

المرأة في الأمثال الشعبية «دراسة مقارنة»

إنعام فكّار (*)

الملخص

يُفرد المثل الشعبي للمرأة مساحة كبيرة من اهتمامه. وهذه الدراسة تدور حول دور الأمثال الشعبية في الكشف عن موقف المرأة واتجاهاتها إزاء مختلف المواقف السلوكية والفكرية التي تمر بها، وذلك من خلال دراسة مقارنة بين وضعية المرأة في كل من مصر وفلسطين ، حيث يظهر مدى ارتباط المثل الشعبي بالمراحل المختلفة التي تمر بها من خلال دورة حياتها كفتاة وزوجة وأم وابنة وأخت. وفي هذا تناولت الدراسة الظروف البنائية والوظيفية والثقافية التي أسهمت في ترسيخ مختلف مظاهر الوضعية الحالية للمرأة ، والتي تبدو من خلال ما يتردد من أحاديث، بالإضافة إلى دور المثل الشعبي في استرداد الوعي الاجتماعي للمرأة بما يُساعد على تدعيم الاتجاهات الحديثة المرتبطة بالتنشئة والتنمية عُموماً.

* أستاذ مساعد بكلية الدراسات الإنسانية بنات- تفهنا الأشراف قسم علم الاجتماع - جامعة الأزهر.

Proverbs and Women : A Comparative Study

Enam Fakar

Abstract

This paper includes a comparative study about the definitions of proverbs and how it is used to express events and situations which happen between women in two Arabic Countries namely Egypt and Palestine .

The issue analyses the factors of the developments which happened in using proverbs to express relations and opinion about social life, in different situations that happen through woman's life cycle as a girl, wife, mother, daughter and sister. Finally, the study includes a profound analysis about the different changes in the patterns of life and the increasing dependences in Arabic proverbs and traditional cultural and folklore.

مقدمة :

الأمثال الشعبية هي ذاكرة الشعوب ، وحافظة تجاربهم وخبرة أجيالهم ، فهي ترجمة صادقة للحس الشعبي المنقول شفاهة وبالرواية عبر الزمان. والأمثال Proverbs ليست مجرد أقوال مُرسلة أو ألفاظ جوفاء ولكنها ألفاظ مليئة بالحياة ومُشبعة بالدلالات التي تشير إلى الكثير من عقائد الناس وعاداتهم وتقاليدهم وأنظمتهم الاجتماعية التي كانت تسود في مختلف العصور. والشعب العربي لديه ثروة هائلة من الزاد الثقافي والفكري بما يتضمنه من حكم وأمثال وإيحاءات ورموز تتفاوت بتفاوت مواضعها. والتعدد في مضامين الأمثال والموضوعات التي تدور حولها له أهمية فائقة في تثبيت الأعراف والتقاليد وفي التعبير عن التجربة الإنسانية بمواضيع الحياة المختلفة ، ومن هذه الزاوية تساعد الأمثال على معرفة أسلوب هذه المقولات الفكرية والاجتماعية وغير ذلك مما يكون بنية الثقافة ويحدد معالمها ، علاوة على دورها في الكشف عن أبعاد الشخصية العربية في بنائها النفسي ، ومنهج التفكير الذي طالما انتهجه الإنسان العربي وارتبط به.

والواقع أن الأمثال تتسم عموماً وعلى مستويات عدة بخاصية الرسوخ الذي يُميزها عن الأصناف الأدبية الأخرى⁽¹⁾. وتقول الدراسات والبحوث أن هذا التميز هو الذي يجعل من دراستها شبكة معقدة مفعمة بالإثارة والوعي والحياة. فالأمثال تعبر تعبيراً صادقاً تارة بالتصريح وتارة بالتلميح عن مشاكل الحياة وطرائق التفكير وألوان العيش والمعاملات التي يمر بها الإنسان ، كما أن فيها من العواطف البشرية بحاراً زاخرة تعبر عن سمو تارة وعن انحطاط وإسفاف تارة أخرى. وعلى ذلك فإن الأمثال تعبر عن الحياة التي هي مزيج من الخير والشر، ويستطيع الدارس لها أن يُكوّن فكرة صائبة مُحددة المعالم عن حياتنا ومشاكلنا وطرائق تفكيرنا في العهود المختلفة.

وعلى العموم فإن أهمية الأمثال ترجع إلى أنها بشرية وواقعية تعبر عن مختلف الأحوال والاحتمالات التي قد يمر بها البشر ، فضلاً عما تنطوي عليه من أحكام خلقية أو قيم تربوية أو مثل دينية : فهي ليست مجرد شكل من أشكال الفولكلور أو دليل اتنوجرافي خاص بأحوال الشعوب⁽²⁾. إنما هي ، على حد تعبير مالينوفسكي Malinowski، عمل أو نشاط كلامي يدعو قوة معينة إلى التحرك بما لها من تأثير قوي على السلوك الإنساني. فالثقافة عند مالينوفسكي تؤلف وحدة عضوية حيث تعتبر العادات والتقاليد والأعراف والمعتقدات الاجتماعية صوراً ومظاهر جزئية صدرت عن وحدة النسق الكلي للبناء الثقافي المتكامل نظماً و غاية⁽³⁾.

والمرأة باعتبارها تمثل نصف المجتمع ليست بعيدة عن كل التغيرات والتأثيرات التي يتعرض لها المجتمع ، وذلك له دلالة سواء على مستوى الأفراد أو

الأسرة أو المجتمع ككل.

والواقع أن المثل الشعبي قد أفرد للمرأة مساحة واسعة من اهتمامه ، وربما كانت الأمثال الشعبية التي قيلت في المرأة هي أكثر الأمثال التي تناولت موضوعاً واحداً. وفي ضوء هذا فإن الكشف عن موقف المرأة واتجاهاتها إزاء المواقف السلوكية والعملية والفكرية لا يتهبأ بصورة موضوعية إلا بالكشف عن الظروف الثقافية والقيم والتقاليد والأعراف التي تؤثر على نمط العلاقات الاجتماعية والثقافية واتجاهات المرأة ومدى استجابتها للأمثال الشعبية، أو على الأقل التأثير بها ، وارتباط ذلك بنظرتها هي نفسها إلى ذاتها وتقديرها لمكانتها ولا تتسنى الإحاطة بكل هذا إلا من خلال التسليم ببعض المسلمات وهي:

أولاً : إن المفهوم التقليدي لثقافة المجتمع يبني على أساس الجنس Sex والتركيز على الفوارق الجسمية والتشريحية ، وهذا يُساند الوضعية الحالية للمرأة العربية من حيث أنه يؤكد المطابقة بين المرأة والزواج والأمومة ، وأن المرأة مخلوق بيولوجي بالدرجة الأولى ، على حين يختلف الأمر بالنسبة للرجل الذي نتصوره من خلال عمله ومكانته وأدواره الاجتماعية.

ثانياً : إن اتجاهات المرأة إزاء وضعيتها تتكوّن في المقام الأول في إطار الثقافة العامة والثقافات الفرعية التي تنتمي إليها وهذه الثقافات تغذي النظرة السلبية التي يُقال أن المرأة تنسم بها.

ثالثاً : إن المفهوم التقليدي الذي ينظر للمرأة على أساس الجنس يمتد أثره إلى الحياة العائلية ذاتها. أما نجاح المرأة وكفايتها للقيام بمختلف الأعمال وأهمية عنصر النجاح لها فرهين العلاقة ذاتها القائمة بين الرجل والمرأة.

إن العائلة التي تُعتبر الوحدة الأساسية للمجتمع قد خضعت منذ عصور سحيقة للعديد من التغيرات والتحوّلات بفعل كثير من الضغوط والتأثيرات. وعلى الرغم من أن أعداداً متزايدة من النساء قد أصبحت تمارس اليوم أعمالاً ومهناً لم تكن لهن من قبل فما زالت المرجعية التي تتحرك المرأة من خلالها تتمثل فيما تشير إليه أو توحى به الأمثال الشعبية مما يكشف عن حقيقة أن المرأة (خاصة الريفية) لازالت أسيرة لدورها التقليدي الذي تقوم فيه بأعمالها التقليدية.

بمعنى آخر ، ينبغي إزالة التناقض الوهمي الذي أوجده وثبته الرجل والقائل بأن هناك تقابلاً بين عمل المرأة (أي عمل) وبين أنوثتها. فالمرأة قادرة في الحقيقة على أن تظل أنثى تحت كل الظروف. ومن ثم تنعدم الدعوى الرجعية التي تنهم المرأة بأن اتجاهها إلى بعض الأعمال يفقدها ميزاتها كامرأة لمحاكاتها الرجل وهذه مغالطة في الواقع . ونتيجة لذلك فسوف تستطيع المرأة أن تقضي على ذلك التناقض الوجداني والمعرفي بين القديم والجديد مما يجعلها لا تتردد في القيام بكل الأعمال التي تحقق لها المكانة والتقدير الاجتماعيين اللازمين لها كإنسان وليست مجرد مقولة أو واجهة جنسية فحسب.

أولاً : موضوع الدراسة وأهميته :

تتطلب محاولة فهم الأمثال الشعبية وتقديم تفسير علمي لها ، التوصل إلى تغيير حاسم في طبيعة العلاقة بين الرجل والمرأة. وهذا أمر يصعب تحقيقه إلا إذا تغيرت نظرة المرأة أولاً إلى نفسها وإلى صورتها ، ومن ثم تتغير نظرة الرجل إليها. ولن يكون ذلك إلا بإضطراد دخول المرأة في علاقات جديدة تنبني على تصوّرات ليست أسيرة ما نجحت التقاليد وما بها من مآثرات شعبية في خلقها وتأكيدا.

إن اللافت للنظر هو أن الاهتمام بالأمثال قد بدأ مبكراً جداً على أيدي العلماء العرب الذين وصلت إلينا مؤلفاتهم عن الأمثال العربية القديمة منذ استقرار سلطان الدولة العباسية ، ومن بينهم الفضل بن محمد الضبي المتوفى حوالي 786م ، وكذلك أبي عبيد القاسم بن سلام ، وغيرهما ممن اهتموا بتبويب الأمثال في أبواب وفق مضاربها. أي أنهم قاموا بتصنيف الأمثال تصنيفاً موضوعياً. ولا ننسى هنا مجمع الأمثال للميداني ومستقصي الأمثال للزمخشري وجمهرة الأمثال لأبي هلال العسكري (4). وصحيح أن هذه الجهود أفسحت الطريق واسعاً أمام عدد من كبار العلماء الأوربيين من أمثال تايلور وفريزر ولويس مورجان وجريهام سمز ، ولكن الصحيح أيضاً هو أن ذلك الاهتمام قد ظل قاصراً عن تقديم تفسير للتشابه المذهل الذي يوجد بين الأمثال التي يتم جمعها من مختلف أنحاء العالم.

