

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

مروة سليمان على

مدرس النظرية الاجتماعية- جامعة سوهاج

المستخلص:

تتناول هذه الدراسة محددات الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري في ضوء نظرية الهلع عند ستانلي كوهين، دراسة ميدانية بالتطبيق على بعض الأسر، ومن هنا تستهدف الدراسة التعرف على دوافع الهلع الاقتصادي لدى الأفراد، ورصد انعكاسات الهلع الاقتصادي على المجتمع، والكشف عن الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة، التي تم اختيارها بطريقة عشوائية غير منتظمة وتم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان.

وقد وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الهلع الاقتصادي تعد ظاهرة خطيرة لأنها تهدد الاستقرار الاقتصادي، ويترتب على ذلك نتائج سلبية تؤثر على الأمن القومي، ولكي يتم الحد منها لابد من تعاون الجميع حكومتاً ومستهلكين وإعلام لمعالجة هذه الأزمة.

الكلمات المفتاحية: الهلع الاقتصادي، ستانلي كوهين، الهلع الشرائي، التخزين.

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

Abstract:

This study examines the determinants of economic panic in Egyptian society in light of Stanley Cohen's panic theory. The study employs a field study methodology using a randomly selected sample of households to investigate the motivations behind individuals' economic panic, the repercussions of economic panic on society, and practices that can mitigate the negative effects of economic panic.

The study's findings indicate that economic panic is a serious phenomenon that threatens economic stability and has negative consequences for national security. To mitigate economic panic, collaboration among the government, consumers, and the media is essential to address this crisis.

Keywords: Economic panic, Stanley Cohen, Panic buying, Hoarding

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

مروة سليمان على

مدرس النظرية الاجتماعية- جامعة سوهاج

مقدمة:

يواجه العالم خلال السنوات القليلة الماضية العديد من التحديات، مثل: تباطؤ النشاط الاقتصادي العالمي، وزيادة معدلات التضخم مما أثقل أعباء تكلفة المعيشة، وانخفاض الوضع المالي في معظم المناطق نتيجة للغزو الروسي لأوكرانيا وجائحة كوفيد-١٩، وتشير التنبؤات إلى تباطؤ النمو العالمي من ٦,٠٪ في عام ٢٠٢١ إلى ٣,٢٪ في عام ٢٠٢٢ ثم ٢,٧٪ في عام ٢٠٢٣، فيما يمثل أضعف أنماط النمو على الإطلاق منذ عام ٢٠٠١ باستثناء فترة الأزمة المالية العالمية والمرحلة الحرجة من جائحة كوفيد-١٩، حيث يعمل الاقتصاد العالمي في ظل حالة من عدم اليقين من ضمنها تعطل سلاسل التوريد، ومعاناة فرق الخدمات اللوجستية لتلبية مستويات الطلب غير المسبوقة، كما ارتفعت أسعار السلع، وارتفعت معدلات شحن الحاويات على مستوى العالم مع زيادة كبيرة في مستويات الشحن الداخلي، ووصل التضخم العالمي إلى مستويات غير مسبوقة في ذلك الحين بسبب الغزو الروسي لأوكرانيا، وأدانت الكثير من الشركات تلك الحرب، التي أسفرت عن أسوأ أزمة إنسانية في أوروبا منذ الحرب العالمية الثانية، إضافة إلى أزمة الغذاء والطاقة.

وفي ظل العصر الحديث وتغيراته المتسارعة، واجهت الدول تحديات متزايدة تتعلق بقدرتها على إدارة اقتصادياتها، فقد وصف عالم الاجتماع أولريش بيك هذه التحولات في نظريته "مجتمع المخاطر" التي ظهرت في القرن العشرين، إن المجتمعات الصناعية، وما صاحبها من تطور تكنولوجي، وتغيرات في علاقات العمل والاقتصاد والاستهلاك والاتصال، قد أصبحت مصدرًا دائمًا لتحديات غير مسبوقة يصعب إدارتها في مواجهة

^١ صندوق النقد الدولي، تقرير آفاق الاقتصاد العالمي أكتوبر ٢٠٢٢

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

المخاطر العالمية مثل المخاطر البيئية، والمخاطر الأمنية، والمخاطر الاقتصادية، و يُشير بيك إلى أن هذه المخاطر العالمية قد أدت إلى تحول هائل وشامل في مفهوم المجتمع في القرن الحادي والعشرين من خلال ازدياد عدم اليقين، حيث أصبح من الصعب التنبؤ بالمستقبل والتحكم في المخاطر التي تواجهها المجتمعات، وظهور اللحظة اللاقومية حيث أصبحت المشكلات العالمية تتجاوز حدود الدول، وتتطلب حلولاً دولية مشتركة. (أولريش بيك، ٢٠٠٦)

وبناء على ذلك تأثر المجتمع المصري بتلك التحديات الاقتصادية في الأونة الأخيرة، والتي فرضتها عليه الظروف الدولية والإقليمية المحيطة بسبب تداعيات جائحة كورونا والحرب الروسية الأوكرانية وحرب غزة، الأمر الذي يتصدر يومياً عبر وسائل الاعلام والتواصل الاجتماعي مما تسبب في حدوث حالة من الهلع تتصاعد يومياً، ويحاول الجمهور التعايش مع تلك التحديات وتداعياتها، وقد تبنت الحكومة إجراءات طوارئ لتلافي الأثر المباشر لارتفاع أسعار السلع، لكن التداعيات الاقتصادية الأوسع ما تزال غير واضحة في ظل انتشار الشائعات عبر وسائل الاعلام القديمة والحديثة، مما أدى إلى خلق نوع من الهلع المرتبط بالاقتصاد، نتيجة تعامل الجماهير مع المعلومات المقدمة لهم على أنها حقائق، خاصة تلك المعلومات التي ترتبط بقوت يومهم، الأمر الذي يجعل هذه الأخبار تنتشر بشكل سريع، فاصبح الجمهور أمام العديد من المعلومات والأخبار التي تسبب له القلق والخوف والهلع من المستقبل، لأن أغلب المواطنين لا يمتلكون الخبرة للتعامل مع تلك المعلومات.

وعلى الرغم من ذلك فإن مفهوم الاقتصاد ليس مجرد مصطلح معقد لا يفهمه رجل الشارع، بل هو نشاطاً إنسانياً تحركه المشاعر من أهمها الخوف من الخسارة والرغبة في الحفاظ على الأملاك، فقديماً كان الاقتصاديون يشيرون إلى الكساد العظيم على أنه ناتج عن جشع رجال الأعمال والقطاع الخاص أو تدخل الحكومة في الاقتصاد، لذلك

غالبًا ما تؤدي حالة الهلع إلى تعقيدات ومشكلات خطيرة ينتهي معظمها بالموت للشخص المذعور، كما يعد اضطراب الهلع خطيرًا، لأن الفرد الذي يعاني من خوف يسعى إلى اتخاذ إجراءات سريعة تؤدي إلى تفاقم الوضع. بالإضافة إلى ذلك، تنتشر حالة الهلع ليس فقط كرد فعل لشخص واحد مذعور، ولكن يكون بين حشد لا يمكن السيطرة عليه ولا يعطي حسابًا في نواياك الخاصة، وكثير من العلماء مقتنعون بأنه لا يوجد سلاح أسوأ من حشد خائف من الناس.

إن التنبؤ بالهلع له أهمية كبيرة في العديد من المجالات خاصة في مجال الاقتصاد، وخير مثال على ذلك هي التحديات الاقتصادية التي تمر بها البلاد حالياً، فقد يكون الهلع سببه تهديد خارجي محدد أو داخلي ذاتي، والتحديات الاقتصادية الأخيرة وحالات الهلع الكبيرة التي حدثت معها أثرت بشكل كبير على السوق، وهذا دليل مباشر يؤدي إلى الخوف وعدم اليقين، والتأثر نسبياً بالأخبار الخارجية، كما أن المستويات العالية من التقليد تعد مؤشراً عاماً لحدوث الهلع الاقتصادي مما يسبب ذلك أزمات ذاتية (Harmon,2011).

وقد لا يكون الهلع الاقتصادي ظاهرة جديدة لأنه حدث خلال أنواع مختلفة من المواقف المرتبطة بالكوارث، مثل مواجهة تصاعد وباء كورونا، ولكن الآن أصبح هلع الشراء مظهرًا مهمًا للغاية نظراً لاستجابات المستهلكين بسبب الخوف من عدم اليقين، كما يعد الهلع المرتبط بارتفاع الأسعار قضية بارزة لأنه قد يسبب الضيق للناس، ويزيد من القلق العام مما يؤثر على الفئات الضعيفة من المستهلكين الذين هم في حاجة أكبر إلى الموارد التي يصعب الوصول إليها، ويؤثر أيضاً سلباً على العديد من الأنشطة التجارية والمشروعات مما ينتج عن ذلك زيادة أسعار المواد الخام، كما له تأثير ضار على المستهلكين الأفراد مما يؤدي إلى الهلع الاقتصادي الذي يدفع الناس إلى الشراء ويضعف القوة الشرائية، لأن المستهلك أصبح مضطراً إلى شراء نفس السلع والمنتجات بأسعار أعلى من المعتاد (Huan,2021) .

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

ومع موجة ارتفاع الأسعار يتصارع الأفراد في الحصول على المنتجات الأساسية بسبب حدوث قفزات مفاجئة في الأسعار، وبالتالي يقل معدل تواجد تلك المنتجات في المحال التجارية، ويصعب على القائمين على التجارة توفيرها، وقد ينتج عن ذلك انخفاض واضح في مستوى الخدمة المقدمة، مما يؤثر سلبيًا على التوازن في سلسلة العرض والطلب، كما يمكن أن تؤثر هذه الاضطرابات المتتالية على سلسلة التوريد، ويزيد من مشكلات ديناميكيات في سعة الشحن، وقدرات الإنتاج للصناعات، وسلوكيات تخزين المستهلك مما يؤثر على تجار التجزئة، كما ينتج عنه تخصيص الطلبات أو القرارات المتعلقة بالتسعير ومرونة الحجم، ويمكن أن تكون المخاوف بشأن نقص المنتج، هو السبب والعامل المحتمل الذي يؤدي إلى قيام المستهلكين في مثل هذا السلوك غير المرغوب فيه، كما أن استقرار دخل الأسرة، والذي يرتبط ارتباطًا مباشرًا بالسياسات التي تفرضها الحكومة، له أيضًا تأثير كبير على هلع الشراء والقلق، والتحديات الاقتصادية التي يعاني منها المجتمع هذه الفترة لأنها أدت إلى تفاقم نقاط الضعف الاقتصادية الموجودة مسبقًا، حيث يكون لدى الأفراد أسبابهم المنطقية الخاصة لتغيير سلوكياتهم بحثًا عن الطمأنينة. وبالتالي، كلما زادت حالة عدم اليقين وعدم القدرة على التنبؤ التي يواجهها الناس، كلما كانت الإجراءات التي يتخذونها أكثر أمانًا من وجهة نظرهم.

إذن، ما الذي يجعل المستهلكين يندفعون في عمليات شراء بسبب الهلع، مع أنه غير مرغوب فيه للأفراد والشركات على حد سواء على الرغم من معرفتهم بالعواقب الضارة للهلع الشرائي، وتعتبر الدراسات الامبريقية التي أسباب الهلع الشرائي بشكل مباشر نادرة، لذلك تهدف هذه الدراسة إلى محاولة للتعرف على العوامل الرئيسية التي تدفع الجماهير للتخزين والاحتناز وللشراء بدافع الهلع أثناء التحديات الاقتصادية، كما يعد فهم الهلع الشرائي أمرًا مهمًا للأفراد المستهلكين، وذلك لتعزيز وعيهم بالقوى التي توجههم

دون وعي نحو الاستهلاك الضار، لذلك نسلط الضوء على محددات الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري، وعلى دور المستهلكين الذين يتأثرون بالمعلومات التي يطلقها الآخريين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال معرفة الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي، والكشف عن الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الهلع الشرائي.

أولاً: مشكلة الدراسة:

إن الخوف هو الرفيق الدائم للإنسان منذ البدايات الأولى، وحتى الآن لم يتغيّر من حيث الجوهر بل تغيّرت أشكال ظهوره، والاقتصاد يولد من خلال الشغف، وعملاق الاقتصاد كينز اهتم بقراءة وتحليل المشهد الاقتصادي واكتساب المهارة في كسب الثروة من المضاربة في الأسواق والأسهم بأفكاره المتجددة تلقائياً، لأنه يجمع بين الفكر والممارسة التي نادراً ما يتمتع بها أي اقتصادي في العالم، فهو لم يكن في يوم ما خالفاً للهلع الاقتصادي، بل كان له ذا نظرة تفاؤلية مسالماً إلى حد بعيد، في وقت كان عصره شاهداً على الحروب والأزمات الاقتصادية وصراع القوى الكبرى في العالم، لكنه استثمر أفكاره الاقتصادية ونظرياته بوضوح في اليقين وعدم اليقين ودرجات المخاطرة والافتراضات ونتائج الاحتمالات التي تستند على الأرقام والمؤشرات، لذلك يعتبر كينز أيقونة اقتصادية ساهمت في واقعية الاقتصاد على نحو ملائم وبأثر منهجي مستقبلي، لا يمكن إزاحته كحالة فريدة من الإلهام الاقتصادي الذي لا يمكن الاستغناء عنه وهو قدوة لتجنب فوضى الهلع الاقتصادي.

ومنذ عام ٢٠٠٨، بدأت الأزمة المالية في الولايات المتحدة، وانتشرت على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم، ونتج عنها فقدان الوظائف، وأصبح العثور على عمل جديد أكثر صعوبة مع ارتفاع معدلات البطالة، وتشير نتائج الدراسات إلى أن الأزمات والركود يصاحبهما زيادة في معدلات البطالة والوفيات والانتحار، بالإضافة إلى ذلك، يؤدي كل من انخفاض الأجور إلى زيادة البطالة بنسبة ١٠٪ وتعتبر هذه الظواهر

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

خطيرة، حيث ارتفعت أسعار المستهلكين بين مارس ٢٠٢٠ ونوفمبر ٢٠٢٢ بحوالي ١٦٪ في الولايات المتحدة و ١٥٪ في منطقة اليورو والمملكة المتحدة و ١٦٪ في الهند و ٢١٪ في البرازيل، وكانت هذه الأرقام أكبر بواقع مرتين إلى ثلاث مرات مقارنة بالنسب التي كانت متوقعة بناءً على نتائج فترة ما قبل كوفيد-١٩، كما شهدت اليابان ارتفاع الأسعار وتضخم مالي لم تشهده منذ أكثر من ٤٠ عامًا. (Giorgi,2014)

وتعتبر الاحتياجات الإنسانية من بين الدوافع الرئيسية التي تؤدي إلى التغيير في السلوك، لأنها تعتبر أساس البقاء، وعندما تؤدي التحديات الاقتصادية إلى زيادة هذه الاحتياجات، يسعى الأفراد إلى تأمينها باستمرار، حيث أدت بعض العواقب السلبية إلى تفاقم الآثار الاقتصادية، ومن بين أهم هذه العواقب عدم اليقين في السياسات الاقتصادية، الذي أدى إلى تقلبات السوق، وقد تفاقم الشعور بعدم اليقين الاقتصادي (Rahomee Aljanabi,2021)، فمثلا خلال ٢٠٢٣ وصلت معدلات التضخم في مصر إلى مستويات قياسية حيث بلغت ٣٦٪ مقابل ١٥٪ عام ٢٠٢٢، وبسبب ذلك ارتفعت أسعار السلع الغذائية في الأسواق المصرية، وفي ظل تزايد التحديات الاقتصادية، تم تزويد الأفراد بالأخبار والمعلومات التي نتج عنها الخوف والهلع.^٢

ويتأثر الهلع بمجموعة من العوامل الفردية والاجتماعية والاقتصادية، لذلك لا بد من فهم ظاهرة الهلع الاقتصادي من أجل القدرة على التعامل مع الأزمات، بالإضافة إلى الحاجة للمرونة الفردية والاقتصادية والإقليمية فيما يتعلق بأحداث الأزمات الحالية والمستقبلية، لأن مفهوم الهلع الاقتصادي يرتبط بسلوكيات قد تؤثر إيجابا و سلبا منها سلوك الشراء والتخزين والاكتناز، فالجانب الايجابي للهلع الاقتصادي هو أنه يوفر معلومات مهمة للحكومة ومنظمات إدارة الأزمة، بالإضافة إلى صانعي السياسات لتعديل استراتيجيات الاستجابة للأزمات (Fieger, 2021)، ويمكن أن تسمح أيضًا بإدارة

^٢ جهاز المركزي للتعبة العامة والإحصاء

وتعديل المخزون بشكل أفضل، وتحسن إدارة سلسلة التوريد مع الحفاظ على رضا المستهلك، ولكن هذه السلوكيات لها تأثير أيضًا سلبي على السوق، لأنها تؤدي إلى فراغ أرفف المتاجر وغياب المنتجات المطلوبة، في حين أن سلوك الاكتناز يمكن أن يهدد استقرار النظام الغذائي خاصة في المدن والمناطق التي تعتمد على الاستيراد.

ويشهد العالم قلق وغموض غير مسبوق أدى إلى تأثير الاقتصاد العالمي تأثيرًا سلبيًا كبيرًا، حتى أن العديد من رواد الأعمال الصغيرة والمتوسطة وقف نشاطهم بسبب عدم القدرة على منافسة السوق، لأن الهلع تسبب في استمرار عدم اليقين بشأن المستقبل، وهناك مستويات شديدة من الخوف لدى الأفراد، مما جعل سلوكيات التسوق العدوانية داخل المتاجر، واندفاع الناس في موجات من الشراء وتخزين المنتجات والسلع الأساسية (Billore, 2021)، ومنها أصبح مثلًا اكتناز الذهب شائع وطبيعي، وعاد الهلع الشرائي إلى الظهور كسلوك استهلاكي طبيعي، وأصبح آلية للتعامل مع المخاطر الحقيقية والمتصورة، وفي الفترة الأخيرة نلاحظ زيادة عمليات الشراء غير المعتاد للمستهلكين بدافع الهلع، لمساعدتهم على تخفيف مخاوفهم مؤقتًا خوفًا من ارتفاع الأسعار، وشراء كمية كبيرة بشكل غير عادي من منتج معين لأن الأسعار غير ثابتة.

