

تطور ظاهرة تغريب الأسماء التجارية

دراسة مقارنة للظاهرة بين عامي ١٩٧٢-١٩٨٣

مقدمة البحث ومشكلته :

يشيع في الشارع التجاري المصري الآن الاتجاه إلى التغريب. ويبدو ذلك في اتخاذ المتاجر المصرية أسماء أجنبية، واستخدامها بدلا من نظائرها العربية، وهذا الاتجاه يشكل بقعه سوداء تلوث ثوب لغتنا العربية الناصع، ومسحة دميمة تشوه وجه الشارع المصري، وتبذل من ملامحه العربية. وقد صرخ ثلاثة من لغويينا المعاصرين ينادون بضرورة التصدي لهذا التيار ومحاولة وقف زحفه على أسمائنا المتداولة. أولهم أ.د. عبد العزيز مطر، في مقال له بجريدة الأخبار المصرية سنة ١٩٨٦، تحت عنوان: "رياح التغريب تهب على الشارع المصري"^(١)، كما أفرد لهذا الموضوع فصلا في كتاب له، صدر عام ١٩٨٧، بعنوان "في النقد اللغوي"^(٢). والثاني هو أ.د. حسين نصار في مقاله بجريدة الأهرام المصرية عام ١٩٨٦، بعنوان "العربية لغتنا"^(٣). أما الثالث فهو أ.د. كمال بشر، الذي تناول جانباً من الموضوع في محاضرته عن "التغريب في اللغة والثقافة"^(٤)، بمجمع اللغة العربية بالقاهرة سنة ١٩٨٧.

كما درست الباحثة هذا الاتجاه في بحث سابق^(٥)، على أسماء عينة المحال التجارية التي تضمنها دليل الهاتف الخاص بعام ١٩٨٣. وقد بلغ عدد أسماء العينة الكلية للبحث ٢٠٠٤٣ اسما، وانقسمت العينة الكلية إلى عيّنتين فرعيتين:

(١) جريدة الأخبار في ٣٠/١٠/١٩٨٦م.

(٢) د. عبد العزيز مطر: في النقد اللغوي ص ٢٢٧ - ٢٣٩.

(٣) جريدة الأهرام في ١٤/١١/١٩٨٦.

(٤) ألقاها في ٢/٣/١٩٨٧، ونشرت بمجلة المجمع- ج ٦٠- مايو ١٩٨٧ : ص ١٨٦.

(٥) ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصري- دراسة مسحية على القاهرة الكبرى حولية كلية الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة قطر: العدد الثاني عشر- الدوحة ١٩٨٩.

إحداهما تمثل الأنشطة التي لا تتجه إلى استخدام عناوين للنشاط، بل يشيع فيها أن يحمل النشاط اسم صاحبه، ومن الطبيعي ألا يظهر فيها تغريب. والثانية تمثل العينة التي تستخدم فيها الأنشطة عناوين لمآجرها وقد ظهر بها التغريب. واتضح من البحث أن التغريب يشكل ظاهرة واضحة تبلغ نسبتها - كما ظهر في العينة الكلية - ١١,٠٤١% من المجموع الكلي لأسماء الأنشطة التي تدخل في نطاق البحث. كما بلغت نسبة التغريب ١٢,٥٣٦% من مجموع أسماء الأنشطة التي تستخدم العناوين.

ومن البديهي أن هذه الظاهرة لم تنتشر بين عشية وضحاها، وإنما كان لها بداياتها منذ فترة. وقد حاولت الباحثة - في بحثها السابق - أن تجتهد في معرفة أسبابها وعوامل انتشارها، وكان من أهم تلك الأسباب الانفتاح الاقتصادي. ولما كان بدء تطبيق نظام الانفتاح الاقتصادي في مصر بعد حرب أكتوبر ١٩٧٣، فقد أثار ذلك فضول الباحثة للرجوع إلى عام ١٩٧٢ (قبل حرب ١٩٧٣)، والتعرف على حجم الظاهرة في ذلك الوقت. ثم مقارنة النتائج التي تحصل عليها بنتائج الدراسة السابقة الخاصة بعام ١٩٨٣، لكي تحصل على الف-رق في حجم ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بين التاريخين المذكورين :

(١٩٧٢-١٩٨٣) أي قبل الانفتاح الاقتصادي وبعده بعشر سنوات. وذلك حتى تتضح لنا أهمية التصدي لهذه الظاهرة وخطورة السكوت عليها، إذا ما ثبت من البحث أنها تزداد انتشارا على مر الأيام ، وهو ما تشير إليه الملاحظة الميدانية المباشرة.

الدراسة النظرية :

الاقتراض اللغوي ظاهرة لغوية معروفة، تعد إحدى وسائل تنمية الثروة اللغوية، فاللغات تتبادل التأثير فيما بينها، ويستعين بعضها بألفاظ البعض الآخر وأساليبه،

في سد حاجته من الكلمات والتعابير التي تعوزه، والتي تصبح - فيما بعد - جزءاً من تلك اللغات^(١)، فيزداد بذلك ثراء اللغة الآخذة.

وقد اقترضت اللغة العربية - غيرها من لغات العالم - كثيراً من الكلمات الأجنبية، فقد شعر العرب بحاجتهم إلى كلمات تعبر عن الأشياء التي لم تكن مألوفة في حياتهم قبل احتكاكهم بالدول المجاورة، فاستعانوا بألفاظ اللغات الأخرى للتعبير عنها. كما استعاروا من الكلمات ما يعبر عن الحضارة والمدنية، وغيرها من المظاهر التي كانت تشيع بين الأمم العريقة المتاخمة لحدود شبه الجزيرة العربية^(٢).

ولم يترك العرب الكلمات التي اقترضوها على حالها في اللغة الأجنبية بل كانوا يخضعونها لنمط التركيب اللغوي العربي : فيهنّبون من أطرافها، ويغيرون بعض حروفها، كما يبدلون موضع النبر فيها، لكي تصبح على صورة شبيهة بالكلمات العربية^(٣). وقد اصطلح على تسمية ذلك تعريباً، فالتعريب هو إخضاع اللفظ الأجنبي المقترض لنظام الكلمات العربية وبنائها.

والتعريب ضرورة علمية واجتماعية متجددة، وهو يترتب على الاتصال الاجتماعي بمظاهره المختلفة : من ثقافة أو تجارة أو حروب أو استعمار أو انتقال للعادات والتقاليد. ويتوقف مدى شيوع الكلمات المعربة على العرف اللغوي في البيئة التي انتقل إليها.

وقد عرف التعريب قديماً في اللغة العربية: ففي العصر الجاهلي عرفت العربية الكلمات المعربة، كما وردت بالقرآن الكريم كلمات معربة؛ مما يدل على

(١) Sa'id, Majed: Lexical innovation, P. 30-33.

(٢) د. أنيس، إبراهيم: من أسرار اللغة ص ١٢٤. وقد كتب: محمود تيمور بحثاً عن ألفاظ الحضارة في مطبوعات مجمع اللغة العربية بالقاهرة: البحوث والمحاضرات، مؤتمر الدورة ٢٧، ٣٠، كما ألف (معجم الحضارة).

(٣) الكتاب: ج - ٤، ص ٣٠٤ - ٣٠٧، من أسرار اللغة ص ١٢٥.

شيوخها بين العرب قبل الإسلام. ونبه سيبويه في (الكتاب) إلى بعض الكلمات الأعجمية^(١)، وتحدث أيضاً عن المعرب، وكيفية التعريب في موضعين من كتابه^(٢).

وبعد الفتوح الإسلامية، وانتشار الإسلام في الآفاق، كثر احتكاك العرب بغيرهم من أبناء الأمصار، مما انعكس على حياتهم العامة، ولغتهم المتداولة، فأدخل كثيراً من الكلمات الأعجمية في اللغة العربية، وخاصة في مجال المحسوسات، مثل الأطعمة والآنية والملبوسات.

وفي العصر العباسي اتسع نشاط الثقافة العربية تأليفاً وترجمة، فواجه العرب موقفاً لغوياً جديداً لصد حاجتهم إلى متطلبات التأليف والترجمة فتصرفوا في مدلول بعض الكلمات العربية الأصل. وحولوا معناها اللغوي إلى معنى اصطلاحي. كما نقلوا بعض الألفاظ الأعجمية إلى اللغة العربية، فازدادت بذلك حركة التعريب. وكان علماء اللغة يشيرون إلى الكلمات الأعجمية الأصل وينبهون إلى أنها دخيلة على العربية.

أما في العصر الحديث فقد زادت الحاجة إلى التعريب، نظراً لانفجار المعرفة والثورة العلمية والتقنية، مما ساعد على زيادة استخدام المصطلحات الحضارية والعلمية. وقد أقر مجمع اللغة العربية بالقاهرة الحاجة الماسة إلى التعريب - وغيره من وسائل تنمية الثروة اللغوية - عند نقل تلك المصطلحات العلمية إلى العربية، إلا أنه قيّد التعريب بالضرورة، حرصاً على لغتنا العربية، لغة القرآن الكريم والتراث الأدبي، حتى لا تفقد طابعها وخصائصها، وتضيع في خضم

(١) سيبويه، أبو بشر: الكتاب ج- ٣، ص ٢١٣، ٢٢٩، ٢٣٤، ٢٣٥، ٢٤٢، ٢٤٣، ٢٥٩، ٦٢٠، ٦٢١.