والواقع أننا عندما نفكر في أسباب هذا القصور فإننا نجد عدداً من الأسباب

هي :-

أولاً: إن ثمة اختلافات كثيرة بين العلماء عند تحديدهم لمفهوم المثل الشعبي.
ثانياً: تداخل مفهوم المثل الشعبي واختلاطه بغيره من العناصر الفولكلورية والثقافية.

ثالثاً: ارتباط المثل الشعبي بالتطور العام للعقل والحضارة الإنسانية فالمثل الشعبي باعتباره نتاجاً للتجربة البشرية كان من الصعب أن يظل أسير إطار جامد ولكنه تغير واختلاف باختلاف ما حصله الإنسان من معارف في الزمان والمكان.

والحقيقة أن المشكلة التي تعاني منها دراسة الأمثال الشعبية هي مشكلة منهجية، وأن موقف علم الاجتماع والأنثروبولوجيا هو موقف متأثر إلى حد كبير باختلاف المناهج ، عدم اكتمال خطوات المنهج العلمي وارتباطه بالدراسة الأدبية والفلسفية ، بل وأحياناً الميتافيزيقية مما يجعل الكثيرين يرون أنها أقرب في طبيعتها إلى الإنسانيات منه إلى العلم (5). والواقع أن معظم الجهود التي بذلت حتى الآن لم تخرج عن جمع الأمثال من كل أنحاء العالم ومن مختلف مراحل التقدم الحضاري ثم تصنيف هذه الأمثال توطئة لتبويبها في نماذج وأنماط عامة. وهذه مرحلة لا تمثل سوى البدايات الأولى التمهيديّة للدراسة العلمية الحقة وهي على أفضل الأحوال

تشبه مرحلة جمع المعلومات الأثنوجرافية قبل العكوف على تحليلها وتفسيرها (6). وتكشف الكتابات والتقارير التي تناولت الأمثال عن حقيقة أنها حظيت باهتمام ضئيل جداً بالرغم من أنها تستحق دراسة متأنية (7). والبعض يعزي ذلك إلى أن الجهل أصبح متفشياً بين كثير من الناس مما جعلهم لا يتيقنون أهميتها ومن ثم يهملونها ويضربون لذلك المثل بمجموعات برتون ستيفنسن Stevenson وجورتي بنهام Benham وجون بارتلت Bartlett وأيضاً قاموس أكسفورد للأمثال الشعبية الإنجليزية الذي ألفه جورج سميث Smith عام 1935. ونتيجة لذلك ذهب مالىنوفسكي إلى أنه يصير من الصعب وضع مقياس عام للظواهر الثقافية ومن بينها الأمثال الشعبية، وهو معنى تردد أيضاً عند كلود ليفي ستروس الذي ذهب إلى أن المعرفة الكاملة بالمثل يكاد يكون أمراً مستحيلاً لأنها معرفة مثل غيرها من المعارف من حيث أنه لا يمكن أن توجد معرفة تامة بما هو متصل ولكن فقط بما هو أني ومُنقطع. ونتيجة لذلك يصير من المستحيل الوصول إلى تفسير يصدق على كل أنواع الأمثال الشعبية فضلاً عن أنه من الصعب تبيان الصلة والأسباب في تشابه الملامح الأساسية المشتركة بين معظم الأمثال الشعبية في العالم (8).

وعلى الرغم من الخطورة المتزايدة لمثل هذه الوضعية على مختلف الأصعدة المحلية والعربية، فإنها مازالت تمثل حقلاً خصباً للعديد من البحوث الاجتماعية والأنثروبولوجية المتخصصة. ومن ثم جاءت الأهمية العلمية والتطبيقية لهذه الدراسة الراهنة والتي تتمثل في محاولة التعرف على الظروف البنائية والوظيفية التي أسهمت في نشأتها وتفاقمها والتي جعلت من معرفتنا بأسباب الوضعية الحقيقية للمرأة أمراً مشوهاً وناقصاً ينبغي التصدي له واحتوائه وتصحيحه.

ثانياً : مفاهيم الدراسة :

تحتوي الدراسة على أربعة مفاهيم أساسية هي:

- 1 - المثل الشعبي .
- 2 - المرأة .
- 3 - التصنيف .
- 4 - المقارنة .

1 - المثل الشعبي Proverb

المثل الشعبي هو المرأة التي تعكس عادات كل مجتمع وتقاليد. ويخطط الكثيرون بين الحكمة والمثل ولكن الحكمة تنم عن فهم عميق لفلسفة الحياة والمجتمع (9). أما المثل فهو قول وإن كان يشبه الحكمة في إيجازه إلا أنه يختلف عنها بعمقه فهو يدور حول فكرة من الأفكار أو حدث أو واقعة ما فلا يعرضها مبهمه ولكن يعرضها بلا تبديل ويلقي عليها نوراً قوياً يوضحها أشد الوضوح (10). ومن ثم فإن الأمثال الشعبية ما يرى البعض (11). أنها تعبر عن حقيقة عامة

قد تحبذ الفضائل ولكنها تنوء بالمواقف والمشكلات ولذا فإن الفكرة غالباً ما تكون فكرة التحذير من الشطط وإنما خير الأمور هي الوسط .

2 - المرأة : Woman

المُسلّمة التي ينبغي البدء بها ونحن نتحدث عن مفهوم المرأة هي أن ثمة اختلافات بين إدراك المجددين والتقليديين لدور المرأة في الحياة الاجتماعية. ورغم الصعوبة البالغة في تحديد هذه الاختلافات وفي تفسيرها فإن المتفق عليه بين الكثيرين هو أن دور المرأة أقرب إلى الطبيعة Nature وأن دور الرجل أقرب إلى الثقافة بمعنى أن المرأة تهتم في حياتها بالدور الطبيعي لها في الوقت الذي يُحاول المجددون أن يؤكدوا أن دورها الثقافي يكاد يكون منحسراً تماماً لاستغراقها فيما اقتضته الفطرة من اختصاص المرأة بالحمل والرضاعة وحضانة الأطفال وتربيتهم وتدبير المنزل بجميع شئونه (12). ومما يساعد على الاقتناع بهذه النظرة ذلك المفهوم التقليدي لتقسيم العمل على أساس الجنس وتركيزه على الفوارق الجسمية والتشريحية.

وليس من شك في أنه قد حدثت كثير من التحوّلات والتغيّرات بفعل كثير من الظروف والتأثيرات التي مارسها الظروف والاحتياجات والتصوّرات الاجتماعية التي مثلت كلها عوامل ساعدت المرأة في الانتقال بأوضاعها إلى مستويات أخرى أفضل بكثير، وتدفع بها إلى مزيد من التحرر الكامل والانطلاق بسبب زيادة تعليمها. ولكن الشيء المؤكد هو أن القضية برمتها لازالت في حاجة إلى مزيد من الجهد لإزالة التناقض الوهمي الذي أوجده وثيقة الرجل (13).

3 - التصنيف : Classification

يعتقد الاجتماعيون والأنثروبولوجيون أن أحد الجوانب الهامة في الحياة الاجتماعية يتمثل في تلك المبادئ التي يُصنّف بها الأفراد عالمهم الخارجي. فقد ذهب دور كايم (14) إلى أن العقل البشري تنقصه القدرة الفطرية على تكوين الأنساق التصنيفية للموضوعات الخارجية التي توجد في خبرة أفراد أي مجتمع، وانتهى إلى القول بأن هذه التصنيفات قد أخذت شكلها على أساس التنظيم الاجتماعي. فالمجتمع هو الذي أوجد تصنيفات الأفراد إلى جماعات متفاوتة وهو الذي أوجد بنفس الأسلوب جميع الأشياء في أنواع وفئات، كما أنه مصدر تلك العلاقات المنطقية التي تربط الوحدات التصنيفية من أنواع وأجناس والتي اعتقد بعض المناطق وعلماء النفس بأنها عقلية وقبلية.

وقد نشطت الدراسات الخاصة بالتصنيف في ستينيات القرن الماضي فظهرت العديد من الدراسات التجريبية التي سعت إلى المقارنة بين بعض الثقافات وفي هذا الاتجاه عالج ليفي ستروس Levi Straus موضوع التصنيف وأوضح أن له وظيفة مزدوجة الأولى إضفاء الترتيب على العالم الخارجي وعلى المجتمع الذي

يحيا فيه الفرد ، والثانية اختزان المعلومات عن هذا العالم فإذا كانت الشعوب المتحضرة لديها العديد من الأجهزة والابتكارات التي تختزن المعلومات بها والتي يمكن الرجوع إليها في أي وقت فإن الشعوب المتخلفة لا تعرف مثل هذا الأسلوب وإنما تختزن معلوماتها من خلال عملية تصنيفها للأشياء في العالم الخارجي وانتقالها بالكلمة المنطوقة من جيل إلى جيل.

4 - دراسة مقارنة : Comparative Study

النقطة التي يجب إبرازها هنا تتعلق بمفهوم المقارنة كمصطلح علمي لا مفردة قاموسية. فالمعروف أن الدراسات المقارنة تتخذ من اللغة حدوداً فارقة لميدانها ولذا يذهب الكثيرون إلى أنه لا تعتبر دراسات مقارنة ما قد يُساق من موازنات داخل الأدب العربي مثلاً سواء أكانت هناك صلات تاريخية بين النصوص المقارنة أم لا توجد.

ونزولاً على هذا فإن دراسة الأمثال الشعبية العربية ونظائرها من أمثال الشعوب الأخرى تحتاج إلى جهود مضاعفة في تحليلها واستقرائها واستخلاص عناصرها المحورية وتحديد مواصفاتها وهو ما يراه المتخصصون أمراً ضرورياً لوضع تصنيف مُوحّد للأمثال العربية يتوافق مع التصنيفات العالمية.