كما تسهم تنبؤات البنك الدولي بتأخر تعافي الاقتصاد عالميًا بزيادة عدم اليقين، ويلعب تأطير انتشار الأخبار عن الأزمة الاقتصادية دورًا في هذا الجو العالمي من الخوف والقلق، مما يضعف قدرة الناس على تحديد التهديدات أو تجنبها، وقد حدث ذلك في ظل جائحة كوفيد-19، والأمثلة السابقة للأزمات عندما تفشي مرض السارس وأنفلونزا الطيور، حيث كان يميل الناس إلى اللجوء إلى وسائل الإعلام البديلة مثل المصادر الشفهية ومصادر الويب المستقلة، لأن تتعارض هذه المصادر كقنوات خارج المؤسسات مع وسائل الإعلام الرسمية، مما يمكن أن يؤدي الحمل الزائد للمعلومات إلى الارتباك وزيادة القلق بين الجمهور، فهجوم واختلاط المعلومات، والغموض الذي يحيط بالناس، وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي والصور (على سبيل المثال، الرفوف الفارغة

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

في محلات السوبر ماركت)، تخلق حالة من الهلع لدى الناس مما يجعلهم يتصرفون بشكل غير عقلائي. (Billore,2021)

وبناء على ذلك يعتمد تحليل الناس وفهمهم للقضايا العامة على المعلومات أو الأدلة المتاحة عبر وسائل الإعلام التي تشكل الرأي العام، وتركز على جوانب معينة من بعض القضايا العامة (سواء الأحداث أو المعلومات أو الأشخاص أو المنتجات أو المنظمات)، وعلى الرغم من أن الدراسات السابقة تشير إلى أن الحكومة هي مصدر نموذجي للمعلومات أثناء الأزمات العامة، إلا أن كوفار (٢٠١٩) وضح أن وسائل الإعلام هي المصدر الذي يعطي المعلومات الحتمية لقضية ما، وفي هذا السياق، أكد كالفيلو وآخرون. (٢٠٢٠) أن الأطر الأيديولوجية السياسية المختلفة قد تؤثر على تصورات الناس، وأن عدم اليقين الاقتصادي يخلق وسيلة لتأطير سياسي أكبر مما يزيد من تحديات التواصل، التي تؤدي إلى فقدان الثقة في وسائل الإعلام أثناء الأزمة، وقد يتغير الوضع ويتم استبعاد المعلومات من قبل وسائل الإعلام لتناسب المرحلة الحالية من الأزمة، لأنها تؤثر بشكل واضح على الجمهور. (Rahomee,2021)

كما أن زيادة التعرض للمعلومات المضللة، والاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي، وسلوك المستهلك في ظل عدم اليقين ينتج عنه استمرار الأزمة، وتفاقم الاختلافات في الرأي العام حول القضية المحورية، وزيادة عدم الثقة في مصادر المعلومات الاقتصادية، كل هذا يؤدي إلى زيادة خوف الناس وقلقهم بشأن التهديد الخطير الذي يشكله على مستقبلهم لتأمين احتياجاتهم الأساسية، والخوف تجاه نقص المنتجات، ففي أوقات عدم اليقين الشديد ينتج عنه نشر معلومات مختلطة عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك وإنستجرام وتويتر وواتساب)، مما يعزز قلق الناس وزيادة عدم الثقة تجاه الاقتصاد، ويزيد الهلع في قرارات الشراء بين المستهلكين، ويعتمد

ذلك على مدى تعرض الأفراد لمعلومات ضخمة من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فكلما زادت القابلية للتأثر، زاد التأثير على قرارات الشراء.

ويعد التعرض المتكرر لمعلومات معينة، وخاصة المعلومات المثيرة للجدل، وشدة الروابط الاجتماعية للمستهلك من المؤشرات المهمة على الهلع الشرائي، حيث يرغب الناس في الظهور كمستهلكين أذكياء في أعين أقرانهم، وبالتالي يتأثرون بشدة بمعلومات وسائل التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال، يميل المستهلكون إلى تقليد الآخرين جسدياً وافتراسياً في سلوكياتهم، وللتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي دور مهم في تعزيز سلوك الشراء الهلع.

وعلى الرغم من الحاجة إلى فهم أفضل لظاهرة الهلع الاقتصادي، إلا أنه هناك نقص في الدراسات العلمية حول هذا الموضوع، وعلى هذا الأساس يمكن بلورة مشكلة الدراسة في تساؤل رئيس مؤداه: ما محددات ظاهرة الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري؟

ثانياً: أهداف الدراسة:

بالاستناد إلى تحديد مشكلة الدراسة على النحو السابق، يتركز الهدف الرئيس للدراسة في تسليط الضوء على ظاهرة الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري؟، وذلك من خلال رصد وإبراز تحليل المحددات المختلفة لظاهرة الهلع الاقتصادي، ولتحقيق هذا الهدف تسعى الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف الفرعية، وذلك على النحو التالي:

- 1- التعرف على دوافع الهلع الاقتصادي لدى الأفراد.
- 2- رصد انعكاسات الهلع الاقتصادي على المجتمع.
- 3- الكشف عن الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي.

١. ثالثاً: تساؤلات الدراسة:

بناءً على التحديد السابق لأهداف الدراسة، فإن تحقيقها سيعتمد على نجاح الدراسة في تقديم إجابات وافية على التساؤلات التي تنطلق منها الدراسة؛ وذلك من خلال الاعتماد

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

على المعرفة القائمة على الأدلة الميدانية، ومن ثمّ تتجلى إشكالية الدراسة في محاولة الإجابة عن عدة تساؤلات وهي:

- ١- ما دوافع الهلع الاقتصادي لدى الأفراد؟
- ٢- ما انعكاسات للهلع الاقتصادي على المجتمع؟
- ٣- ما الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي؟

رابعًا: الأهمية العلمية والتطبيقية للدراسة:

تستمد الدراسة الراهنة أهميتها من خلال الكثير من الأبعاد، سواء على المستوى العلمي أو المستوى التطبيقي، وذلك على النحو التالي:

تعزى الأهمية العلمية للدراسة إلى أنها تسلط الضوء على الهلع الاقتصادي وأسبابه، لمعالجة القصور الحاصل في الكتابات النظرية والدراسات السابقة في موضوع الهلع الاقتصادي بعدما اجتاحت في الأسواق العالمية حالة من الخوف والقلق، والتي يمكن أن تؤثر بشكل سلبي على المواطنين في أي دولة، لهذا يعتبر طرح موضوع الهلع الاقتصادي من الموضوعات الهامة، وتزداد هذه الأهمية لأن السلوك الاستهلاكي قابل للتغيير مما يتيح للحكومة أخذ زمام الأمور لتوجيه السلوك، كما أن القاء الضوء على دوافع الهلع الاقتصادي في أوقات الأزمات يسهم في قدرة الدولة على توجيه الأفراد في الاتجاه الصحيح، لذا يمكن للدولة استغلال الأزمة في توطيد علاقتها مع المواطنين، والقدرة على التكيف والاستجابة للتغيرات.

أما بالنسبة للأهمية التطبيقية للدراسة، فإنها تتمثل في تسليط الضوء على معرفة دوافع الهلع الاقتصادي لجهود التي تبذلها الحكومة، بهدف معرفة انعكاسات الهلع الاقتصادي على المجتمع، والكشف عن معرفة الممارسات الايجابية التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي، وتقديم عدد من التوصيات

التنفيذية التي يمكن للباحثين أو لواقعي السياسات ومتخذي القرار الاستفادة منها، سواء في تطوير هذه الجهود أو التوسع في المدى الأفقي لانتشارها.

خامساً: الإطار النظري للدراسة:

١- مفهوم الهلع في ضوء نظرية ستانلي كوهين:

تأسس مفهوم الهلع مع نمو الجريمة ووجودها في كل مكان على مدى العقود القليلة الماضية، حيث لاحظ "كوهين" وهو جالس على مقهى في "برايتون" ما وصلت إليه افعال الانحراف في وسائل الإعلام من تجاوزات ضخمة، ومشوهة، فأصبحت مثيرة للاهتمام، خاصاً ظهور مخاوف أخلاقية جديدة باستمرار في عالم ما بعد الحداثة، ورأى أن الهلع الأخلاقي يمكن أن يكون مصمماً بشكل متعمد من النخبة من أجل تحقيق مكاسب تجارية أو سياسية بهدف نشر وجهة نظرهم، وإنشاء أو تطبيق معايير تتماشى مع فهمهم لما هو أفضل. (سليمان، ٢٠٢٢)

ويعتبر الهلع رد فعل عاطفي له عواقب سلبية، تطور لأول مرة في المملكة المتحدة في أوائل الستينيات من قبل "ستان كوهين"، حيث وضع نموذجاً معالجاً لكيفية تطور أي مشكلة اجتماعية جديدة: من يروجها ولماذا، وكان الدور الحاسم في كثير من الأحيان تلعبه وسائل الإعلام ومؤسسات السيطرة الاجتماعية في أوائل التسعينيات، كما أنتج إريك جود وناكمان بن يهودا نموذجاً أيضاً ركز خلاله على تعريف الهلع، وتم تطبيق النموذجين على مجموعة من المشكلات الاجتماعية الافتراضية، وهي تقع في خمس مجموعات رئيسية وهي: جرائم الشوارع، واستهلاك المخدرات والكحول، والهجرة، وإساءة معاملة الأطفال (بما في ذلك الاعتداء الجنسي على الأطفال)، وتكنولوجيات وسائل الإعلام، وتم إجراء معظم الدراسات في البلدان الإنجليزية والأوروبية، وبشكل تدريجي انتشر المفهوم

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

جغرافيا. نتيجة لذلك، نحن نعرف الآن الكثير عن كيفية ولماذا يتم بناء المشكلات الاجتماعية كهلع أخلاقي في المجتمعات الديمقراطية. (Critcher,2011)

توجه اهتمام "كوهين" بنظرية الهلع الأخلاقي من خلال تأثره بكثير من الفلاسفة، حيث اهتم بالجمع بين مجموعة من المقاربات في فهم الظواهر المجتمعية وتفسيرها وتأويلها، منهم "ماكس فيبر" و"كارل ماركس" وعلماء مدرسة "فرانكفورت"، وعلماء الفينومينولوجيا، وتأثر بأفكارهم وقرأ أعمالهم التي أنتج من خلالها نظرية الهلع الأخلاقي، واعتقد البعض أن ستانلي كوهين ابتكر مفهوم الهلع الأخلاقي خلال فترة الراديكالية الفكرية في الستينيات، في وقت كان فيه علم الإجرام أعاد تعريف نفسه بشكل جذري كأفكار جديدة يتحدى بها الجوهر الإداري للنظام، ولكن في الحقيقة إن المفهوم له تاريخ أطول بكثير، لأنه ظهر في فترة وجيزة لدى (McLuhan's) عند دراسته لوسائل الإعلام. (سليمان، ٢٠٢٢)

شاع مصطلح "الهلع الأخلاقي" لأول مرة في دراسة ستانلي كوهين حول أعمال الشغب الشبابية في بريطانيا بعد الحرب العالمية الثانية. ومنذ ذلك الحين، أصبح هذا المصطلح مفهوماً رئيسياً في علم الاجتماع لدراسة الجريمة والانحراف والسيطرة الاجتماعية، كما يشير كوهين إلى "الشياطين الشعبية"، وهم أفراد أو مجموعات يُنظر إليهم على أنهم يهددون القيم الأخلاقية للمجتمع. ويفسر المفهوم كيف يمكن لـ "أصحاب التفكير الصحيح" وأصحاب السلطة أن يُصوّروا هؤلاء المخالفين على أنهم غرباء خطيرون. وبالتالي، ينشأ شعور بالخوف والقلق بين عامة الناس، مما يؤدي إلى ردود فعل اجتماعية مبالغ فيها.

وساهم كوهين وزملاؤه بشكل كبير في فهم دور وسائل الإعلام في خلق الهلع الأخلاقي. فقد أظهروا كيف يمكن لوسائل الإعلام تضخيم بعض المشكلات الاجتماعية وتصويرها على أنها أكثر خطورة مما هي عليه في الواقع. حيث يلعب الصحفيون

والمذيعون دورًا هامًا في تحديد ما إذا كان سيتم اعتبار حدث ما مُقلِّعًا أم لا، ومع ذلك لا يزال مفهوم الهلع الأخلاقي ذا صلة كبيرة في العصر الحديث. فمع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، أصبح من السهل نشر المعلومات والتأثير على الرأي العام بشكل أسرع وأوسع نطاقًا. وبالتالي، من المهم أن نكون على دراية بكيفية استخدام وسائل الإعلام لخلق الهلع الأخلاقي، وأن نُقيّم المعلومات بشكل نقدي قبل قبولها على أنها صحيحة.

كما يتطلب مفهوم الهلع عند كوهين وجود حدث مثير للقلق أو الخوف. هذا الحدث قد يكون جديدًا وغير مألوف، مثل ظهور جماعة دينية جديدة مثيرة للجدل، أو قد يكون سلوكًا مُنحرفًا موجودًا مسبقًا، مثل جرائم العنف المتزايدة، ويُؤدّي هذا الحدث المثير للقلق إلى رد فعل عدائي مُتفق عليه من قبل المجتمع ضد تنفيذي هذا الحدث، وينشأ هذا الرد عن شعور المجتمع بأنّ القيم الأساسية مهددة.

وتُقدم نظرية ستانلي كوهين للهلع الأخلاقي عدة مبادئ رئيسية وهي كالتالي:

١. وجود "الشیطان الشعبي": ويشير هذا المصطلح إلى الفرد أو المجموعة التي يُنظر إليها على أنها مسؤولة عن التهديد. غالبًا ما يتم وصف "الشیاطين الشعبيّة" بأنهم مختلفون عن بقية المجتمع، ويتم إلقاء اللوم عليهم على المشكلات الاجتماعيّة.
٢. تضخيم التهديد: وتعمل وسائل الإعلام وشخصيات السلطة على تضخيم الخطر الذي يُمثله "الشیطان الشعبي". ويتم ذلك من خلال التركيز على بعض الجوانب من الحدث المثير للقلق وتجاهل جوانب أخرى، وإثارة مشاعر الخوف والغضب بين عامة الناس.
٣. الضغط الجماعي: الضغط الجماعي يجعل الأفراد يشعرون بأنهم مضطرون للتصرف بطريقة معينة حتى لا يظهروا مختلفين عن الآخرين.

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

٤. انتشار المعلومات الخاطئة: انتشار الشائعات والأخبار الزائفة يمكن أن يساهم بشكل كبير في خلق جو من الهلع والخوف.
 ٥. التأثير الاجتماعي: يلعب التأثير الاجتماعي دورًا حاسمًا في نشوء الهلع. عندما يرى الأفراد الآخرين يتصرفون بطريقة معينة، فإنهم يميلون إلى تقليد هذا السلوك، حتى لو كان غير منطقي، ينتج عن الخوف والغضب رد فعل اجتماعي، وقد يشمل هذا الرد المطالبة بعقوبات قاسية، أو حتى العنف.
 ٦. فقدان السيطرة: الشعور بفقدان السيطرة على الموقف يمكن أن يؤدي إلى سلوكيات اندفاعية وغير مدروسة.
 ٧. أصحاب السلطة، مثل رجال الدين ورجال القانون والسياسيين، لهم دورًا هامًا في تعزيز الهلع الأخلاقي. يقومون بذلك من خلال التصديق على الخطر الذي يُمثله "الشيطان الشعبي" والمطالبة باتخاذ إجراءات ضده.
- وبناء على ذلك يمكن أن يؤدي الهلع الأخلاقي إلى اعتبار بعض السلوكيات على أنها انحرافية. على سبيل المثال، قد يتم تصنيف سلوكيات كانت تُعتبر مقبولة في السابق على أنها خطيرة أو تهديدًا للقيم الاجتماعية، كما يمكن أن يكون للهلع الأخلاقي عدد من النتائج السلبية منها استهداف جماعات معينة يُنظر إليها على أنها "شياطين شعبية" بالتمييز والعنف، وقد يتم تقييد الحريات المدنية باسم حماية المجتمع من "الشياطين الشعبية"، زيادة التوتر والاستقطاب بين الجماعات مختلفة في المجتمع.

أما عن المقولات الرئيسية المرتبطة بنظرية الهلع هي مفهوم الهلع الجماعي الذي يشير إلى سلوك جماعي غير عقلاني ينتج عن الخوف أو التهديد، وانتشار الذعر وهو عملية سريعة لانتشار الخوف والقلق في مجموعة من الناس، وسلوك القطيع وهو ميل الأفراد

إلى اتباع سلوك الجماعة حتى لو كان يتعارض مع معتقداتهم الشخصي، والتأثير النفسي للأفراد وهو يشير إلى كيفية تأثير الجماهير على سلوك الأفراد.

ويرى كوهين أن المجتمعات تتعرض لنوبات دورية من الهلع، حيث يتم تضخيم تهديدات معينة من قبل وسائل الإعلام والنخب الحاكمة، مما يؤدي إلى ردود فعل اجتماعية قوية وربما قمعية. وأكد ماكروبي وثورنتون على أن الهلع أصبح أداة مركزية لوسائل الإعلام لجذب انتباه الجمهور وزيادة التوزيع، ولا يرى ماكروبي وثورنتون أن الهلع يُستخدم فقط للسيطرة الاجتماعية، بل يُستخدم أيضاً كاستراتيجية تسويقية لجذب انتباه الجمهور (Hier, 2002).

٢- الهلع الاقتصادي.. مقارنة نظرية:

تعتمد الباحثة خلال هذه الدراسة على مفهوم "الهلع الاقتصادي"، وهو ينفرع من مفهوم "الهلع" الذي يعنى "المبالغة في رد الفعل التي قد تصل إلى القيام بفعل خاطئ منحرف مما يهدد النظام الأخلاقي"، ونجده في العديد من التخصصات مثل علم الاجتماع، والدراسات الإعلامية، والدراسات الثقافية، وكذلك علم الجريمة، وعادة ما يتم تأطير الهلع من قبل وسائل الإعلام، ويقوده قادة المجتمع أو الجماعات التي تمتلك صلاحية تغيير القوانين، لأنهم يركزون على مخاوف الناس، ويستخدمون أحداثاً أو مشكلات محددة كرموز، أما علماء الاجتماع تقع أولوية اهتمامهم على مدى تأثير الهلع على المجتمع من خلال ديناميكيات التغيير الاجتماعي، وليس على معرفة مدى صحة ادعاءات حدث الهلع. (Cricher, 2017)

كما أصبح مفهوم "الهلع الأخلاقي" جزءاً من أي نقاش اقتصادي، لأنه يدخل في العملية المالية والنتائج الاقتصادية، وعلى الرغم من أن حالات الهلع الأخلاقي سياسية وليست اقتصادية، إلا أن الأبعاد الاقتصادية تكون حاضرة حتى لو كانت تابعة للأبعاد السياسية. ومع ذلك، نادراً ما تكون هذه الأمور شفافة، وتضع قضايا الهلع الأخلاقي الاعتبار الاقتصادية ولكن في الخلفية، حيث تمارس المصالح التجارية تأثيرها على

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

القضايا المتعلقة بوسائل الإعلام، لكن تنظيمها الأخلاقي يعتمد على القضايا السياسية أكثر من الاعتبارات الاقتصادية، فمثلاً للإرهاب آثار اقتصادية غير مباشرة على التجارة الدولية، والقضايا الأخرى التي تظهر في كثير من الأحيان على شكل هلع أخلاقي مثل المخدرات غير المشروعة، وإساءة معاملة الأطفال، وجرائم الشوارع فيمكن أن تكون مربحة للغاية ولكنها ليست مشروعة. (Critcher,2011)

وينتج عن الهلع مفهوم الهلع الاقتصادي الذي يعرف بأنه "نتاج لثقافة ما بعد الحداثة التي تؤكد أن تحقيق المكاسب الفردية على المكاسب الجماعية يمكن أن تصبح مشكلة اجتماعية"، (Billore,2021) حيث يتنافس المستهلكون على الموارد المحدودة يومياً في الدول النامية، ويتعلمون العيش في ظل ظروف الندرة، وهناك تعريف آخر يرى أنه "هروب جماعي من تهديد حقيقي أو متخيل في الاقتصاد، ويحدث الهروب بسبب المخاطر التي يتعرض لها الفرد، وقد يكون سببها أحداث خارجية (ربما كارثية) أو حتى بشكل عشوائي. (Harmon,2011)، كما أن تعرض المجتمع لتحديات اقتصادية يؤثر على صناعات السياسات للتخطيط لمواجهة مثل هذه التحديات، كما ينتج عنها بعض التغيرات السلوكية من أهمها الهلع الشرائي وهو "عبارة عن زيادة سريعة في رد فعل الشراء لدى المستهلكين" (Kaur,2020)، ويمكن تعريفه أيضاً على أنه "عبارة عن شراء كمية كبيرة بشكل غير عادي من منتج معين" (Huan,2021).