(٢) باب ما أعرب من الأعجمية، وباب اطراد الإبدال في الفارسية: ج- ٤ ص ٣٠٣، ٣٠٥.

أمواج تيار الألفاظ الأجنبية. ولهذا فقد أجاز المجمع استعمال بعض الألفاظ الأعجمية - عند الضرورة - بعد تعريبها على طريقة العرب^(١).

وكان لمجمع اللغة العربية بالقاهرة موقف من مصطلحات الحضارة، فقد مال إلى أن يسجل ما شاع من هذه الألفاظ، ويجمعها من مظانها، ثم يهذبها ويقر منها ما يرتضيه. وما لا سبيل إلى إقراره يدعه للزمن، لكي يصلح من شأنه، ويقوم من عوجه^(٢).

وقد كرست المجامع العربية جهودا كبيرة لخدمة المصطلحات العلمية، وذلك إيمانا منها بأن هذا الموقف يؤدي إلى تطويع اللغة للوفاء بحاجات العلم، والمتطلبات العصرية المختلفة - مما يدخل ضمن أهداف المجامع - ولمعاونة العلماء والباحثين على التأليف العلمي باللغة العربية، حتى يمكن السير في طريق تعريب العلم، والدراسة العلمية باللغة العربية.

وقد رأى بعض العلماء أن التعريب مقصور على ما ورد في عصور الاستشهاد اللغوي. أما ما ورد بعد عصر الاحتجاج من الكلمات ذات الأصل الأعجمي فيسمى مولداً. كما أكد أن المعرب الصحيح لا يزيد عدده في اللغة على ألف كلمة، وقلته دليل على اقتصره على السماع^(٣)، ولا يجوز لنا نحن المولدين - أن نعرب كالقدماء. وقد يكون تبني أولئك العلماء لهذا الموقف راجعا إلى خشيتهم من طغيان الكلمات الأعجمية على الفصحى.

ولكن مجمع اللغة العربية بالقاهرة أقر كثيرا من الألفاظ المعربة في المصطلحات المختلفة التي عالجها، كما أباح الاشتقاق من هذه الكلمات، فشاع استخدام الألفاظ

(١) محاضر الجلسات - دور الانعقاد الأول: ص ٤٢٢، جهود مجامع اللغة العربية: ص ٣٦١.

(٢) د. مذكور إبراهيم: مجمع اللغة العربية في ثلاثين عاما - ماضيه وحاضره: ص ٥٩-٦٠، جهود مجامع اللغة العربية: ص ٢٦٤.

(٣) محاضر الجلسات - دور الانعقاد الأول: ص ٣٠٢.

المعربة في المصطلحات، وزال الحرج من الموافقة على معربات لم يقرها العرب الأقدمون.

وقد اتفق أعضاء هذا المجمع - الذي يضم علماء اللغة البارزين من مختلف الجنسيات - على ضرورة تنمية الثروة اللغوية العربية، وتطويرها لأداء المتطلبات الفكرية والحضارية للعرب في العصر الحديث، وكذلك على صحة استعمال مصطلحات العلوم العربية القديمة، على الرغم من أنها مولدة^(١)، كما اتفق علماء المجمع أيضا على قبول الأساليب المولدة، ما دامت خاضعة لتراكيب الجمل العربية^(٢).

وهناك نوع آخر من الاقتراض اللغوي، هو لون من الترف التعبيري، يتشدد به بعض أصحاب اللغة، محاولين إظهار قربهم من لغة أخرى، وتشبههم بأصحابها. ويكون ذلك نتيجة إعجاب أمة بأخرى والميل إلى تقليدها^(٣)، وهو ما يحدث الآن في الشارع التجاري المصري، ونعبر عنه بمصطلح "التغريب".

والفرق كبير بين التغريب، الذي حدث منذ القدم في لغتنا العربية، والتغريب الذي يحدث لها الآن، على الرغم من أن كليهما اقتراض من اللغات الأجنبية، فالتغريب يأخذ ما تفتقر إليه اللغة العربية من الكلمات الأجنبية، فيساعد اللغة على التعبير عن معان عرفت بين العرب، وليس في اللغة العربية كلمات تؤديها؛ فيثري بذلك اللغة، ويكمل نواحي نقصها. ولم يكن العرب - في تغريبهم - يستعملون الكلمات الأجنبية إلا بعد أن يخضعوها للذوق اللغوي العربي، ولأنماط الصيغ العربية.

أما التغريب فيحدث الآن بنقل اللفظ - أو التعبير الأجنبي - إلى العربية كما هو في لغته، بغير تغيير، ودون أن تكون اللغة في حاجة إليه. فهو يضيف إلى

(١) المرجع السابق: ص ٣١٩ - ٣٢٠.

(٢) المرجع السابق: ص ٣٥٠.

(٣) د. أنيس، إبراهيم: من أسرار اللغة، ص ١٢٠-١٢٢.

العربية كمّا كبيراً- لا تحتاج إليه- من الكلمات الأجنبية التي تتراحم الألفاظ العربية، وتنازعها مكانتها.

أهداف الدراسة :

١- معرفة حجم ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالقاهرة عام ١٩٧٢، ومقارنته بحجمها في عام ١٩٨٣.

٢- تبين مدى انتشار الأسماء المغربية بالأنشطة التجارية المختلفة بالقاهرة عام ١٩٧٢، ومقارنته بمدى انتشارها عام ١٩٨٣.

٣- تحديد مدى انتشار الأسماء المغربية بالأحياء السكنية المختلفة بالقاهرة عام ١٩٧٢، ومقارنته بمدى انتشارها عام ١٩٨٣.

عينة الدراسة :

شملت العينة الكلية للدراسة ٣٤٧٦٢ اسماً، تمثل مجموع الأسماء التجارية الواردة بدليل الهاتف الخاص بمدينة القاهرة لعامي ١٩٧٢ و١٩٨٣- بعد استبعاد ما يخرج عن أهداف الدراسة.

وقد بلغ عدد الأنشطة التي تضمنت هذه الأسماء اثنين ومائة (١٠٢) نشاط في دليل عام ١٩٧٢، وأربعة ومائة (١٠٤) نشاط في دليل عام ١٩٨٣. وتنقسم العينة الكلية إلى عينتين فرعيتين كالآتي:

(أ) العينة الفرعية الأولى (عينة دليل عام ١٩٧٢) :

وتشمل عدد ١٤٧١٩ اسماً، من بينها ١٢٧٤٧ اسماً تمثل مجموعة الأنشطة التي يظهر فيها التغريب، وعددها ٦٣ نشاطاً؛ والباقي وهو ١٩٧٢ اسماً تمثل مجموعة الأنشطة الخالية من التغريب، وعددها ٣٩ نشاطاً.

(ب) العينة الفرعية الثانية (عينة دليل عام ١٩٨٣) :

وتشمل عدداً قدره ٢٠٠٤٣ اسماً، من بينها ١٧٦٥٢ اسماً تمثل مجموعة الأنشطة التي تتضمن التغريب، وعددها ٦٣ نشاطاً؛ والباقي وقدره ٢٣٩١ اسماً تمثل مجموعة الأنشطة الخالية من التغريب، وعددها ٤١ نشاطاً.

كيفية معالجة الدراسة :

اعتمدت الباحثة على دليل الهاتف الخاص بمدينة القاهرة ، وجعلته مصدرا لجمع المعلومات عن الأنشطة التجارية المختلفة ، وأسمائها وتوزيعها الجغرافي على مختلف أحياء القاهرة. وذلك بوصفه عينة عشوائية تعطي مؤشرا صادقا - إلى حد كبير - للظاهرة. وقد لجأت إلى استخدامه؛ نظرا لصعوبة جمع المعلومات بطرق أخرى ، حيث تعذر الحصول عليها من أية جهة رسمية؛ لدواعي السرية. وقد رأت الباحثة أن تتخذ دليلين للهاتف عينتين للمقارنة، أولهما: آخر دليل مطبوع قبل بدء تطبيق الانفتاح الاقتصادي بمصر بفترة وجيزة ، وهو دليل عام ١٩٧٢، والثاني: آخر دليل مطبوع قبل إجراء هذه الدراسة، وهو دليل عام ١٩٨٣.

ولما كانت البيانات والنتائج المتعلقة بأحد طرفي المقارنة - (العينة التي يتضمنها دليل ١٩٨٣) - قد سبق معالجتها في الدراسة السابقة للباحثة^(١)، لذا فقد صار من الضروري - حرصا على دقة المقارنة وموضوعيتها - أن تلتزم الباحثة بأسلوب المعالجة السابق، وأن توحد الضوابط التي راعتها في تلك الدراسة عند تعاملها مع العينة الخاصة بعام ١٩٧٢.

ففيما يتعلق بأسلوب المعالجة: تم حصر جميع الأسماء التجارية - التي تدخل في دائرة اهتمام البحث - للعينة الفرعية الخاصة بدليل ١٩٧٢، وجرى تصنيفها إلى مجموعتين: الأولى تتضمن الأسماء التي تندرج تحت أنشطة يظهر فيها التغريب بنسب متفاوتة، والثانية تتضمن الأسماء المندرجة تحت أنشطة خالية تماما من التغريب.

(١) ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصري - دراسة مسحية على القاهرة الكبرى ١٩٨٨.