وهذه الناحية في غاية الصعوبة لأن الأمر في هذه الحالة يستدعي الخروج بالدراسات المقارنة من حدود اللغات إلى حدود الثقافات (15). وبالنسبة إلى الأمثال العربية يتضح لنا حقيقة أن مصطلح " قومي " ليس إلا مجموعة من الثقافات المتباينة وقد انصهرت في ثقافة واحدة.

نخلص من كل هذا إلى أن التعريف الإجرائي الذي تتبناه الدراسة للمرأة هو (أن المقصود بالمرأة كل أنثى متزوجة أو غير متزوجة متعلمة أو غير متعلمة تعمل أو لا تعمل حتى وإن لم تكن تجاوزت مرحلة المراهقة العمرية بمعناها النفسي والبيولوجي).

ثالثاً : مكانة المرأة في الأمثال العربية (نماذج للدراسات والبحوث) :

حظيت دراسة الأمثال العربية باهتمام متزايد من قبل الباحثين والمهتمين على الصعيد المحلي والعربي بالكشف عن مضامينها والدور الذي تلعبه في حياة الأفراد. ويمكننا الإشارة إلى بعض هذه الدراسات.

أولاً : الدراسات العربية :

1 - محمود إبراهيم غنيمي " المثل الشعبي في مواجهة بعض المشكلات البيئية - تحليل مضمون المثل الشعبي في سياقات اجتماعية متباينة " (16).

تسعى هذه الدراسة إلى كشف أبعاد الدور الذي يقوم به المثل الشعبي في مواجهة بعض المشكلات البيئية الاجتماعية المتباينة سواء (شعبية - متوسطة -

راقية) في محاولة لاستنباط ما وراء المثل وما يحتويه من مضامين بيئية اجتماعية لمعرفة آثارها وتأثيرها على أعضاء المجتمع. وتتمثل أهمية هذه الدراسة في توضيح دور المثل الشعبي في تقوية الضمير الجمعي وتقوية العلاقات الاجتماعية في مواجهة عدم التوازن والخلل الاجتماعي الموجود بالبيئة الاجتماعية الثقافية في المجتمع. إضافة إلى الاستفادة من دور المثل الشعبي في ترسيخ القيم الاجتماعية الإيجابية وكذلك إمكانية أن تساهم مضامين الأمثال الشعبية في ربط أجزاء الثقافة بعضها ببعض وإعطائها أساساً عقلياً يستقر في ذهن أعضائها.

وانتهت هذه الدراسة بمجموعة من التوصيات الرئيسية في السياسات المتعلقة بالمثل الشعبي والتطبيقات الاجتماعية لصالح التنمية البيئية الاجتماعية.

2 - خالد عبد المنعم أبو الفتوح "التوظيف التربوي للمثل الشعبي في البيئة المدرسية" (17).

استهدفت الدراسة الكشف عن الوظيفة التربوية للمثل الشعبي المصري في البيئة المدرسية المصرية. حيث توصلت إلى أن الأمثال الشعبية تؤدي دوراً هاماً في إبراز الاتجاهات الفكرية والمعتقدات المجتمعية تجاه كثير من القضايا التي يسعى المتخصصون لإيجاد حلول لها. وكذلك تحديد الاتجاهات العامة للمجتمع تجاه بعض القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والمحافظة على الأمثال التي تؤيد القضايا التي تهم المجتمع وزيادة تداولها والعمل على تعديل أو طمس الأمثال التي لا تتفق واتجاهات المجتمع نحو قضايا مُعيّنة.

وكان من أهم نتائج هذه الدراسة الاهتمام بدراسة الأمثال الشعبية في الثقافة المصرية في علاقاتها بالمكونات الفكرية تجاه بعض القضايا الهامة.

3 - محمد محمد شلبي "المثل الشعبي المصري والتركي - دراسة أدبية مقارنة" (18).

دارت هذه الدراسة حول دراسة مقارنة للمثل الشعبي المصري والتركي حيث عرضت لموضوعات اجتماعية واقتصادية وسياسية داخل الأمثال الشعبية المصرية والتركية. وعقدت مقارنة بينهما في ظل الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تسود هذه المجتمعات في فترات مُعيّنة ومدى تأثير وتأثر الأمثال الشعبية بهذه الظروف.

4 - ناهد رمزي وآخرون "اتجاهات الرأي العام حول مكانة المرأة من خلال الأمثال الشعبية" (19).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات بعض الأفراد نحو الذكور والإناث في الريف والحضر من خلال التركيز على الأمثال الشعبية باعتبار أن المثل من أكثر أشكال التعبير الأدبي الشعبي جرياً على الألسنة.

ثانياً : الدراسات الأجنبية :

1-دراسات جاكسون وفرانيسينا Jackson & Francesina (20).

إستهدفت الدراسة التعرف على أثر الأمثال الشعبية في نشر الثقافات المختلفة بين الطلبة والطالبات ، حيث وضعت الدراسة خطة لإدخال الأمثلة الشعبية في الدرس لتعطي فرصاً للطلبة لاستعمال ثقافتهم وبيئتهم في (اللغة ، التاريخ ، الخبرات) ولتطوير حياتهم وخبراتهم في التركيز على القضايا البيئية بالاشتراك مع اللغة والعلوم.

2 - دراسة زينتش وآخرون Znich and Others (21).

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العادات والتقاليد للشعوب المختلفة وذلك باستخدام الأمثال الشعبية لشرحها للطلبة والطالبات الدارسين للغة الإنجليزية كلغة ثانية وينتمون إلى بلاد مختلفة (تايبوان ، إيران ، المكسيك ، المغرب ، أسبانيا ، فيتنام) وذلك استناداً إلى فكرة أن هناك معتقدات عامة هي التي تجمع الناس من كل أنحاء العالم.

ومن المهم القول أن الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في مفهوم الأمثال الشعبية واستخدامها. وقد استفادت الدراسة الحالية من بعض الملاحظات والنتائج التي توصلت إليها بعض هذه الدراسات السابقة بما يعزز من قيمة البحث الحالي الذي يسعى لكشف وتوضيح أدوار دورة الحياة للمرأة المصرية والفلسطينية.

رابعاً : المرأة في الأمثال العربية (مدخل نظري) :

نظراً لتعدد العوامل والظروف البنائية التاريخية والمعاصرة وتداخل هذه العوامل وتشابكها مما يجعل من الصعب رد العلاقة الجدلية بين المثل الشعبي والوضعيات العديدة التي مرت بها المرأة في مختلف البيئات ، يُصبح من الضروري التعرف على مختلف الاتجاهات النظرية التي سعى أصحابها إلى محاولة الوقوف على الجوانب المتعلقة بهذه النواحي جميعاً. ومن ثم كان فهم وتحليل هذه الجوانب المختلفة يتطلب النظر إليها نظرة تتصف بالشمول والتكامل وتراعي ما بين هذه التصنيفات كلها من تداخلات.

وتمثل نظرية الغرس الثقافي مكانة متقدمة في الأدبيات التي تهتم بدراسة الأمثال الشعبية، وهي تنطلق من فرضية التراكم لقياس آثار المثل على واقع المرأة وحياتها. ومن الناحية الثانية تسعى إلى التعرف على مدى إمكانية هذا الموروث الشعبي في استمرار فاعليته والاحتفاظ بدوره في حياة المرأة.

ومن ناحية أخرى نجد مدرسة الثقافة الجماهيرية التي تنطلق في دراسة المثل الشعبي والفولكلور عموماً من الاعتقاد بوجود احتكاك وصراع بين الثقافة الريفية والشعبية والمظاهر الأكثر حداثة للثقافة ، وهذه ناحية حاول دارسو الموروث الشعبي إيجاد وتفسير للتعارض بين الثقافتين الجماهيرية والشعبية ، وقد أفادت هذه النظرية (الغرس الثقافي) في معرفة أثر المثل الشعبي ودوام استخدامه على ألسنة

الناس ونماذجها المختلفة التي طالما صيغت فيها مضامينه. وإزاء التحولات الحادثة في الدراسات الاجتماعية والفولكلورية تؤكد النظريات الوظيفية وجوب الاهتمام بدراسة الموروث الشعبي والثقافة عموماً. ويتفق الكثيرون على أن معظم الفضل في إعادة توجيه الاهتمام بدراسة الأمثال الشعبية وضرورة دراستها كجزء من البناء الاجتماعي والثقافي إنما يرجع إلى كلود ليفي ستروس الذي حاول تقديم منهج جديد من مناهج التحليل البنائي للنصوص الفولكلورية. وكان ذلك خطوة أدت إلى استخدام منهج التحليل البنائي في الدراسات الانثروبولوجية والاجتماعية عند النظر إلى الأدب الشعبي كاتجاه جديد لدراسة الأمثال وتفسيرها.

ولكن من بين الانتقادات التي وُجّهت لمنهج التحليل البنائي ما يتمثل فيما يُطلق عليه المشكلة اللغوية أو مشكلات التحليل اللغوي بتعبير آخر. لدرجة أن بعض البنائين أنفسهم قد ذهبوا إلى أن الفهم الضيق للغة التي يتكوّن منها المثل الشعبي لم يُؤد إلى دراسة الأمثال الشعبية دراسة مُجدية. ولكن ما يراه آخرون هو أن هناك إمكانية أكبر نتيج فهماً أكثر تكاملاً إذا ما نظرنا من خلال أسس ومبادئ تطرح جانباً تلك التفسيرات التي تنبني على الآلية وتهتم بدلاً من ذلك بتوضيح العلاقة بين البناءات الثقافية والاجتماعية والبناءات اللغوية باعتبارها علاقة جدلية يُمكن تحليل كل منها إلى عناصرها الأولية.

خامساً : أهداف الدراسة وتساؤلاتها :

- سعت الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف هي :
- 1 - التعرف على مدى فاعلية المثل الشعبي ما إذا كان يحمل مضموناً إيجابياً أم سلبياً يتدخل في تحديد صورة المرأة إلى الذات وبالتالي مكانتها في عين الآخرين.
 - 2 - التعرف على دور المثل الشعبي في المجتمع بوصفه ميكانيزم أو آلية للدفاع عن الهوية والذات والانتماء الوطني.
 - 3 - الوقوف على القضايا الثقافية والمعرفية التي تثار من خلال استخدام المثل الشعبي صراحة أو ضمناً.
 - 4 - محاولة التعرف على مدى قدرة المثل الشعبي على الاستمرار والتفاعل الإيجابي مع متغيرات العصر.
 - 5 - إلى أي مدى يمكن لعناصر الأمثال الشعبية أن تبقى في ظل التحولات الاجتماعية والثقافية التي يعيشها عالم اليوم.
 - 6 - التعرف على الدور الذي يلعبه المثل الشعبي في مساندة الثقافة التقليدية والموروث الشعبي ضد مظاهر الاختراق والغزو الثقافي والعناصر الثقافية الجديدة والوافدة.

