyah&Sagita,2021:88)

- ومن هذه الأساليب التي يستعملها الأفراد في علاقاتهم العاطفية والاجتماعية مع الشركاء المحتملين:
- ١- استخدام القواعد الاجتماعية ذات السياقات التي تنسم باللفظ والطيبة والأخلاق ومنها الامتنان وتقديم الاعتذار في المواقف التي تتطلب ذلك.
- ٢- استخدام المظهر الحسن عن طريق ارتداء ملابس متناسقة وتؤشر الى ذوق عالي للفرد في اختيارها وتنسيقها وكذلك استخدام العطور والساعات المميزة واختيار المطاعم والنزهات الفاخرة.
- ٣- استخدام الوسائل اللفظية والاشارات البصرية اللطيفة ومنها الابتسامة والاشارات الجسدية التي تشعر الآخرين بالراحة وعدم التوتر والابتداء بالسلام بطريقة تعكس الود والاحترام.
- ٤- الدخول في التفاعل الاجتماعي بصورة إيجابية عن طريق استخدام وسائل لفظية مناسبة ونشر الرسائل الاجتماعية الإيجابية وقبول الآخر والآراء المتبادلة.
- ٥- إعادة صياغة للانفعالات في المواقف التي تنثيرها مثلاً إعادة صياغة القلق في كونه يمثل إثارة والعاطفة المتبادلة في كونها شغف (Bitterlya&Schweitzerb,2019:74)

### نظرية (Goffman ١٩٧٩) المفسرة لأساليب إدارة الانطباع :

قدم جوفمان أول النظريات التي فسرت مفهوم ادارة الانطباع إذ يرى أن اهتمام الفرد وتعبيره عن ذاته وموقفه من الآخرين وتقديم نفسه لهم والطريقة التي يمكن عن طريقها التحكم بانطباعات الآخرين عنه أثناء التفاعل الاجتماعي تعد أسلوباً لإدارة الانطباعات وهذه السلوكيات أقرب الى التأليف القصصي فالتأليف يقدم تناغم مع جذور الفرد التفاعلية الرمزية التي تركز على ذات الفرد والآخرين عن طريق التفاعل الاجتماعي واستناداً إلى نظرية التفاعلية الرمزية، وجد جوفمان أن الايماءات والتعبيرات الجسدية والإيماءات ونوعية الموقف تعد مؤشرات

صادقة للمعنى المشكل الموقف وأدراك الفرد لحاجته لاستخدام أساليب انطباع محددة، كما وتجعله يحاول تعديل تعبيراته الجسدية وأفعاله بالشكل الذي يظهر الفرد بأحسن صورة (صالح وكاظم، ٢٠٢٣: ٢٤٨) ويرى جوفمان ان هنالك يوجد ثلاثة مستويات تتشكل لهوية الفرد عند استخدامه لأساليب إدارة الانطباع هي: **هوية الأنا:** وهي عملية تقديم الفرد ذاته لذاته وأدراك مشاعره وحدود قدراته ونقاط قوته وضعفه. **الهوية المتفردة:** وهي عملية تقديم الفرد نفسه للآخرين في محيطه من العائلة والمقربين وإظهار الصورة والشكل الذي يتخذه وتكوين انطباعات تحدد هويته المتفردة عن الآخرين وشخصيته امامهم. **الهوية الاجتماعية:** وهي ان يقدم الفرد نفسه للآخرين في محيط أكبر من محيطه المقرب التي تشمل زملاء العمل والجمهور ويحدد فيه الفرد كيف يراه الآخرون وان أداء الفرد يترك انطباعا يهدف الى تشكيل الصورة الاجتماعية له أمام الآخرين وتلعب التفاعلات الاجتماعية ومهارات التواصل والخصائص الكاريزماتية للفرد دورا كبيرا في ذلك. (Spoorthi,2020: 11)

#### ثانيا: الحكمة العاطفية :

إن الحكمة بصورة عامة تمثل حالة سلوكية عقلية تشتمل على التفاعل والالتزان والتكامل بين الجوانب العقلية والدافعية والانفعالية إذ إن الحكمة هي توازن بين طموحات واهتمامات الفرد الذاتية واهتمامات الآخرين في السياقات الاجتماعية وهي علامة على أن نشاط الدماغ وفاعليته يسير باتجاه مسار نمو صحيح (الدسوقي، ٢٠٠٧: ١١) والحكمة وفق وجهة النظر النفسية تعني وجود نمط معقد من السمات الشخصية والأنماط والسلوكيات الموقفية والحياتية التي تعمل مجتمعة على إيصال الفرد الى مستوى عقلي متحكم في مسير حياته. (Ardelt & Jeste,2016:144)

ويرى ( Florence ٢٠٢١) أن الحكمة العاطفية هي نتاج للخبرة والمعرفة حينما تجتمعان وتصبحان وحدة متكاملة إذ إن عواطفنا تشبه النظام الملاحي الذي يقود الفرد باتجاه ثابت وهي ترتبط بكل جوانب حياتنا، فحين نتكلم فهي تحدد كيف نشعر؟ وهي التي تمتلك القدرة على قياس مدى جودة الحياة التي نحياها؟ ومتى نكون على درجة من عدم اليقين والشك؟ وحتى متى نكون قادرين على الثقة بأنفسنا أو بالآخرين؟ بهذه الطريقة نتعلم كيف نفهم أنفسنا وموقعنا في محيطنا الاجتماعي وكيف نحدد تصرفاتنا اتجاهها. (Florence,2021:99)