ثم أخصيت الأسماء المغربية داخل المجموعة الأولى ، موزعة على الأنشطة التجارية المختلفة، ثم على الأحياء السكنية. واستُخرجت النسب المئوية للأسماء المغربية بكل من الأنشطة والأحياء.

أما عن الضوابط التي تمت مراعاتها، فقد التزم البحث بالضوابط التي اتبعت في البحث السابق تماماً.

وبعد الانتهاء من معالجة البيانات الخاصة بعينة عام ١٩٧٢- في ضوء الضوابط السابقة- أمكن إجراء المقارنات اللازمة بين نتائجها ونتائج عينة عام ١٩٨٣، وفقاً لمتطلبات الدراسة الحالية، وما وضع لها من أهداف.

نتائج الدراسة :

من واقع ما أسفرت عنه المعالجة المبدئية للبيانات المتعلقة بالدراسة أمكن جدولة النتائج بالأسلوب الذي يساعد على عرضها ، وفقاً للأهداف الموضوعية. وتستعرض الجداول من (١) إلى (٨) هذه النتائج :

جدول رقم (١)

حجم ظاهرة التغريب في الأسماء التجارية الواردة بعينة الدراسة

العينة الفرعية الأولى ١٩٧٢		العينة الفرعية الثانية ١٩٨٣		العينات	
المجموعة المتضمنة للتغريب	المجموعة الخالية من التغريب	المجموعة المتضمنة للتغريب	المجموعة الخالية من التغريب	البيان	
١٤٧١٩	٢٠٠٤٣	٣٤٧٦٢	٣٤٧٦٢	عدد الأسماء بالعينة	
١٢٧٤٧	١٩٧٢	١٧٦٥٢	٢٣٩١	عدد الأسماء بالمجموعة	
٨١٤	صفر	٢٢١٣	صفر	عدد الأسماء المغربية بالمجموعة	٣.٢٧
٦,٣٨٦	صفر %	١٢,٥٣٦	صفر %	النسبة المئوية للتغريب	-
٥,٥٣ %		١١,٠٤١ %		حجم ظاهرة التغريب بالعينة (النسبة الكلية للتغريب)	-

يظهر من الجدول رقم (١) ما يأتي :

١- يبلغ عدد الأسماء التجارية التي شملتها أنشطة العينة الفرعية الأولى ١٤٧١٩ اسماً من مجموع أسماء العينة الكلية للدراسة ، التي بلغ عددها ٣٤٧٦٢ اسماً، أي بنسبة قدرها ٤٢,٣٤٢% من العدد الكلي لأسماء العينة.

٢- يبلغ عدد الأسماء بأنشطة العينة الفرعية الثانية ٢٠٠٤٣ اسماً ، ويشكل نسبة قدرها ٥٧,٦٥٨% من أسماء العينة الكلية للدراسة.

٣- النسبة المئوية للتغريب في العينة الفرعية الأولى ، بالنسبة للمجموعة المتضمنة للتغريب ، هي ٦,٣٨٦% من عدد أسماء تلك المجموعة. على حين تبلغ النسبة المئوية للتغريب، في المجموعة المماثلة من أنشطة العينة الفرعية الثانية ١٢,٥٣٦% من أسمائها.

٤- بلغ حجم ظاهرة التغريب بالعينة الفرعية الأولى ٥,٥٣% من أسمائها على حين بلغ حجم ظاهرة التغريب في العينة الفرعية الثانية ١١,٠٤١% من أسمائها. وهذا يعني تضاعف النسبة المئوية للأسماء المغربية- تقريباً- بعد فترة زمنية لا تتجاوز عشر سنوات.

ويعرض الجدول رقم (٢) تحليلاً للمجموعة الخالية من التغريب في العينة الفرعية الأولى (١٩٧٢). وقد بلغ عدد الأنشطة التي تتضمنها هذه المجموعة ٣٩ نشاطاً، منها ٢٢ نشاطاً أطلق فيها التجار أسماءهم على متاجرهم.

وبلغ عدد المتاجر التي حملت أسماء أصحابها بتلك الأنشطة ١٩٣٣ اسماً ، من مجموع الأسماء بالأنشطة، والبالغ عدده ١٩٧٢ اسماً، أي بنسبة مئوية قدرها ٩٨,٠٢%، في حين لم يزد عدد المتاجر التي اتخذت عناوين عن ٣٩ اسماً، أي بنسبة قدرها ١,٩٨% من مجموع الأسماء بهذه الأنشطة.

وقد لاحظ أن هذه الأنشطة لا يميل أصحابها إلى إطلاق عناوين عليها ، إلا فيما ندر، وتتنحصر هذه العناوين في بعض القيم الأخلاقية ، أو أسماء الأماكن والأحياء التي يقع بها النشاط.

جدول رقم (٢)

توزيع الأنشطة التجارية التي خلت من التغيريب

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	عدد الأسماء الحاملة لاسم صاحب النشاط	العدد الكلى لأسماء النشاط	نسبة الأسماء الحاملة لاسم صاحب النشاط
١	آلات صناعية يدوية وميكانيكية	٢٢	٢٤	% ٩١,٦٧
٢	أخشاب	١٢٣	١٢٣	% ١٠٠
٣	أدوات صحية	٨٤	٨٥	% ٩٨,٨٢
٤	أدوات كهربائية	١٠٢	١٠٢	% ١٠٠
٥	أدوات ومواقد الغاز	٧	٨	% ٨٧,٥
٦	أسلحة وذخائر	١٠	١٠	% ١٠٠
٧	أسماك طازجة ومملحة	٤٧	٥٣	% ٨٨,٦٨
٨	أطراف صناعية	٥	٥	% ١٠٠
٩	بن وشاى	١٩	٢٢	% ٨٦,٣٦
١٠	بيض	٤٨	٤٩	% ٩٧,٩٦
١١	حاصلات زراعية	٢٧٢	٢٧٤	% ٩٩,٢٧
١٢	حدايد وبويات	٢٠٠	٢٠٢	% ٩٩
١٣	حديد تسليح وخام	٤٩	٥٠	% ٩٨
١٤	خردة ومخلفات	٣٤	٣٤	% ١٠٠
١٥	خيش	٤١	٤١	% ١٠٠
١٦	درجات	٢٧	٢٧	% ١٠٠
١٧	دقيق	٢٤	٢٤	% ١٠٠
١٨	دواجن	٣١	٣٣	% ٩٣,٩٤
١٩	زجاج وبلور	١٠٦	١٠٨	% ٩٨,١٥
٢٠	سجاد وكليم	٩٤	٩٨	% ٩٥,٩٢
٢١	صابون	٣٨	٤١	% ٩٢,٦٨
٢٢	عسل	٧	٧	% ١٠٠

تابع جدول رقم (٢)

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	عدد الأسماء الحاملة لاسم صاحب النشاط	العدد الكلي لأسماء النشاط	نسبة الأسماء الحاملة لاسم صاحب النشاط
٢٣	عطاراة	١٠١	١٠٤	% ٩٧,١٢
٢٤	عقادة	١٦	١٦	% ١٠٠
٢٥	فحم	٢٤	٢٤	% ١٠٠
٢٦	كاوشوك	٣٠	٣٠	% ١٠٠
٢٧	كرسى	٧	٧	% ١٠٠
٢٨	لوازم الخياطين	٢٣	٢٤	% ٩٥,٨٣
٢٩	لوازم الرحلات	٨	٨	% ١٠٠
٣٠	مسلى وزيت	٢٠	٢٠	% ١٠٠
٣١	معادن	٧٣	٧٤	% ٩٨,٦٥
٣٢	مواد بترولية	١٣	١٣	% ١٠٠
٣٣	مواد بناء	٥٩	٥٩	% ١٠٠
٣٤	مواد صباغة وكيمويات	١٠	١٠	% ١٠٠
٣٥	موازين	٨	٨	% ١٠٠
٣٦	مواسير	١٥	١٥	% ١٠٠
٣٧	معمل خضروات	١٠	١٠	% ١٠٠
٣٨	مقلة وتسالى	٣٧	٤١	% ٩٠,٢٤
٣٩	ورق وكرتون	٨٩	٨٩	% ١٠٠
مجموع أسماء الأنشطة الخالية من التغريب		١٩٣٣	١٩٧٢	% ٩٨,٠٢

ويعرض الجدول رقم (٣) تحليلا لمجموعة الأنشطة التي ظهر بها التغريب في العينة الفرعية الأولى، الخاصة بعام ١٩٧٢، وقد تم فيه حصر العدد الكلي للأسماء بكل نشاط ، وكذلك عدد الأسماء المغربية به ، والنسبة المئوية للأسماء المغربية بتلك العينة.

ويلحظ في نشاطي ديكور ، ومسرح أن العدد الكلي للأسماء يقل عن خمسة أسماء في العينة الفرعية الأولى فحسب ، وقد أوردتهما الباحثة - استثناء من الضوابط - للاستدلال عند المقارنة بالعينة الفرعية الثانية. وقد ميّز النشاطان في العينة الفرعية الأولى بعلامة (*).

أما الجدول رقم (٤) فقد صنف به الأنشطة التجارية الخاصة بالمجموعة المتضمنة للتغريب في العينة الفرعية الأولى (١٩٧٢) ، مع ترتيبها تصاعديا تبعا لنسبة انتشار الأسماء المغربية بكل منها.