- 7 - التعرف على مدى إمكانية انتقال وانتشار مضامين المثل الشعبي التي تعكس مكانة المرأة ووضعيتها في مختلف أنحاء الوطن العربي بشكل يضمن بلورة الركائز الأساسية التي تقوم عليها ثقافة الشعوب.
- وانطلاقاً من تلك الأهداف تمت صياغة مجموعة من التساؤلات التي تسعى الدراسة الميدانية للإجابة عليها :
- 1 - ما هي الخصائص الاجتماعية والثقافية لأفراد العينة التي تُجرى عليها الدراسة ؟
- 2 - ما هي اتجاهات الأفراد خاصة المرأة حيال ما ينطوي عليه المثل الشعبي من مضامين؟

سادساً : المنهجية العامة للدراسة :

في ضوء الطبيعة النوعية لموضوع الدراسة ونزولاً على معطيات المدخل النظري استعانت الباحثة بالمنهج التاريخي المقارن للإلمام بخصائص وسمات الأمثال الشعبية من خلال السياقات الاجتماعية المتباينة التي تتميز بها البيئة التي تجري فيها الدراسة. أي الإطار أو المجال الجغرافي الذي تقطن فيه العينة الخاصة بالبحث وهي مجموعات من النسوة المصريات والفلسطينيات الموجودات بكثرة في القاهرة والمقيّمات بها لفترة لا تقل عن 5 سنوات متصلة ، واللاتي تم اختيارهن بطريقة عشوائية من مستويات اجتماعية وثقافية مختلفة ، ولكن روعي في سحبها التركيز على خصائصهن الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لأن تأثير هذه الوضعيات واقع لا محالة بالنسبة للأمثال الشعبية وانعكاس مضامين هذه الأمثال على وضعيات المرأة ومكانتها.

ولكي يتم فهم هذه النواحي تمت الاستعانة بطريقة المسح الاجتماعي وبذا يصير البحث الحالي من البحوث الوصفية التي تحاول الكشف عن أبعاد العلاقة والتأثيرات الواقعة والمتبادلة بين المرأة والمثل الشعبي في المواقف الاجتماعية المختلفة.

وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 120 مفردة من بينها 84 مصرية و 36 فلسطينية، كما تم إعداد صحيفة استبيان تضمنت بعض الأمثلة الشعبية مما يجري على السنة هؤلاء وترتبط بمواقف أو قضايا كانت المرأة تمثل فيها المحور الرئيسي. وقد تم تطبيق الصحيفة (33 سؤالاً) من خلال مقابلاتهن وإقناعهن باستحضار الأمثال الشعبية الخاصة بتلك المواقف أو القضايا التي سبق إثارتها ضمن تساؤلات الدراسة وأهدافها ، وبالرغم من الكم الهائل الذي تمثله الأمثال الشعبية في كل من البيئتين فقد سعينا للربط بينها وبين الخصائص العامة التي تشترك فيها أفراد العينة بعد الارتكاز على التفسير الوظيفي للتحليل باعتبار الأمثال الشعبية نسق فرعي من النسق الثقافي العام لكل من المجتمع المصري والمجتمع

الفلسطيني وبالتالي فهو يضم بداخله تنوعات عدة من الممارسات والطقوس المختلفة.

وفيما يتعلّق بمجالات الدراسة يُمكن تصنيفها في مجالات ثلاثة هي :

- 1 - **المجال المكاني : (الجغرافي)** نعني به الإطار الجغرافي الذي تقطن فيه أفراد العيّنة أي طبيعة المكان الذي تتم فيه ممارسة التطبيق الميداني من خلال السياقات البيئية الاجتماعية المتباينة وقد تمثل في حي العباسية الذي توجد به شرائح واسعة من أفراد الطبقة الوسطى.
- 2 - **المجال البشري :** وقد روعي في تحديد هذا المجال سهولة الاتصال وتنوّعه وتغاير الوضعيات والانتماءات الثقافية والاجتماعية وفقاً لتغاير البيئات التي تنتمي العيّنة إليها.
- 3 - **المجال الزمني :** يُقصد به الفترة الزمنية التي استغرقت جمع البيانات والمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة وقد امتدت من مايو 2012 إلى سبتمبر 2012.

سابعاً : نتائج الدراسة ومناقشتها :

سوف نتناول أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة من واقع البيانات والتحليلات الإحصائية الواردة بالجدول التي تعكس مدى تأثّر المبحوثات بالأمثال الشعبية. ويُمكننا التعرّف على الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لعيّنة الدراسة من بيانات الجدول التالي رقم (1) .

(أ) البيانات الأولية لعيّنتي الدراسة :

يتضح من البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (1) أن فئات المبحوثات من (30 سنة - 39 سنة) ومن (40 سنة - 49 سنة) هي أكثر الفئات تمثيلاً للعيّنة الأولى في مصر بينما جاءت الفئة من (30 سنة - 39 سنة) أكثر الفئات تمثيلاً للعيّنة بالنسبة للمبحوثات من فلسطين وهذا يعني أن المبحوثات من (30 سنة - 49 سنة) في الفئتين يمثلون النسبة الغالبة في البلدين، بينما جاءت الفئة من (50 سنة - 59 سنة) في المرتبة الثانية بالنسبة للدولة الأولى (مصر) يليها في المرتبة الثانية أيضاً الفئة (20 سنة - 29 سنة) في مصر والفئة من (20 سنة - 29 سنة) في فلسطين.

وفيما يتعلّق بالمستوى التعليمي لعيّنتي الدراسة يتضح من الجدول نفسه أن نسبة كبيرة من عيّنة الدراسة في الدولة الأولى (مصر) ممن نالوا قدرًا لا بأس به من التعليم ، فبلغت نسبة الحاصلات على الشهادة الإعدادية 33,8% والثانوية نسبة 21,43% وذلك في مقابل 13,89% و 22,22% من الفلسطينيات. وإن كان

الملاحظ وجود عدد لا بأس به في المستوى التعليمي الجامعي في الدولتين حيث بلغت نسبته في مصر 8,34% مقابل 16,67% وبالرغم من وجود فوارق واضحة بين المستويات التعليمية الأخرى فإنها تمثل متغيرات أساسية في تحديد الاتجاهات نحو المثل الشعبي وكيفية الاستجابة له والتعامل معه.

وفيما يتعلق بالحالة الاجتماعية للمبحوثات يتضح من بيانات الجدول رقم (2) أن فئة المتزوجات جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة للدولتين بواقع 62 مبحوثة بنسبة 73,82% و 20 مبحوثة بنسبة 55,55% للفلسطينيات.

وتشير النسب الواردة بالجدول إلى غير قليل من التفاوت بين المبحوثات في البلدين، فعلى حين بلغت فئة (عزباء) في الدولة الأولى (مصر) 9 مبحوثات بنسبة 10,71% بلغت نسبتهن في الدولة الثانية (فلسطين) 3 مبحوثات بنسبة 8,34% وإن كانت فئة (المطلقات) بلغت 4 مبحوثات بنسبة 4,76% بين المصريات ومبحوثتين اثنتين فقط بنسبة 5,56% بين الفلسطينيات. ولا شك أن هذه الوضعيات مما تعتبر قوى موجبة نحو تأكيد الاتجاهات الإيجابية نحو المثل الشعبي وهذه ناحية يمكن تأكيدها بين المبحوثات جميعاً في الدولتين خاصة إذا ما تعرّفنا على الموطن الأصلي لكل منهما حيث اتضح من بيانات الجدول نفسه أن معظم المبحوثات من كل دولة من أصول ريفية فبلغت في مصر 65 مبحوثة بنسبة 77,39% و 29 مبحوثة بنسبة 80,59% في فلسطين مقابل 19 مبحوثة بنسبة 22,61% بين المصريات و 7 مبحوثات بنسبة 19,24% بين الفلسطينيات.

ولا شك أن التعرّف على الظروف المهنية والدخل الشهري لعينة الدراسة يُعد أمراً هاماً لارتباطهما بالظروف والأحوال الاجتماعية، ويلقي الضوء على مواقف الأفراد من المثل الشعبي وكيفية التعامل معه. ويتضح ذلك من واقع البيانات الواردة في الجدول رقم (3) حيث تظهر بعض الفروق. فعلى مستوى العمل والتركيبة المهني فقد كانت نسبة من يشتغلن بالأعمال التجارية في مصر 35 مبحوثة بنسبة 41,68% وهي أعلى نسبة يليها فئة الموظفين بواقع 28 مبحوثة بنسبة 33,33% بينما جاءت نسبة (ست بيت) بواقع 11 مبحوثة بنسبة 13,09% ومن يشتغلون في قطاع الخدمات 10 مبحوثات بنسبة 11,9% وكلاهما نسب تختلف عن أوضاع العاملات في الدولة الثانية (فلسطين) حيث تشير البيانات إلى أن فئة الموظفات جاءت بواقع 18 مبحوثة بنسبة 50% من إجمالي عينة الدراسة في الوقت الذي يظهر الفارق واضحاً بين عينتي الدراسة فيما يتعلق بمن يعملون في قطاع الأعمال التجارية فبينما كانت تحتل أعلى النسب في الدولة الأولى 41,68% جاءت نسبتهن في الدولة الثانية 16,67% تمثل 6 مبحوثات فقط.

ولكن تغاير الأعمال والمهن يظهر أثره واضحاً في الوضعيات الاقتصادية

لأفراد العينة وبالتالي المستويات الاجتماعية فعلى حين احتل المستوى الثالث في الدولة الأولى (من 300 إلى أقل من 400 جنيه) المرتبة الأولى بواقع 30 مبحوثة بنسبة 35,71% نجد أن المستوى الخامس في الدولة الثانية (500 جنيه فأكثر) يحتل المرتبة الأولى بواقع 14 مبحوثة بنسبة 38,89% بينما احتل المستوى الرابع في الدولة ذاتها المرتبة الثانية من (400 – أقل من 500 جنيه) بواقع 10 مبحوثات بنسبة 27,78% وذلك في مقابل 9 مبحوثات بنسبة 10,71% في المستوى الرابع في الدولة الأولى.