ويؤدي حدوث الهلع إلى الاكتناز أو التخزين والهلع الشرائي لذلك يعتبر "عملية جمع وحماية كمية كبيرة من الممتلكات لاستخدامها في المستقبل"، وهذا يؤثر على ندرة المنتجات في السوق (Michael Hall,2021)، ويتفق هذا المفهوم مع مفهوم الحماية الاجتماعية الذي لم يكن نتاجاً عن الحداثة، وإنما هو نوع من أنواع التبادل القائم على مبدأ العطاء والتضامن كآلية تجمع بين الأفراد لخلق نوع من التواصل والعلاقات، وهو ما نجده متجسد في مفهوم التضامن الآلي عند دوركايم في المجتمعات التقليدية القائمة

على التشابه بين مكونات المجتمع، والذي يعبر عن التكامل والتعاون بين أعضائه مما ينتج التماسك الاجتماعي، وهذه النظرية متجذرة في فكرة أن الأفراد لديهم الدافع لحماية أنفسهم من التهديدات أو المخاطر، ويمكن أن تكون هذه التهديدات حقيقية أو متصورة وقد تشمل مشكلات صحية مثل الأمراض أو الحوادث أو المخاطر البيئية.

وتعتبر نظرية دافع الحماية نظرية نفسية تهدف إلى تفسير كيفية تأثير الاتصالات المقنعة على السلوك، مع التركيز بشكل خاص على العمليات المعرفية التي تؤثر على ما إذا كان الناس سيتبعون السلوك الموصى به أم لا. تم تطوير النظرية في الأصل في سياق الرعاية الصحية، لكن تم تطبيقها لاحقًا في مجالات أخرى مثل التسويق والترويج الصحي، وتم تقديم النظرية في البداية من قبل كارل روجرز عام ١٩٧٥. ثم طورها عام ١٩٨٣ روجرز بالتعاون مع سوزان برنتيس-دن، فهي تركز على العمليات المعرفية التي تحدث عندما يتعرض الناس لرسائل صحية مقنعة. (Marikyan,2023)

ووفقًا لنظرية دافع الحماية التي طورها روجرز (١٩٧٥)، ينبع سلوك الهلع الشرائي من إدراكنا العاطفي للمخاطر، ففي ظل الأزمات، يميل الناس إلى تقييم التهديدات المحتملة واتخاذ إجراءات للحد من هذه المخاطر، كما يُعدّ شراء كميات كبيرة من السلع الأساسية، مثل الطعام أو الأدوية، أحد هذه السلوكيات. تم تفسير هذا السلوك من خلال نظرية دافع الحماية، حيث يسعى الأفراد إلى التوازن بين المخاطر المتصورة والفوائد المتوقعة من خلال الشراء، فكلما زاد إدراك الفرد لخطورة الأزمة، زاد احتمال انخراطه في سلوكيات الهلع الشرائي، ويُعدّ هذا السلوك آلية تكيف طبيعية لمواجهة المخاطر غير المؤكدة، مما يدعم قدرة نظرية دافع الحماية على تفسير التغيرات في سلوكيات المستهلك خلال الأزمات. (Huan, 2021)

كما يوجد نوعان من القرارات الشرائية وهما القرار الشرائي العاطفي والعقلاني، وفي القرار الشرائي العاطفي يقوم الفرد بشراء السلع بشكل عفوي بدون تفكير أو دراسة أو لمجرد التقليد أو حب الظهور أو الهلع، أما القرار الشرائي العقلاني فيكون فيه الشراء

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

قائم على العقلانية وعلى أساس من التحليل ودراسة جميع العوامل المرتبطة بقرار منتج ما (Shaikh, ٢٠٢٢) ، وتعتبر التحديات الاقتصادية العامة من أهم التحديات التي تركت تأثيراً كبيراً على قرار الشراء، وجعلت قرار الشراء عاطفياً، أكثر من الشراء العقلاني؛ لما تسببه من خوف وهلع وقلق ما يدفع الأفراد إلى ما يسمى بهيستريا الشراء، ولوحظ ذلك أثناء جائحة كورونا لذلك يعتبر هلع الشراء سلوك عاطفي تكمن مشكلته في الغموض وعدم اليقين الاقتصادي، لأنه يدفع الناس إلى الإفراط في الإنفاق.

بناء على التعريفات السابقة فإن الهلع الاقتصادي يتأثر بالمشاعر السلبية مثل الخوف والذعر مما يدفع الأفراد إلى القيام بسلوك الشراء أكثر من المعتاد، ويظهر هذا السلوك بصورة ملحوظة خلال الأزمات والتحديات الاقتصادية مثل الحروب وانتشار الأمراض والكوارث الطبيعية، ويؤثر الهلع الشرائي على الأفراد، ويختفي في فترة زمنية قصيرة، كما يعد سلوك معقد لأنه يعتمد على دوافع نفسية متنوعة ومتعددة، وعادة ما يُنظر إليه على أنه رد فعل نفسي كاستجابة للتوتر والقلق والاكتئاب والخوف وعدم اليقين بشأن المستقبل، ويعتبر سلوك الاكتناز وتخزين المواد الغذائية نتيجة له، كمحاولة للبحث عن الأمان والسيطرة على الوضع الفوضوي، وتقليل الخوف. وبالتالي يمثل آلية تكيف للأفراد.

كما يحقق مفهوم التخزين اثنين من الاحتياجات النفسية الأساسية للأفراد. أولاً، يسمح للأفراد بالشعور بأنهم مارسوا درجة من السيطرة عندما تكون البيئة المحيطة بهم فوضوية، ويشعرون أن المخاطر المرتبطة بها لا يمكن السيطرة عليها. وثانياً، الخوف من المجهول الذي يزيد من تصورات المخاطر أثناء الأزمات فينتج عنه الهلع الشرائي، كما أن الاكتناز بدافع الهلع عنصرًا مهمًا في حدوث الهلع لأنه مرتبط بالأزمات والكوارث، وبمجرد بدء عمليات الشراء المرتبطة بالهلع يزداد الإنفاق بشكل كبير.

(Hall,2021)

ومن أحد الأسباب الرئيسية لهلع المستهلكين في الشراء هو انقطاع العرض، والذي يحدث من بين العديد من الأسباب ومنها الكوارث الاقتصادية التي تؤدي إلى هلع الشراء والتخزين، وهذا أمر غير مرغوب فيه لأنه يؤدي إلى نفاذ المخزون، حيث يقوم الناس بشراء كميات كبيرة من الضروريات اليومية والمستلزمات؛ وغالبًا ما يؤدي نفاذها إلى زيادة أسعار المنتجات الاستهلاكية، (Kaur,2020)، كما ينتج عن الهلع ميل المستهلكين إلى الشراء العشوائي، مما يؤدي إلى فجوات بسبب الاندفاع الجنوني للسلع العامة في جميع أنحاء متاجر البيع.

وقد توصلت بعض الدراسات من قبل العديد من علماء النفس مثل بول مارسدن أن سلوك الهلع الشرائي مبرر من قبل المستهلكين، لأن هناك ثلاثة احتياجات أساسية وهي الحاجة إلى الشعور بالتحكم في أفعالك، والحاجة إلى توفير الراحة للعائلة، والحاجة إلى إثبات أنك متسوق ذكي بالمقارنة بالآخرين، وخلال هذا الوقت من الأزمة يحصل الناس على المعلومات من العديد من المصادر (Kaur,2020)، وتم وصف حالات الهلع بأنها "خوف مفاجئ يحدث في الأسواق" وباعتبارها أزمات لا يمكن تبريرها فقط على اعتبارها أنها أساسيات، وعلى الرغم من صعوبة الدراسات الامبريقية للهلع، إلا أن هناك جهود بذلت للتمييز بين حالات الهلع الداخلية (المولدة ذاتيًا) وحالات الهلع الخارجية (تقلبات مؤشرات السوق)، ويمكن اعتبار الهلع "مرحلة انتقالية حرجة" تتطلب وجود إنذارات مبكرة، فقد نجد الهلع الناجم عن الذات يمكن استخدامه للتنبؤ بالهلع الخارجي، أما تقلبات الأسعار في السوق تعبر عن المخاطر، لأن يزداد السعر بشكل كبير عندما يكون هناك انهيار في السوق، وفي الواقع، عندما تحدث تغيرات في الأسعار فنتوقع حدوث سلوك الهلع، لأن انهيارات السوق يسبقها توتر.

(Harmon,2011)

كما يدفع الخوف والقلق المستهلكين إلى اتخاذ إجراءات في مواجهة المشكلة، وتتسبب هذه المشاعر السلبية إلى دفع الأفراد نحو التركيز على الاحتياجات الفورية

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

وحماية أنفسهم من الأذى المستقبلي، ويتعلم الناس من خلال ملاحظة سلوكيات الآخرين من حولهم، وقيسون من ردود أفعالهم مدى خطورة الأزمة، ويمكن تفسير الهلع الشرائي من خلال الحاجة الملحوظة إلى شيء مهدد بارتفاع سعره أو نقصه من السوق، بسبب شعور المستهلكون بالتهديد الذي يواجه توفر المنتج فقدان السيطرة عليه، فكلما زاد شراء العملاء بهوس وبشكل متهور، كلما زاد قلق المستهلكين بسبب الندرة، فينتج عنه زيادة في سرعة بيع المنتجات. على هذا النحو، وعادةً ما يُنظر إلى الهلع الشرائي على أنه يشتمل على جوانب معرفية وعاطفية لسلوك المستهلك غير الطبيعي (Hall,2021).

وتقافة الهلع الشرائي لها تأثير سلبي على المستوى الاقتصادي، لأنها تؤدي إلى انهيار المقومات الأساسية للنمو الاقتصادي كالادخار والاستثمار، وزيادة الاستهلاك والبطالة، كما أن الهلع الشرائي غير المبرر قد ينعكس على الذين لا يستطيعون الحصول على المنتجات التي يكتنزونها، مما يؤدي إلى تضاعف الحاجات البشرية وتجاوزها لقدرة الموارد المتاحة؛ مما يعني المزيد من ارتفاع الأسعار، فضلاً عن تعرض الاقتصاد للانهايار، ويعد مفهوم الهلع الاقتصادي استجابة متوقعة تحدث أثناء الكوارث والأزمات، لأن مثل هذه الأحداث تهدد قدرة الفرد والمجتمع على التعامل مع ما هو غير متوقع، وتهدد التوازن الفردي والاجتماعي، وتجعل المستهلكين أكثر استعدادًا وإطلاعًا فيما يتعلق بالاستجابة للأزمات الجديدة، بما في ذلك الوعي بالعناصر التي قد يحتاجون إليها لمساعدتهم على تجاوز الأزمة جسديًا ونفسيًا. على هذا النحو، فإن بعض الاستهلاك الذي يمكن تأطيره على أنه هلع شرائي قد يتم الاعتراف به على أنه عقلاني ومرن من قبل البعض، ويمكن تحديد مفهوم إجرائي للهلع الاقتصادي بأنه "مجموعة من السلوكيات والمؤشرات التي تعكس حالة من القلق والتوتر لدى الأفراد والمجتمع بشكل عام تجاه الوضع الاقتصادي، وتدفعهم لاتخاذ قرارات مالية غير عقلانية".

بناء على ذلك تعتبر نظرية الهلع الاقتصادي من النظريات المعقدة التي تسعى لتفسير سلوك الأفراد والأسواق في أوقات الأزمات الاقتصادية، وتقوم هذه النظرية على فكرة أن الخوف والقلق غير العقلانيين يمكن أن يؤديا إلى سلسلة من الأحداث التي تؤدي إلى تفاقم الأزمة الاقتصادية، وتشمل الفرضيات الأساسية لهذه النظرية سلوك القطيع حيث يميل الأفراد في أوقات الأزمات إلى تقليد سلوك الآخرين، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات غير عقلانية، والتوقعات الذاتية للأفراد حول المستقبل الاقتصادي التي لها دوراً هاماً في تشكيل سلوكهم، ويمكن للإعلام أن يلعب دوراً كبيراً في تضخيم الهلع الاقتصادي من خلال التركيز على الأخبار السلبية، ودور المؤسسات المالية لأنها تلعب دوراً حيوياً في استقرار النظام المالي، ويمكن لأفعالها أن تؤدي إلى تفاقم الأزمة أو تهدئتها، وعندما يتم تطبيق هذه الفرضيات على الواقع المعاش، يمكننا أن نلاحظ آثارها السلبية مثل سحب الودائع التي قد تؤدي إلى حدوث الهلع الاقتصادي من خلال سحب الأفراد لأموالهم من البنوك، مما يضع ضغطاً على النظام المصرفي، وانخفاض الاستثمار، وارتفاع معدلات البطالة فتباطؤ النمو الاقتصادي ينتج عنه زيادة معدلات البطالة، وانخفاض قيمة العملة التي تؤدي إلى ضعف الثقة في الاقتصاد مما ينتج عنه انخفاض قيمة العملة الوطنية، وصعوبة الحصول على الائتمان مما يؤثر سلباً على الشركات والأفراد. لذلك، توفر لنا نظرية الهلع الاقتصادي إطاراً لفهم سلوك الأفراد والأسواق في أوقات الأزمات، ومن خلال هذه النظرية، يمكننا أن ندرك أهمية اتخاذ الإجراءات المناسبة للحد من انتشار الهلع الاقتصادي وحماية الاستقرار المالي.

سادساً: منهجية الدراسة وأدواتها:

(1) المنهج والعينة وأدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على استخدام تصميم المناهج الكمية، من خلال عمل مسح ميداني، حيث استعانت الباحثة باستخدام مقياس لقياس سلوك الهلع الشرائي لدى المبحوثين خلال فترة التقلبات الاقتصادية. من خلال نموذج يحتوي على ثلاثة محاور وعدة مؤشرات

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

لقياس الهلع الاقتصادي، وذلك لمعرفة دوافع الهلع الاقتصادي لدى عينة الدراسة، بالاعتماد على مقياس كأداة لجمع البيانات، وتم صياغته بناءً على عدد من المحاور؛ منها المحور الأول: البيانات الأساسية، والمحور الثاني: دوافع الهلع الاقتصادي لدى الأفراد، والثالث: الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع، والرابع: الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي، وعُرضت الاستمارة على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة في علم الاجتماع والإحصاء، وذلك للاسترشاد بأرائهم في مدى مناسبة عبارات المقياس للهدف منها، والتأكد من قدرة المقياس على تحقيق الغرض الذي وضع من أجله، والتأكد من وضوح وترابط عبارات الاستمارة ونوعية الأسئلة وتوافقها مع موضوع الدراسة، وذلك للتحقق من أن الأداة مناسبة للهدف الذي صممت من أجله، وأن صياغة المفردات واضحة، واقترحوا بعض الملاحظات والتعديلات التي أسهمت في تطوير عبارات المقياس.

وتم جمع البيانات من خلال إرسال مقياس إلكتروني باستخدام تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي (Google Forms)، ونظرًا لصعوبة الحصول على عينة ممثلة عبر الإنترنت بسبب عدم انتشاره بنفس المستوى في جميع شرائح المجتمع المصري، خاصة في المناطق الريفية والفئات العمرية الأكبر سنًا. لذلك، تم اللجوء إلى المقابلات الشخصية لاستكمال جمع البيانات من خلال الاستعانة ببعض الباحثين المتخصصين لمقابلة أفراد العينة الذين لا يمتلكون مؤهلات تعليمية ولا يجيدون القراءة والكتابة أو التعامل عبر فيسبوك، وشملت "العينة العشوائية الطبقية" (٣٢٦) فردًا من الأسر المصرية، تم اختيارها بطريقة تضمن تمثيل متوازن بين طبقات مختلفة من المجتمع، مثل الطبقات العمرية أو المناطق الجغرافية، مع تنوع في الجنس والعمر والمؤهل التعليمي لضمان تمثيل عادل للعينة، وقد تحققت الباحثة من ثبات استمارة الدراسة من خلال معامل ألفا كرو نباخ Cronbach's Alpha Coefficient، وتأكدت من

صدق وثبات مقياس الدراسة مما يجعلها على ثقة بصحة المقياس وصلاحيته في تحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فروضها، وتم التطبيق على عينة عددها (354)، ولكن تم استبعاد (28) استمارة لعدم اكتمال البيانات.

الصدق البنائي Structure Validity:

الصدق البنائي أحد مقاييس صدق استمارة الاستبيان، والذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الاستمارة الوصول إليها، ويقاس بمدى ارتباط كل محور من المحاور مع بعضها البعض.

يبين الجدول التالي رقم (1) أن جميع معاملات الارتباط في جميع أبعاد الاستمارة عند مستوى معنوية ($\alpha = 0,05$)، وبذلك تُعدُّ جميع مجالات المقياس (الاستبيان) صادقة لما وضعت لقياسه (مقياس الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري).

جدول رقم (1)

الارتباطات الكلية بين المحاور الثلاثة والمقياس

المحور	دوافع الهلع الاقتصادي	الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع	الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي
دوافع الهلع الاقتصادي	قيمة الارتباط	0.774	0.883
	المعنوية	.002	.004
الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع	قيمة الارتباط	1	.711**
	المعنوية	0.002	***
الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي	قيمة الارتباط	.711**	1
	المعنوية	***	0.004

*** معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$).

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

يوضح الجدول السابق رقم (1) أن جميع معاملات الارتباط في جميع أبعاد المقياس قوية فهي أكبر من ٨٠ %، وكذلك أن معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($\alpha = 0,05$) لجميع الأبعاد، وبذلك يتم رفض الفرض الإحصائي بعدم وجود علاقة دالة إحصائياً، وبذلك تُعدُّ جميع أبعاد المقياس صادقة لما وضعت لقياسه.

(2) الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

تعرض الدراسة في هذا السياق الخصائص الديموغرافية للعينة وتوزيع العينة حسب النوع، والعمر، ومحل الإقامة، والحالة التعليمية، والحالة العملية، ونوع الوظيفة، والحالة الاجتماعية، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (٢)

المتغيرات	التصنيفات	التكرارات	النسبة
النوع	ذكر	104	31.9%
	أنثى	222	68.1%
	الإجمالي	326	100.0%
العمر	20-30	74	22.7%
	30-40	66	20.2%
	40-50	111	34.0%
	50 فأكثر	75	23.0%
	الإجمالي	326	100.0%
	ريف	131	40.2%
محل الإقامة	حضر	195	59.8%
	الإجمالي	326	100.0%
	امي	25	7.7%
الحالة التعليمية	يقرأ ويكتب	28	8.6%
	مؤهل متوسط	102	31.3%
	مؤهل جامعي	131	40.2%
	دراسات عليا	40	12.3%
	الإجمالي	326	100.0%
	يعمل	195	59.8%
الحالة العملية	لا يعمل	131	40.2%

مرورة سليمان على

الإجمالي	326	100.0%
عمل حر	121	37.1%
حكومي	148	45.4%
خاص	57	17.5%
الإجمالي	326	100.0%
أرمل	30	9.2%
متزوج	271	83.1%
مطلق	25	7.7%
الإجمالي	326	100.0%

يكشف الجدول رقم (٢) أن نسبة الذكور بين عينة الدراسة بلغت (٣١,٩٪)، بينما نسبة الإناث (٦٨,١٪)، أما توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية يتبين من بيانات الجدول السابق أن عينة الدراسة طبقت على أسر، وهذا يتناسب مع موضوع الدراسة وأهدافها؛ حيث جاءت أعلى الفئات العمرية تأثراً بالهلع الاقتصادي الفئة العمرية (٤٠-٥٠)، وبلغت النسبة (٣٤,٠٪) علاوة على أن نسبة (٢٣,٠٪) في الفئة العمرية الأعلى من ٥٠ سنة، أما الفئة العمرية (٢٠-٣٠) بلغت النسبة (٢٢,٧٪)، وأخير بلغت نسبة أفراد العينة الفئة العمرية من (٣٠-٤٠) نسبة (٢٠,٢٪).