جدول رقم (٣)

عدد الأسماء المغربية، ونسبتها المئوية إلى مجموع أسماء النشاط
في العينة الفرعية الأولى (١٩٧٢)

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء بالنشاط	عدد الأسماء المغربية	نسبة الأسماء المغربية
١	الصيدليات	٥٩٣	٤٣	% ٧,٢٥١
٢	أجهزة وأدوات منزلية	١٢٠	٢	% ١,٦٦٧
٣	أحذية ولوازمها	٥٠٢	٤٤	% ٨,٧٦٥
٤	أزياء وتصميمها	٩٤	٥	% ٥,٣١٩
٥	أصواف	٤٤	١	% ٢,٢٧٣
٦	أفلام (إنتاج وتوزيع)	٤٦	١٤	% ٣٠,٤٣٥
٧	ألبان	١٣٨	٣	% ٢,١٧٤
٨	إلكترو (كهرباء وإلكترونيات)	٨	٦	% ٧٥,٠٠
٩	بار	١٣	٨	% ٦١,٥٣٨
١٠	بازار	٣٨	١١	% ٢٨,٩٤٧
١١	بقالة وسوبر ماركت	١٤٧٩	١٥	% ١,٠١٤
١٢	بنسيون	٣٨	٢٩	% ٧٦,٣١٦
١٣	بوتيك	٩	٣	% ٣٣,٣٣٣
١٤	بوفيه	٢٩	٤	% ١٣,٧٩٣
١٥	فرزى	٩٢٥	٢	% ٠,٢١٦

تابع جدول رقم (٣)

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء بالنشاط	عدد الأسماء المغربية	نسبة الأسماء المغربية
١٦	جراج	١٣٤	١٣	% ٩,٧
١٧	جزارة	٣٢٤	٧	% ٢,١٦
١٨	جلود ومصنوعات جلدية	١٥٠	٢	% ١,٣٣٣
١٩	حلواتي	٢٦٦	١٠	% ٣,٧٥٩
٢٠	خربوات	٥٤٢	٥	% ٠,٩٢٣
٢١	ديكور	٣(*)	١	% ٣٣,٣٣٣
٢٢	زئكوغراف	٢١	١	% ٤,٧٦٢
٢٣	زهور	٦٦	١٤	% ٢١,٢١٢
٢٤	ساعات وساعاتي	١٣١	١	% ٠,٧٦٣
٢٥	ستوديو	١٦٢	٣٦	% ٢٢,٢٢٢
٢٦	سجاير	٣٣٥	٢	% ٠,٥٩٧
٢٧	سينما	٦٧	٢٨	% ٤١,٧٩١
٢٨	شركة (متنوعة النشاط)	١٦٩٦	١١٥	% ٦,٧٨١
٢٩	شركة سياحة	٣٦	٦	% ١٦,٦٦٧
٣٠	شنت سيدات	٦٠	٤	% ٦,٦٦٧
٣١	صالون حلاقة	٤٨٥	٦٩	% ١٤,٢٢٧
٣٢	عصير	٣٩	١	% ٢,٥٦٤
٣٣	فندق	١٩١	٧٠	% ٣٦,٦٤٩
٣٤	قطع غيار سيارات	٢٠٢	١	% ٠,٤٩٥
٣٥	قمصانجي	١٢١	٥	% ٤,١٣٢
٣٦	قهوة	١٨٠	١٥	% ٨,٣٣٣
٣٧	كازينو	٦٧	١٦	% ٢٣,٨٨١
٣٨	كافيتريا	١٥	٤	% ٢٦,٦٦٧
٣٩	محل (متنوع النشاط)	٨٠	٧	% ٨,٧٥
٤٠	مخبز	٣٢٨	٧	% ٢,١٣٤

• العدد الكلي للأسماء هنا يقل عن خمسة أسماء، وقد أوردته الباحثة للاستدلال به عند المقارنة بالعينة الفرعية الثانية.

تابع جدول رقم (٣)

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء بالنشاط	عدد الأسماء المغربية	نسبة الأسماء المغربية
٤١	مسرح	٢(*)٥	١	% ٥٠,٠٠
٤٢	مشقل	٥٨	١	% ١,٧٢٤
٤٣	مصبغة	٧١	٦	% ٨,٤٥١
٤٤	مصنع تريكو	١٣٣	٢٢	% ١٦,٥٤١
٤٥	مصنع جوارب	٥٨	١٠	% ١٧,٢٤١
٤٦	مصنع ملابس	٧٢	٦	% ٨,٣٣٣
٤٧	مصوغات ومجوهرات	٤٤٧	٥	% ١,١١٨
٤٨	مطبعة	٢٩٨	١٣	% ٤,٣٦٢
٤٩	مطحن	٢٢	١	% ٤,٥٤٥
٥٠	مطعم	١٨٠	٢١	% ١١,٦٦٧
٥١	معرض (متنوع النشاط)	٤٨	٤	% ٨,٣٣٣
٥٢	معرض سيارات	٦٣	٨	% ١٢,٦٩٨
٥٣	معمل (متنوع النشاط)	٢٥	٢	% ٨,٠٠
٥٤	معمل ألبان	١٦	٤	% ٢٥,٠٠
٥٥	مكتبة وأدوات مدرسية	٣٠٣	١٣	% ٤,٢٩
٥٦	ملابس جاهزة	١٢١	٢٤	% ١٩,٨٣٥
٥٧	ملهى	٦	٤	% ٦٦,٦٦٧
٥٨	منتجات خان الخليلى	٥٥	٢	% ٣,٦٣٦
٥٩	منوفاطورة	٣٣٣	٨	% ٢,٤٠٢
٦٠	موبيليات وأثاثات معدنية	٣٥٦	١٢	% ٣,٣٧١
٦١	مؤسسات القطاع الخاص	٢٥٥	١٣	% ٥,٠٩٨
٦٢	نظارات طبية	٣٤	٣	% ٨,٨٢٤
٦٣	وكالة	١٤	١	% ٧,١٤٣
	العدد الكلى لأسماء مجموعة التغريب بالعينة الفرعية الأولى	١٢٧٤٧	٨١٤	% ٦,٣٨٦

* العدد الكلى للأسماء هنا يقل عن خمسة أسماء، وقد أوردته الباحثة للاستدلال به عند المقارنة بالعينة الفرعية الثانية.

أما الجدول رقم (٤) فقد صنفنا به الأنشطة التجارية الخاصة بالمجموعة المتضمنة للتغريب فى العينة الفرعية الأولى (١٩٧٢)، مع ترتيبها تصاعدياً تبعاً لنسبة انتشار الأسماء المغربية بكل منها.

مدى ارتباط التغريب بالأنشطة والتخصصات المختلفة :

من الجدولين (٣) و(٤) ، اللذين يختصان بأنشطة العينة الفرعية الأولى ، لعام ١٩٧٢ يمكننا أن نلاحظ ما يأتي :

١- تقل نسبة شيوع التغريب في الأنشطة الحرفية، مثل: ترزّي، ساعاتي، جلود ومصنوعات جلدية، مشغل، موبيليات وأثاثات معدنية، منتجات خان الخليلي، قمصانجي، مطبعة، زنكوغراف.

٢- وتنتشر الظاهرة بنسبة ضئيلة في أنشطة الخدمات، وتجارة المواد الغذائية والاستهلاكية مثل: قطع غيار سيارات- سجاير- خردوات- بقالة- أجهزة وأدوات منزلية- مخبز- جزارة- ألبان- عصير- حلواني- مكتبة- مطحن.

٣- كما تقل درجة انتشار التغريب في تجارة المصوغات، والأقمشة: (أصواف- منيفاتورة)، في حين يزداد انتشار الظاهرة في تجارة الملابس الجاهزة، وفي مصانع الملابس (الجوارب، فالتريكو).

٤- تختلف النسبة المئوية لانتشار الظاهرة حتى في المجالات المتقاربة. ويمكننا أن نلاحظ ذلك بوضوح إذا قارنا نسب انتشارها بين الأنشطة التالية: (عصير، حلواني، قهوة) من جانب، وبين (مطعم، بوفيه، كازينو، كافيتريا) من جانب آخر، على الرغم من أن طبيعة النشاط متقاربة في الجانبين. وكذلك إذا قارنا مدى شيوع الظاهرة بين كل من (محلات متنوعة، وبوتيك)، رغم أن معنهما ونشاطهما متقارب أيضاً.

٥- تبرز أعلى نسب التغريب في هذه العينة في الأنشطة التالية: بنسيون- ملهى- بار- مسرح- سينما- فندق. ويلاحظ أنها تتحصر في كونها أماكن للهو، أو الإقامة للأجانب ولغير المصريين، ومن هنا يمكن أن يفهم سبب انتشار الظاهرة بنسب كبيرة في تلك المجالات.

٦- تنتشر الظاهرة بصورة جلية في الأنشطة التالية: إلكترو- ديكور- بوتيك- شركة أفلام- بازار- كافيتريا- معمل ألبان- كازينو- ستوديو- زهور.