وعلى الرغم من الفروق الواضحة بين النسب على مستوى الدولتين (مصر وفلسطين) فالواضح ارتفاع المستوى الاقتصادي عموماً في الدولة الثانية (فلسطين) عنه في الدولة الأولى التي يزداد فيها المبحوثات كلما مالت الدخول إلى النقصان وهذه وضعية لها دلالتها التي تنعكس على سلوكيات الأفراد ومواقفهم الاجتماعية حيال ما يصادفهم من وضعيات.

* المثل الشعبي وتشكيل الوعي السوسيوثقافي للمرأة :

وفي هذا السياق فإنه من الأهمية التعرف على مدلول المثل الشعبي كسلوك لفظي كثيراً ما يتردد بين مختلف الفئات الاجتماعية بدرجة أو بأخرى. ويتضح من بيانات الجدول رقم (4) أن المثل الشعبي يُقال أكثر ما يُقال على المرأة حيث أوضح ذلك النسبة الغالبة بين أفراد العينة فبلغت في مصر 75 مبحوثة بنسبة 89,29% وفي فلسطين 28 مبحوثة بنسبة 77,78%، بينما لم يقرر أن الأمثال تقال على الرجل سوى نسبة ضئيلة في كلا الدولتين إذ بلغت 9 مبحوثات بنسبة 10,71% في مصر و 8 مبحوثات بنسبة 22,42% في فلسطين.

كذلك لا تختلف هذه النسب كثيراً عما عكسته بيانات الجدول نفسه فيما يتعلق بمن يقول المثل الشعبي أكثر.. المرأة أم الرجل.. إذ ذهبت النسبة الغالبة في الدولتين إلى أن المرأة هي التي تقول الأمثال أكثر، فبينما قررت ذلك في الدولة الأولى بنسبة 92,86%، قررت ذلك أيضاً 29 مبحوثة بنسبة 80,59%. وفيما يتعلق بما إذا كانت الأمثال الشعبية أنصفت المرأة أم أنها ظلمتها اتفقت النسبة الغالبة في الدولتين في تقرير أن الأمثال ظلمت المرأة ولم تنصفها وذلك بواقع 80 مبحوثة بنسبة 95,24% في الدولة الأولى و 33 مبحوثة بنسبة 8,33% في الدولة الثانية.

ويتسق مع هذا ما أوضحته العينتان فيما يتعلق بمدى استخدام الأمثلة الشعبية ومدى تصديقهم لها وبالتالي سبب التصديق من عدمه. وعن مدى استخدام الأمثلة قررت النسبة الغالبة في الدولتين أن هذا يتم (أحياناً) وذلك بواقع 70 مبحوثة بنسبة 83,3% في الدولة الأولى (مصر) و 28 مبحوثة بنسبة 77,78% في الدولة الثانية (فلسطين).

كما أوضحت بيانات الجدول نفسه أن 70 مبحوثة بنسبة 89,28% أنهم

يُصدّقون الأمثال مقابل 32 مبحوثة بنسبة 88,89% في الوقت الذي قررت النسبة الغالبة أيضاً في الدولتين أن سبب التصديق هو أن الأمثال الشعبية هي أنها تعتبر نتيجة خبرة وتجارب الأجيال السابقة وذلك بواقع 62 مبحوثة بنسبة 73,78% في مصر و 28 مبحوثة بنسبة 77,78% من الفلسطينيات.

(ب) المثل الشعبي ودورة الحياة للمرأة :

إن حقيقة وضع المرأة في علاقتها بالمعتقد الشعبي يتم فهمه من خلال مظاهر دورة الحياة وارتباط ذلك بنظرة الرجل إلى المرأة ونظرتها هي إلى نفسها وهذه ناحية مُركّبة على غاية من التعقيد ومليئة بالتناقضات والتحيّزات التي رسخها المثل الذكوري بصفة خاصة. والمثل الشعبي يقول "المرأة ثرثارة" و"المرأة بنص عقل" ، وإن كان المثل الشعبي الشائع في فلسطين يقول "المرأة أم العيال أكبر تجارة" تجاوباً مع احتياج المجتمع الفلسطيني لمزيد من الرجال والمقاتلين. والواقع أن أهم الأحداث وأخطرها في حياة المرأة تتضح من واقع البيانات الواردة بالجدول رقم (6) فقد احتل متغيّر الزواج المرتبة الأولى من المبحوثات في الدولتين بواقع 40 مبحوثة بنسبة 31,75% في مصر و 20 مبحوثة بنسبة 19,8% في فلسطين. فالشائع في مصر أن المثل الشعبي يقول "إدعي لي يا أمة بالهيفة واللمة" و"الجواز أول فرحة وأول طرحة وأول راجل". كما يقول المثل الشعبي في فلسطين "الجوز رحمة ولو كان فحمة". واحتل متغيّر "الخلف" مرتبة ثانية لا تقل أهمية في حياة المرأة وذلك بواقع 50 مبحوثة بنسبة 39,69% في مصر و 42 مبحوثة بنسبة 41,59% في فلسطين حيث يقول المثل الشعبي في الدولتين "إللي خلف ما ماتش" ، أما المتغيّر الثالث (التعليم) والمتغيّر الرابع (العمل) فقد احتلا مراتب متقاربة حيث 16 مبحوثة بواقع 12,69% في مصر و 15 مبحوثة بنسبة 14,85% في فلسطين ومتغيّر (العمل) 20 مبحوثة بنسبة 15,87% بين المصريات و 24 مبحوثة بنسبة 23,76% بين الفلسطينيات.

أما فيما يتعلق بما يمثله الرجل بالنسبة للمرأة فقد احتل المتغيّر الأول (زوج) المرتبة الأولى بالنسبة للفئتين حيث 68 مبحوثة بنسبة 80,96% في مصر و 22 مبحوثة بنسبة 61,11% في فلسطين. وتقول الأمثلة في ذلك "جهنم جوزي ولا بيت أبويا" ، أما باقي المتغيّرات الخاصة بما يمثله الرجل بالنسبة إلى المرأة (أب وابن وأخ) فقد احتل مراتب لاحقة وبنسب متقاربة في كلا الدولتين.

أما فيما يتعلق بما تمثله المرأة بالنسبة للرجل فإن البيانات الواردة في الجدول ذاته تشير إلى إتفاق العينتين في أن اختيار المتغيّر الثاني (زوجة) احتل المرتبة الأولى وذلك بواقع 58 مبحوثة بنسبة 69,05% في مصر و 18 مبحوثة بنسبة 50% بين الفلسطينيات. وتقول الأمثال الشعبية في ذلك "أنا راضي وأبوها راضي وانت مالك يا سي القاضي" و"قدم ووش السعد" و"يا غالية وكاوية".

وإذا كان الزواج هو ما يمثل أهم حدث في حياة المرأة فإن هناك من الظروف ما تعتبرها المرأة أخطر ما يُهدد حياتها. وبالنظر إلى الجدول رقم (7) يتضح أن المتغيّر الأول (عدم الخلف) يحتل المرتبة الأولى في الدولتين حيث أكدت 54 مبحوثة بنسبة 64,28% في مصر و 20 مبحوثة بنسبة 55,56% في فلسطين بينما احتل المتغيّر الثاني (الطلاق) المرتبة الثانية فقد قررت ذلك 25 مبحوثة بنسبة 29,77% و 9 مبحوثات بنسبة 25% ثم المتغيّر الثالث (زواج بأخرى) وذلك بنسبة 5,95% و 19,44% في كلا الدولتين على التوالي.

ولعل ذلك أكبر دليل على أن إنجاب الأطفال جاء أهم شيء في حياة الزوجين وهذه مسألة لها أهميتها لأن الإنجاب (أي الخلف) يُعبّر عن حيوية الزوج ورجولته وعن خصوبة الزوجة وأنوثتها. ولذلك يقولون للزوج "ربنا يجعلك شجرة تطرح وتملا المطرح".

وترتبط هذه الناحية بالأفضلية في الإنجاب حيث أوضحت بيانات الجدول ذاته أن "الصبيان" يحتلون أعلى المراتب فثمة 60 مبحوثة بنسبة 71,42% من المصريات و 25 مبحوثة بنسبة 69,44% من الفلسطينيات. وإذا كان المثل السائر يقول "إللي خلف ما ماتش" و"لما قالوا لي ولد إنشد ظهري واستند ولما قالوا دي بنيه إتهدت الدنيا علياً" فقد قررت الغالبية من أفراد العينة هنا وهناك المتغيران الآخران (البنات) و (كله زي بعضه) في المراتب التالية هبوطاً على التوالي، فالمثل الشعبي يقول "البنات حبيبة أمها" و"البنات رزقهم واسع".

وبالرغم من تلهف العروسين والأهل كلهم على خلف الأطفال فإن هناك العديد من الأخبار التي تسعد الزوجين وبخاصة المرأة. ويتضح من بيانات الجدول رقم (8) أن المتغيّر الأول (عندما تصبح أمّاً) قد احتل المرتبة الأولى بواقع 28 مبحوثة بنسبة 33,33% بالنسبة للفلسطينيات وإن كان الملاحظ في الجدول ذاته تركيبة المرأة المصرية بالذات على المتغيّر الثاني (تري أولادها في التعليم) قد احتل المرتبة الثانية بواقع 31 مبحوثة بنسبة 27,20% وهو ما لا يختلف بالنسبة للفلسطينيات حيث احتل المتغيّر الثاني نفس المرتبة فثمة 22 مبحوثة بنسبة 26,2%.