ويتضح من بيانات الجدول أن نسبة (٥٩,٨٪) من عينة الدراسة يعيشون بالمدن والمناطق الحضرية، بينما بلغت نسبة من يعيشون في القرى والمناطق الريفية حوالي (٤٠,٢٪).

كما توضح بيانات الجدول أن عينة الدراسة أغلبها متعلمة نظراً لاستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثل غالبية المستويات التعليمية، وجاءت أعلى نسبة لأصحاب المؤهلات الجامعية حيث بلغت النسبة (٤٠,٢٪)، يليها أصحاب المؤهلات المتوسطة بنسبة (٣١,٣٪)، يليها الأفراد أصحاب المؤهلات فوق الجامعية ماجستير/ دكتوراه وبلغت (١٢,٣٪)، وفي المرتبة الرابعة من يجيدون القراءة والكتابة بنسبة (٨,٦٪)، وأخيراً بلغت نسبة الأميين الذين تولى تطبيق الاستمارة عليهم باحثين متخصصين ومدربين على الاستمارة (٧,٧٪).

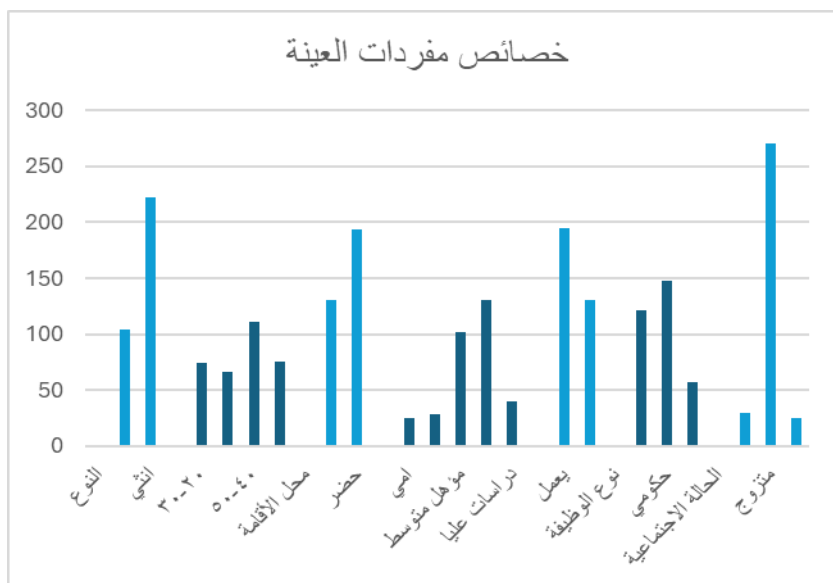
دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

كما تعرض بيانات الجدول الحالة العملية لعينة الدراسة، وبلغت نسبة من يعملون من عينة الدراسة (٥٩,٨ %)، بينما بلغت نسبة من لا يعملون ما يقرب من (٤٠,٢ %)، ويمكن تفسير سبب ارتفاع نسبة من يعملون بين عينة الدراسة، بأن غالبية أفراد العينة أسر تعاني من الهلع الاقتصادي.

وتشير بيانات الجدول إلى نوع الوظيفة لأفراد عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يعملون في الحكومة نسبة (٤٥,٤ %)، أما نسبة (٣٧,١ %) يعملون أعمال حرة، وأخيراً القطاع الخاص بنسبة (٣٧,١ %).

كما وضحت بيانات الجدول إلى بيانات الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة؛ حيث جاءت أعلى نسبة للحالة الاجتماعية متزوج وبلغت نسبة (٨٣,١ %)، وتليها نسبة الحالة الاجتماعية (أرمل) بلغت (٩,٢ %)، وأخيراً، أصحاب الحالة الاجتماعية (مطلق) وبلغت نسبتهم (٧,٧ %).

شكل رقم (١)



تقدم الدراسة هنا الإجابة عن التساؤلات التي ارتكزت عليها؛ علاوة على تحليل النتائج وتفسيرها على خلفية الإطار النظري والأدوات التفسيرية الأخرى.

(١) دوافع الهلع الاقتصادي:

يعيش المصريون منذ فترة على مخاوف اقتصادية متزايدة، بدأت تظهر بوادرها في ارتفاع ملحوظ في الأسعار، ونقص بعض السلع الأساسية، وتراجع في القوة الشرائية، مما أدى إلى حالة من الهلع والقلق بين المواطنين، وترجع أسباب هذه الظاهرة إلى عدة عوامل، منها الأزمة العالمية وتلقي الأحداث العالمية، مثل (الحرب في أوكرانيا وارتفاع أسعار الطاقة والمواد الغذائية) بظلالها على الاقتصاد المصري، مما أدى إلى زيادة التضخم وارتفاع تكاليف الاستيراد، وتراجع الجنيه المصري بشكل ملحوظ أمام الدولار الأمريكي، مما أدى إلى زيادة أسعار السلع المستوردة، وبالتالي ارتفاع تكلفة المعيشة.

كما يعاني السوق المصري من نقص في بعض السلع الأساسية، مثل الزيوت والسكر والأرز، مما أدى إلى حالة من الهلع بين المواطنين التي تهافت على شراء هذه السلع، كما ساهمت انتشار الشائعات والأخبار المغلوطة في تأجيج مشاعر القلق والهلع بين المواطنين، مما يدفعهم إلى شراء كميات كبيرة من السلع خوفًا من نقصها. لذلك، يُعدّ الهلع الاقتصادي ظاهرة نفسية واجتماعية معقدة تتميز بشعور مفاجئ وخوف شديدين إزاء الوضع الاقتصادي، وغالبًا ما ينتج عن أحداث أو ظروف تُهدد الاستقرار المالي للأفراد أو المجتمعات، مثل الأزمات المالية، والكوارث الطبيعية، والحروب.

بناءً على ذلك، ما هي دوافع الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري من وجهة نظر عينة الدراسة؟ والإجابة عن هذا السؤال توضحه بيانات الجدول رقم (٣)، وفيما يلي عرض لأهم نتائج التحليل الإحصائي لعبارات " دوافع الهلع الاقتصادي "، حيث جاء حساب قيمة كلا الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات دوافع الهلع الاقتصادي لتوصيف المتغير ودراسة اتجاهات استجابات المفردات، وكذلك تم استخدام اختبار (ت) لفحص مدى معنوية هذه الاستجابات، حيث أن الفرض العدمي هو

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

أن يساوي متوسط إجابات المبحوثين على العبارة غير معنويا، وضده الفرض البديل بأن يكون متوسط استجابات المبحوثين معنويا، فإذا كانت (P- Value) (Sig Value) أصغر من مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). فإن ذلك يدل على معنوية إجابات المبحوثين، وإذا كانت قيمة المعنوية أكبر من مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). فإن ذلك يدل على عدم معنوية استجابات المبحوثين. كما أنه تم استخدام التحليل العاملي التوكيدي، وذلك لمعرفة قيم التحميلات المعيارية، وأهمية العبارات، وكذلك معنوية هذه التحميلات، وهل هي كافية لدراسة الهلع الاقتصادي لدي المبحوثين، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي.

جدول رقم (٣)

العبارات	توصيف دوافع الهلع الاقتصادي			اختبار معنوية البيانات		اختبار التوزيع الطبيعي		نتائج التحليل العاملي التوكيدي	
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	المعنوية	اتجاه الإجابة	K_S test	المعنوية	التحميلات المعيارية	معنوية التحميلات
نقص السلع من السوق يزود لدى الشعور بالخوف	2.48	0.616	72.72	***	الموافقة	0.346	0.091	0.267	***
اتجاه لشراء السلع بزيادة وتخزينها عند غلاء الأسعار"	1.95	0.831	42.47	***	الي حد ما	0.243	0.102	0.598	***
آثار باتجاه بعض الأفراد في محيطي تخزين إلى السلع"	2.01	0.83	43.77	***	الموافقة	0.233	0.087	0.529	***

مروة سليمان على

***	0.619	0.121	0.309	الي حد ما	***	38.92	0.808	1.74	تدفعني المعلومات التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي إلى شراء سلع زيادة عن حاجتي
***	0.213	0.12	0.315	الموافقة	***	45.3	0.871	2.19	انتشار الشائعات بشأن غلاء اسعار السلع "
***	0.218	0.078	0.406	الموافقة	***	55.72	0.798	2.46	التغيرات في فرق سعر السلعة من مكان لآخر
***	0.379	0.093	0.38	الموافقة	***	56.27	0.781	2.43	عدم استقرار قيمة العملة المحلية سبب في الأقبال على شراء السلع بكميات كبيرة
***	0.696	0.087	0.282	الي حد ما	***	39.83	0.836	1.84	يدفعني عدم استقرار الأسواق إلى شراء بشكل يزيد عن احتياجاتي الحالية

قيمة ألفا كرو نباخ = (٠.٧١٨)

نسبة التباين الكلي المفسر بواسطة العبارات = (٠.٦٤)

(*** تشير الي معنوية العبارات عند مستوي معنوية ٥٪ وبدرجة ثقة ٩٥٪)

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

بالنظر إلى الجدول السابق رقم (٣) نجد أن نتائج المقاييس الإحصائية المستخدمة، أكدت علي نجاح الباحثة في اختيار العبارات التي كونت دوافع الهلع الاقتصادي لدي المبحوثين، حيث تضمنت (٨) عبارات، وجاءت اتجاهات استجابات المبحوثين جميعها باتجاه عام "موافقة"، وهذا يعني أن العينة اتجهت للموافقة على العبارات المعروضة، كما تشير أيضا إلى التقارب في المتوسطات الحسابية بمستويات منخفضة لقيم الانحراف المعياري، ونلاحظ أنه من خلال مستويات القياس لم يكن هناك اختلاف في وجهات نظر المستقصي منهم حول العبارات، وقلة تشتت أفكارهم وهو ما يشير إلي تجانس مفردات الدراسة لذلك فقد نجحت الباحثة في اختيار العينة بشكل سليم إحصائيا.

ولاختبار معنوية العبارات المستخدمة في دوافع الهلع، كان متوسط استجابات المبحوثين على العبارات معنوية، حيث كانت قيمة المعنوية أقل من (٠.٥) لكل العبارات. أي أن استجابات مفردات العينة على عبارات دوافع الهلع الاقتصادي كانت جميعها معنوية، وتصلح إحصائياً لدراسة وتفسير الهلع الاقتصادي عند المجتمع المصري، لأن هناك نسبة كبيرة لديهم خوف وهلع يسيطر عليهم، حيث أشارت نسبة كبيرة من المبحوثين إلى أن دوافع الهلع الاقتصادي ترجع إلى نقص السلع وعدم اليقين وانتشار الشائعات وغيرها كما هو موضح في عبارات المحور الأول، وهذا يؤكد علي تأثر المبحوثين بما حولهم من أشخاص أو معلومات مضللة، لأن الهلع الاقتصادي ينشأ عند استخدام حملات إعلامية مشوهة لإثارة الخوف وتعزيز الصور النمطية وتفاقم الانقسامات الموجودة مسبقاً.

وجاءت عبارة " نقص السلع من السوق يزود لدى الشعور بالخوف " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (٢,٤٨)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، حيث شكلت أزمة الغذاء العالمية وارتفاع أسعارها هاجساً يؤرق اقتصادات العالم ككل، وبشكل خاص اقتصادات الدول النامية، وبالرغم من تراجع وتيرة

ضغوط الأسعار على أسواق الغذاء العالمية إلى حد ما منذ بداية الحرب الروسية في أوكرانيا، إلا أن تقرير منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة حمل توقعات بوصول فاتورة الواردات الغذائية العالمية إلى مستوى قياسي جديد العام الجاري، وإن كان نمو أسعار السلع الغذائية بوتيرة أبطأ بكثير مقارنة بالعام الماضي، ومع استمرار التضخم العالمي في أسعار السلع الغذائية، مدفوعاً بارتفاع أسعار الفواكه، والخضراوات، والسكر، ومنتجات الألبان، سيترك ذلك أثره على الطلب بالتراجع في البلدان الأكثر ضعفاً اقتصادياً. (فهى، ٢٠٢٣)

وتليها عبارة "التغيرات في فرق سعر السلعة من مكان لآخر" بمتوسط حسابي (٢,٤٦) وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، ثم جاءت عبارة "عدم استقرار قيمة العملة المحلية سبب في الإقبال على شراء السلع بكميات كبيرة" بمتوسط حسابي (٢,٤٣)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، فإن تقلبات العملة هي ظاهرة طبيعية في ظل نظام أسعار الصرف العائمة، الذي يُستخدم في معظم الاقتصادات الكبرى، وتتأثر أسعار الصرف بعوامل متعددة، مثل الأداء الاقتصادي للبلد، وتوقعات التضخم، والفوارق في أسعار الفائدة، وتدفقات رأس المال، وغيرها. وعادة ما تعكس قيمة العملة قوة أو ضعف اقتصادها، وعدم استقرار العملة لها تأثيرات على التجارة من خلال تكاليف الواردات والصادرات، مما قد يؤثر على تنافسية الشركات في السوق العالمية، كما تؤثر على النمو الاقتصادي، فيمكن أن تؤدي العملة القوية إلى تباطؤ النمو الاقتصادي، بينما قد تُحفز العملة الضعيفة الصادرات وتُعزز النمو، كما يمكنها أن تجذب العملات القوية الاستثمارات الأجنبية، بينما قد تؤدي العملات الضعيفة إلى هروب رؤوس الأموال، ولها تأثير أيضاً على التضخم وأسعار الفائدة، لأن يمكن أن تؤثر تقلبات العملة على أسعار السلع المستوردة، مما قد يؤدي إلى تغييرات في التضخم وأسعار الفائدة. (SEGAL, 2021)

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

وكانت عبارة "أثأثر باتجاه بعض الأفراد في محيطي إلى تخزين السلع" بمتوسط حسابي "٢,٠١" وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وهذا يؤكد على نظرية التعلم التي قدمها كل من ألبرت باندورا وريتشارد والترز نظرية التعلم بالقوة (الملاحظة)، والتي تفترض أن السلوكيات، بما في ذلك السلوك العدواني الإجرامي، يمكن تعلمها من خلال الملاحظة وتقليد سلوك الآخرين. ووفقاً لهذه النظرية، فإن بعض سمات الشخصية، مثل العدوانية أو التبعية، تُكتسب من خلال مشاهدة تصرفات الآخرين. عندما يرى الفرد شخصاً آخر يُكافأ على سلوك معين، فمن المرجح أن يُفأد ذلك السلوك في محاولة للحصول على نفس المكافأة.

وتعتمد هذه النظرية على عدة عناصر أساسية لنظرية وهي الانتباه يجب أن ينتبه الفرد إلى سلوك النموذج حتى يتمكن من تقليده، والاحتفاظ: حيث يجب أن يتذكر الفرد سلوك النموذج حتى يتمكن من إعادة إنتاجه لاحقاً، والتكرار: يجب أن يتمكن الفرد من تكرار سلوك النموذج بشكل صحيح، والدافع: يجب أن يكون لدى الفرد دافع لتقليد سلوك النموذج، ويمكن للأطفال تعلم السلوك العدواني من خلال مشاهدة البالغين أو الأطفال الآخرين يتصرفون بعدوانية، أو التعلم من خلال التعزيز: إذا تمت مكافأة الأطفال على السلوك العدواني (على سبيل المثال، بالحصول على ما يريدون أو جذب الانتباه)، فمن المرجح أن يُكرروا هذا السلوك في المستقبل، أو التعلم من خلال النمذجة: يمكن للأطفال تعلم السلوك العدواني من خلال مشاهدة شخصيات خيالية، مثل أبطال الأفلام أو ألعاب الفيديو، يتصرفون بعدوانية. (سليمان، ٢٠٢٢).

ويتم التعلم بالملاحظة من خلال أن الأفراد يكتسبون المعرفة والسلوكيات من خلال مراقبة تصرفات الآخرين، والعوامل الداخلية وهي تتمثل في الأفكار، والمعتقدات، والتوقعات تلعب دوراً هاماً في كيفية تعلم الأفراد وتفسيرهم للعالم. مثال على ذلك، قد يكون الشخص أكثر عرضة لتذكر المعلومات التي تتوافق مع معتقداته، أو يكون

الشخص أكثر تحفيزاً لتعلم مهارة يعتقد أنه قادر على إتقانها، وقد تُفسر نفس الملاحظة بشكل مختلف من قبل أشخاص مختلفين بناءً على تجاربهم ووجهات نظرهم، ويعتبر التعلم ليس ضماناً للتغيير فحتى لو تعلم شخص ما سلوكاً جديداً، فقد لا يُظهره بالفعل. مثال على ذلك، قد يعرف الشخص كيفية ركوب الدراجة، لكنه قد لا يفعل ذلك خوفاً من السقوط، وقد يكون الشخص على دراية بنظام غذائي صحي، لكنه قد لا يتبعه بسبب إغراءات الطعام غير الصحي، وقد يتعلم الشخص مهارة جديدة، لكنه قد لا يستخدمها إلا إذا كانت هناك حاجة إليها أو دافعاً كافياً (Cherry, 2022)

بناء على ذلك ووفقاً لنظرية التعلم الاجتماعي يميل الناس إلى تقليد بعضهم البعض من خلال التعلم بالملاحظة والنمذجة، لذلك يمكن أن تؤثر معتقدات جماعة من الأفراد الذين يتفاعل معهم الفرد بشكل كبير على سلوكياته الشرائية؛ كما أن فهم كيفية عمل النمذجة يُساعدنا على فهم كيفية اكتساب الناس للسلوكيات الجديدة وتطويرها، وتقدم نظرية التعلم الاجتماعي نظرة شاملة لكيفية تعلم الناس. فهي تُعترف بأهمية العوامل الخارجية (مثل الملاحظة) والداخلية (مثل الأفكار والمعتقدات) في تشكيل السلوك. كما تُسلط الضوء على حقيقة أن التعلم ليس عملية سلبية، بل يتضمن أيضاً تفاعلات معقدة بين الفرد وبيئته. وبالتالي، فإن نظرية التعلم الاجتماعي تدعم نموذج الهلع الشرائي في هذا. وتُقدم النمذجة طريقة فعالة للتعلم من خلال الملاحظة.

