

بشكل عام؟

الإجابة على هذا السؤال تجسد الشق الأول من السؤال وهو الصورة الذهنية المرجوة (Desired professional image)

على الجانب الآخر أسأل نفسك: ما الذي أخشى أن يقوله عني في غيابي؟، والإجابة على هذا السؤال تجسد الصورة الذهنية العبر مرغوبة (Undesired professional image) التي لا تريد أن تتكون عنك لدى الآخرين.

وفي جميع الأحوال لا يمكنك أن تعرف بشكل كامل ما يظنه الآخرون بك ، وما هي طبيعة انطباعاتهم عنك ، إلا أنه يمكنك أن تكون بعض الاستنتاجات التي تمثل الخطوط العريضة لانطباعاتهم عنك ، فمن الممكن أن يخبرك البعض بشكل مباشر بما يرون ، وما أنت عليه لديهم ، ولكن يجب تناول هذه الآراء ببعض الحذر فربما تكون هناك أعراض أخرى من وراء تلك الآراء التي قد تكون مضللة . بينما يمكنك أن تستنتج الكثير عن الانطباعات المتكونة عنك بشكل غير مباشر ، وبخاصة لدى رؤسائك من خلال التكاليفات التي توكل إليك وكذلك التوصيات والترقيات التي قد تحظى بها.

هذه الاستنتاجات المباشرة وغير المباشرة تشكل إلى حد كبير مدى معرفتك بالصورة الذهنية الحاصلة Perceived professional image والمتكونة فعلياً عنك لدى المحيطين بك في مجال العمل.

كيف تؤثر الآراء الشائعة في تكوين الصورة الذهنية في بيئات العمل المختلفة

مع التغيرات الكبيرة التي تحدث يومياً في مختلف بيئات العمل وما يصاحب ذلك من ازدياد أهمية العوامل النفسية للعاملين ، فقد أصبح لزاماً على من ينتقل إلى بيئة عمل جديدة أن يواجه تحديات كبيرة في تكوين صورة إيجابية عنه لدى الزملاء الجدد ، والحقيقة أنه عادة ما تكون هناك فجوة لدى الكثيرين بين الصورة التي يرغبون أن تتكون عنهم ، وتلك التي تتكون فعلياً في أذهان الآخرين ، وهنا تظهر مشكلة قد تمتد آثارها لفترات طويلة ما لم تكن لديهم القدرة على تكوين صورة إيجابية من البداية .

وتكمن أسباب هذه الفجوة في عاملين رئيسيين أولهما صورة سلبية تكونت لدى المحيطين بشخص ما نتيجة لأخطاء شخصية أو مهنية ارتكبتها في الماضي أو سلبيات كان يعاني منها سابقاً ، وأصبحت هذه الصورة السلبية مقترنة بذكر هذا الشخص وانتشرت بين المحيطين به ، وقد تصاحبه إلى بيئة عمله الجديدة ، ذلك على الرغم من تخلصه هو من تلك الأخطاء والسلبيات وأسبابها ، إلا أنها مازالت مقترنة به وتحتاج إلى جهد كبير منه لكي يعدل صورته الذهنية لدى المحيطين .

العامل الثاني يتمثل في الصورة الذهنية النمطية السائدة عن مجموعة أو طائفة أو شعب ما ، والحقيقة أن مثل هذا النوع من الصعوبات يواجهه الكثير من الأشخاص في كل

المجتمعات حتى المتقدمة منها ، فانك تجد انطباعاً نمطياً سائداً لدى معظم الأمريكيين مثلاً بأن الزنوج هم الأقل ذكاءً والأكثر ميلاً للسلوك الاجرامى ، بينما هناك انطباعاً سائداً عن الأمريكيين من أصول آسيوية بأنهم على مستوى عالٍ من المهارة التقنية ولكن لديهم مشكلة كبيرة في الاندماج بالمجتمعات المحيطة بهم . وعلى صعيدنا العربي كثيراً ما تواجه جنسيات معينة صعوبات كبيرة في إثبات كفاءتها بسبب انتشار انطباع عن ذلك الشعب بأنه كسول مثلاً أو عن شعب آخر بأنه غير أمين ، وحتى داخل الدولة ذاتها هناك المنطقة التي تتميز بالبخل ، وتلك التي تتميز بعدم الأمانة وهكذا .

وحتى الصور النمطية الإيجابية السائدة عن طائفة ما قد تمثل عبئاً إضافياً على منسوبيها ، فعلى سبيل المثال يتوقع الزملاء في بيئة العمل من ذلك الوافد الجديد - والحاصل على شهادة إدارة الأعمال MBA على سبيل المثال - يتوقعون منه مستوى أداء على درجة عالية من الاحترافية والكفاءة في ذات الحين الذي يحتاج هو إلى الكثير من الخبرات العملية حتى يصل إلى مستوى توقعاتهم ، مما يخلق نفس الفجوة التي تحدثنا عنها سابقاً .

وهكذا يجد الأشخاص المنتمون إلى تلك الشعوب أو المجموعات أنفسهم في مواجهة تحديات إضافية ليس لهم يد في تكوينها لدى المحيطين بهم ، ويجدون أن عليهم بذل مجهودات إضافية من أجل تكوين وتعزيز انطباعات إيجابية في بيئة العمل الجديدة سواء كانت تلك

إدارة الانطباعات

ما سبق يقودنا إلى ضرورة التعرف على ماهية إدارة الانطباعات (Impression Management) وما هي الفوائد التي تعود علينا في حال مارسناها بطريقة صحيحة . فبالرغم من التعقيدات التي تسببها الصور النمطية السائدة وكذا المحاولة الضرورية لإثبات الذات والكفاءة في محيط العمل إلا أن إتباع الطرق الصحيحة في إدارة الانطباعات غالباً ما يؤدي إلى نتائج موفقة للغاية في تكوين صورة ذهنية إيجابية لدى المحيطين تتمثل في الاحترام والاحترافية وثبات الشخصية في مجال العمل .

وهنا لا بد من الإشارة إلى عمق تأثير الاستخدام الصحيح للسلوك اللفظي وغير اللفظي على تكوين الصورة الذهنية الإيجابية مثل المظهر والتصرفات والإشارات السمعية والبدنية ومدى الالتزام السلوكي والعملية وطريقة التحدث والنطق ، واستخدام قواعد اللغة ودرجة ارتفاع وانخفاض الصوت حسب الحاجة ، واستخدام لغة الجسد بشكل عام . إلا أنه بجدد الإشارة إلى عامل آخر لا يقل أهمية ألا وهو