وترتبط بهذه النواحي خاصة أخرى تتعلق بالعيب الذي يقع عادة على الأب والأم. وبالنظر إلى الجدول ذاته يتضح أن الغالبية العظمى في الدولتين اتفقت على أن عيب الحياة يقع على الأم بشكل أكبر وذلك بواقع 72 مبحوثة بنسبة 59,11% في مصر و 36 مبحوثة بنسبة 62,06% في فلسطين، وقد يعتقد البعض أن وقوع عيب الحياة على عاتق الأم فيه ظلم لها ويُعد من تدني دورها وحصره في شئون المنزل والخدمة المنزلية والتربية ولكن بيانات الجدول نفسه تبرر لهذه الوضعية بأنها تُعبّر عن سيكولوجية الأم وحبها الفائق لأولادها، فهناك 50 مبحوثة بنسبة 50,5% في مصر و 34 مبحوثة بنسبة 52,31% في فلسطين يرون أن المتغيّر الثالث (تضحى بعمرها) هو الذي يحتل المرتبة الأولى يليه المتغيّر الأول (إنكار

نفسها) الذي يحتل المرتبة الثانية فهناك 42 مبحوثة في مصر بنسبة 42,42% و 28 مبحوثة في فلسطين بنسبة 43,08% . والمثل الشعبي يُعبّر ببساطة عن هذه العواطف كلها فيقول "الضنا غالي" و "من يوم ما شفتكوا يا ولادي ما هنا لي زادي" كما يشيع في البيئات القروية في الدولتين المثل الذي يقول "أدعي على إبنّي وأكره اللي يقول أمين".

ولكن شبكة العلاقات الاجتماعية التي عادة ما تجد المرأة نفسها منخرطة فيها سواء داخل نطاق الأسرة أو خارجها تفرض عليها العديد من الالتزامات والمسؤوليات والعلاقات والارتباطات التي يلزم التفاعل معها. ولما كان زواج البنات سترة كما أوضحنا من قبل فهو يُمثل أهم حدث في حياة المرأة التي تسعى الأم دائماً إلى كل ما يُحِبُّ إبنتها في أعين الرجال. وتوضّح بيانات الجدول رقم (9) أنه لا يوجد أحد مثل الأم سوف يشهد ويُشيد بجمال إبنتها العروس ، فالنسبة الغالبة من المصريات بواقع 72 مبحوثة بنسبة 85,71% وأيضاً "الخالة" بواقع 8 مبحوثات بنسبة 9,52% هم الذين يشهدون للعروس ثم بعد ذلك الجيران وأهل الحارة القريين.

وهذه المناسبة التي تعتبر حدثاً فارقاً في حياة المرأة تختلط وتتمازج منذ البداية بكثير من المواقف والمشاعر التي يثيرها وجود أخوات أخريات للعروس خاصة إذا ما تمت خطبة إحداهن بوقت أسبق من غيرها. وتوضّح بيانات الجدول نفسه أن الغالبية العظمى تحتل المتغيّر الثالث (أغير) فئمة 56 مبحوثة بواقع 66,66% و 9 مبحوثات بنسبة 25% على حين احتل المتغيّر الثاني (تباركي لها) المرتبة الثانية بواقع 15 مبحوثة بنسبة 17,87% و 13 مبحوثة بنسبة 36,12% من المصريات والفلسطينيات على الترتيب. واحتل المتغيّر الأول (تفرحي) المرتبة الثالثة بواقع 7 مبحوثات من المصريات و 14 مبحوثة بنسبة 38,88% من الفلسطينيات.

وبالرغم من فرحة الزواج التي تعيشها كل عروس وفتاة مقبلة على الزواج فإن هذه المشاعر عادة ما تتمازج منذ اللحظة الأولى بقلق خفي تحاول كل بنت إبعاده عن ذهنها حتى لا يكون واقعاً حقيقياً. والجدول نفسه يوضح الرأي في الرجل إذا ما ظهر أنه مزواج لسبب أو آخر. ومن واقع بيانات الجدول نفسه احتل المتغيّر الأول (زوج الاتنين يا قادر يا فاجر) المرتبة الأولى عند أفراد العينة في الدولتين فئمة 38 مبحوثة بنسبة 45,23% من المصريات و 20 مبحوثة بنسبة 55,55% فلسطينيات. واحتل المتغيّر الثاني (عينه زايغة) المرتبة الثانية بواقع 31 مبحوثة بنسبة 36,9% في الفئة الأولى و 10 مبحوثات بنسبة 27,78% من الفلسطينيات. كما ذهبت نسبة ليست بالقليلة إلى اختيار المتغيّر الثالث (مافيش أمان) الذي احتل المرتبة الثالثة بواقع 15 مبحوثة بنسبة 17,87% و 6 مبحوثات بنسبة 16,67% من المصريات والفلسطينيات على الترتيب. وفي هذه المبحوثة يقول المثل الشعبي "يا

مأمنة للرجال يا مأمنا للمية في الغريال". وهذا يعني أن هناك كل مركب من العلاقات المتداخلة والمتشابكة تنخرط فيها الأفراد في كل من أسرة العريس والعروسة الذين عادة ما يرسمون في ذهنهم ما يرجونه من العروس ويتمنون أن تكون عليه والحال نفسه بالنسبة للأفكار حول العريس وأهله. ويتضح من الجدول رقم (10) طبيعة ما يُطلب من العروسة من وجهة نظر أهل العريس وخاصة أنه يحتل المتغير الثاني (الزوج يحبها عفية) المرتبة الأولى في كلا البيئتين بواقع 40 مبحوثة بنسبة 47,62% في مصر و25 مبحوثة بنسبة 69,44% في فلسطين. يلي ذلك في المرتبة الثانية المتغير الأول (الأهل يحبوها غنية) بواقع 26 مبحوثة بنسبة 30,96% في مصر و7 مبحوثة بنسبة 19,44% في فلسطين، ثم المتغير الثالث (الجيران يحبوها سخية) الذي احتل المرتبة الثالثة والأخيرة بواقع 18 مبحوثة في مصر بنسبة 21,42% وأربع مبحوثة بنسبة 11,12% فلسطينيات.

والنتيجة التي تُظهر حال الزواج في أسرة كل من المرأة والرجل أي (الأم والأب) إمتلاً خيالهم بأنهم سوف يكونون قريباً من فئات الحما والحמות. وعن هذه العلاقة بين الحما والعريس والعروسة تدور بيانات الجدول نفسه التي تعطي منظوراً فريداً حول السؤال عمن تحبه الحما أكثر، زوج البنت أم مرات الإبن. فقد احتل المتغير الثاني (زوج البنت) المرتبة الأولى في البيئتين وذلك بواقع 74 مبحوثة بنسبة 88,1% في مصر و30 مبحوثة بنسبة 83,33% في فلسطين بينما المتغير الأول (مرات الإبن) احتل المرتبة الثانية بواقع 10 مبحوثة بنسبة 11,9% في مصر و6 مبحوثة بنسبة 16,67% في فلسطين. وحول هذه العلاقات يتردد العديد من الأمثلة الشعبية التي لها مدلولات متداخلة ومتشابكة. فالمثل الشعبي يقول بوجه عام عن الحما (لو كانت الحمى تحب مرات الإبن كانت الغلة تيجي قد التبن) ومن الواضح أن هذا شيء مستحيل حدوثه. كما يقول المثل أيضاً "الحما عمي ولو ملاك من السماء" ويقول "فيه عرق جنب الودن ما يحبش مرات الإبن" وعموماً فبيانات الجدول نفسه عن موقف المرأة من الحما عموماً ينطوي ويتسم بأنه (مناقرة) وأنه بواقع 56 مبحوثة بنسبة 66,67% في مصر و28 مبحوثة بنسبة 77,78% في فلسطين، على حين احتل المتغير الأول "التقدير" مرتبة تالية بواقع 28 مبحوثة بنسبة 33,33% في مصر و8 مبحوثة فقط بنسبة 22,22% بين الفلسطينيات. وبالرغم من دلالة هذه النسب والأرقام التي تعكس علاقة اجتماعية غامضة وغير مفهوم أسبابها تماماً لكنها ترتبط عموماً بسلوكيات المرأة وطبيعتها حيث تختلط بفرحتها بزواج الإبن إلا أن مشاعرهما لا تستطيع أن تقبل بسهولة ضياع الإبن تماماً منها لتتركه تماماً إلى امرأة أخرى سوف يُكرّس لها كل حياته.

وهذه ناحية توضحها تماماً بيانات الجدول نفسه عن العلاقة التقليدية بين الحما ومرات الإبن حيث احتل المتغير الثاني (كراهية) المرتبة الأولى بواقع 54 مبحوثة

بنسبة 64,29% في مصر و 28 مبحوثة بواقع 77,78% في فلسطين على حين احتل المتغير الأول (حُب وتقدير) مرتبة ثالثة بواقع 35 مبحوثة بنسبة 35,71% في مصر و 8 مبحوثات بنسبة 22,22% في فلسطين وهي نسب وأرقام تكاد تطابق كل ما سبق أن أوضحته البيانات بصدد موقف المرأة من الحما في عمومها.

وعلاقة الرجل بالمرأة تمتد وتتسع باستمرار خاصة منذ بدء ارتباطهما وزواجهما فتشمل ليس فحسب كل الأقارب في الأسرتين ولكن كل المحيطات أيضاً خاصة بتلك العلاقات مع الأقارب وبالذات الإخوة والأخوات والجيران والأصدقاء. وتوضح بيانات الجدول رقم (11) مختلف أبعاد هذه العلاقات كلها فاحتلت علاقة الزوجة بأخوات زوجها وضعية تقليدية تقوم على (الشد وال جذب) وذلك بواقع 56 مبحوثة بنسبة 16,67% من المصريات و 19 مبحوثة بنسبة 52,77% من الفلسطينيات. على حين احتل المتغير الثالث في الجدول نفسه (ضعيفة) المرتبة الأولى بواقع 20 مبحوثة بنسبة 23,9% في البيئة الأولى و 10 مبحوثات بنسبة 27,79% في البيئة الثانية. بينما احتل المتغير الثاني (متوسطة) المرتبة الثالثة بواقع 9,23% من المصريات و 7 مبحوثات بنسبة 19,44% من الفلسطينيات في الوقت الذي لم يحدد أحد في العينتين المتغير الأول الذي يذهب إلى أن علاقة الزوجة بأخوات زوجها هي علاقة "حميمية" بأي شكل من الأشكال وعن هذا يقول المثل الشعبي في هذه العلاقة "الحما عمه وأخت الزوج عقرية سامة".