فيما يوضح ( Goleman ١٩٩٥) أن الحكمة العاطفية توفر للفرد سمة التحقق من عواطفه وتعطيه الامكانية في السيطرة والتحكم فيها في الحياة الواقعية واعطائها مسوغات ومبررات توجهها نحو مسارها الصحيح إذ إن الأفراد من ذوي الحكمة العاطفية يتمكنون من إدارة عواطفهم بصورة كفؤة وهم يمتلكون رقابة ذاتية، كما أنهم

يؤجلون إشباع حاجاتهم ورغباتهم كما تمكنهم من زيادة الثقة من الآخرين فيهم وإعطاء صفة الاحترام لذواتهم عن طريق ما يمثلونه من سلوكيات (Goleman,1995:55)، وهذا يوضح إن الحكمة العاطفية تحافظ على حالة من السعادة والرفاه النفسي إذ إن الفرد يحافظ على مستوى مقبول من علاقاته الإنسانية الإيجابية مع الآخرين وهو بذلك فهي تساهم في توجيه سلوكه مع الآخرين لتحقيق التوازن في علاقاته (Ardelt,2024:4) كما أن الحكمة العاطفية تتحدد بقدرة الفرد على الاستمتاع، وفهم التجربة العاطفية التي يعيشها والوصول بالشعور الى الكمال الداخلي والخارجي والاتزان، فالحكمة تمثل رحلة داخلية تتوقف على امكانات الفرد على الثقة بأن ما يعيشه من تجربة عاطفية واقتزان صوته الداخلي يؤثران به إذ إن العواطف تمثل الجزء الذي لا يتجزأ في تكامل الحياة. (Florence, 2021:125)

#### نظرية ( Saxer ٢٠٠٩ ) المفسرة للحكمة العاطفية :

توضح أن الحكمة العاطفية تعتمد بصورة كبيرة على كيفية استمتاعنا بتجربتنا العاطفية ومدى فهمنا لما نمر به وكيفية دعمنا لعاطفتنا التي تدعم جوانب حياتنا ورفاهيتها كما أنها تعتمد على قدرتنا في التفكير التأملي من أجل دمج ما نمر به من تجارب عاطفية وتحويلها الى خزين من الفهم لما نحن عليه وهي تنعكس فيما نطوره من صوت داخلي يدفعنا للتفكير والاهتمام وإيجاد مكان للسكون والسلام الداخلي وهو مكان للنمو الروحي والانفتاح على التجربة للوصول اليها بشكل أعمق (Ardelt,2024:6) أن الحكمة العاطفية وفق ما تراه سأكسر هي رحلة داخلية تعتمد على مهارتنا في التواصل مع ذاتنا والثقة بصوتنا الداخلي والاستجابة له وأن تجربتنا يجب أن تكتمل بالاستقامة والاكتمال والترابط بين ما نعيه ونشعر به وبين الصوت الداخلي الذي يوجهنا وهي حالة من الرفاهية الروحية وليست ثابتة، وهي ليست هدفا نهائياً، وهي متاحة للجميع (Baltes,2003:133) وتضع سأكسر للحكمة العاطفية ثلاثة ابعاد رئيسة (Sexer,2009:55) هي :

**البعد المعرفي:** وتمثل مهارة الفرد على الادراك العقلي والتفكير التأملي والتحليل للمعطيات، واستخدام القوى العقلية في تفسير ومعالجة المشكلات ومناقشة ما يمر به الفرد في أثناء حياته وهو على علاقة وثيقة بالذكاء والثقافة والتعلم.

**البعد السلوكي:** ويمثل انعكاس سلوكي للصورة العقلية لدى الفرد في مختلف مناحي الحياة، إذ إنه يمكن الفرد من التنبؤ بسلوك الآخرين، وتعكس اتجاهاتهم ومشاعرهم اتجاهه.

**البعد العاطفي:** وتمثل الجوانب الانفعالية والمزاجية التي تكون مسيطرة على الفرد ويسعى الى إيجاد الاتزان فيما بينها (Saxer,2009:47)

## منهجية البحث وإجراءاته:

## أولاً: منهج البحث :

اعتمد البحث الحالي المنهج الوصفي الارتباطي، والذي يهتم بوصف الظاهرة وخصائصها وظروفها وتركيبها وهو يتضمن عملية جمع البيانات ومن ثم تبويبها وتحليل معطياتها وقياسها وتفسيرها. (ملحم ، ٢٠٠٥ : ٣٢).

## ثانياً: مجتمع البحث :

إن مجتمع البحث يمثل المجموعة الكلية من الأفراد التي يسعى الباحث الى تعميم نتائج البحث عليها (عباس وآخرون، ٢٠١٤ : ٢١٧) إذ يتكون مجتمع البحث الحالي من مدرسي ومدرسات المرحلة الإعدادية في محافظة بابل/ مركز قضاء الحلة للعام الدراسي (٢٠٢٤/٢٠٢٥).