وقد أشار فان بافيل إلى أن التعلم من خلال وسائل الإعلام حول قيام الآخرين بالتخزين، يمكن أن يثير رغبات المستهلكين في تقليد هذا السلوك، لأنه لم يكن الناس على دراية في البداية عن أسعار السلع، لذا فإن المعلومات التي حصلوا عليها عبر وسائل الإعلام من المحتمل أن يكون لها تأثير على الرؤى المبكرة تجاه وضع الأزمة، وبالتالي دفعتهم إلى تغيير مواقفهم ونواياهم السلوكية. نظراً لأن الإنترنت أداة تحتوي على مخاطر وفوائد الاستخدام، وأصبح وسيلة رئيسية للوصول للناس لتعلم المعلومات، (Huan,2021)

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

وجاءت عبارة " تدفعني المعلومات التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي إلى شراء سلع زيادة عن حاجتي " في المرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي يساوي (١,٧٤) وهذه العبارة دالة إحصائياً بشكل عام، ويمكن القول إن محور "دوافع الهلع الاقتصادي " دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). ويؤكد ذلك على أن في عصرنا الرقمي، باتت المراجعات عبر الإنترنت عنصراً هاماً في تشكيل آراء المستهلكين وتأثيرها على قرارات الشراء. (Dhanabal , 2024)

وبالنسبة لاختبار التوزيع الطبيعي **Normality Distribution Test** تم استخدام اختبار **K_S test** لفحص مدى صحة الفرض الإحصائي القائل بأن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ويكون الفرض العدمي أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ضد الفرض البديل، وأن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية ($\alpha = 0,05$)، واستناداً إلى النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد أن القيمة الاحتمالية (**Sig**) لجميع مجالات الدراسة أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$)، ولهذا يتم قبول الفرض العدمي، وبذلك فإن توزيع البيانات لهذه المجالات يتبع التوزيع الطبيعي.

وجاء في نتائج التحليل العاملي التوكيدي المتعدد لفحص مدى تطابق نموذج القياس للعبارات المستخدمة في بناء وتقييم المقياس في الجدول رقم (3) أن جميع العبارات ذات دلالة معنوية في تفسير دوافع الهلع الاقتصادي، ولكن بالنظر إلى التحويلات المعيارية للعبارات، نجد أنها جاءت قوية ومتوسطة ومعنوية، وأكد على أهميتها جميعاً دون حذف أي منها، فمثلاً نجد عبارة " دفعني عدم استقرار الأسواق إلى الشراء بشكل يزيد عن احتياجاتي الحالية" تعد أكثر أهمية لأن تحميلاتها المعيارية (٠,٦٩٦)، حيث يشهد العالم في الآونة الأخيرة موجة من عدم الاستقرار في الأسواق، بدأت مع جائحة كورونا وتفاقت مع الحرب في أوكرانيا، مما أدى إلى ارتفاع ملحوظ في أسعار السلع الأساسية، ونقص في بعض السلع، وتراجع في القوة الشرائية. وللأسف، دفعت هذه الظروف بعض

الناس إلى الشراء بشكل مفرط، يتجاوز احتياجاتهم الحالية، بدافع الخوف من نقص السلع أو ارتفاع الأسعار أكثر.

وأظهرت الأحداث العالمية الأخيرة كيف يمكن أن يؤثر نقص سلسلة التوريد على سلوك المستهلكين، ففي حين أنه قد يكون من المنطقي شراء منتج يصعب العثور عليه عندما تصادفه، فإن التحدي يكمن في معرفة متى ينتقل المستهلك من كونه متسوقًا ذكيًا إلى شخص يستسلم لعمليات الهلع الشرائي، فالشراء بدافع الهلع سلوك بشري غير عقلاني يحدث عندما يعتقد الفرد أن هناك نقصًا حقيقيًا أو متصورًا في السلع الأساسية التي يعتمد عليها، لذلك يُمكن أن يؤدي هذا الشعور بالخوف أو القلق إلى الإفراط في الإنفاق أو التخزين أو الاكتناز لتخفيف الشعور بعدم الأمان، ويُوضح مايكل ليرش، رئيس قسم المشورة والتخطيط في إدارة الثروات والاستثمار في ويلز فارجو في نيويورك، أن الهلع الشرائي يحدث عادةً عندما يسعى الفرد إلى الشعور بالسيطرة في ظل بيئة غير مؤكدة تتعلق بتوفر السلع أو المنتجات أو الخدمات، ويفعل ذلك من خلال شراء هذه السلع تحسبًا لارتفاع الأسعار أو نقصها أو توفرها بشكل محدود، كما يُشير ليرش إلى أنه على سبيل المثال، قد يشتري الناس ميكروويًا حتى لو لم يحتاجوا إليه فورًا إذا سمعوا أن هناك قائمة انتظار طويلة للحصول على الأجهزة. وذلك لأنهم يفضلون امتلاك الميكرووي في المخزون في حال احتاجوا إليه في المستقبل. لذلك تكمن مشكلة هذا السلوك في أن الناس قد ينتهي بهم الأمر إلى شراء أشياء لا يحتاجونها بالفعل "فقط في حالة الطوارئ"، مما يؤدي إلى تفريغ الأرفف عند أول إشارة لنقص في أي سلعة. وبالتالي، تُساهم هذه التصرفات في تفاقم النقص بدلًا من حله.

(Neumann,2023)

وتليها عبارة " تدفعني المعلومات التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي إلى شراء سلع زيادة عن حاجتي" نجد تحميلاتها المعيارية (٠,٦١٩)، لطالما كانت المعلومات المضللة مصدر قلق في المجال السياسي، إلا أنها بدأت مؤخرًا تجذب انتباهًا

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

متزايدًا في عالم التسويق وسلوك المستهلك، ولم تعد المعلومات المضللة مجرد هجمات على العلامات التجارية، بل أصبحت تتسلل إلى سلوكياتنا الشرائية، وتؤثر على قراراتنا بشأن ما نشتره ومن نثق به، كما تتخطى تأثيرها المباشر على العلامات التجارية ومواقف المستهلكين، لتصل إلى تأثير عميق وغير مباشر على سلوكياتهم ومعتقداتهم. (Domenico, 2024)

وتتمثل وسائل التواصل الاجتماعي في المنصات الرقمية التي تربط آراء الأفراد الشخصية وردود أفعالهم والتفاعلات في الشبكات الافتراضية، مثل Facebook و Instagram و Twitter، فالمصدر الإعلامي للتعلم الاجتماعي يمارس تأثيرًا على هلع الشراء، وله الكثير من الآثار النظرية والعملية المتعمقة. واليوم، يحصل الجميع تقريبًا على الأخبار والمعلومات اليومية من خلال منصات الوسائط المختلفة، وبالتالي، تؤثر المنصات المختلفة على سلوكيات الشراء لدى المستهلكين، ويعتبر النوعين الأكثر تمثيلًا من وسائل الإعلام هما وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي، والأمر المثير للقلق بشكل خاص هو إلى أي مدى وبأي طريقة تكون هذه المصادر الإعلامية مسؤولة عن تحفيز الهلع الشرائي، وإثارة مخاوف المستهلكين من نقص المنتج، لأن خوف المستهلكين تجاه نقص المنتج له أهمية كبيرة لأنه يؤثر على عاداتهم الشرائية.

كما أن المعلومات المضللة التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الإخبارية هي المسؤولة عن تضخيم الدوافع لدى المستهلكين في الاندفاع في الهلع الشرائي، إلى أنها تستخدم بشكل متعمد ومُنسق لمعلومات خاطئة أو خادعة أو مشوهة عبر قنوات المعلومات المختلفة، لتحقيق تأثير على الجمهور، وتسهم بشكل مباشر في خلق الشعور بالتهديد وإثارة الاضطرابات الاجتماعية، وتزييف الوعي العام، لذلك تواجه الدولة المصرية هذه التهديدات بشكل متزايد، خاصة مع الظروف السياسية والاقتصادية التي

تمر بها منذ أكثر من عقد من الزمان، فوسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الخطاب العام، وأداة فاعلة في تشكيل الخطابات المتداولة في المجال العام المصري. (كاظم، ٢٠٢٤)

و في سياق هذا أصبحت تثير تقارير وسائل الإعلام الإخبارية وصور الرفوف الفارغة قلق الناس والضيق المرتبط بارتفاع الاسعار، مما نتج عن ذلك هلع الشراء، وهناك دراسة ذات صلة أجراها عرفات وآخرون (٢٠٢٠) عن خصائص وتأثير الهلع الشرائي كما ورد في وسائل الإعلام، وتم جمع المعلومات من تقارير وسائل الإعلام الإنجليزية (مثل الصحف والأخبار التلفزيونية) المنشورة أو المقدمة حتى نهاية مايو ٢٠٢٠. وتم استخدام الكلمة الرئيسية "الهلع الشرائي" كهدف البحث الرئيسي، كما ذكر تشينج (٢٠٠٤) أن التعرض المفرط للأخبار المتعلقة بالأزمات الاقتصادية قد تؤدي إلى الخوف فينتج عنها سلوك التخزين (Huan,2021)، فإذا كان المستهلكون أكثر تعرضاً لوسائل الإعلام التقليدية وتعلموا منها أن الآخرين "يقاثلون" من أجل العناصر النادرة، فمن المرجح أن يشعر المستهلكون بالخوف تجاه نقص المنتج وينخرطون في الهلع الشرائي.

وأكد ليونغ على أن رؤية صور عدم كفاية مخزون الإمدادات من المتاجر على وسائل التواصل الاجتماعي يسبب خوف المستهلكين (Huan,2021). ليس هذا فحسب، بل إن وسائل الإعلام هي التي تزود المستهلكين بالمعلومات حول استجابات الآخرين للتحديات الاقتصادية، وبالتالي يمكن تغيير سلوكهم الشرائي، لذلك تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة هامة أيضاً، وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في نموذج الهلع الشرائي، إلا أننا نتوقع أن يكون للتعليم الاجتماعي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير أكبر نسبياً من وسائل الإعلام التقليدية، حيث يمكن لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي أن يشعروا

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

بشعور متزايد بالعجز عند اكتشاف نقص الضروريات، مما قد يؤدي إلى تغييرات سلوكية.

كما أن ما يراه المستهلكون ويتعلمونه من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يخلق الخوف من عدم توازن العرض في أذهان المستهلكين والتغيرات السلوكية، وتدعم بعض الدراسات السابقة نظرية التعلم الاجتماعي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال، دراسة (أحمد ومراد ٢٠٢٠) في كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة العقلية والخوف من فيروس كورونا (كوفيد-١٩) في العراق، حيث توصلت النتائج إلى أن الفيسبوك كان الأداة الأكثر استخداماً لنشر جو الهلع بشأن فيروس كورونا (كوفيد-١٩) في العراق، ويتعلق ذلك بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلباً على الصحة النفسية للناس، كما أظهرت دراسة أخرى أن المنشورات السلبية من وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة تسهم في نشر شائعات بشأن عدم كفاية المنتجات، ويمكن تحديدها على أنها محفزات عاطفية للقلق العام. (Huan,2021)

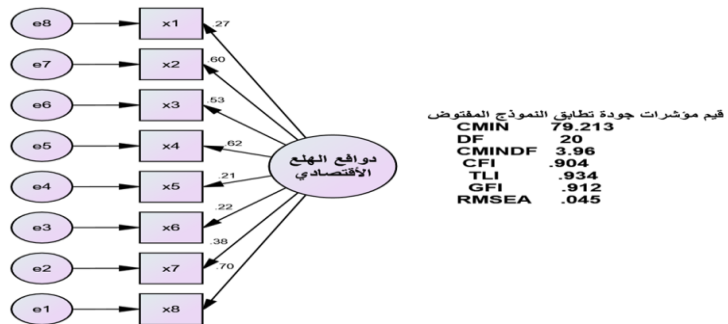
ودرس تشنغ وآخرون (٢٠٢٠) تأثير سلوك التعلم الاجتماعي للمستهلكين على قرارات الشراء الخاصة بهم تحت خطر انقطاع العرض، وأظهر التأثير الكبير للتعلم الاجتماعي على مخاوف المستهلكين وقرارات الشراء، لأن عندما يدرك الناس أن توافر السلع محدود، فإنهم يميلون إلى الشعور بالقلق والخوف (Huan,2021)، أي أن التعرف على مخاطر نقص السلع من خلال المعلومات التي ينشرها أشخاص عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتي تساعد المستهلك أن يرى بسهولة كيف يتصرف الأصدقاء والعائلة تجاه الأزمة، كما يمكن أن يثير مخاوف في ذهن المستهلك ويزيد من الخوف بشأن نقص المنتج. وبالتالي، تعلم سلوك الشراء لدى الآخرين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل سلبي ويؤدي إلى (أ) نقص المنتج و (ب) الهلع الشرائي.

بناء على ما سبق نستطيع القول أن نظرية التعلم الاجتماعي تفسر الهلع الشرائي أيضاً، ولكن نجد أن التعلم خلال وسائل الإعلام التقليدية لم يؤثر بشكل كبير على خوف

المستهلكين تجاه نقص المنتج أو الهلع الشرائي، إلا أن التعلم الاجتماعي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي له تأثيرات كبيرة على كليهما، كما اوضحت نتائج الدراسات الامبريقية على أن الهلع الشرائي لدى المستهلكين يمكن أن يؤثر على مشاعرهم سلبياً، مما يؤكد أن سبب سلوكيات الشراء غير الطبيعية أمراً سلبياً يجب معالجته. أما عبارة " انتشار الشائعات بشأن غلاء اسعار السلع" نجد تحميلاتها المعيارية (٢١٣) فهي أقل مقارنة بالعبارات الأخرى، ولكن لا يمكن الاستغناء عنها، لأنها معنوية إحصائياً، وأكثر من القيمة العددية، فالشائعة ظاهرة اجتماعية وعنصراً مهماً في نسيج كل ثقافة من الثقافات البشرية. فمن خلال الشائعات يمكن أن تتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم، ويمكن أن يعزف الناس عن شراء منتج أو زيارة شرائه، فهي تعبر تعبيراً عميقاً عن ظروفه النفسية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، فالشائعات يمكن أن تؤثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية، والنفسية، والثقافية للشعوب، ويمكن أن تؤثر في العلاقات الدولية واستقرار المجتمعات. (صلاح، ٢٠٢١)

وبالنظر إلى الشكل القادم نجد أن مقاييس جودة تطابق النموذج لا تحتاج إلى تحسين حيث جاءت قيمها، كما هو موضح بالشكل رقم (٢).

الشكل رقم (٢)



دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

جاءت نتائج مؤشرات تطابق النموذج مقبولة، ولا يحتاج النموذج إلى تحسين حتي يتطابق دوافع الهلع الاقتصادي الذي تتبناه الباحثة مع النظرية التي تود تأكيدها، ونجحت العبارات المستخدمة في تفسير هذه الدوافع، ودعم الشكل رقم (٢) ما تم سرده من معنوية العبارات السابقة حيث جاءت مؤشرات قيم النموذج عند مستويات القبول، و نجد أن مؤشر المطابقة المقارن، ومؤشر " توكر - لويس" قيمتهم أعلى من (٩)، وكذلك مؤشر "رمسي" قيمته أقل من (٠,٠٨)، ولهذا لا يحتاج النموذج السابق إلى تحسين وحذف عبارات، لأنها لا يقل تحميلها المعياري عن (٠,٥)، فالنموذج التالي هو النموذج الملائم لبناء دوافع الهلع الاقتصادي.

جاء النموذج المقترح من قبل الباحثة بعباراته مقبول ومطابق إحصائيا وجاءت قيمة مربع كاي المعياري (3.96) أقل من ٥، والتي بدورها تقيس التوفيق العام لبيانات النموذج المقترح لقياس البعد، وكذلك جاءت قيمة مؤشر المطابقة المقارن بقيمة (943). (وهي أكبر من (٩)، وقيمة مؤشر " توكر - لويس" (٩١٢)، وهي أيضًا أكبر من (٩)، وتقرب القيمة المثلى لهذين المقياسين من الواحد الصحيح، ويقاس مدى التقارب بين النموذج المقترح، ونموذج العدم الذي تفرضه النظرية التي تبنت الباحثة دراستها، أما عن قيمة مؤشر "رمسي" الذي يقيس متوسط الاختلاف أو التعارض بين تقديرات المجتمع التي تم الحصول عليها من النموذج، والقيم المشاهدة من العينة فإنه يقيس نسبة الخطأ في القياس، وجاءت قيمته أقل ٨٪ وهي نسبة مقبولة إحصائيا، وجميع المقاييس السابقة أكدت علي أن العبارات كافية دون الحذف أو الحاجة إلي الإضافة لعبارات أخرى .

(٢) الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع المصري

مما سبق تبين أن هناك العديد من دوافع الهلع الاقتصادي، وهنا لا بد من أن نعرف ما هي الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع المصري؟، وفيما يلي

مرورة سليمان على

البيانات التي تقدم إجابة على هذا التساؤل من خلال عينة الدراسة، فحساب قيمة كلا الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع المصري لتوصيف المتغير ودراسة اتجاهات استجابات المفردات، وكذلك تم استخدام اختبار (ت) لفحص مدي معنوية هذه الاستجابات، حيث أن الفرض العدمي هو أن يساوي متوسط إجابات المبحوثين على العبارة غير معنويا، وضده الفرض البديل بأن يكون متوسط استجابات المبحوثين معنويا، فإذا كانت (Sig (P- Value) (Value) أصغر من مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). فإن ذلك يدل على معنوية إجابات المبحوثين، وإذا كانت قيمة المعنوية أكبر من مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). فإن ذلك يدل على عدم معنوية استجابات المبحوثين، كما أنه تم استخدام التحليل العاملي التوكيدي، وذلك لمعرفة قيم التحويلات المعيارية وأهمية العبارات وكذلك معنوية هذه التحويلات، وهل هي كافية لدراسة الهلع الاقتصادي لدي المبحوثين؟، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي.

جدول رقم (٤)

العبارات	توصيف الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع المصري			اختبار معنوية البيانات		اختبار التوزيع الطبيعي		نتائج التحليل العاملي التوكيدي	
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	معنوية	اتجاه الإجابة	K_S test	المعنوية	التقديرات المعنوية	معنوية التقديرات
تخزين السلع يعرقل خطط الحكومة ويضعها في حالة طوارئ	2.55	0.681	67.59	***	الموافقة	0.403	0.077	0.4	***
التباين في العرض والطلب على السلع يسبب نقص في المخزون الإستراتيجي	2.61	0.622	75.62	***	الموافقة	0.419	0.091	0.438	***
تخزين السلع يؤدي الى ارتفاع سعرها وقلة جودتها	2.71	0.592	82.58	***	الموافقة	0.467	0.105	0.537	***

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

***	0.657	0.087	0.495	الموافقة	***	92.88	0.54	2.78	شراء بعض المنتجات دون داع يزود جشع التجار واحتكارهم للمنتج
***	0.554	0.123	0.456	الموافقة	***	81.89	0.592	2.69	تخزين السلع يترتب عليه عدم السيطرة على الاسعار و حدوث فوضى في الأسواق
***	0.551	0.085	0.459	الموافقة	***	83.33	0.584	2.7	شراء السلع رغم عدم احتياجها ينتج عنه عدم توفرها للأشخاص الآخرين
***	0.343	0.111	0.456	الموافقة	***	96.5	0.509	2.72	نقص السلع من السوق يؤدي إلى شعور الناس بمزيد من الخوف
***	0.257	0.089	0.441	الموافقة	***	87.53	0.552	2.68	الافراط في تخزين السلع يؤدي الي فقدان صلاحيتها
قيمة ألفا كرو نباخ = (٧٩٨).									
نسبة التباين الكلي المفسر بواسطة العبارات = (٧٠٢).									