٧- يلاحظ أن عدد الأنشطة التي تقل فيها النسبة المئوية للتغريب عن ٥ % يبلغ ٢٤ نشاطا، أي بنسبة قدرها ٣٨% من مجموع الأنشطة بالعينة. كما يبلغ عدد الأنشطة التي تتراوح فيها نسبة التغريب المئوية بين ٥ % إلى أقل من ١٠% (١٤) نشاطا، أي بنسبة ٢٢% من مجموع الأنشطة التي ظهر فيها التغريب. وتتراوح نسبة التغريب بين ١٠% و ٧٧% في الأنشطة الباقية، وعددها ٢٥ ، وتقترب نسبتها من ٤٠% من مجموع الأنشطة المذكورة. وهذا يعني أن ٣٨ نشاطا- أي أكثر من ٦٠% من أنشطة تلك المجموعة- تقل فيه النسبة المئوية للتغريب عن ١٠%.

ويقارن الجدول رقم (٥) بين العدد الكلي للأسماء، وعدد الأسماء المغربية، والنسب المئوية للتغريب في مجموعة الأنشطة التي ظهر بها التغريب ، في كل من العينتين الفرعيتين: (١٩٧٢-١٩٨٣).

جدول رقم (٥)

يقارن أعداد الأسماء المغربية ونسبها المئوية في العينتين الفرعيتين

نوع النشاط (كما ورد بالدليل)		العدد الكلي لأسماء العينة الفرعية		عدد الأسماء المغربية في العينة		النسبة المئوية للتغريب في العينة	
		الأولى	الثانية	الأولى	الثانية	الأولى	الثانية
		١٩٧٢	١٩٨٣	١٩٧٢	١٩٨٣	١٩٧٢	١٩٨٣
الصيدليات		٥٩٣	٩١٦	٤٣	٤٤	٧,٢٥١	٤,٨٠٣
أجهزة وأدوات منزلية		١٢٠	١٥٥	٢	٣	١,٦٦٧	١,٩٣٥
أحذية ولوازمها		٥٠٢	٦٥٠	٤٤	٧٢	٨,٧٦٥	١١,٠٧٧
أزياء وتصميمها		٩٤	١٥٠	٥	٢٠	٥,٣١٩	١٣,٣٣٣
أصواف		٤٤	٥١	١	٢	٥,٢٧٣	٣,٩٢١
أفلام (إنتاج وتوزيع)		٤٦	٥٩	١٤	٢٤	٣٠,٤٣٥	٤٠,٦٧٨
ألبان		١٣٨	١٩١	٣	٢	٢,١٧٤	١,٠٤٧
إلكترو		٨	١٥	٦	١٣	٧٥,٠٠	٨٦,٦٦٦
بار		١٣	١١	٨	٨	٦١,٥٣٨	٧٢,٧٢٧

تابع جدول رقم (٥)

النسبة المئوية للتغريب في العينة		عدد الأسماء المغربة في العينة		العدد الكلي للأسماء في العينة		عنوان النشاط (كما ورد بالدليل)
الثانية ١٩٨٣	الأولى ١٩٧٢	الثانية ١٩٨٣	الأولى ١٩٧٢	الثانية ١٩٨٣	الأولى ١٩٧٢	
٢٩,٥٧	٢٨,٩٤٧	٢١	١١	٧١	٣٨	بازار
١,٦٧	١,٠١٤	٣١	١٥	١٨٥٦	١٤٧٩	بقالة وسوبر ماركت
٦٢,٠٦٩	٧٦,٣١٦	١٨	٢٩	٢٩	٣٨	بنسيون
٤٢,١٠٥	٣٣,٣٣٣	٢٤	٣	٥٧	٩	بوتيك
١٦,١٢٩	١٣,٧٩٣	٥	٤	٣١	٢٩	بوفيه
٠,٤٢٨	٠,٢١٦	٥	٢	١١٦٩	٩٢٥	ترزى
٩,٠٩١	٩,٧	١٥	١٣	١٦٥	١٣٤	جراج
٢,٣٢٥	٢,١٦	٨	٧	٣٤٤	٣٢٤	جزارة
١,٨٤	١,٣٣٣	٣	٢	١٦٣	١٥٠	جلود ومصنوعات جلدية
٥,٧٤	٣,٧٥٩	١٩	١٠	٣٣١	٢٦٦	حلوانى
٢,٦٥٣	٠,٩٢٣	١٦	٥	٦٠٣	٥٤٢	خردوات
٤٤,٤٤٤	٣٣,٣٣٣	٤	١	٩	٣(٠)	ديكور
٤,٥٤٥	٤,٧٦٢	١	١	٢٢	٢١	زئكوغراف
٢٤,٣٢٤	٢١,٢١٢	١٨	١٤	٧٤	٦٦	زهور
٢,٢٩	٠,٧٦٣	٣	١	١٣١	١٣١	ساعات وساعاتى
٢٦,٨٢٩	٢٢,٢٢٢	٥٥	٣٦	٢٠٥	١٦٣	ستوديو
٠,٢٦٥	٠,٥٩٧	١	٢	٣٧٧	٣٣٥	سجاير
٤٦,٦٦٦	٤١,٧٩١	٢٨	٢٨	٦٠	٦٧	سينما
٢٧,٣٢١	٦,٧٨١	٨٨٠	١١٥	٣٢٢١	١٦٩٦	شركة (متنوعة)
٧٢,٦٧٨	١٦,٦٦٧	١٣٣	٦	١٨٣	٣٦	شركة سياحة
٨,٣٣٣	٦,٦٦٧	٥	٤	٦٠	٦٠	شنط سيدات
١٤,٣٤٧	١٤,٢٢٧	٦٧	٦٩	٤٦٧	٤٨٥	صالون حلاقة
٦,٦٦٦	٢,٥٦٤	٣	١	٤٥	٣٩	عصير

تابع جدول رقم (٥)

النسبة المئوية للتغريب في العينة		عدد الأسماء المغربة في العينة		العدد الكلى للأسماء في العينة		نوع النشاط (كما ورد بالدليل)
الثانية ١٩٨٣	الأولى ١٩٧٢	الثانية ١٩٨٣	الأولى ١٩٧٢	الثانية ١٩٨٣	الأولى ١٩٧٢	
٤٥,٦٦٦	٣٦,٦٤٩	١٣٧	٧٠	٣٠٠	١٩١	فندق
٢,١٨	٠,٤٩٥	٨	١	٣٦٧	٢٠٢	قطع غيار سيارات
٤,٧٩٥	٤,١٣٢	٧	٥	١٤٦	١٢١	قمصانجى
٦,١٧٣	٨,٣٣٣	١٥	١٥	٢٤٣	١٨٠	قهوة
٢٩,٤٨٧	٢٣,٨٨١	٢٣	١٦	٧٨	٦٧	كازينو
٢٠,٠٠	٢٦,٦٦٧	٩	٤	٤٥	١٥	كافيتريا
٢٢,٦٥٢	٨,٧٥	٨٢	٧	٣٦٢	٨٠	محل (متنوع)
٣,٣٥١	٢,١٣٤	١٣	٧	٣٨٨	٣٢٨	مخبز
٧,١٤٣	٥٠,٠٠	٢	١	٢٨	(*) ٢	مسرح
٦,٨٤٩	١,٧٢٤	٥	١	٧٣	٥٨	مشغل
١٠,٠٠	٨,٤٥١	٨	٦	٨٠	٧١	مصبغة
٢٥,٦٤١	١٦,٥٤١	٤٠	٢٢	١٥٦	١٣٣	مصنع تريكو
٢٠,٣٣٩	١٧,٢٤١	١٢	١٠	٥٩	٥٨	مصنع جوارب
١٧,٢٤١	٨,٣٣٣	١٥	٦	٨٧	٧٢	مصنع ملابس
٠,٩٤٧	١,١١٨	٥	٥	٥٢٨	٤٤٧	مصوغات ومجوهرات
٥,٠٧٥	٤,٣٦٢	١٧	١٣	٣٣٥	٢٩٨	مطبعة
١,٦٦٦	٤,٥٤٥	١	١	٦٠	٢٢	مطحن
١٤,٦١٥	١١,٦٦٧	٣٨	٢١	٢٦٠	١٨٠	مطعم
١٢,٠٤٨	٨,٣٣٣	١٠	٤	٨٣	٤٨	معرض (متنوع)
٢١,٤٨٨	١٢,٦٩٨	٢٦	٨	١٢١	٦٣	معرض سيارات
١٦,١٢٩	٨,٠٠	٥	٢	٣١	٢٥	معمل متنوع للنشاط
٢٥,٠٠	٢٥,٠٠	٤	٤	١٦	١٦	معمل ألبان
٤,٦٨٣	٤,٢٩	١٧	١٣	٣٦٣	٣٠٣	مكتبة وأدوات مدرسية

تابع جدول رقم (٥)

عنوان النشاط (كما ورد بالدليل)		العدد الكلي لأسماء العينة		عدد الأسماء المغربة في العينة		نسبة الأسماء المغربة في العينة	
الأولى ١٩٧٢	الثانية ١٩٨٣	الأولى ١٩٧٢	الثانية ١٩٨٣	الأولى ١٩٧٢	الثانية ١٩٨٣	الأولى ١٩٧٢	الثانية ١٩٨٣
١٢١	١٦٣	٢٤	٣٨	١٩,٨٣٥	٢٣,٣١٣	ملابس جاهزة	
٦	٩	٤	٨	٦٦,٦٦٧	٨٨,٨٨٨	ملهى	
٥٥	٧٠	٢	٤	٣,٦٣٦	٥,٧١٤	منتجات خان الخليلى	
٣٣٣	٤١٠	٨	١١	٢,٤٠٢	٢,٦٨٣	منيفاتورة	
٣٥٦	٤٣٢	١٢	٢٣	٣,٣٧١	٥,٣٢٤	موبيليات وقنات معدنية	
٢٥٥	٤١٠	١٣	٦٢	٥,٠٩٨	١٥,١٢٢	مؤسسات القطاع الخاص	
٣٤	٥١	٣	٩	٨,٨٢٤	١٧,٦٤٧	نظارات طبية	
١٤	٢٧	١	٨	٧,١٤٣	٢٩,٦٢٩	وكالة	
١٢٧٤٧	١٧٦٥٢	٨١٤	٢٢١٣	٦,٣٨٦	١٢,٥٣٦	مجموع أسماء أنشطة العينة الفرعية	

ويبرز الجدول رقم (٦) تصنيف أنشطة مجموعة التغريب في العينة الفرعية الأولى (١٩٧٢) إلى فئات، مع ترتيبها تصاعدياً ، وفقاً للنسب المئوية لانتشار ظاهرة التغريب بين أسمائها. كما يبين حركة هذه النسب المئوية ، في بعض الأنشطة ، إلى فئات أخرى في العينة الفرعية الثانية (١٩٨٣).