## ثالثاً: عينة البحث :

تمثل عينة البحث جزءاً من المجتمع تتسم بذات الصفات والخصائص الموجودة في مجتمع البحث، ولقد اختيرت عينة البحث بنسبة (٥٠%) من مجموع المدرسين والمدرسات في المرحلة الإعدادية وقد بلغت العينة تقريباً (٧٤) مدرس ومدرسة تم اختيار مدارسهم بالأسلوب العشوائي البسيط من (٢٧) مدرسة إدارية حكومية، (١٣) مدرسة بلغ فيها عدد المدرسين المقبلين على الزواج (٣٣) مدرس وبنسبة (٤٤%) تقريباً و(١٤) مدرسة بلغ فيها عدد المدرسات المقبلات على الزواج (٤١) مدرسة وبنسبة (٥٦%).

## رابعاً: أدوات البحث

أ- أداة قياس أساليب إدارة الانطباع: بعد مراجعة عدد من المقاييس، قام الباحثان بتبني مقياس أساليب إدارة الانطباع من دراسة صالح وكاظم (٢٠٢٣) والذي أعد لقياس أساليب إدارة الانطباع في العلاقات العاطفية والتي تتكون من (٢٠) فقرة موزعة على خمسة مجالات لكل مجال أربعة فقرات وضعت لها خمسة بدائل للإجابة وهي (دائماً، غالباً، أحياناً، قليلاً، أبداً) تأخذ الدرجات (٥، ٤، ٣، ٢، ١) على وفق تدرج ليكرت وأعد الباحثان للمقياس تعليمات توضح كيفية الإجابة عن فقراته مع مثال يوضح ذلك ، وقد راعى الباحثان في أعداد تعليماته أن تكون واضحة ومناسبة للعينة وطلب من أفراد العينة الإجابة عن فقرات المقياس جميعها وأوضح للعينة ان اجاباتهم لن يطلع عليها أحد ألا الباحثان فقط وأنها مخصصة للبحث العلمي.

١- التحليل المنطقي لأدوات البحث: من أجل معرفة صلاحية فقرات أداة القياس تم عرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال العلوم التربوية والنفسية وعددهم (١٠) محكمين لغرض التحقق من الصدق الظاهري وملائمة الفقرات بصورة منطقية لما أعدت له ومدى وملاءمة بدائل الإجابة للخصائص العمرية

والمعرفية لأفراد العينة وبعد الاطلاع على ملاحظاتهم وجد الباحثان ان نسبة الاتفاق تراوحت بين (٨٨%-١٠٠%) على فقرات المقياس مع وجود بعض التعديلات اللغوية على الفقرات والتي تم الأخذ بها وتعديلها.

٢- التحليل الإحصائي لفقرات مقياس أساليب إدارة الانطباع: قام الباحثان باستخراج القوة التمييزية باستعمال الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ومقارنة القيمة التائية المحسوبة بالقيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٩) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٣٨) وقد وجد الباحث أن جميع القيم التائية المحسوبة للفقرات مميزة عند مقارنتها بالقيمة التائية الجدولية لذا عدت جميعها مميزة.

٣- الاتساق الداخلي: استخدام الباحثان عدة أساليب لاستخراج الاتساق الداخلي وهي:

أ- أسلوب علاقة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس: عن طريق معامل ارتباط بيرسون ووجد ان جميع الفقرات مميزة إذ إن معاملات الارتباط جميعها أعلى من القيمة الجدولية البالغة (٠,٢٣١) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٧٢) وكما موضح في الجدول ادناه.

جدول (١) قيم معاملات الارتباط لعلاقة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس

| رقم الفقرة | قيمة معامل الارتباط | رقم الفقرة | قيمة معامل الارتباط |
|------------|---------------------|------------|---------------------|
| 1          | .347**              | ١١         | .485**              |
| 2          | .310**              | ١٢         | .488**              |
| 3          | .454**              | ١٣         | .436**              |
| 4          | .292**              | ١٤         | .437**              |
| 5          | .555**              | ١٥         | .366**              |
| ٦          | .315**              | ١٦         | .342**              |
| ٧          | .302**              | ١٧         | .321**              |
| ٨          | .554**              | ١٨         | .511**              |
| ٩          | .412**              | ١٩         | .387**              |
| ١٠         | .513**              | ٢٠         | .401**              |

ب- علاقة درجة الفقرة بدرجة المجال الذي تنتمي اليه: استخدم الباحثان معامل ارتباط بيرسون ووجد أن جميع الفقرات مميزة إذ إن جميع معاملات الارتباط اعلى من القيمة الجدولية البالغة (٠,٢٣١) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٧٢) وكما موضح في الجدول ادناه.