(*** تشير الي معنوية العبارات عند مستوي معنوية ٥% وبدرجة ثقة ٩٥%)

بالنظر إلى الجدول السابق رقم (٤) نجد أن نتائج المقاييس الإحصائية المستخدمة، أكدت علي نجاح الباحثة في اختيار العبارات التي كونت توصيف الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع المصري، وتضمنت (٨) عبارات باتجاه عام "موافقة"، وتشير أيضاً إلى التقارب في المتوسطات الحسابية بمستويات منخفضة لقيم الانحراف المعياري، ونلاحظ أنه من خلال القياس لم يكن هناك اختلاف في وجهات نظر

المستقصي منهم حول العبارات، وقلة تشتت أفكارهم وهو ما يشير إلى تجانس مفردات الدراسة. لذلك، فقد نجحت الباحثة في اختيار العينة بشكل سليم إحصائياً.

وبالنظر إلى قيم الانحراف المعياري نجد أنها قيم قليلة نسبياً، وهو ما يدل على انخفاض تشتت آراء العينة، وترابط أفكارهم وهو ما يبرهن علي دقة اختيار العينة من قبل الباحثة، وكانت قيمة معامل ألفا كرو نباخ عالية ومقبولة لأنها تخطت ٧٠٪، وهذا يعنى ثبات التطبيق وإمكانية الاعتماد عليه في دراسة وقياس الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع المصري، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات العبارات مما يجعلها على ثقة بصحة العبارات وصلاحيتها لتحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فروضها.

ولاختبار معنوية العبارات المستخدمة في الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع المصري، كانت متوسط استجابات المبحوثين على العبارات معنوية، حيث كانت قيمة المعنوية أقل من (٠.٥) لكل العبارات. أي أن استجابات مفردات العينة على عبارات الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي علي المجتمع المصري كانت جميعها معنوية، وتصلح إحصائياً لدراسة وتفسير الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي علي المجتمع المصري، لأن هناك نسبة كبيرة لديهم خوف وهلع يسيطر عليهم، وأشارت نسبة كبيرة من المبحوثين إلى أن الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي علي المجتمع المصري، تؤدي إلى عرقلة خطط الدولة وحدث فوضى في الأسواق وجشع التجار وغيرها كما هو موضح في عبارات المحور الثاني.

حيث جاءت عبارة " شراء بعض المنتجات دون داع يزود جشع التجار واحتكارهم للمنتج" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (٢,٧٨)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). فقد يختار الناس شراء منتجات أو خدمات تتوافق مع اهتماماتهم أو معتقداتهم أو أسلوب حياتهم، ويمكن أن تساعد هذه المشتريات على الشعور بمزيد من الثقة والتعبير عن أنفسهم للعالم، ولكن شراء الأشياء

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

غير الضرورية عملية معقدة لأنها مدفوعة بمزيج من الدوافع النفسية والاجتماعية، ولكن لها عواقب سلبية (Samuel Ph.D, ٢٠٢٢)، ومنها جشع التجار واحتكارهم لبعض المنتجات مما يؤثر على السوق.

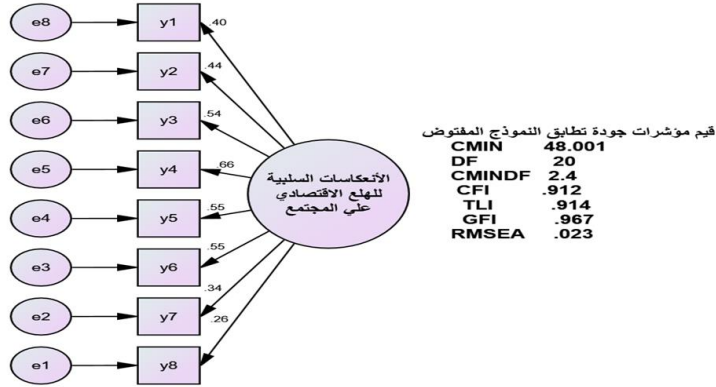
وجاءت عبارة " تخزين السلع يعرقل خطط الحكومة ويضعها في حالة طوارئ" في المرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي يساوي (٢,٥٥) وهذه العبارة دالة إحصائياً بشكل عام، وأن بعد " الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع المصري" دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$).

وبالنسبة لاختبار التوزيع الطبيعي **Normality Distribution Test** تم استُخدم اختبار **K_S test** لفحص مدى صحة الفرض الإحصائي القائل بأن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ويكون الفرض العدمي أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ضد الفرض البديل، وأن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية ($\alpha = 0,05$)، واستناداً إلى النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد أن القيمة الاحتمالية (Sig) لجميع مجالات الدراسة أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$)، ولهذا يتم قبول الفرض العدمي، وبذلك فإن توزيع البيانات لهذه المجالات يتبع التوزيع الطبيعي.

وجاء في نتائج التحليل العاملي التوكيدي المتعدد لفحص مدى تطابق نموذج العبارات المستخدمة في بناء وتقييم المقياس في الجدول رقم (٤) أن جميع العبارات ذات دلالة معنوية في تفسير محور الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع المصري، ولكن بالنظر إلى التحويلات المعيارية للعبارات، نجد أنها جاءت قوية ومتوسطة ومعنوية، وهذا يؤكد على أهميتها جميعاً دون حذف أي منها، فمثلاً نجد عبارة " شراء بعض المنتجات دون داع يزود جشع التجار واحتكارهم للمنتج" تعد أكثر أهميتها لأن تحميلاتها المعيارية (٠.٦٥٧).

وتليها عبارة " تخزين السلع يترتب عليه عدم السيطرة على الأسعار و حدوث فوضى في الأسواق" وتحميلاتها المعيارية (٠,٥٥٤)، أما عبارة " الافراط في تخزين السلع يؤدي الي فقدان صلاحيتها" نجد تحميلاتها المعيارية (٢٥٧) فهي أقل مقارنة بالعبارات الأخرى، ولكن لا يمكن الاستغناء عنها لأنها معنوية إحصائياً، وأكثر من القيمة العددية. وبالنظر إلى الشكل القادم نجد أن مقاييس جودة تطابق النموذج لا تحتاج إلى تحسين حيث جاءت قيمها، كما هو موضح بالشكل رقم (٣).

الشكل رقم (٣)



جاءت نتائج مؤشرات تطابق النموذج مقبولة، ولا يحتاج النموذج إلى تحسين حتي يتطابق محور الانعكاسات السلبية للהלح الاقتصادي علي المجتمع المصري الذي تتبناه الباحثة مع النظرية التي تود تأكيدها، ونجحت العبارات المستخدمة في تفسير هذه الانعكاسات ودعم الشكل رقم (٣) ما تم سرده من معنوية العبارات السابقة، حيث جاءت مؤشرات قيم النموذج عند مستويات القبول، ونجد أن مؤشر المطابقة المقارن، ومؤشر " توكر - لويس" قيمتهم أعلى من (٩)، وكذلك مؤشر "رسمي" قيمته أقل من (٠,٠٨)،

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

ولهذا لا يحتاج النموذج السابق إلى تحسين وحذف عبارات، لأن لا يقل تحميلها المعياري عن (٠,٥) واحدة تلو الأخرى، فالنموذج التالي هو النموذج الملائم لبناء الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي علي المجتمع المصري.

وجاء النموذج المقترح من قبل الباحثة بعباراته مقبول ومطابق إحصائياً، وكانت قيمة مربع كاي المعياري (912). أقل من ٥، والتي بدورها تقيس التوفيق العام لبيانات النموذج المقترح لقياس المحور، وكذلك جاءت قيمة مؤشر المطابقة المقارن بقيمة (914). وهي أكبر من (٩)، وقيمة مؤشر "توكر - لويس" (967)، وهي أيضاً أكبر من (٩)، وتقرب القيمة المثلى لهذين المقياسين من الواحد الصحيح، لأنه يقيس مدى التقارب بين النموذج المقترح، ونموذج العدم الذي تفرضه النظرية التي تبنت الباحثة دراستها، أما عن قيمة مؤشر "رمسي" الذي يقيس متوسط الاختلاف أو التعارض بين تقديرات المجتمع، والتي تم الحصول عليه من النموذج والقيم المشاهدة من العينة، فهو يقيس نسبة الخطأ في القياس، وجاءت قيمته أقل ٨٪ وهي نسبة إحصائية مقبولة. لذلك، أكدت المقاييس السابقة جميعها على أن العبارات كافية دون الحذف أو الحاجة إلى الإضافة لعبارات أخرى.

(٣) الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي

يؤدّي الهلع الاقتصادي إلى تدهور الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع المصري، ممّا يُهدّد استقراره وأمنه، إذن فما هي الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي؟، حيث يقدم الجدول رقم (٥) إجابات عينة الدراسة عن هذا التساؤل، التي سيتم مناقشتها.

وفيما يلي عرض لأهم نتائج التحليل الإحصائيّ لعبارات " الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي "، فقد تم حساب قيمة كلا الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات الممارسات، التي يمكن من

مروة سليمان على

خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلح الاقتصادي لتوصيف المتغير، ودراسة اتجاهات استجابات المفردات، وكذلك تم استخدام اختبار (ت) لفحص مدي معنوية هذه الاستجابات، حيث أن الفرض العدمي هو أن يساوي متوسط إجابات المبحوثين على العبارة غير معنوياً، وضده الفرض البديل بأن يكون متوسط استجابات المبحوثين معنوياً، فإذا كانت (P- Value) (Sig Value) أصغر من مستوى دلالة (0,05 = α). فإن ذلك يدل على معنوية إجابات المبحوثين، وإذا كانت قيمة المعنوية أكبر من مستوى دلالة (0,05 = α). فإن ذلك يدل على عدم معنوية استجابات المبحوثين. كما أنه تم استخدام التحليل العاملي التوكيدي، وذلك لمعرفة قيم التحويلات المعيارية وأهمية العبارات، وكذلك معنوية هذه التحويلات، وهل هي كافية لدراسة الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلح الاقتصادي لدي المبحوثين، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي.

جدول رقم (٥)

البيانات	اختبار معنوية		اختبار التوزيع الطبيعي	توصيف الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلح الاقتصادي			البيانات	العبارة	
	المعنوية	K_S test		قيمة ت	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي			
معدنية التقديرات	معدنية التقديرات	معدنية التقديرات	معدنية التقديرات	اتجاه الإجابة	معدنية	قيمة ت	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	وضع آليات من قبل الحكومة للحد من تخزين السلع
***	0.437	0.069	0.456	الموافقة	***	83.843	0.457	2.81	
***	0.608	0.132	0.5	الموافقة	***	111.036	0.513	2.77	الحرص على التحقق من الشائعات بشأن السلع الأساسية
***	0.632	0.109	0.487	الموافقة	***	97.49	0.444	2.85	تتبع قوانين لمحاسبة مروجي الشائعات
***	0.599	0.14	0.516	الموافقة	***	115.568	0.496	2.77	القيام بحملات تفتيشية بصورة مستمرة لضبط الأسواق من قبل الجهات الحكومية المسؤولة
***	0.601	0.098	0.483	الموافقة	***	100.662	0.495	2.8	تزيد عدد الجمعيات الأهلية المرخص لها حماية نشاط المستهلك

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

التعبير الإيجاري للسلع الأساسية	2.69	0.58	102.082	***	الموافقة	0.501	0.075	0.644	***
تحقيق التوازن بين المعروض والمخزون والمستهلك من السلع في السوق	2.78	0.516	97.071	***	الموافقة	0.49	0.113	0.718	***
دعم اليات شافية التواصل بين المواطنين والمؤسسات الحكومية	2.83	0.426	120.054	***	الموافقة	0.507	0.075	0.519	***
قيمة ألفا كرو نباخ = (٠.٨٠١).									
نسبة التباين الكلي المقسر بواسطة العبارات = (٠.٧٤٣).									

(*** تشير الي معنوية العبارات عند مستوي معنوية ٥٪ وبدرجة ثقة ٩٥٪)

بالنظر إلى الجدول السابق رقم (٥) نجد أن نتائج المقاييس الإحصائية المستخدمة، أكدت علي نجاح الباحثة في اختيار العبارات التي كونت توصيف الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي لدي المبحوثين، والتي تضمنت (٨)، حيث جاءت اتجاهات استجابات المبحوثين جميعها باتجاه عام "موافقة"، وهذا يعني أن العينة اتجهت للموافقة على العبارات المعروضة، وتشير أيضا إلى التقارب في المتوسطات الحسابية، بمستويات منخفضة لقيم الانحراف المعياري، حيث نلاحظ أنه من خلال مستويات القياس لم يكن هناك اختلاف في وجهات نظر المستقضي منهم حول العبارات، وقلة تشتت أفكارهم وهو ما يشير إلي تجانس مفردات الدراسة. لذلك، فقد نجحت الباحثة في اختيار العينة بشكل سليم إحصائيا.

وبالنظر إلي قيم الانحراف المعياري نجد أنها قيم قليلة نسبيا، وهو ما يدل علي انخفاض تشتت آراء العينة وترابط أفكارهم وهو ما يبرهن علي دقة اختيار العينة من قبل الباحثة، وكانت قيمة معامل ألفا كرو نباخ عالية ومقبولة حيث تخطت ٧٠٪، وهذا يعني ثبات التطبيق، وإمكانية الاعتماد عليه في دراسة، وقياس الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من

صدق وثبات العبارات، مما يجعلها على ثقة بصحة العبارات وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فروضها.

ولاختبار معنوية العبارات المستخدمة في الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي، كانت متوسط استجابات المبحوثين على العبارات معنوية، حيث كانت قيمة المعنوية أقل من (٠.٥) لكل العبارات. أي أن استجابات مفردات العينة على عبارات الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي، كانت جميعها معنوية وتصلح إحصائياً لدراسة وتفسير الهلع الاقتصادي عند المجتمع المصري.

حيث جاءت عبارة " تشريع قوانين لمحاسبة مروجي الشائعات " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (٢,٨٥)، وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وهذا ما أكدت عليه دراسة أتولكار وكيساري (٢٠١٨) أن السمات الشخصية للمستهلكين لها دور في الهلع الشرائي، حيث أن العوامل مثل التأثير الاجتماعي والمادية والتعلق العاطفي تُشجع المستهلكين على الشراء بشكل عفوي، خاصةً في ظل الشعور بالقلق والخوف، لأن يلعب التأثير الاجتماعي دوراً هاماً في تعزيز الهلع الشرائي، لأن تنتشر المعلومات بسرعة في العصر الرقمي، مما يجعل المستهلكين أكثر عرضة لتصديق الشائعات حول نقص السلع أو فقدان الوظائف. (Kaur,2020)

وتليها عبارة " دعم آليات شفافية التواصل بين المواطنين والمؤسسات الحكومية" بمتوسط حسابي (٢,٨٣)

وكانت هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$)، وهذا يتفق مع دراسة (Hawes,2015) التي أكدت علي أن التواصل الفعال بين الحكومة والمواطنين هو واجب أخلاقي وأساسي للديمقراطية، كما تُعدّ الشفافية عنصراً هاماً لتحقيق هذا التواصل، لأنها تُتيح للمواطنين معرفة ما يجري داخل حكومتهم ومحاسبتها، كما أنها

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

تسهم في توفير المعلومات حول السياسات والعمليات الحكومية للمواطنين، مما يسمح لهم بالمشاركة في صنع القرار ومحاسبة الحكومة، فمن خلالها تُعزّز المشاركة العامة، وتبني الثقة بين الحكومة والمواطنين (Hawes, 2015).

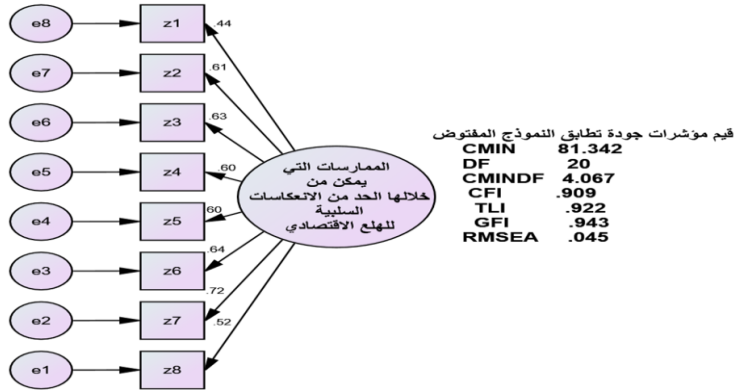
وجاءت عبارة " التسعير الإجباري للسلع الأساسية " في المرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي يساوي (٢,٦٩) وهذه العبارة دالة إحصائياً بشكل عام، وأن محور الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0,05$). وهذا يتفق مع دراسة هان وآخرون (٢٠١١)، التي أكدت على أن الثقة بالحكومة تلعب دوراً هاماً في تقليل الهلع الشرائي من خلال التسعير الإجباري ومراقبة السوق، لأن المستهلكون الذين يثقون بالحكومة يميلون إلى اتباع تعليماتها وتجنب الشراء المفرط. (Kaur, 2020)

وبالنسبة لاختبار التوزيع الطبيعي **Normality Distribution Test** تم استُخدمَ اختبار **K_S test** لفحص مدى صحة الفرض الإحصائي القائل بأن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ويكون الفرض العدمي أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ضد الفرض البديل، وأن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية ($\alpha = 0,05$)، واستناداً إلى النتائج الموضحة في الجدول السابق نجد أن القيمة الاحتمالية (**Sig**) لجميع مجالات الدراسة أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$)، ولهذا يتم قبول الفرض العدمي، وبذلك فإن توزيع البيانات لهذه المجالات يتبع التوزيع الطبيعي.

وجاء في نتائج التحليل العاملي التوكيدي المتعدد لفحص مدى تطابق نموذج القياس للعبارات المستخدمة في بناء وتقييم المقياس في الجدول رقم (٥)، أن جميع العبارات ذات دلالة معنوية في تفسير الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي، ولكن بالنظر إلى التحويلات المعيارية للعبارات، نجد أنها جاءت قوية ومتوسطة ومعنوية، وأكد على أهميتها جميعاً دون حذف أي منها.

فمثلا نجد عبارة " تحقيق التوازن بين المعروض والمخزون والمستهلك من السلع في السوق " تعد أكثر أهميها لأن تحميلاتها المعيارية (٧١٨)، لذلك لا بد من تحقيق التوازن بين الإفراط في التخزين ونقص المخزون، وتليها عبارة " التسعير الإيجابي للسلع الأساسية " بتحميلات معيارية (٦٤٤)، أما عبارة " وضع آليات من قبل الحكومة للحد من تخزين السلع " نجد تحميلاتها المعيارية (٢٥٧) أقل مقارنة بالعبارات الأخرى، ولكن لا يمكن الاستغناء عنها لأنها معنوية إحصائيا وأكثر من القيمة العددية. وبالنظر إلى الشكل القادم نجد أن مقاييس جودة تطابق النموذج لا تحتاج إلى تحسين حيث جاءت قيمها، كما هو موضح بالشكل رقم (٤).

الشكل رقم (٤)



جاءت نتائج مؤشرات تطابق النموذج مقبولة، ولا يحتاج النموذج إلى تحسين حتى يتطابق محور الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلج الاقتصادي الذي تتبناه الباحثة مع النظرية التي تود تأكيدها، ونجحت العبارات

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

المستخدمة في تفسير هذه الممارسات، ودعم الشكل رقم (٤) ما تم سرده من معنوية العبارات السابقة حيث جاءت مؤشرات قيم النموذج عند مستويات القبول، حيث نجد أن مؤشر المطابقة المقارن، ومؤشر "توكر - لويس" قيمتهم أعلى من (٩)، وكذلك مؤشر "رمسي" قيمته أقل من (٠,٠٨)، ولهذا لا يحتاج النموذج السابق إلى تحسين وحذف عبارات، لأن لا يقل تحميلها المعياري عن (٠,٥). لذلك، يعد النموذج التالي هو النموذج الملائم لبناء الممارسات التي يمكن من خلالها الحد من الانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي.