وفيما يتعلق بنوعية العلاقة مع الأقارب أوضحت بيانات الجدول نفسه أن الغالبية قررت بأنها "لا توجد بالمرّة" وذلك بواقع 46 مبحوثة بنسبة 54,77% من المصريات و 24 مبحوثة بنسبة 66,67% من الفلسطينيات، على حين احتل المتغير الأول (توجد) المرتبة الثالثة بواقع 38 مبحوثة بنسبة 45,23% في مصر و 12 مبحوثة بنسبة 33,33% في فلسطين. وتوضح هذه النسب كلها مدى صدق المثل الذي يقول "الأقارب عقارب". أما عن العلاقة مع الجيران فأوضحت بيانات الجدول نفسه أن الغالبية في كلتا الفئتين حددت المتغير الثاني بواقع 40 مبحوثة بنسبة 47,61% في مصر و 19 مبحوثة بنسبة 52,77% في فلسطين، على حين احتل المتغير الأول (عادية) المرتبة الثانية بواقع 35 مبحوثة بنسبة 41,68% في مصر و 15 مبحوثة بنسبة 41,46% في فلسطين، فبينما احتل المتغير الثالث (في المناسبات) المرتبة الثالثة والأخيرة بواقع 9 مبحوثات بنسبة 10,71% في مصر وحالتان بنسبة 5,57% في فلسطين.

والحقيقة أنه يظهر هنا موقفان يبدوان متناقضان إلى حد بعيد. فالمثل يقول "يا جاري إنت في حالك وأنا في حالي" وهو ما يظهر عكسه حيث نجد أن المثل الشعبي يقول "الرجاله غابت والنسوان سابت" دلالة على كثرة التنقل بين بيوت الجيران. وإذا كانت الدراسة الحالية قد ركزت حتى الآن على طبيعة العلاقات مع المرأة وكيف عبرت الأمثال الشعبية عنها في مختلف المواقف والظروف فقد يكون

من الطبيعي جداً أن يكون عن فوائد المثل الشعبي ودوره في الارتقاء بالبيئة والتنشئة الاجتماعية. وقد أوضحت بيانات الجدول رقم (12) أن المتغير الثاني (المساعدة في فهم العلاقات والواقع الاجتماعي) قد احتل المرتبة الأولى بواقع 69 مبحوثة بنسبة 82,13% في مصر و28 مبحوثة بنسبة 77,78% في فلسطين، بينما احتل المتغير الأول (معرفة العلاقة بين الثقافات) المرتبة الثانية بواقع 15 مبحوثة بنسبة 17,87% في مصر و8 مبحوثات بنسبة 22,22% في فلسطين. أما عن دور المثل الشعبي في الارتقاء بالبيئة والتنشئة الاجتماعية، فقد أوضحت بيانات الجدول نفسه أن المتغير الثاني (المحافظة على العادات والتقاليد) قد احتل المرتبة الأولى وذلك بواقع 52 مبحوثة بنسبة 61,9% في مصر و24 مبحوثة بنسبة 69,44% في فلسطين، بينما احتل المتغير الثالث (فهم وحل مشكلات الشخصية والأسرة) المرتبة الثانية بواقع 27 مبحوثة بنسبة 32,15% في مصر و7 مبحوثات بنسبة 19,44% في فلسطين، على حين احتل المتغير الأول (أساس القيم) المرتبة الثالثة بواقع 5 مبحوثات بنسبة 5,95% في مصر و4 مبحوثات بنسبة 11,12% في فلسطين.

ثامناً : إستخلاصات الدراسة :

توصلت الدراسة من خلال التحليلات النظرية والأمبريقية إلى عدة استخلاصات هي:

- 1 - يحاول البحث من خلال تحليل البيانات الإحصائية والتحليلات النوعية العمل على تقوية النمو الذاتي واستعادة الوعي الذاتي للمرأة والذي يمكن أن تسترده من استنباط مضامين المثل الشعبي التي صنّفها الناس عموماً عبر تاريخهم من أجل الناس، ليضيفوا خبراتهم وتجاربهم للأجيال السابقة.
- 2 - أوضحت التحليلات الميدانية أن المشكلة العويصة التي تواجه الباحثين هي كيف يمكن التوفيق بين الرغبة في المحافظة على البيئة الطبيعية من ناحية وتحقيق برامج التنمية التي يمكن أن تكون مثمرة بزيادة وعي المرأة وأهمية دورها في المشاركة من ناحية ثانية والمثل الشعبي خليق بأن يكشف مدى صدق هذه المقولة من خلال الأمثال الشعبية التي تدور حول بعض الممارسات السلوكية.
- 3 - أبرزت الدراسة أهمية الدور الذي يلعبه المثل الشعبي في حياة المرأة وبالذات في البيئات الريفية في مصر وفلسطين. والرغبة في التمسك ببعض جوانب الثقافة التقليدية التي تُرسخ أهمية كبرى للإنجاب وخاصة إنجاب الذكور لأن هناك تحسب للسمات الثقافية التقليدية التي ما زالت تحيط بحياة المرأة من كل جانب.
- 4 - أبرزت الدراسة سمات المثل الشعبي وارتباطها ببعض الوضعيات والقضايا

- والمشكلات التي تبرز من خلال ظروف دورة الحياة للمرأة.
- 5 - اعتمد البحث على مجموعة من الأمثال الشعبية التي تتردد على ألسنة النساء المصريات والفلسطينيات والتي تتصل بحياة المرأة وتعكس تفاعلهن وطرق تفكيرهن المتعلقة بمشكلات المكانة الاجتماعية وانعكاساتها على الشعور بالذات والهوية.
- 6 - بيّنت الدراسة أن الأمثال الشعبية عنصر من عناصر التوعية البيئية لأنها تعتمد على السلوك والضمير والوجدان بنفس القدر الذي تعتمد فيه على الفعل والإدراك الحسي وسائر الجوانب المتعلقة بحياة الإنسان والمجتمع.
- 7 - أوضحت الدراسة مدى إمكانية الاستفادة من الأمثال الشعبية في الكشف عن العلاقة الاجتماعية لما لها من قوة التسليم للأفراد دون فحص أو تمحيص.
- 8 - أبرز التحليل الكيفي والكمي للبيانات الواردة ما تفرزه الأمثال من قيم إنسانية اجتماعية على حياة المرأة وعلى السلوكيات النوعية للشعب العربي إيجاباً وسلباً. وفي هذا الشأن تكون الأمثال الشعبية خير معين كوسيط اتصال ثقافي كيما يتهيأ للمرأة أو للأفراد دور اجتماعي حقيقي.
- أ - البيانات الأولية (الأساسية) :

الجدول رقم (1)
خصائص العينة من حيث السن والمستوى التعليمي

فلسطين		مصر		العينة المتغيرات
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
				1- السن (التركيب العمري):
22,22	8	14,29	12	من 20 - 29 سنة
36,11	13	29,77	25	من 30 - 39 سنة
25,00	9	35,71	30	من 40 - 49 سنة
5,60	2	15,47	13	من 50 - 59 سنة
11,11	4	4,76	4	من 60 سنة فأكثر
100,00	36	100,00	84	مجموع
				2 - المستوى التعليمي
19,44	7	17,86	15	- أمية
13,89	5	17,86	15	- تقرأ وتكتب
2,78	1	23,80	20	- الابتدائية
25,00	9	10,71	9	- الإعدادية
22,22	8	21,43	18	- الثانوية
16,67	6	8,34	7	- جامعية
100,00	36	100,00	84	المجموع

الجدول رقم (2)
خصائص العينة من حيث الحالة الاجتماعية والجنسية والموطن الأصلي

العينة		مصر		فلسطين	
المتغيرات		عدد النساء	%	عدد النساء	%
3 - الحالة الاجتماعية:					
-	عزباء	9	10,71	3	8,34
-	متزوجة	62	73,82	20	55,55
-	ارملة	9	10,71	11	30,55
-	مُطَلَّقة	4	4,76	2	5,56
-	المجموع	84	100,00	36	100,00
4 - من حيث الجنسية :					
-	مصرية	84	100	36	100
-	فلسطينية				
-	المجموع	84	100	36	100
5 - من حيث الموطن الأصلي					
-	ريف	65	77,39	29	80,56
-	حضر	19	22,61	7	19,44
-	المجموع	84	100,00	36	100,00

الجدول رقم (3)
من حيث التركيب المهني والدخل الشهري

العينة		مصر		فلسطين	
المتغيرات		عدد النساء	%	عدد النساء	%
6 - التركيب المهني					
-	خدمات	10	11,90	4	11,11
-	موظفة	28	33,33	18	50,00
-	أعمال تجارية	35	41,68	6	16,67
-	ست بيت	11	13,09	8	22,22
-	المجموع	84	100,00	36	100,00
7 - من حيث الدخل الشهري					
-	أقل من 200 جنيه	10	11,90	-	-
-	من 200 - أقل من 300 جنيه	28	33,33	4	11,11
-	من 300 - أقل من 400 جنيه	30	35,71	8	22,22
-	من 400 - أقل من 500 جنيه	9	10,71	10	27,78
-	من 500 جنيه فأكثر	7	8,35	14	38,89
-	المجموع	84	100,00	36	100,00

* المثل الشعبي وتشكيل الوعي السوسيوثقافي للمرأة :

الجدول رقم (4)

من حيث استخدام المثل بين الرجل والمرأة ومدى إنصافه للمرأة

فلسطين		مصر		المتغيرات العينة
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
22,22	8	10,71	9	8- من الذي يقال عليه الأمثال أكثر؟ - الرجل
77,78	28	89,29	75	- المرأة
100,00	36	100,00	84	المجموع
19,44	7	7,14	6	9- من يقول الأمثال أكثر؟ - الرجل
80,56	29	92,86	78	- المرأة
100,00	36	100,00	84	المجموع
8,33	3	4,76	4	10- هل الأمثال انصفت للمرأة؟ - انصفتها
91,67	33	95,24	80	- ظلمتها
100,00	36	100,00	84	المجموع

الجدول رقم (5)

من حيث مدى استخدام المثل الشعبي وتصديقه وسبب التصديق أو عدمه

فلسطين		مصر		المتغيرات العينة
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
22,22	8	8,35	7	11- مدى استخدام المثل الشعبي: - دائما
77,78	28	83,30	70	- أحيانا
-	-	8,35	7	- لا
100,00	36	100,00	84	المجموع
88,89	32	89,29	75	12- مدى تصديق الأمثال - نعم
11,11	4	10,71	9	- لا
100,00	36	100,00	84	المجموع
16,66	6	17,85	15	13- سبب التصديق وعدمه - هي مجرد كلام
77,78	28	73,80	62	- خبرة وتجارب أجيال
5,56	2	8,35	7	- لم تعد تتوافق مع العصر
100,00	36	100,00	84	المجموع