الجدول (٢) قيم معاملات الارتباط لعلاقة الفقرة بالدرجة المجال الذي تنتمي اليه

| المجال الاول |                     | المجال الثاني |                     | المجال الثالث |                     | المجال الرابع |                     | المجال الخامس |                     |
|--------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|
| رقم الفقرة   | قيمة معامل الارتباط | رقم الفقرة    | قيمة معامل الارتباط | رقم الفقرة    | قيمة معامل الارتباط | رقم الفقرة    | قيمة معامل الارتباط | رقم الفقرة    | قيمة معامل الارتباط |
| ١            | .639**              | ٥             | .489**              | ٩             | .559**              | ١٣            | .664**              | ١٧            | .408**              |
| ٢            | .579**              | ٦             | .552**              | ١٠            | .599**              | ١٤            | .485**              | ١٨            | .604**              |
| ٣            | .631**              | ٧             | .629**              | ١١            | .337**              | ١٥            | .589**              | ١٩            | .479**              |
| ٤            | .704**              | ٨             | .437**              | ١٢            | .423**              | ١٦            | .583**              | ٢٠            | .408**              |

## ٤- الخصائص السيكومترية للمقياس

أولاً: الصدق: قام الباحثان بالتحقق من الصدق على نوعين وهما على النحو الآتي:

أ- الصدق الظاهري: وقد تحقق حين عرض الباحثان فقرات أداة القياس على مجموعة من المحكمين في العلوم التربوية والنفسية وقد حصلت على نسبة اتفاق تراوحت ما بين (٨٨%-١٠٠%) .

ب- صدق البناء: وقد تحقق صدق البناء بطريقتين:

١- القوة التمييزية إذ وجد الباحثان أن جميع فقرات المقياس مميزة.

٢- الاتساق الداخلي بطريقة علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس وعلاقة درجة الفقرة بدرجة المجال الذي تنتمي اليه.

ثانياً: الثبات: استخراج ثبات المقياس بطريقة معامل الفا كرونباخ للاتساق الداخلي، وكانت قيمة معامل الثبات للمقياس (٠,٧٧).

ب- أداة قياس الحكمة العاطفية: بعد مراجعة عدد من المقاييس، قام الباحثان بتبني مقياس الحكمة العاطفية من دراسة حميد (٢٠٢٣) والذي يتكون من (٢٠) فقرة موزعة على ثلاثة مجالات وضعت لها أربعة بدائل للإجابة وهي (أوافق بشدة، أوافق، لا أوافق، لا أوافق بشدة) على وفق تدرج ليكرت وتأخذ الدرجات (٤، ٣، ٢، ١) وقد استخدم الباحثان ذات التعليمات المستخدمة في أداة قياس أساليب إدارة الانطباع.

١- التحليل المنطقي لأدوات البحث: من أجل معرفة صلاحية فقرات أداة القياس لما أعدت لقياسه وملائمة بدائل المقياس للعينة عرض من قبل الباحثين على ذات المحكمين في مقياس أساليب إدارة الانطباع وبعد مراجعة ملاحظاتهم وجد أن نسبة الاتفاق تراوحت بين (٨٦%-١٠٠%) على فقرات المقياس مع تعديل بدائل المقياس

الى التدرج الخماسي لتكون (دائما، غالبا، أحيانا، قليلا، ابدا) التي تأخذ الدرجات (١، ٢، ٣، ٤، ٥) مع وجود بعض التعديلات اللغوية على الفقرات والتي تم الأخذ بها وتعديلها.

٢- التحليل الإحصائي لفقرات مقياس الحكمة العاطفية: قام الباحثان باستخراج القوة التمييزية باستعمال الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ومقارنة القيمة التائية المحسوبة بالقيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٩) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٣٨) وقد وجد الباحثان أن جميع القيم التائية المحسوبة لفقرات مميزة عند مقارنتها بالقيمة التائية الجدولية لذا عدت جميعها مميزة.

٣- الاتساق الداخلي: استخدم الباحثان عدة أساليب لاستخراج الاتساق الداخلي وهي:

أ- أسلوب علاقة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس: عن طريق معامل ارتباط بيرسون ووجد أن جميع الفقرات مميزة إذ إن معاملات الارتباط جميعها أعلى من القيمة الجدولية البالغة (٠,٢٣١) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٧٢) وكما موضح في الجدول أدناه.

جدول (٣) قيم معاملات الارتباط لعلاقة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس

| رقم الفقرة | قيمة معامل الارتباط | رقم الفقرة | قيمة معامل الارتباط |
|------------|---------------------|------------|---------------------|
| 1          | .546**              | ١١         | .351**              |
| 2          | .325**              | ١٢         | .652**              |
| 3          | .506**              | ١٣         | .448**              |
| 4          | .236**              | ١٤         | .384**              |
| 5          | .515**              | ١٥         | .327**              |
| ٦          | .608**              | ١٦         | .666**              |
| ٧          | .424**              | ١٧         | .381**              |
| ٨          | .261**              | ١٨         | .632**              |
| ٩          | .661**              | ١٩         | .699**              |
| ١٠         | .546**              | ٢٠         | .332**              |

ب- علاقة درجة الفقرة بدرجة المجال الذي تنتمي اليه: عن طريق حساب معامل ارتباط بيرسون وجد الباحثان أن جميع الفقرات مميزة إذ إن معاملات الارتباط جميعها أعلى من القيمة الجدولية البالغة (٠,٢٣١) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٧٢) وكما موضح في الجدول أدناه.