كما جاء النموذج المقترح من قبل الباحثة بعباراته مقبول ومطابق إحصائياً، وجاءت قيمة مربع كاي المعياري (909). أقل من ٥، والتي بدورها تقيس التوفيق العام لبيانات النموذج المقترح لقياس البعد، وكذلك جاءت قيمة مؤشر المطابقة المقارن بقيمة (922). وهي أكبر من (٩)، وقيمة مؤشر "توكر - لويس" (943). هي أيضاً أكبر من (٩)، وتقترب القيمة المثلى لهذين المقياسين من الواحد الصحيح، ويقاس مدى التقارب بين النموذج المقترح نموذج العدم الذي تفرضه النظرية التي تبنت الباحثة دراستها، أما عن قيمة مؤشر "رمسي" الذي يقاس متوسط الاختلاف أو التعارض بين تقديرات المجتمع التي تم الحصول عليها من النموذج والقيم المشاهدة من العينة، كما أنه يقاس نسبة الخطأ في القياس، وجاءت قيمته أقل ٨٪ وهي نسبة إحصائية مقبولة، والمقاييس السابقة جميعها أكدت على أن العبارات كافية دون الحذف أو الحاجة إلى الإضافة لعبارات أخرى.

ثامناً: مناقشة نتائج الدراسة:

تميزت ظاهرة الهلع الشرائي بتهافت الناس على شراء السلع، خاصة الأساسية منها، بدافع الخوف من نقصها أو انقطاع سلاسل التوريد، وشهدت هذه الظاهرة انتشاراً واسعاً عبر مختلف الثقافات والمناطق، مما أدى إلى ضغوط هائلة على شركات السلع الاستهلاكية لتلبية الطلب المتزايد، لذلك يسعى الناس بشكل طبيعي إلى حماية أنفسهم من

المخاطر، ويُعد الهلع الشرائي أحد أشكال هذا السلوك الوقائي من خلال تخزين كميات كبيرة من الإمدادات، لأنه يُشعر الأفراد بالأمان، ويُطلق على هذه الظاهرة اسم "الندرة المتصورة" حيث يشعر الناس بالقلق من عدم توفر السلع في المستقبل، مما يدفعهم لشرائها بكميات كبيرة في الوقت الحاضر.

(Kaur,2020)

كما شهد المجتمع تحول ثقافي عام حدث في المجال الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، وبدأنا بالفعل في بداية القرن الحادي والعشرين نرى المجتمع الحديث بعيون أخرى، بفعل النظرة المستمدة مما هو غير متوقع، والمنبثق عنها مجتمع مخاطر عالمي غير محدد، فأصبح يسيطر الخوف والقلق على الجميع بسبب التطور التكنولوجي، مما زاد من عالم اللاتيقين غير القابل للقياس، لذلك نجد أنفسنا أمام تداعيات لا يمكن التكهّن بها، ولا يمكن التّحكّم فيها، بل حتّى تداعيات غير قابلة للتّحديد مُهدّدة بالخوف من مخاطر مختلفة ومجازفات ومجهول. (أولريش بيك، ٢٠٠٦)، ويرى بيك أن مجتمع المخاطر هو نتاج حتمي للعصر الحديث، وأن على المجتمعات التعايش مع هذا الواقع الجديد من خلال تطوير آليات جديدة لإدارة المخاطر واتخاذ القرارات في ظل عدم اليقين.

ويعتبر الخوف أساس تداعيات الهلع المرتبطة بدوافع ومشاعر الأفراد، لأننا نعيش في عالم أكثر خطورةً من الأجيال السّابقة، وليست المسألة مسألة كمية الخطر، بل نوعيته لأن المخاطر التي نواجهها لا يمكن حصرها، فهي تتضمن كلّ الطبقات الاجتماعية، وبطبيعتها تفرض نمطاً جديداً من التّحدّيات على المؤسسات المنشأة لغرض التّحكم بها، لأنها تزداد وأصبحت مُسرّعة بسبب التّغيرات التي يشهدها العالم المعاصر، حيث تحولت بعض المجتمعات من حالة الخطر إلى حالة الخطر الفائق، وهنا يتحول معها الشعور بالسلامة والأمن، فيتحوّل الخوف من مجرد مشاعر تدفع إلى الحذر والحيطة إلى خوف متوطن أو خوف حقيقي يرتبط بصور من الأذى الجسدي والاجتماعي،

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

بسبب التحولات المصاحبة للعولمة التي خلقت مخاطر، مما جعل الأنظمة بداية من الأنظمة الأسرية وحتى الأنظمة البيئية ليس لديها القدرة على مواجهة هذه المخاطر المستحدثة أو التكيف معها، وهكذا تتخلق المخاطر وتزداد حدتها، بل إن الكثير من عمليات المواجهة أو التكيف لا تفضى إلى التعافي بقدر ما تكون مصدراً للمزيد من الضغوطات ومن ثم المخاطر. (زايد، ٢٠٢١)

كما رأى جيدنز أن المخاطر نوعان: مخاطر خارجية وهي ترتبط بالتقاليد والطبيعة (الأوبئة و الفيضانات و المجاعة و الجفاف والبيئة)، ومخاطر تحدث خارج إرادة الانسان مصنعة (مخلقة) هي التي يتدخل فيها الانسان بإرادته، وتنجم عن قصور وقلة خبرة الانسان، وأكد جيدنز أن عصرنا ليس أكثر خطورة من العصور السابقة، لكنه شهد تحولاً في توازن المخاطر والأخطار ما جعل المخاطر المخلقة التي نخلقها بأيدينا أشد خطراً وأثراً من المخاطر الخارجية، فالمخاطر المخلقة (المصنعة) جعلت النظرة للعلم تتغير حيث تراجعت النظرة العلمية والعقلانية. لذلك، يسمي مجتمعنا اليوم بعصر ما بعد نهاية الطبيعة ومجتمع ما بعد نهاية التقاليد، وهو لا يعني أن الطبيعة قد انتهت تماماً، وإنما يقصد أن ما بقي من الطبيعة والبيئة جعل العالم يبدو وكأنه يعيش حالة من ما بعد الطبيعة، ونفس الأمر بالنسبة للتقاليد. (أولريش بيك، ٢٠٠٦)

أما باومان كشف أن الحداثة الصلبة لم تحقق أهداف استراتيجيتها بالأمن والسلام الاجتماعي والعالمي؛ لأن ممارسة مقولات الحداثة العقلانية والبيروقراطية والدولة والفردية والعلم والعلمانية، أنتجت آثار سلبية جانبية حولت الخوف إلى خوف سائل، وألقت مسؤولية الأمن على الأفراد أولاً، ويعتبر هدف الحداثة هو مواجهة الخوف في الحياة من خلال تحقيق العقلانية والعلمانية والعلم، ولكن على الرغم من ممارسة العقلانية والعلم والبيروقراطية والفردية بصورة فعّالة، فإنه لم نقض على الخوف بل عمقناه، ومن هنا كتب عن "الخوف السائل" الذي أشار من خلاله أن الأفراد أصبحوا

أكثر حماية مما كانوا عليه في مرحلة الحداثة الصلبة، ولكنهم أصبحوا أقل أمناً لأن يمتلكهم الشعور الدائم بالخوف؛ وذلك بسبب تخلي الدولة عن مسؤولياتها في الأمن والسلم وإلقاء المسؤولية على الأفراد في تحقيق أمنهم، فنحن مازلنا أمام دولة انسحبت من أدوارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وأفسحت الطريق أمام عولمة الاقتصاد وعولمة الجريمة وعولمة الإرهاب. (باومان، ٢٠١٦)

وينتج عن الخوف السائل ما يسميه باومان " الخوف المشتق "، الذي يعاد نتاجه اجتماعياً وثقافياً، ويدوم بعد زوال الخطر، ويصدر عن خبرة ماضية، ويؤثر في السلوك البشري، والشعور بعدم الأمان نحو الخطر، وشعور العجز عن الهرب من الخطر (باومان، ٢٠١٧)، وإذا استوطن الشعور بفقدان الأمان والعجز عند أحد، فإن الشخص يلجأ إلى استجابات مثل الهلع الشرائي من أجل مواجهة الخطر، حتى في غياب الخطر حقيقي، وهذا يُكسب الخوف قوة دفع ذاتي، فسلوك التخزين مرتبط بمصلحة ذاتية ومجتمعية كمحاولة للتقليل من الخطر، بحيث يأخذ الأفراد احتياطاتهم من خلال تخزين السلع الأساسية بكميات أكثر من المعتاد، باعتبار أن هذا السلوك يمنحهم الأمان.

بناء على ذلك نجد أن الهلع الاقتصادي ينبع من خلال مجتمع المخاطر، التي تزداد في المجتمعات والأنظمة المحلية والعالمية، وتظهر حداثتها في المناطق الأكثر هشاشة، ويرى أحمد زايد أن لا وقت هنا للناس لإدراك الخطر لأنه بيننا، فهو يمس الوجود الجسدي والنفسي والاجتماعي، فالمخاطر في الكثير من الأحيان أدوات لإدارة المصالح كما هو الحال بالنسبة للحروب والنزاعات والإرهاب، وحتى إدارة أنماط الحياة من خلال إشاعة وترويج ثقافات استهلاكية ضاغطة (زايد، ٢٠٢١)، كما تؤثر مشاعر الخوف على سلوك المستهلك في التفكير أوقات الازمة عن الأيام العادية، لذلك يتجه البعض إلى الشراء والتخزين والاكنتاز كحل للخوف من ارتفاع الاسعار، وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي لها دور كبير في انتشار المعلومات المضللة التي تؤثر على وعي المستهلك،

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

ومدى الثقة بين الحكومة والأفراد، ويعد انعدام الثقة والضغط النفسية وانخفاض الدخل عوامل مؤثرة أيضًا على سلوك الهلع الشرائي.

كما يُعزى هذا السلوك أيضًا إلى "نظرية الندم المتوقع" حيث يتخوف الناس من شعور الندم في حال لم يقوموا بالتخزين مسبقًا، خاصةً إذا تفاقمت الأزمة، وفي بعض الأحيان، يولد عدم اليقين الناجم عن الأزمات شعورًا بالخوف من المجهول، مما يدفع هذا الخوف الناس إلى تخبيل سيناريوهات سلبية تؤدي بهم إلى تخزين السلع كوسيلة للتقليل من القلق والشعور بالأمان، وقد أظهرت الدراسات ذلك، مثل دراسة تشين وآخرون (٢٠١٧)، أن الشعور بالرغبة في السيطرة على الموقف يُعد أحد دوافع الهلع الشرائي، لأن يواجه المستهلكون خلال الأزمات شعورًا بالعجز، مما يدفعهم إلى السيطرة على جوانب أخرى من حياتهم، مثل شراء السلع بكميات كبيرة. (Kaur,2020)

ويواجه المجتمع المصري تحديات اقتصادية واجتماعية وسياسية معقدة متداخلة. فمن الناحية الاقتصادية، يعاني من ارتفاع معدلات البطالة والتضخم، وضعف الجنيه المصري، وتراجع الاستثمار الأجنبي، وعلى الصعيد السياسي، يشهد المجتمع المصري حالة من الاستقطاب والتوترات، مع تراجع الثقة في المؤسسات الحكومية، وقد أدت هذه التحديات المترامية إلى شعور بالقلق والخوف بين المواطنين، مما أدى إلى ظهور "هلع اقتصادي"، ويتمثل هذا الهلع في سلوكيات مثل التهافت على فك الشهادات من البنوك، وشراء السلع الأساسية بكميات كبيرة، والبعض منهم يلجأ إلى شراء الذهب أو العقارات بدلًا من الاحتفاظ بالنقود كنوع من استثمارها، ويُشكل "الهلع الاقتصادي" تحديًا إضافيًا للاقتصاد المصري، حيث يُعيق النمو ويُقلل من الثقة في النظام المالي.

بناءً على كل ذلك يتبين أنه في حالة حدوث أزمات لوحظ أن الناس يشتركون بدافع الهلع، ويواجهون أرفقًا شبه فارغة بسبب عدم إمكانية الوصول إلى بعض السلع في منافذ البيع. كما أشارت عينة الدراسة إلى أنه بسبب نقص بعض السلع الأساسية المعتادة هذا

يدفعهم إلى شراء منتجات أخرى، مما يُظهر بوضوح أنه تحسباً لمزيد من انقطاع العرض، قام المستهلكون بتخزين المنتجات الأساسية، وأكدت نتائج الدراسة الحالية من خلال تحليل البيانات أن هناك اتفاق موسعاً بين غالبية عينة الدراسة على أن دوافع الهلع الاقتصادي ترجع إلى نقص السلع من السوق، فيخشى المستهلكون من نقص السلع الأساسية، خاصةً خلال الكوارث الطبيعية أو الأزمات السياسية أو الصحية، وهذا الشعور بالنقص يدفعهم إلى الشراء بشكلٍ مبالغ فيه لتأمين احتياجاتهم، كما يميل المستهلكون لشراء المنتجات قبل وقتٍ طويلٍ من احتياجها الفعلي، خوفاً من نفاذها لاحقاً. (Rahman,2023)

كما أن التغيرات في فرق سعر السلعة من مكان لآخر، وعدم استقرار قيمة العملة المحلية سبب في الإقبال على شراء السلع بكميات كبيرة، وتُعدّ تقلبات العملة من التحديات الرئيسية التي تواجه التجارة العالمية في عصرنا الحالي. حيث تُشير إلى تغيرات قيمة عملة معينة مقابل العملات الأخرى، نتيجة لعوامل متعددة تشمل العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية والنقدية، وتكمن أهمية فهم تأثيرات تقلبات العملة في تأثيرها المباشر على أسعار السلع والخدمات في السوق العالمية (International Trade Council,2023)، وهذا ينتج عنه انقطاع العرض أو عدم اليقين الذي يؤثر على كميات السلع المطلوبة، مما يؤدي إلى الزيادة المفاجئة في شراء الضروريات التي تخلق اختلالاً بين العرض والطلب، وهذا يمارس المزيد من الضغط في المناطق الريفية والأشخاص ذوي الدخل المنخفض.

وأشارت نتائج العينة على أن المعلومات التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار الشائعات من خلالها لها تأثير كبير، خاصاً انتشار المعلومات المضللة التي تنعكس سلباً على التبادل الحر والقائم على الحقائق، فالمعلومات المضللة تشوه الحقيقة عند قطاع كبير من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري؛ لأنها تقنعهم بتصديق أشياء غير صحيحة، وتشوه المناقشات العامة وتعوق

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

التواصل السياسي الفعال، كما أن تضخيم محتوى المعلومات المُضَلَّلة يمكن أن يقود رغبة الجمهور وقدرته على المشاركة بشكل بناء في الحياة العامة، وتدهور الثقة العمومية داخل المجتمع، وكل هذا من شأنه أن يضعف قوة الدولة المصرية على حماية مصالحها الوطنية والحفاظ على الأمن القومي. (كاظم، ٢٠٢٤)

كما أن تخزينها يؤدي إلى غلاء الأسعار، وهنا يتأثر أفراد العينة باتجاه بعض الأفراد في شراء السلع وتخزينها، حيث أن بعض التأثيرات النفسية السلبية الشائعة على الناس مثل زيادة مستويات التوتر تجعل الناس ينقلون مشاعرهم الاكتئابية، وخوفهم وقلقهم للآخرين من خلال أفعالهم وتعبيرات وجوههم، وهذا يؤكد نظرية التعلم الاجتماعي التي تبنتها الدراسة، والتي تري أن مشاعر المستهلكين مرتبطة بالآخرين، على الرغم من إعلانات الحكومة، إلا أن الناس تقوم بتخزين الأشياء بدافع الهلع من خلال اتباع الآخرين أو قادة الرأي. (Hollett,2024)

وفيما يتعلق بالانعكاسات السلبية للهلع الاقتصادي على المجتمع أظهرت الدراسة إجماعاً بين المشاركين على أن الهلع الاقتصادي له انعكاسات سلبية على المجتمع المصري، مثل: الشراء المفرط الذي يؤدي إلى شراء بعض المنتجات دون داعٍ، مما يُشجع على جشع التجار واحتكارهم للسلع، وصعوبة شراء السلع مما يواجهه التجار مشكلة في توفيرها، حيث اعتادوا على التخطيط لاحتياجاتهم بناءً على البيانات التاريخية، والمشكلات اللوجستية وارتفاع الأسعار مما عانى أصحاب المتاجر من مشكلات في النقل والتوزيع، ونتج عن ذلك ارتفاع أسعار السلع، وتسبب في استنزاف مخزون السلع بشكل غير متساوٍ، وأثر ذلك علي توافرها، كما يعاني تجار التجزئة الصغار صعوبة أكبر، لأن تعتمد إعادة تعبئة مخزوناتهم على الطلب، ولم تكن مستويات مخزوناتهم الحالية كافية لتلبية الطلب المتزايد. (Hollett,2024)

ويؤدي نقص السلع أيضًا الذي بدوره يسهم بشعور الناس بمزيد من الخوف إلى ارتفاع سعرها وقلة جودتها، وعدم توفرها للأشخاص الآخرين، فنقص السلع ينتج عنه تغييرات في كل من العرض والطلب، والتحديات الاقتصادية التي تواجهها الدولة تسبب في تعطيل توريد المنتجات المنقولة من مواقع بعيدة في العديد من البلدان، وهناك تصور عام بأن تخزين المستهلكين كان سببًا أكثر بروزًا للنقص من اضطرابات سلسلة التوريد.

(Hollett,2024)

وكما أن تخزين السلع يترتب عليه عدم السيطرة على الأسعار وحدث فوضى في الأسواق، فعندما يقوم الأفراد والشركات بتخزين كميات كبيرة من السلع، يؤدي ذلك إلى نقص المعروض في السوق، لأن عندما يكون النظام الاقتصادي في أي مجتمع قادر على إنتاج السلع والخدمات التي يحتاجها الناس فهذا يعنى أن هناك توازن بين السلع المتاحة وحاجة المستهلك، وعند نقص المعروض يكون هذا مؤشرا على القصور الاقتصادي، أما زيادة المعروض من السلع فيمثل مشكلة كبيرة بالنسبة للنظم الاقتصادية القائمة على الوفرة، حيث يقتضي ذلك تصريف السلع من خلال تحويل الناس إلى قوى مستهلكة، ذات ميل متواصل إلى الاستهلاك(المصري،٢٠٠٦)، لذلك لابد من أن يكون هناك توازن بين العرض والطلب، حتي لا يُحفز ذلك على ارتفاع الأسعار بشكل مصطنع، ويُشجع الارتفاع في الأسعار على المزيد من عمليات الشراء الاحتياطية، مما يخلق فزع عند المستهلكين، كما ينتج عن كل ذلك فوضى في السوق التي تضعف ثقة المستهلكين وتعطل النشاط الاقتصادي، كما أن الإفراط في تخزين السلع يؤدي الي فقدان صلاحيتها، لأن تخزين السلع لفترات طويلة، خاصةً السلع القابلة للتلف يُعرضها لخطر فقدان صلاحيتها، مما ينتج عن ذلك خسائر مالية كبيرة للتجار والمستهلكين على حدٍ سواء، ويُهدر الموارد الثمينة مثل الغذاء والدواء.