ب - دورة الحياة للمرأة :

الجدول رقم (6)

أكبر حدث في حياة المرأة ونظرتها للرجل ونظرة الرجل لها

فلسطين		مصر		المتغيرات العينة
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
19,80	20	31,75	40	14 - أهم حدث في حياة المرأة: - الزواج - الخلف - التعليم - العمل
41,59	42	39,69	50	
14,85	15	12,69	16	
23,76	24	15,87	20	
100,00	101	100,00	126	مجموع (متعدد الاستجابات)
61,11	22	80,96	68	15 - الرجل بالنسبة للمرأة -زوج -أب -ابن -أخ
13,88	5	10,71	9	
19,44	7	4,76	4	
5,56	9	3,57	3	
100,00	36	100,00	84	مجموع
11,11	4	14,2	12	16 - المرأة بالنسبة للرجل: -ام -زوجة -ابنة -اخت
50,00	18	69,0	58	
22,22	8	11,9	10	
16,67	6	4,76	4	
100,00	36	100,00	84	مجموع

الجدول رقم (7)

حول الإيجاب وأخطر ما يهدد حياة المرأة

فلسطين		مصر		المتغيرات العينة
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
55,56	20	64,28	54	17- أخطر ما يهدد حياة المرأة: -عدم الخلفة -الطلاق -زواج آخر
25,00	9	29,77	25	
19,44	7	5,95	5	
100,00	36	100,00	84	المجموع

فلسطين		مصر		العينة المتغيرات
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
69,44	25	71,42	60	18-الأفضلية في الإنتاج
16,67	6	17,87	15	-الصبيان
13,89	5	10,71	9	-البنات
				-كله زي بعض
100,00	36	100,00	84	المجموع

الجدول رقم (8)
فيما يتعلق بالمتغيرات في حياة الزوجة والعلاقة مع الحماية

فلسطين		مصر		العينة المتغيرات
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
22,61	19	52,63	60	19- أهم شيء في حياة الزوجة:
26,20	22	27,20	31	- عندما تُصبح أمّاً
17,86	15	6,14	7	- ترى أولادها في التعليم
33,33	28	14,03	16	- عندما يشتغل الأولاد
				- زواج الأولاد
100,00	84	100,00	114	المجموع (متعدد الاستجابات)
62,06	36	59,02	72	20-حول عبء الحياة بين الأم والأب:
37,94	22	40,98	50	-على الأم
				-على الأب
100,00	58	100,00	122	المجموع (متعدد الاستجابات)
43,07	28	42,42	42	21 - حول مدى حُب الأم :
4,61	3	7,08	7	- إنكار نفسها
52,37	34	50,50	50	- جزء من راحتها
				- تُضحّي بعمرها
100,00	65	100,00	99	المجموع (متعدد الاستجابات)

الجدول رقم (9)
حول الزواج واختيار الشريك وعلاقة الزوجة بالحماة

فلسطين		مصر		العينة المتغيرات
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
75,00	27	85,71	72	22 - أصحاب الرأي في العروسة
16,67	6	9,52	8	- الأم
8,33	3	4,77	4	- خالتها
				- أهل حارتها والجيران
100,00	36	100,00	84	المجموع
-	-	-	-	23 - ما يحدث عندما يتقدم عريس لأختك:
38,88	14	8,33	7	- أفرح
36,12	13	17,87	15	- ابارك لها
25,00	9	66,66	56	- اغير
-	-	7,14	6	- اخرى تذكر
100,00	36	100,00	84	المجموع
				24 -الرأي في الرجل المزوج :
55,55	20	45,23	38	- زوج الاثين يا قادر يا فاجر
27,78	10	36,90	31	- عينه زايفة
16,67	6	17,87	15	- ملهوش أمان
100,00	36	100,00	84	المجموع

* حول ما يُطلب من العروسة وموقف الحماة من بنتها وزوجة ابنها :

الجدول رقم (10)

فلسطين		مصر		العينة المتغيرات
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
19,44	7	30,95	26	25 - حول ما يُطلب في العروسة:
69,44	25	47,62	40	- الأهل يحبونها غنيّة
11,12	4	21,43	18	- الزوج يحبها عفية
				- الجيران يحبونها سخية
100,00	36	100,00	84	المجموع

فلسطين		مصر		العينة المتغيرات
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
16,67	6	11,90	10	26- الحماية تحب مين أكثر: - مرات الإبن - زوج البنت
83,33	30	88,10	74	
100,00	36	100,00	84	المجموع
22,22	8	33,33	28	27 - موقف المرأة من الحماية - الخضوع - المناقرة
77,78	28	66,67	56	
100,00	36	100,00	84	المجموع
22,22	8	35,71	30	28- العلاقة بين الحماية ومرات الإبن: - حُب وتقدير - كراهية
77,78	28	64,29	54	
100,00	36	100,00	84	المجموع

الجدول رقم (11)
حول علاقة الزوجة بأخوات الزوج والأقارب والجيران

فلسطين		مصر		العينة المتغيرات
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
-	-	-	-	29- علاقة الزوجة بأخوات زوجها: - حميمة - متوسطة - ضعيفة - شد وجذب
19,24	7	9,52	8	
27,79	10	23,81	20	
52,77	19	66,67	56	
100,00	36	100,00	84	المجموع

المرأة في الأمثال الشعبية «دراسة مقارنة»

فلسطين		مصر		العينة المتغيرات
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
33,33	12	45,23	38	30 - العلاقة مع الأقارب : - توجد - لا توجد بالمرّة
66,67	24	54,77	46	
100,00	36	100,00	84	المجموع
52,77	19	41,68	35	31 - العلاقة مع الجيران : - عادية - كل واحد في حاله - في المناسبات
41,66	15	47,61	40	
5,57	2	10,71	9	
100,00	36	100,00	84	المجموع

* أهمية الوظائف الاجتماعية للأمثال :

الجدول رقم (12)
حول فوائد الأمثال ودورها في الارتقاء بالبيئة والتنشئة الاجتماعية

فلسطين		مصر		العينة المتغيرات
%	عدد النساء	%	عدد النساء	
22,22	8	17,87	15	32 - حول فوائد الأمثال الشعبية : - معرفة العلاقة بين الثقافات - المساعدة في فهم علاقات الواقع الاجتماعي
77,78	28	82,13	69	
100,00	36	100,00	84	المجموع
11,12	4	5,95	5	33 - دور الأمثال في الارتقاء بالبيئة والتنشئة : - أساس القيم - المحافظة على التقاليد والعادات - فهم وحل مشكلات الشخصية والأسرة
69,44	25	61,90	52	
19,44	7	32,15	27	
100,00	36	100,00	84	المجموع

الهوامش

- (1) عبد العزيز رفعت ، الأمثال الكويتية المقارنة ، مجلة الفنون الشعبية ، العدد 24 (يوليو ، أغسطس ، سبتمبر) الهيئة العامة للكتاب ، 1988 ، القاهرة ، صفحة 120.
- (2) فوزية دياب ، القيم والعادات والتقاليد الاجتماعية (مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية)، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1980 ، صفحة 184.
- (3) Malinowski, B., *The Sexual Life of Savages in North Western Malasia*, 2 vols. London, 1929.
- (4) عبد العزيز رفعت ، الأمثال الكويتية المقارنة ، مرجع سابق ، صفحة 124.
- (5) أحمد أبوزيد وآخرون ، دراسات في الفولكلور، القاهرة، 1972، صفحة 3.
- (6) محمد ثابت الفندي، الفولكلور في ضوء علم الاجتماع ، محاولة في المناهج، مجلة كلية الآداب جامعة الإسكندرية، المجلدان السادس والسابع، 1953، صفحة 3.
- (7) Cherlotte, B., *The Handbook of Folklore*, Sidgwick & Jackson, Ltd. London, 1965, P. 234.
- (8) Strauss, Cly *Structural Anthropology*. Anchor Books, London, 1967, P. 202.
- (9) ممدوح حقي ، المثل المقارنة بين العربية والإنجليزية ، دار النجاح ، بيروت، 1973، صفحة 15.
- (10) المرجع نفسه ، صفحة 14.
- (11) فاطمة حسن المصري، الشخصية المصرية من خلال بعض مظاهر الفولكلور، صفحة 105.
- (12) Ortner, S., *Is Female to Male as Nature is to Culture?* In Rosalder & Lampher (eds.). *Woman, Culture and Society*, 1974, p. 82.
- (13) محمود أبوزيد، المرأة والعمل اليدوي، بحث مقدم إلى مؤتمر اتجاهات المجتمع المصري نحو العمل اليدوي، قسم الأنثروبولوجيا ، جامعة الاسكندرية، بالاشتراك مع مؤسسة كونارد إديناور، 1978.
- (14) Durkheim & Mauss, M., *Primitive Classification*, 1969, p. 22.
- (15) عبد العزيز رفعت ، مرجع سابق، صفحة 126.
- (16) محمود ابراهيم عفيفي، المثل الشعبي في مواجهة المشكلات البيئية (تحليل مضمون للمثل الشعبي في سياقات اجتماعية متباينة، بحث ماجستير غير منشور، معهد الدراسات والبحوث البيئية ، جامعة عين شمس، 2003.
- (17) خالد عبد المنعم أبو الفتوح ، التوظيف التربوي للمثل الشعبي في البيئة المدرسية ، ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، 1997.
- (18) محمد شلبي، المثل الشعبي المصري والتركي (دراسة أدبية مقارنة) دكتوراه غير منشورة، آداب عين شمس، 1992.
- (19) ناهد رمزي وآخرون ، إتجاهات الرأي العام حول مكانة المرأة من خلال الأمثال الشعبية ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 1990.
- (20) Jackson, Francesina, R., *Radical Pedagogical Structures in Fusing a Multicultural Perspective Through Environmental, Project Description*, 1995.
- (21) Znich and Others, *Shared Wisdom: A Collection of Proverbs, Sayings and Quotations*, Instructional Material, 1991.