الجدول (٤) قيم معاملات الارتباط لعلاقة الفقرة بالدرجة المجال الذي تنتمي اليه

| المجال الأول |                     | المجال الثاني |                     | المجال الثالث |                     |
|--------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|
| رقم الفقرة   | قيمة معامل الارتباط | رقم الفقرة    | قيمة معامل الارتباط | رقم الفقرة    | قيمة معامل الارتباط |
| ١            | .661**              | 8             | .572**              | 15            | .664**              |
| ٢            | .642**              | 9             | .350**              | 16            | .572**              |
| ٣            | .655**              | 10            | .457**              | 17            | .493**              |
| ٤            | .732**              | 11            | .638**              | 18            | .473**              |
| 5            | .631**              | 12            | .442**              | 19            | .727**              |
| 6            | .662**              | 13            | .534**              | 20            | .411**              |
| 7            | .688**              | 14            | .582**              |               | .744**              |

## ٤- الخصائص السيكومترية للمقياس

أولاً: الصدق: قام الباحثان بالتحقق من الصدق على نوعين وهما:

أ- الصدق الظاهري: وقد تحقق حين عرض الباحثان فقرات أداة القياس على المحكمين وقد حصلت على نسبة اتفاق تراوحت ما بين (٨٦%-١٠٠%) على فقرات المقياس جميعها.

ب- صدق البناء: وقد تحقق صدق البناء بطريقتين:

١- القوة التمييزية أذ وجد الباحثان أن جميع فقرات المقياس مميزة.

٢- الاتساق الداخلي بطريقة علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس وعلاقة درجة الفقرة بدرجة المجال الذي تنتمي اليه.

ثانياً: الثبات: استخراج ثبات المقياس بطريقة معامل الفا كرونباخ للاتساق الداخلي، وكانت قيمة معامل الثبات للمقياس (٠,٨١).

نتائج البحث وتفسيرها ومناقشتها :

الهدف الأول: أساليب إدارة الانطباع لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج:

طبق الباحثان مقياس أساليب إدارة الانطباع على أفراد العينة وبعد معالجة البيانات واستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري وجدا أن متوسط درجاتهم على المقياس (٧٢,٣٦) وبانحراف معياري مقداره (٨,٩٤) ولغرض معرفة الفروق الظاهرة بين المتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي استخدم الباحثان الاختبار التائي لعينة واحدة وكما هو موضح في الجدول ادناه.

## جدول (٥) نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة لدلالة الفرق بين الوسط الحسابي والوسط الفرضي لمقياس

## أساليب إدارة الانطباع

| مستوى<br>الدلالة | القيمة التائية |          | الوسط<br>الفرضي | الانحراف<br>المعياري | الوسط<br>الحسابي | عدد افراد<br>العينة |
|------------------|----------------|----------|-----------------|----------------------|------------------|---------------------|
|                  | الجدولية       | المحسوبة |                 |                      |                  |                     |
| ٠,٠٥             | ١,٩٩           | ١١,٨٩    | ٦٠              | ٨,٩٤                 | ٧٢,٣٦            | ٧٤                  |

يظهر من الجدول اعلاه أن القيمة التائية المحسوبة هي (١١,٨٩) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٩)، عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٧٣) أي أن المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج يمتلكون أساليب لإدارة الانطباع ويفسر الباحثان ذلك في أن أساليب إدارة الانطباع عملية ذات أهمية لتشكيل العلاقات العاطفية والحصول على شريك الحياة المناسب وأن هذه العملية ضرورية وذات فائدة في بداية عملية المواعدة العاطفية وفي الحفاظ على العلاقة العاطفية بمرور الزمن وهذا يتفق مع نظرية جوفمان الذي يرى ان تقديم الفرد وتعبيره عن ذاته وموقفه من الآخرين هي طريقة للتفاعل الاجتماعي وان هذه السلوكيات تعد مؤشرات لرغبة الفرد في الزواج واختيار الشريك المناسب وان المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج يدركون حاجتهم لاستخدام أساليب انطباع محدد ذات تأثير على الشريك المستقبلي، والظهور بأحسن صورة واتفق ما توصل اليه الباحثان في هذا الهدف مع نتائج دراسة كيم Kim (٢٠٠٨) التي أشار فيها الى أن الأفراد البالغين يستخدمون أساليب الانطباع الإيجابية وهي تعد وسيلة جيدة للتعبير عن الذات وذات تأثير على انطباعات الشريك المستقبلي ومعتقداته وجعله منجذباً نحوه ويتقبل علاقته ويفكر فيه كونه شريكه المستقبلي وتتفق مع ذلك ما توصلت اليه دراسة ورد Ward (٢٠١٦) من أن أساليب إدارة الانطباع ذات علاقة إيجابية مع الرضا العاطفي لدى البالغين.

## الهدف الثاني: الحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج:

طبق الباحثان مقياس الحكمة العاطفية على أفراد العينة وبعد معالجة البيانات واستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري وجدا ان متوسط درجاتهم على المقياس (٨١,١١) وبانحراف معياري مقداره (١٠,٢٩) ولغرض معرفة الفروق الظاهرة بين المتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي استخدم الباحثان الاختبار التائي لعينة واحدة وكما هو موضح في الجدول أدناه.