ويسبب التباين في العرض والطلب على السلع نقص في المخزون الاستراتيجي، حيث يُعدّ تخزين السلع عاملاً رئيسياً في نقص المخزون الاستراتيجي للبلاد فعندما يتم

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

تخزين كميات كبيرة من السلع من قبل الأفراد يجعل السلع غير متوفرة لتلبية احتياجات الدولة وتجعلها في حالة الطوارئ، مثل الكوارث الطبيعية أو الحروب، كما أن تخزين السلع يعرقل خطط الحكومة ويضعها في حالة طوارئ لأن الحكومات تعتمد على بيانات دقيقة حول حركة السلع في السوق للتخطيط لاحتياجاتها واتخاذ القرارات الاقتصادية، مما ينتج عن تخزين السلع إلى تشويه هذه البيانات الذي يجعل من الصعب على الحكومات التنبؤ باحتياجات السوق وتنفيذ خططها بشكل فعال (Hollett,2024).

ويُشكل الهلع الشرائي ظاهرة خطيرة تُهدد استقرار المجتمع المصري تُلقى بظلالها على مختلف جوانب الحياة. ولذلك، يتطلب الأمر اتخاذ ممارسات وتدابير فعّالة لخصر تأثيرات هذه الظاهرة على كافة المستويات، واتفقت عينة الدراسة على عدد من الممارسات، منها تشريع قوانين لمحاسبة مروجي الشائعات، حيث يُعدّ نشر الشائعات عبر الإنترنت جريمة تُلحق الضرر بسمعة الناس وكرامتهم، وتُخالف المصالح القانونية. لذلك، يجب تشريع قوانين لمحاسبة مروجي هذه الشائعات وإيقاف انتشارها، لأن الأفعال المتمثلة في اختلاق ونشر معلومات كاذبة عمدًا تؤثر على النظام العام. (Tang,2022)

كما توصلت إلى نتيجة ضرورة دعم آليات شفافية التواصل بين المواطنين والمؤسسات الحكومية، حيث تُعدّ الشفافية عنصرًا أساسيًا في أي نظام حوكمة ديمقراطي فعّال، فهي تُلعب دورًا حيويًا في بناء الثقة بين الحكومة والمجتمع، فعندما تكون المعلومات متاحة للجمهور، يُمكن للناس تكوين صورة أوضح عن كيفية عمل الحكومة وتقييم أدائها ومحاسبتها على أفعالها. كما أشار (Piotrowski (2007 أن الشفافية تُتيح للجمهور فرصة لفهم كيفية عمل الحكومة بشكل أفضل. ويُمكن للناس من خلال الاطلاع على المعلومات تكوين صورة أوضح عن السياسات العامة وعملية صنع القرار وكيفية استخدام الموارد العامة (Hawes,2015).

كما أنه لا بد من وضع آليات من قبل الحكومة للحد من تخزين السلع، وتزويد عدد الجمعيات الأهلية المرخص لها حماية نشاط المستهلك، لأن جمعيات المستهلكين تلعب دورًا محوريًا في الأطر المؤسسية لحماية المستهلك بشكل فعال، وذلك من خلال تمثيل أصوات المستهلكين والدفاع عن حقوقهم ومصالحهم، وتعتبر مشاركة جمعيات المستهلكين في عمليات صنع السياسات عاملاً هامًا في التأثير على اتجاه السياسات الحكومية، والتي تهدف إلى حماية المستهلك لأن من أدوارها الأساسية تنقيف المستهلكين، ونشر وعيهم حول حقوقهم وواجبهم في اتخاذ قرارات استهلاكية رشيدة، كما تقدم معلومات مُوثوقة عن المنتجات والخدمات للمساعدة في اتخاذ قرارات شراء عقلانية، وتقدم هذه الجمعيات الدعم للمستهلكين في حالات الشكاوى والمشكلات المتعلقة بالمنتجات. (United Nations, ٢٠٢٠)

وهذا ما أكدت عليه دراسة نظرية دافع الحماية التي طورها روجرز، أنه عندما يواجه الناس تهديدات لحياتهم، فإنهم يسعون لحماية أنفسهم بشكل تلقائي، ففي ظل الشعور بالتهديد، يزداد قلقهم ويميلون إلى الانخراط في سلوكيات تهدف إلى حماية أنفسهم، ويُفسر هذا السلوك من خلال نظرية دافع الحماية، حيث يُحفز إدراك الخطر أو التهديد على الشعور بالخوف، مما يدفع الناس إلى اتخاذ إجراءات لحماية أنفسهم كآلية تكيف. على سبيل المثال، عندما يعلم المستهلكون بوجود تحديات اقتصادية تواجه المجتمع، فمن المرجح أن ينخرطوا في سلوكيات حماية ذاتية لتقليل مخاوفهم والمخاطر المتوقعة، لأن الهلع الشرائي يُعدّ أحد مظاهر هذه السلوكيات الاستهلاكية المتهورة التي تُبنى على الخوف البشري، فكلما ازداد إدراك الناس للتحديات المهددة للاقتصاد، زاد شعورهم بالخوف، وزاد احتمال انخراطهم في سلوكيات الهلع الشرائي كآلية للسيطرة على هذا الخوف والتأقلم مع عدم اليقين، مثل شراء السلع النادرة. (Huan, 2021)

وانفقت على ذلك أيضًا دراسة شيو وكو (٢٠٢٠) أن سلوك التخزين أثناء الكوارث يمكن اعتباره شكلاً من أشكال الحماية الذاتية أو سلوكًا مخططًا لتقليل المخاطر، ففي ظل

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

مواجهة الخوف، يميل المستهلكون إلى تغيير نوايا الشراء لديهم للحد من المخاطر المتصورة، فعندما يواجهون موقفًا لا يمكن السيطرة عليه أو يهدد حياتهم، يزداد شعورهم بالخوف من عدم اليقين، مما يدفعهم إلى الشراء بشكل مفرط كنوع من ردود الفعل على هذا الخوف، وتلعب مخاوف المستهلكين، وخاصة الخوف من نقص السلع، دورًا رئيسيًا في تحديد سلوك الهلع الشرائي. (Huan, 2021)

بناء على ذلك نتوقع أنه عندما يعرف المستهلكون عن سلوكيات الشراء لدى الآخرين عبر وسائل الإعلام، فإن خوفهم من نقص المنتج سيزداد؛ وبالتالي، يخرطون في عمليات هلع الشراء للتغلب على مخاوفهم، لذلك من الضروري التعرف على التأثيرات المباشرة للخوف تجاه نقص المنتج فيما يتعلق بالهلع الشرائي واختبارها إمبريقياً، لأن الخوف تجاه نقص المنتج يؤثر بشكل سلبي ويدفع الأفراد إلى الهلع الشرائي، كما وسائل التواصل الاجتماعي لها دور في ذلك.

وهنا توصلت الدراسة إلى أنه لا بد الحرص على التحقق من الشائعات بشأن السلع الأساسية، وتحقيق التوازن بين المعروض والمخزون والمستهلك من السلع في السوق، والقيام بحملات تفتيشية بصورة مستمرة لضبط الأسواق من قبل الجهات الحكومية المسؤولة، لأن نتيجة التقدم التكنولوجي أدى ذلك إلى زيادة ترابط الأسواق عالمياً، مما زاد من صعوبة اكتشاف ممارسات السوق غير القانونية، حيث يتمتع التجار بفهمهم لأنظمة إدارة المخاطر. لذلك، لا بد من أن الجهات التنظيمية العالمية أن تعزز جهودها الرقابية والإشرافية والتعاوني (Report,2005) كما أنه لا بد من أن تعمل الدولة على التسعير الاجباري للسلع، وتحديد سعر كل سلعة في السوق مما يُمنع بيع أو توريد أي سلعة أساسية بسعر يتجاوز الحد الأقصى المحدد، وفرض عقوبات على المخالفين للقانون.

يشهد الاقتصاد العالمي تباطؤاً في معدلات النمو، مما أدى إلى تراجع الاستثمارات وانخفاض مستويات المعيشة، كما تُعاني العديد من الدول من ارتفاع معدلات التضخم، وينتج عن ذلك ارتفاع القوة الشرائية للعملة وزيادة تخزين السلع، وأثرت هذه التحديات الاقتصادية تأثيراً كبيراً على سلوكيات الشراء، ونتج عنها خوف وقلق وزيادة الطلب على المنتجات مما أدى إلى نقص في هذه المنتجات وارتفاع أسعارها بشكل كبير، وأدت حالة الهلع إلى سلوكيات شراء غير عقلانية مثل تخزين كميات هائلة من السلع دون الحاجة الفعلية لها. ولذلك، تُعدّ معالجة التحديات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بشكل شامل ضرورية لحل مشكلة "الهلع الاقتصادي" وتحقيق الاستقرار والتنمية في مصر.

وينعكس الهلع على المجتمع بشكل سلبي، ولتخفيف حدة التأثيرات السلبية لآبد من تعزيز الوعي، فيجب على الحكومات والمنظمات الدولية نشر الوعي، وتقديم معلومات دقيقة، كما يجب على الحكومات ووسائل الإعلام محاربة الشائعات والمعتقدات الخاطئة، وتعزيز نشر المعلومات الصحيحة، وآبد من أن تقوم الحكومات بتوفير المنتجات الأساسية بأسعار معقولة، كما يجب على الدول التعاون على المستوى الدولي لتبادل المعلومات والموارد وتقديم المساعدة للدول المتضررة.

كما إن عدم استقرار الأسواق تعتبر ظاهرة خطيرة تهدد الاستقرار الاقتصادي، ويجب على الجميع، حكومةً ومستهلكين، التعاون لمعالجة هذه الأزمة، من خلال التحلي بالهدوء والمسؤولية، وشراء احتياجاتنا الأساسية فقط، ودعم المنتجات المحلية حتى يمكننا تجاوز هذه الأزمة وضمان استقرار الاقتصاد. اذن يُعد الهلع الشرائي سلوكاً مدمراً يمكن أن يؤدي إلى تفاقم نقص سلسلة التوريد. لذلك، من المهم للمستهلكين أن يكونوا على دراية بهذا السلوك وأن يحاولوا مقاومة الرغبة في الشراء المفرط أو التخزين عندما يواجهون نقصاً في السلع. (Neumann,2023)

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

وتعتبر نظرية ستانلي كوهين إطارًا قيّمًا لفهم كيفية نشوء ظواهر مثل الهلع الأخلاقي والهلع الشرائي. فالهلع الأخلاقي، الذي يتجلى في انتشار الخوف والعداء تجاه فئات معينة، يمكن أن يؤدي إلى سلوكيات اجتماعية مدمرة. وعندما يتعلق الأمر بالهلع الشرائي، فإن هذه النظرية تساعدنا على فهم الدوافع النفسية والسوسولوجية التي تدفع المستهلكين إلى اتخاذ قرارات شرائية غير عقلانية. ولكن، بالرغم من أهمية نظرية كوهين، فإن هناك جوانب أخرى تستحق الدراسة، مثل دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الهلع، والتأثير المتبادل بين الهلع الأخلاقي والاقتصادي، وأثر الهلع على سلوك التجار واستراتيجيات التسويق. كما أن المقارنات بين البلدان النامية والمتقدمة يمكن أن تكشف عن أنماط مختلفة من الهلع الشرائي، مما يساعدنا على تطوير استراتيجيات أكثر فعالية لمواجهة، كما أن فهم أسباب الهلع وآثاره يتطلب منهجية بحثية متكاملة، تجمع بين الأساليب الكمية والكيفية. ففي حين أن الاستطلاعات والمسوح توفر بيانات كمية حول سلوك المستهلكين، فإن الأبحاث النوعية تساعدنا على فهم الدوافع العميقة وراء هذا السلوك. من خلال الجمع بين هذين المنهجين، يمكننا بناء نماذج أكثر شمولية ودقة لظاهرة الهلع.

كما أن تقترح الباحثة توصيات للجانب العملي للدراسة كسياسات للتخفيف من آثار الهلع ويتم ذلك من خلال بناء الثقة لبناء الثقة بين الحكومة والمواطنين، والاهتمام بنشر المعلومات الصحيحة وذلك من خلال تطوير استراتيجيات لنشر المعلومات الصحيحة حول الوضع الاقتصادي، كما يمكن تدريب تجار التجزئة عن طريق تقديم تدريب لتجار التجزئة على كيفية التعامل مع حالات الهلع.

المراجع

- أحمد زايد، نحو نظرية للخطر الفائق: مجتمع المخاطر.. من عولمة الخوف إلى توطينه، مجلة الديمقراطية مؤسسة الأهرام، المجلد ٢١، العدد ٨٢ (٣٠ إبريل/نيسان ٢٠٢١)، ص. ٣٨-٤٢.
- أولريش بيك، مجتمع المخاطر العالمي ترجمة علا إبراهيم آخرون، المركز القومي للترجمة، ٢٠٠٦.
- خالد كاظم أبو دوح الانعكاسات السلبية للمعلومات المضللة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري المجلة العربية لعلم الاجتماع، يوليو ٢٠٢٤، المجلد ١٧، العدد ٣٤، ص١٣-٧٠.
- زيجمونت باومان، ترجمة حجاج أبو جبر، الحداثة السائلة، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ٢٠١٦، الطبعة الأولى.
- زيجمونت باومان، ترجمة حجاج أبو جبر، الخوف السائل، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ٢٠١٧، الطبعة الأولى.
- سعيد المصري، ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، مركز تفكير، العدد (١٩)، ص٦.
- مروة سليمان، النظريات الوسطى في علم الاجتماع دراسة لأصولها الفكرية وكفاءتها الإمبريقية، إشراف: أحمد زايد-سعيد المصري، ٢٠٢٢، جامعة القاهرة، دراسة غير منشورة.
- وفاء صلاح، الشائعات في مصر وأساليب التعامل الحكومي معها دراسة حالة على مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لرئاسة الوزراء المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان، يناير ٢٠٢١.
- أسماء فهمي، معاناة اقتصادية: تأثير الأزمات العالمية المتتالية على أسعار السلع الغذائية، المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية، (٢٠٢٣)

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

- Amandeep Kaur, Garima Malik (2020), Understanding the Psychology Behind Panic Buying: A Grounded Theory Approach, Global Business Review, December, 1–14.
- Billore Soniya, Tatiana Anisimova (2021), Panic buying research: A systematic literature review and future research agenda, 18 March <https://doi.org/10.1111/ijcs.12669>.
- Critcher, Chas (2017), Moral Panics, 29 March. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190264079.013.155>.
- Critcher, Chas (2011), For a political economy of moral panics, Volume 7, Issue 3, December 16, <https://doi.org/10.1177/17416590114176>.
- Dhanabal, Sharon (2024), A STUDY ON INFLUENCE OF ONLINE REVIEW ON CONSUMER PURCHASING DECISION, April.
- EMERGING MARKETS COMMITTEE OF THE INTERNATIONAL ORGANIZATION OF SECURITIES COMMISSIONS(DECEMBER 2009) ,Approaches to Market Surveillance in Emerging Markets Final Report,p5.
- Giorgi ,Gabriele, Giulio Arcangeli, Nicola Mucci, Vincenzo Cupelli(2014), Economic stress in workplace: The impact of fear the crisis on mental health, March,
- Hall ,C. Michael, Peter Fieger, Girish Prayag , andDavid Dyason(2021), Panic Buying and Consumption Displacement during COVID-19: Evidence from New Zealand, Economies, 9(2), 46; <https://doi.org/10.3390/economies9020046>.
- Harmon ,Dion, Marcus A. M. de Aguiar, David D. Chinellato, Dan Braha(2011), Predicting Economic Market Crises Using Measures of Collective Panic, SSRN Electronic Journal 10(7), February.
- Hier, Sean P.(May 2002), Conceptualizing Moral Panic through a Moral Economy of Harm, Volume 28, Issue 3, <https://doi.org/10.1177/08969205020280030301>.
- Hollett ,Geoff, PhD and Jennie B. Jarrett(2024), PharmD, PhD, MMedEd, How Should Resources From National Stockpiles Be Managed?, AMA Journal of Ethics, <https://journalofethics.ama-assn.org/article/how-should-resources-national-stockpiles-be-managed/2024-04>.
- <https://doi.org/10.1111/fcsr.12421>.

- Huan ,Christine, Soona Park, Jiyun Kang(2021), Panic Buying: Modeling What Drives it and How it Deteriorates Emotional Well-being, 21 November .
- Jennalane O Hawes, Brad Rawlins, Kenneth D. Plowman(November 2015) ,Transparency and City Government Communications, The Public relations journal 9(3).
- Kaur Amandeep ,and Garima Malik(2020),Understanding the Psychology Behind Panic Buying: A Grounded Theory Approach, December 13, <https://doi.org/10.1177/0972150920973504>.
- Neumann ,mberly Dawn, Medically Reviewed(2023), The Psychology Of Panic Buying, Jan 27, , <https://www.forbes.com/health/mind/panic-buying/>.
- Rahman ,Towfique , Sanjoy Paul(),When fears drive markets: understanding the impacts of panic buying on the supply chain economy and proposed solution,p35, https://www.researchgate.net/publication/374387313_When_fears_drive_markets_understanding_the_impacts_of_panic_buying_on_the_supply_chain_economy_and_proposed_solution.
- Rahomee ,Abdulqadir Rahomee, Ahmed Aljanabi(2021), The impact of economic policy uncertainty, news framing and information overload on panic buying behavior in the time of COVID-19: a conceptual exploration, International Journal of Emerging Markets, 21 June,Volume 18 Issue 7, pp1746-8809. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOEM-10-2020-1181/full/html>
- Shaikh ,Shahroz, Quratulain Mansoor(2022), Consumer behavior, ,April, https://www.researchgate.net/publication/360181810_Consumer_behavior.
- Tang ,Liwen (٢٠٢٢), Study on the Criminal Law Regulation of Online Rumors Insulting "Strangers": -- A Case Study of a Woman from Hangzhou Being Slandered on July 7, BCP Social Sciences & Humanities,BCP Social Sciences & Humanities,pp491-502.
- Understanding the Impact of Currency Fluctuation on Global Trade(2023), Published by the International Trade Council, <https://tradecouncil.org/wpcontent/uploads/2023/06/Understanding-the-Impact-of-Currency-Fluctuation-on-Global-Trade>.

دور نظرية الهلع عند ستانلي كوهين في تفسير الهلع الاقتصادي في المجتمع المصري: دراسة ميدانية

- United Nations(2020), United Nations publication issued by the United Nations Conference on Trade and Development. REPORT ON CONSUMER ASSOCIATIONS,p1.
- Kendra Cherry, MEd(2022), How Social Learning Theory Works, October 14, <https://www.verywellmind.com/social-learning-theory-2795074>.
- Marikyan, D. & Papagiannidis, S. (2023) Protection Motivation Theory: A review. In S. Papagiannidis (Ed), Theory Hub Book.
- SEGAL, TROY (2021), Currency Fluctuations: How they Affect the Economy, <https://www.investopedia.com/articles/forex/080613/effects-currency-fluctuations-economy.asp>.
- Domenico Giandomenico Di (2024), How subtle forms of misinformation affect what we buy and how much we trust brands, Academic rigour, journalistic flair.
- Samuel Ph.D ,Lawrence R..(2022), Why Do We Buy Things We Don't Need?, <https://www.psychologytoday.com/us/blog/future-trends/202204/why-do-we-buy-things-we-don-t-need>.
- Hawes, Jennalane O , Brad Rawlins, Kenneth D. Plowman(2015), Transparency and City Government Communications, The Public relations journal 9(3).