جدول رقم (٦)

تصنيف أنشطة التفریب فی عینة (١٩٧٢) إلى فئات

مرتبة تصاعديا حسب النسب المئوية المتبقية لاقتشار الظاهرة بها، وحركة هذه النسب إلى فئات أخرى فی عینة ١٩٨٣

الكل من ٥	٥ إلى ١٠ من ١٠	١٠ إلى ١٥ من ١٥	١٥ إلى ٢٠ من ٢٠	٢٠ إلى ٢٥ من ٢٥	٢٥ إلى ٣٠ من ٣٠	٣٠ إلى ٤٠ من ٤٠	٤٠ إلى ٥٠ من ٥٠	٥٠ إلى ٦٠ من ٦٠	٦٠ إلى ٧٠ من ٧٠	٧٠ إلى ٨٠ من ٨٠
الكل من ٥	٥ إلى ١٠ من ١٠	١٠ إلى ١٥ من ١٥	١٥ إلى ٢٠ من ٢٠	٢٠ إلى ٢٥ من ٢٥	٢٥ إلى ٣٠ من ٣٠	٣٠ إلى ٤٠ من ٤٠	٤٠ إلى ٥٠ من ٥٠	٥٠ إلى ٦٠ من ٦٠	٦٠ إلى ٧٠ من ٧٠	٧٠ إلى ٨٠ من ٨٠
توزی	موسسة	مطعم	شركة سياحة	زهور	كافيتريا	افلام	سينما	سرج	بار	إلكرو
قطع غزل	أزياء	معرض سيارات	مصنع جوارب	مصنع	مصنع	بوتيك	مكتبة	مكتبة	مكتبة	مكتبة
سجلار	شط	توبقة	مصنع تريكو	كارينو	وكالة	ديكور				
ساعات	شركة	صالون	ملابس جاهزة	معمل لادن		فندق				
خزائير	مصليبة									
بقالة	معمل									
مصوغات	قوة									
جلود	مصنع ملابس									
أجهزة منزلية	معرض									
مشغل	مصنعة									
مقتر	محل									
جزارة	أحذية									
البن	نظارات									
أصواف	دراج									
منبهقودة										
عصير										
مرببات										
خان العليلي										
جلداني										
فصانجي										
مكتبة										
مطبعة										
مطبخ										
زنگو غراف										

وإذا قارنا الملاحظات السابقة مع مثيلاتها بالجدولين رقمي (٥)، (٦) مما يختص بعينة ١٩٨٣ (العينة الفرعية الثانية) نجد اتفاقاً في كل من العينتين الفرعيتين لعامي ١٩٧٢، ١٩٨٣ في الخطوط العريضة، والاتجاه العام، مع وجود بعض الاختلاف في ترتيب الأنشطة الداخلي في كل ملاحظة تبعاً للنسب المئوية لانتشار التغريب بتلك الأنشطة ، وإن لم يخرجها الاختلاف في النسب المئوية عن الإطار العام للتحليل.

أما عن نواحي الاختلاف البارزة بين نسب التغريب في كل من العينتين الفرعيتين، فهي كما يأتي:

١. زادت نسبة التغريب بدرجة كبيرة في العينة الفرعية الثانية في الأنشطة التالية: شركة متنوعة النشاط (٦,٧٨١% - ٢٧,٣٢١%)، شركة سياحة (١٦,٦٦٧% - ٧٢,٦٧٨%)، ملهى (٦٦,٦٦٦% - ٨٨,٨٨٨%)، وكالة (٧,١٤٣% - ٢٩,٦٢٩%). ويلاحظ في شركات السياحة أن النسبة المئوية في العينة الفرعية الثانية زادت على أربعة أمثال النسبة المئوية الخاصة بالعينة الفرعية الأولى.

٢. كذلك زاد التغريب زيادة ملحوظة في العينة الفرعية الثانية عنه في العينة الفرعية الأولى بالنسبة لأنشطة: إلكترو (٧٥,٠٠% - ٨٦,٦٦٦%) ، بار (٦١,٥٣٨% - ٧٢,٧٢٧%)، محلات متنوعة (٨,٧٥% - ٢٢,٦٥٢%)، معرض سيارات (١٢,٦٩٨% - ٢١,٤٨٨%)، معمل متنوع (٨% - ١٦,١٢٩%)، مؤسسة (٥,٠٩٨% - ١٥,١٢٢%)، نظارات (٨,٨٢٤% - ١٧,٦٤٧%).

٣. في نشاطي (ساعات وساعاتي) و(شنت) يلاحظ أن العدد الكلي لم يتغير في العينتين الفرعيتين، ولكن النسبة المئوية للتغريب زادت. ويرجع ذلك إلى إغلاق عدد من المحلات التي تحمل أسماء عربية لهذين النشاطين، وافتتاح

أخرى تحمل أسماء أجنبية بدلها، وفي نشاط بار لم يتغير عدد الأسماء المغربية، ولكن زادت النسبة المئوية للتغريب لأن العدد الكلي نقص.

٤. قلت نسبة التغريب بصورة ملموسة في العينة الفرعية الثانية عنها في العينة الفرعية الأولى في (الصيدليات) : فقد بلغت هذه النسبة في العينة الفرعية الأولى ٧,٢٥١ %، في حين لم تزد في العينة الفرعية الثانية عن ٤,٨٠٣ %.

ويلاحظ أن العدد الكلي لأسماء الصيدليات قد زاد بنسبة كبيرة، على حين لم يزد عدد الأسماء المغربية عن اسم واحد بين العينتين. ذلك أن كثيرا من الأجانب كانوا يعملون بهذه المهنة لفترات طويلة امتدت حتى الستينيات وكانوا يتخذون الأسماء الأجنبية. وأيضاً فإن الصيدليات المصرية - بحكم طبيعة نشاطها - لا تتجه إلى التأنق في إطلاق العناوين : فقد تحمل اسم صاحبها، أو اسماً يبعث البشرى في نفوس المتعاملين معها، كالأمل، والإسعاف، والشفاء، والحياة، والصحة.

كما قلت النسبة المئوية للتغريب بدرجة ملحوظة في العينة الفرعية الثانية عنها في العينة الفرعية الأولى في الأنشطة التالية: قهوة (٨,٣٣٣ % - ٦,١٧٣ %) ، كافيتيريا (٢٦,٦٦٧ % - ٢٠ %) ، مطحن (٤,٥٤٥ % - ١,٦٦٦ %).

ويرجع ذلك في نشاطي: مقهى ومطحن، إلى زيادة العدد الكلي للمقاهي والمطاحن التي تحمل أسماء عربية، دون زيادة مقابلة في الأسماء المغربية، أما في (كافيتيريا) فقد تزايدت الأسماء العربية بنسبة أكبر من زيادة الأسماء الأجنبية.

٥. وقلت النسبة المئوية للأسماء المغربية في العينة الثانية، بصورة واضحة عنها في العينة الأولى (١٩٧٢) في نشاط بنسيون، فقد بلغت هذه النسبة في العينة الأولى ٧٦,٣١٦ % في حين لم تزد في العينة الثانية عن ٦٢,٠٦٩ %.

ويلحظ أن العدد الكلي في العينة الفرعية الأولى بلغ ٣٩ اسماً، على حين نقص هذا العدد في العينة الفرعية الثانية إلى ٢٩ اسماً. ويرجع ذلك إلى أن هذا النشاط لا يقوم به - عادة - سوى الأجانب. ويفسر ذلك النقص رحيل عدد كبير من الأجانب خلال تلك الفترة الزمنية ، وإغلاق محالهم أو استمرار النشاط نفسه ولكن بعد تغيير أسمائه إلى أسماء عربية.