### جدول (٦) نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة لدلالة الفرق بين الوسط الحسابي والوسط الفرضي لمقياس الحكمة العاطفية

| عدد افراد العينة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوسط الفرضي | القيمة التائية |          | مستوى الدلالة |
|------------------|---------------|-------------------|--------------|----------------|----------|---------------|
|                  |               |                   |              | المحسوبة       | الجدولية |               |
| ٧٤               | ٨١,١١         | ١٠,٢٩             | ٦٠           | ١٧,٦٤          | ١,٩٩     | ٠,٠٥          |

يظهر من الجدول أعلاه أن القيمة التائية المحسوبة هي (١٧,٦٤) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٩)، عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٧٣) أي أن المدرسين والمدرسات يمتلكون الحكمة العاطفية ويفسر الباحثان ذلك في كون العينة والذين قد وصلوا الى مستوى معرفي ونفسي مستقر اوصلهم الى حالة من الحكمة وإمكانية التحكم في مشاعرهم وانفعالاتهم وعلى مستوى مقبول من علاقاتهم الإنسانية الإيجابية مع الآخرين وهو بذلك فهي تساهم في توجيه سلوكه مع الآخرين لتحقيق التوازن في علاقاته ومن ثم المحافظة على حالة من السعادة والرفاه النفسي وفهم التجربة العاطفية التي يعيشونها والوصول بالشعور الى الكمال الداخلي والخارجي والالتزان وهذا يتفق مع ما تراه سأكسر من أن الحكمة العاطفية تمثل مهارتنا في التواصل مع ذاتنا والثقة بصوتنا الداخلي والاستجابة له وإن تجربتنا يجب أن تكتمل بالالتزان والترابط بين ما نعيه ونشعر به وبين الصوت الداخلي الذي يوجهنا نحو الهدف النهائي وهو عملية الاستقرار ولم يجد الباحثان دراسة اتفقت مع ما توصل اليه في هذا الهدف.

**الهدف الثالث: الدلالة الإحصائية للعلاقة الارتباطية بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج.**

تم حساب معامل الارتباط بين درجات المدرسين والمدرسات للعينة البالغة (٧٤) مدرس ومدرسة على اداتي القياس وذلك باستعمال معامل ارتباط بيرسون والجدول (٧) يوضح ذلك.

### جدول (٧) معامل ارتباط بيرسون بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية

| المتغيرات                              | العينة | قيمة معامل الارتباط المحسوب |
|----------------------------------------|--------|-----------------------------|
| أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية | ٧٤     | ٠,٤٧١                       |

يتضح من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباطية موجبة طردية دالة إحصائياً بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية عند مقارنتها بالقيمة الجدولية البالغة (٠,٢٣١) ومستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٧٢) ويرى الباحثان أن ما توصل اليه في هذا الهدف هو نتيجة منطقية إذ إن أساليب إدارة الانطباع تحتاج الى ما يوازيها

يكافئها من حكمة عاطفية فهما مكونان يشتركان بالكثير من الجوانب ففي البعد السلوكي للحكمة العاطفية فأنها تتفق مع عملية تقديم الذات بطريقة مقبولة وإيجابية مع استخدام الحركات والایماءات الجسدية وفي الجانب المعرفي فإن عملية الاتزان والترابط اللفظي والكلام الإيجابي والتودد وإبراز الاهتمام للآخر هي أحد أساليب إدارة الانطباع .

**الهدف الرابع: الفروق ذات الدلالة الإحصائية في العلاقة الارتباطية بين أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية لدى المدرسين والمدرسات المقبلين على الزواج على وفق متغير الجنس (ذكور-إناث).**

من اجل التعرف على دلالة الفروق بين معاملي ارتباط أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية وفقا لمتغير الجنس (ذكور/إناث) أستعمل الباحثان الاختبار الزائي لتحويل معامل ارتباط بيرسون بين درجات الذكور والإناث على اداتي القياس الى القيمة الزائية لدلالة الفروق بين معاملي الارتباط وكما هو موضح في جدول أدناه.

**جدول (10) القيمة الزائية لدلالة الفروق بين معاملي الارتباط أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية**

**على وفق متغير الجنس (ذكور - إناث)**

| نوع الدراسة | العدد | معامل الارتباط | القيمة المعيارية المقابلة لقيمة معامل الارتباط |          | القيمة الزائنية |      | مستوى الدلالة | الدلالة |
|-------------|-------|----------------|------------------------------------------------|----------|-----------------|------|---------------|---------|
|             |       |                | المحسوبة                                       | الجدولية |                 |      |               |         |
| ذكور        | ٣٣    | ٠,٤٨١          | ٠,٥٢٣                                          | ٠,٨٣     | ١,٩٧            | ٠,٠٥ | غير دال       |         |
| اناث        | ٤١    | ٠,٣١١          | ٠,٣٢١                                          |          |                 |      |               |         |

وكانت نتيجة تطبيق الاختبار (٠,٨٣) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وهي غير دالة إحصائياً أي عدم وجود فروق بين معاملي الارتباط وفقاً لمتغير الجنس ويفسر الباحثان ما توصل اليه في هذا الهدف من أن عينة البحث من المدرسين والمدرسات يقعون في ذات الفئة العمرية وهم يمتلكون ذات الخصائص المعرفية والنفسية وهم أيضاً يعيشون في ذات البيئة الاجتماعية والتي تعطيهم سمات وخصائص مشتركة منها انهم يستخدمون أساليب تتسم بالود والتقدير والاحترام وإظهار الجوانب الإيجابية كما أنهم يلتزمون بالعادات والتقاليد التي تعطيهم الطابع الإيجابي سيما وهم يعيشون في مجتمع مسلم وكذلك فهم يعتمدون على إيصال رسائل لفظية ذات طابع ودود ومحترم وأن هذا هو ما يمثل الحكمة العاطفية إذ إن المدرسين والمدرسات بما يمرون به من عمليات تفاعل اجتماعي وتجارب ينعكس إيجابياً على استقرارهم النفسي مما يعطيهم الحكمة والاتزان.

## الاستنتاجات

- ١- أن عينة البحث من المدرسين والمدرسات يمتلكون أساليب متعددة من إدارة الانطباع وهي وسائل إيجابية وذات أثر في عكس صورة إيجابية لدى الشريك المستقبلي الذي سيتم اختياره وفق معايير منها ما هو نفسي ومنها ما هو مظهري وأخيرا اجتماعي.
- ٢- إن المقبلين على الزواج من المدرسين والمدرسات يمتلكون جوانب معرفية وسلوكية وانفعالية تتسم بالاتزان والترابط والايجابية وهي المكونات الأساسية للحكمة العاطفية وصولا الى الرفاه النفسي.
- ٣- إن أساليب إدارة الانطباع والحكمة العاطفية ظاهرتان مترابطتان كون أحدهما يؤدي الى الآخر فأساليب إدارة الانطباع تحتاج الى ما يوازيها من حكمة عاطفية من أجل استخدامها بصورة إيجابية للوصول الى الاختيار الموفق.

## التوصيات

- ١- أن تقوم المؤسسات والدوائر المعنية بإقامة دورات تدريبية وتنقيفية الى المقبلين على الزواج تعرفهم بالأساليب الإيجابية لإدارة الانطباع وكذلك توجههم نحو استخدامها بحكمة ومعرفة ودراية.
- ٢- تشجيع الشباب والشابات الراغبين بالزواج على اظهار جميع جوانب شخصيتهم واعتماد الصراحة في التعامل مع الشريك المستقبلي إذ يمثل الصدق جانب وقاية من حالات عدم التوافق الزوجي مستقبلا.
- ٣- دفع الباحثين الى كتابة منشورات توعوية تهدف الى إيضاح أهمية الحكمة العاطفية وبيان كيفية الوصول اليها إذ تمثل عنصر وقائي في حالات عدم التفاهم أو الانسجام مع الشريك.
- ٤- دفع مراكز الارشاد الأسري الى الاهتمام بالجوانب النفسية والاجتماعية للمقبلين على الزواج من خلال توفير البرامج التوعوية والارشادية المختصة بهذا الجانب وكيفية اعداد الأسرة الاعداد السليم واختيار الشريك الأمثل.

## المقترحات

- في ضوء ما توصل اليه الباحثان من نتائج فانهما يقترحان الاتي:
- اجراء دراسة ارتباطية بين أساليب إدارة الانطباع و (جودة الحياة الزوجية، التوافق الزوجي، الذكاء الاجتماعي لدى المتزوجين ....)
  - اجراء دراسة ارتباطية بين الحكمة العاطفية و (أساليب التنظيم الانفعالي، التفكير الإيجابي، تقدير الذات .....)

## المصادر :

- حميد، اميرة مزهر (٢٠٢٣): إثر برنامج إرشادي بأسلوب الاستبصار في تنمية الحكمة العاطفية لدى طالبات المرحلة الإعدادية، مركز البحوث النفسية، المجلد (٣٤)، العدد (٤)، ٧٦٩-٧٦٤.
- الدسوقي، محمد غازي (٢٠٠٧): البيئة العاملية للحكمة لدى الموهوبين والعاديين، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التربية، جامعة عين شمس، مصر.
- شاهين، هيام صابر (٢٠١٢): اسهام كل من الذكاء الاجتماعي واحداث الحياة الضاغطة في التنبؤ بالحكمة لدى معلمي مدارس التربية الفكرية، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد (١٣)، العدد (٣)، ٢١١-٢٣٧.
- صالح، علي عبد الرحيم، كاظم، بيداء جواد (٢٠٢٣): استراتيجيات إدارة الانطباع في العلاقات العاطفية لدى طلبة كلية الآداب، مجلة القادسية في الآداب والعلوم التربوية، جامعة القادسية، المجلد الثالث والعشرون، العدد (٤) الجزء (٣)، ٢٤٦-٢٦٩.
- العاسمي، رياض (٢٠١١): الإفصاح عن الذات وعلاقته بالتعاطف لدى طلبة الجامعة، أطروحة دكتوراة منشورة، كلية التربية، دمشق، سوريا.
- عباس، محمد خليل، نوفل، محمد بكر (٢٠١٤): مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط٥، كلية العلوم التربوية الجامعية-الأونروا.
- علوان، سوزان (٢٠٢٠): استراتيجيات إدارة الانطباع لدى رؤساء الأقسام الأكاديمية في جامعة الزقازيق في ضوء نماذج نظرية الذكاء العاطفي، مجلة كلية التربية، جامعة الزقازيق، العدد ٢، المجلد ١٤، ٢٤٥-٢٦٦.
- ملحم، سامي محمد (٢٠٠٥) القياس والتقويم في التربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- Ardelt M, Jeste DV.(2016). Wisdom and hard times: The ameliorating effect of wisdom on the negative association between adverse life events and well-being. Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences. Advance online publication.
- Ardelt, M. (2024). Wisdom predicts emotional intelligence and wise reasoning. The Journal of Positive Psychology, 1-13.
- Aslan, Şebnem; Akarçay, Demet. (2014). The Effects of Impression Management and Organizational Affective Commitment on Citizenship Performance, The Clute Institute International Academic Conference Munich, Germany, pp. 607-616.