٦. وقد قلت النسبة المئوية للتغريب بدرجة ضئيلة في العينة الفرعية الثانية عنها في العينة الفرعية الأولى، وذلك في أنشطة: جراج (٩,٧% - ٩,٠٩١%)، زنكوغراف (٤,٧٦٢% - ٤,٥٤٥%)، ويرجع سبب النقص فيه إلى أن العدد الكلي للأسماء زاد اسماً عربياً واحداً ، وبذلك اختلفت نسبة التغريب - وسجاير: (٠,٥٩٧% - ٠,٢٦٥%) - ومن أسباب ذلك إغلاق محل يحمل اسماً أجنبياً بعد عام ١٩٧٢- ومصوغات: (١,١١٨% - ٠,٩٤٧%).

٧. في نشاطي ديكور ومسرح قل المجموع الكلي للأسماء في العينة الفرعية الأولى عن خمسة أسماء. وقد اضطرت الباحثة إلى رصده بوصفه مؤشراً لنسبة التغريب إلى جانب مثيله من العينة الفرعية الثانية.

وتجدر الإشارة إلى أن العدد الكلي للنشاط (مسرح) لم يزد عن اسمين في العينة الفرعية الأولى، كان منهما اسم أجنبي واحد. ولكن عينة عام ١٩٨٣ زاد عدد المسارح الكلي إلى ٢٨ مسرحاً ، وأصبح عدد الأسماء المغربية فيها اسمين فقط. ويرجع هذا الأمر إلى خضوع المسارح لإشراف وزارة الثقافة، وبذلك حملت معظم المسارح أسماء عربية.

وعلى هذا فالباحثة لا تطمئن إلى النسبة المئوية للتغريب لهذا النشاط في العينة الفرعية الأولى.

ويستعرض البحث توزيع الأسماء المغربية ، في العينة الفرعية الأولى : (١٩٧٢) على الأحياء السكنية بالقاهرة. وقد وزعت الأحياء السكنية بالقاهرة الكبرى على تسع مناطق، هي :

١. منطقة وسط القاهرة: وتشمل أحياء العتبة- قصر العيني- جاردن سيتي- التحرير- رمسيس- باب اللوق- الفجالة- عابدين ، إلى جانب شوارع وسط القاهرة.

٢. منطقة مصر الجديدة ، ينضم إليها: مدينة نصر- المقطم- الدراسة- جسر السويس- أمانة- الخانكة- أول طريق الإسماعيلية.

٣. منطقة الزمالك ، وينضم إليها: الدقي- العجوزة- ميت عقبة- مدينة الأوقاف- مدينة الإعلام- مدينة الصحفيين- مدينة المهندسين.

٤. منطقة الجيزة، وتضم إلى جانبها: الهرم- المنيل- إمبابة- بين السرايات- بولاق الدكرور- كفر الجبل- نزلة السمان- أول طريق القاهرة الإسكندرية الصحراوي.

٥. منطقة حدائق القبة ، وينضم إليها: العباسية- الظاهر- السكاكيني- الزيتون- غمرة- الشراية- عين شمس- المطرية.

٦. منطقة القلعة ، وتضم إلى جانبها: الحلمية الجديدة- باب الخلق- الجمالية- المغربيين- الخليفة- الموسكي- المنيرة- لاطوغلي- السيدة زينب- مصر القديمة.

٧. منطقة شبرا، وينضم إليها: السبتية- روض الفرج- الساحل- بولاق- الأميرية- السواح- أول طريق القاهرة الإسكندرية الزراعي.

٨. منطقة حلوان، وتشمل أيضا: المعادي- البساتين- طره- دار السلام- مار جرحس- كوتسيكا، والمناطق الواقعة على طريق القاهرة حلوان.

٩. مناطق أخرى ، وهي ما تشمل عليه القاهرة الكبرى ، خارج المناطق السابقة مثل: قليب- أوسيم.

ويستعرض الجدول رقم (٧) توزيع الأسماء المغربية على الأحياء السكنية في العينة الفرعية الأولى (١٩٧٢).

جدول رقم (٧)

توزيع الأسماء المغربية بكل نشاط على الأحياء السكنية بالقاهرة الكبرى
في العينة الفرعية الأولى ١٩٧٢

عنوان النشاط	عدد الأسماء المغربية بالأحياء السكنية										
	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	الجزيرة	حدائق القبة	القلعة	شبرا	حلوان	مناطق أخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط	للاسماء بالنشاط العدد الكلى
الصيدليات	١٧	١٥	٦	٢	١	-	١	١	-	٤٣	٥٩٣
أجهزة وأدوات منزلية	١	-	-	-	-	-	١	-	-	٢	١٢٠
أحذية ولوازمها	٣١	٢	-	١	-	٣	٤	-	٣	٤٤	٥٠٢
أزياء	٣	-	-	٢	-	-	-	-	-	٥	٩٤
أصواف	١	-	-	-	-	-	-	-	-	١	٤٤
أفلام (تتاج وتوزيع)	١٣	-	-	-	١	-	-	-	-	١٤	٤٦
ألبان	٢	-	-	-	١	-	-	-	-	٣	١٣٨
إلكترو	٥	-	-	-	-	-	١	-	-	٦	٨
بار	٧	١	-	-	-	-	-	-	-	٨	١٣
بازار	٨	١	-	١	-	-	١	-	-	١١	٣٨
بقالة وسوبر ماركت	٦	٤	١	-	-	١	٢	١	-	١٥	١٤٧٩
بنسيون	٢٣	-	٣	-	-	-	-	٢	١	٢٩	٣٨
بوتيك	٣	-	-	-	-	-	-	-	-	٣	٩
بوفيه	-	-	-	-	-	-	-	-	-	٤	٢٩
ترزى	-	-	١	-	-	-	١	-	-	٢	٩٢٥
جراج	٩	١	-	-	١	-	١	-	١	١٣	١٣٤
جزارة	٥	-	١	-	-	-	-	١	-	٧	٣٢٤
جلود	٢	-	-	-	-	-	-	-	-	٢	١٥٠
حلواتى	٦	٢	-	-	-	-	١	١	-	١٠	٢٦٦
خردوات	١	-	١	-	١	١	-	١	-	٥	٥٤٢

تابع جدول رقم (٧)

العدد الكلي للأسماء بالنشاط	مجموع الأسماء المغربة بالنشاط	عدد الأسماء المغربة بالأحياء السكنية									عنوان النشاط
		مناطق أخرى	حوان	شبرا	القلعة	حدائق القبة	الجزيرة	الزمالك	مصر الجديدة	وسط القاهرة	
٢	١	-	-	-	١	-	-	-	-	-	ديكور
٢١	١	-	-	-	-	-	-	-	-	١	زنكوغراف
٦٦	١٤	-	-	-	-	-	-	٣	٣	٨	زهور
١٣١	١	-	-	-	-	-	-	-	١	-	ساعات وساعات
١٦٢	٣٦	-	١	٤	١	٤	١	٢	٣	٢٠	ستوديو
٣٣٥	٢	-	١	١	-	-	-	-	-	-	سجاير
٦٧	٢٨	-	-	٢	-	٢	٣	-	٦	١٥	سينما
١٦٩٦	١١٥	٤	-	١١	٦	٥	٦	١	١	٨١	شركة (متنوعة)
٣٦	٦	-	-	-	-	-	-	-	-	٦	شركة سياحة
٦٠	٤	-	-	-	-	-	-	-	-	٤	شنت سيدات
٤٨٥	٦٩	١	٤	٤	٢	٩	٦	٥	١٢	٢٦	صالون حلاقة
٣٩	١	-	-	-	-	-	-	-	-	١	عصير
١٩١	٧٠	٣	٣	-	-	-	٢	٣	٣	٥٦	فندق
٢٠٢	١	-	-	-	-	-	١	-	-	-	قطع غيار سيارات
١٢١	٥	-	-	١	١	-	-	-	١	٢	قمصانجى
١٨٠	١٥	-	-	-	١	-	١	-	٢	١١	قهوة
٦٧	١٦	-	-	٢	-	-	٧	٢	٢	٣	كازينو
١٥	٤	-	-	-	-	-	١	-	-	٣	كافيتريا
٨٠	٧	-	-	-	-	٢	-	-	١	٤	محل (متنوع)
٣٢٨	٧	-	-	-	-	٢	-	-	-	٥	مخبز
٢	١	-	-	-	-	-	-	-	-	١	مسرح
٥٨	١	-	-	-	-	-	-	-	-	١	مشغل
٧١	٦	١	-	-	-	٢	-	-	-	٣	مصبغة
١٣٣	٢٢	١	-	١	٦	١	١	-	١	١١	مصنع تريكو

تابع جدول رقم (٧)