- Baltes PB, Smith J, Staudinger UM. (2003). Wisdom and successful aging. In: Sonderegger T, editor. Psychology and aging. University of Nebraska Press; Lincoln. pp. 123–167.
- Barros, R.S., Soares, A B. & Hernandez, J A .(2019). Social skills, empathy, love, and satisfaction in the family life cycle. PSYCHOLOGY OF DEVELOPMENT • Estud. psicol. 36, p.1-11.
- Bitterlya, T. B & Schweitzerb, M E. (2019). The impression management benefits of humorous self-disclosures: How humor influences perceptions of veracity. Organizational Behavior and Human Decision Processes 151, 73–89.
- Bozeman, D. P. & Kacmar, K. M. (1997). A Cybernetic Model of Impression Management Processes in Organizations. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 69(1), 9-30
- Carter, S & Dukerich, J., (1989). Corporate Responses to Changes in Reputation, Corporate Reputation Review, Vol.1, No.3, 250-270.
- Ellison, N ., Heino, R & Gibbs, J.(2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. Journal of Computer-Mediated Communication 11, 415–٤٤١
- Florance, J(2021): Emotional Health, the Voice of Our Sou, New York , March in o.
- Glück, J. & Bluck, J. (2011). Lay people's conceptions of wisdom and its development: cognitive and integrative views. Psychological Sciences, 1(2), 77-94.
- Glück, J., Gussnig, B., and Schrottenbacher, S. M. (2020). Wisdom and value orientations: just a projection of our own beliefs? J. Pers. 88, 833-855.
- Goleman, D(1995): Emotional Intelligence, New Okanagan Books.
- González JAI, Velasco MPW, Tavizón SB.(2017). Impression management strategies and their relationship with psychological variables in a Mexican sample. VERTIENTES , Revista Especializada en Ciencias de la Salud 20(2): 12-21.
- Gwal, R.(2015). Tactics of Impression Management: Relative Success on Workplace Relationship. The International Journal of Indian Psychology ISSN 2348-5396 (e) | ISSN: 2349-3429 (p) Volume 2, Issue 2, 47-58.
- Kim, E J (2008). Impression Management. The International Encyclopedia of Communication. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieci013>
- Krisanic, K. (2008). MOTIVATIONS AND IMPRESSION MANAGEMENT: PREDICTORS OF SOCIAL NETWORKING SITE USE AND USER BEHAVIOR. A Thesis presented to the Faculty of the Graduate School at the University of Missouri-Columbia.

- Remick, A. K.(2010). THE EFFECTS OF IMPRESSION-MANAGEMENT MOTIVATION ON EATING BEHAVIOR IN WOMEN. A thesis submitted in conformity with the requirements For the degree of Doctor of Philosophy Graduate Department of Psychology at University of Toronto.
- Sagita, Maria and Irwansyah, Irwansyah, Finding Love During the Pandemic: Impression Management on Dating Apps (2021). Proceedings of the 4th International Conference on Communication & Business (ICCB 2021), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3840736> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3840736>
- Saxer, Dena (2009): Emotional wisdom: daily tools for transforming anger, depression, and fear, First printing, Library of Congress Cataloging-in Publication Data.
- Spoorthi G.V.(2020). Different Impression Management Techniques Used in Organizational Settings. JOURNAL OF CRITICAL REVIEWS. VOL 7, ISSUE 13, 2020
- Tarhan, K. & Tutgun Ünal, Aylin. (2024). ARTICLE Uskudar Emotional Wisdom Scale (USEWS) validity and reliability studies and examining psychometric properties. Environment and Social Psychology. 9. 1-19.
- Vartanian, L R.,. Herman C. P, Polivy, J.(2007). Consumption stereotypes and impression management: How you are what you eat. Research Review, Appetite 48 ,265–277.
- Ward, J.(2016). ” Swiping, Matching, Chatting: Self-Presentation and Self-Disclosure on Mobile Dating Apps.” HUMAN IT 13.2 (2016): 81–95.
- Winter, S., Haferkamp, N., Stock, Y., & Krämer, N. C. (2011). The Digital Quest for Love – The Role of Relationship Status in Self- Presentation on Social Networking Sites. Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 5(2).
- Zytka, D &Grandhi S. A. (2014). Impression Management Struggles in Online Dating GROUP’14, 9–12.