عنوان النشاط	عدد الأسماء المغربية بالأحياء السكنية										العدد الكلي للأسماء بالنشاط
	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	الجزيرة	حدائق القبة	القلعة	شبرا	حلوان	مناطق أخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط	
مصنع جوارب	٢	-	-	-	٢	٤	-	-	١	١٠	٥٨
مصنع ملابس	٣	-	-	١	-	٢	-	-	-	٦	٧٢
مصوغات	١	٤	-	-	-	-	-	-	-	٥	٤٤٧
مطبعة	٩	-	-	-	-	١	-	-	٣	١٣	٢٩٨
مطحن	-	-	-	١	-	-	-	-	-	١	٢٢
مطعم	١٥	٤	-	٢	-	-	-	-	-	٢١	١٨٠
معرض (متنوع)	٢	-	-	-	١	١	-	-	-	٤	٤٨
معرض سيارات	٦	٢	-	-	-	-	-	-	-	٨	٦٣
معمل متنوع	-	١	-	-	١	-	-	-	-	٢	٢٥
معمل ألبان	٢	١	-	-	-	١	-	-	-	٤	١٦
مكتبة	٢	٥	١	-	١	٢	١	١	-	١٣	٣٠٣
ملابس جاهزة	٢٠	٢	-	-	١	١	-	-	-	٢٤	١٢١
ملهى	٤	-	-	-	-	-	-	-	-	٤	٦
منتجات خان للخليلى	١	-	-	١	-	-	-	-	-	٢	٥٥
منيفاتورة	٦	-	-	١	-	١	-	-	-	٨	٣٣٣
موبيليات وثلاث	٧	-	-	-	٤	١	-	-	-	١٢	٣٥٦
مؤسسات القطاع الخاص	٨	-	١	-	١	١	١	-	١	١٣	٢٥٥
نظارات طبية	٣	-	-	-	-	-	-	-	-	٣	٣٤
وكالة	١	-	-	-	-	-	-	-	-	١	١٤
مجموع الأسماء المغربية بكل حى سكنى	٥٠١	٨١	٣١	٤١	٤٤	٣٧	٤٢	١٧	٢٠	٨١٤	مجموع المغرب

مدى ارتباط ظاهرة التغريب بالتوزيع الجغرافي :

١- تسود الظاهرة منطقة وسط القاهرة، ويبلغ عدد الأسماء المغربية بها (٥٠١) واحدا وخمسمائة اسم، من مجموع الأسماء المغربية بالعينة الفرعية الأولى، الذي يبلغ ٨١٤ اسما، أي بنسبة ٦١,٥٤٨ %.

٢- ثم يليها منطقة مصر الجديدة، وقد بلغ عدد الأسماء المغربية بها، بالعينة المذكورة ٨١ اسما، أي بنسبة ٩,٩٥١ % من مجموع الأسماء المغربية بالعينة سالفة الذكر.

٣- وقد تقاربت أعداد الأسماء المغربية في مناطق: حدائق القبة، وشبرا، والجيزة. وقد وجدت الظاهرة في حدائق القبة في ٤٤ اسما، أي بنسبة ٥,٤٠٥ %، كما بلغ عدد الأسماء المغربية في شبرا ٤٢ اسما، أي بنسبة ٥,١٦ %، على حين بلغ هذا العدد في الجيزة ٤١ اسما، أي بنسبة ٥,٠٣٧ % من مجموع الأسماء المغربية بالعينة.

٤- يلي ذلك منطقة القلعة، وكان بها ٣٧ اسما مغربا، أي بنسبة ٤,٥٤٥ % من مجموع المغرب بالعينة.

٥- ثم تأتي منطقة الزمالك، وبلغ عدد المغرب بها ٣١ اسما، أي بنسبة ٣,٨٠٨ % من عدد الأسماء المغربية بتلك العينة.

٦- كانت منطقة حلوان أقل المناطق استخداما للتغريب، يليها المنطقة الأخيرة (مناطق أخرى): فقد بلغ عدد الأسماء المغربية في منطقة حلوان ١٧ اسما، بنسبة ٢,٠٨٨ %، في حين بلغ عدد الأسماء الأجنبية في المنطقة الأخيرة عشرين اسما، أي بنسبة ٤,٥٧ % من مجموع الأسماء المغربية الواردة بتلك العينة.

جدول رقم (٨)

يقارن توزيع الأسماء المغربية بكل نشاط على الأحياء السكنية
في كل من العينتين (١٩٧٢، ١٩٨٣)

النشاط	توزيع الأسماء المغربية بالأحياء السكنية										العدد الكلي للأسماء بالنشاط
	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	الجزيرة	خالد القبة	القلعة	شبرا	حارث	مناطق أخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط	
صيدليات	$\frac{17}{11}$	$\frac{15}{13}$	$\frac{6}{8}$	$\frac{2}{5}$	$\frac{1}{4}$	$\frac{0}{1}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{43}{44}$	$\frac{593}{916}$
أجهزة منزلية	$\frac{1}{3}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{1}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{2}{3}$	$\frac{120}{100}$
أحذية	$\frac{31}{54}$	$\frac{2}{4}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{0}{1}$	$\frac{3}{5}$	$\frac{4}{3}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{3}{3}$	$\frac{44}{72}$	$\frac{502}{600}$
أزياء	$\frac{3}{12}$	$\frac{0}{2}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{2}{2}$	$\frac{0}{2}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{1}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{1}$	$\frac{5}{20}$	$\frac{94}{150}$
أصواف	$\frac{1}{2}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{44}{51}$
أفلام	$\frac{13}{16}$	$\frac{0}{2}$	$\frac{0}{1}$	$\frac{0}{4}$	$\frac{1}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{1}$	$\frac{14}{24}$	$\frac{46}{59}$
ألبان	$\frac{2}{1}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{3}{2}$	$\frac{138}{191}$
إلكترو	$\frac{5}{7}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{2}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{1}{3}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{1}$	$\frac{6}{13}$	$\frac{8}{15}$
بار	$\frac{7}{7}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{8}{8}$	$\frac{13}{11}$
بازار	$\frac{8}{15}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{0}{2}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{1}$	$\frac{1}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{11}{21}$	$\frac{38}{71}$
بقالة ومويز ماركت	$\frac{6}{7}$	$\frac{4}{9}$	$\frac{1}{3}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{2}{2}$	$\frac{1}{6}$	$\frac{0}{2}$	$\frac{15}{31}$	$\frac{1479}{1806}$
بنسيون	$\frac{23}{15}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{3}{2}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{2}{1}$	$\frac{1}{0}$	$\frac{29}{18}$	$\frac{38}{29}$
بوتيك	$\frac{3}{15}$	$\frac{0}{2}$	$\frac{0}{6}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{1}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{0}{0}$	$\frac{3}{24}$	$\frac{9}{57}$

تابع جدول رقم (٨)

النشاط	عدد الأسماء المغربية بالأحياء السكنية (١٩٧٢) (١٩٨٣)										العدد الكلي للأسماء بالنشاط
	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	الجيزة	حدائق القبة	القلعة	شبرا	حلوان	مناطق أخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط	
بوفيه	$\frac{٤}{٥}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٤}{٥}$	$\frac{٢٩}{٣١}$
ترزى	$\frac{٠}{١}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٢}{٥}$	$\frac{٩٢٥}{١١٦٩}$
جراج	$\frac{٩}{٨}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{٣}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{٢}$	$\frac{١٣}{١٥}$	$\frac{١٣٤}{١٦٥}$
جزارة	$\frac{٥}{٧}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٧}{٨}$	$\frac{٣٢٤}{٣٤٤}$
جلود	$\frac{٢}{٢}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٢}{٣}$	$\frac{١٥٠}{١٦٣}$
حلوانى	$\frac{٦}{١٠}$	$\frac{٢}{٢}$	$\frac{٠}{٢}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{١}{٣}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١٠}{١٩}$	$\frac{٢٦٦}{٣٣١}$
خردوات	$\frac{١}{٧}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{٣}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{٢}$	$\frac{٥}{١٦}$	$\frac{٥٤٢}{٦٠٣}$
ديكور	$\frac{٠}{١}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{٤}$	$\frac{٣}{٩}$
زنكوغراف	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٢١}{٢٢}$
زهور	$\frac{٨}{٩}$	$\frac{٣}{٥}$	$\frac{٣}{٣}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١٤}{١٨}$	$\frac{٦٦}{٧٤}$
ساعات	$\frac{٠}{٢}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{٣}$	$\frac{١٣١}{١٣١}$
ستوديو	$\frac{٢٠}{٣١}$	$\frac{٣}{٦}$	$\frac{٢}{٤}$	$\frac{١}{٢}$	$\frac{٤}{٦}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٤}{٥}$	$\frac{١}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٣٦}{٥٥}$	$\frac{١٦٢}{٢٠٥}$
سجاير	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{١}{٠}$	$\frac{١}{١}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٢}{١}$	$\frac{٣٣٥}{٣٧٧}$
سينما	$\frac{١٥}{١٤}$	$\frac{٦}{٦}$	$\frac{٠}{١}$	$\frac{٣}{٣}$	$\frac{٢}{٢}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٢}{٢}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٠}{٠}$	$\frac{٢٨}{٢٨}$	$\frac{٦٧}{٦٠}$

تابع جدول رقم (٨)

النشاط	عدد الأسماء المغربية بالأحياء السكنية (١٩٧٢) (١٩٨٣)										العدد الكلى للأسماء بالنشاط
	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	الجزيرة	حدائق القبة	القلعة	شبرا	حلوان	مناطق أخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط	
شركة (متنوعة)	$\frac{81}{278}$	$\frac{1}{104}$	$\frac{1}{180}$	$\frac{6}{56}$	$\frac{5}{36}$	$\frac{6}{29}$	$\frac{11}{38}$	$\frac{00}{41}$	$\frac{4}{13}$	$\frac{110}{880}$	$\frac{1696}{3221}$
شركة سياحة	$\frac{6}{80}$	$\frac{00}{5}$	$\frac{00}{26}$	$\frac{00}{11}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{6}{133}$	$\frac{36}{183}$
شنت سيدات	$\frac{4}{5}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{4}{5}$	$\frac{60}{60}$
صالون حلاقة	$\frac{26}{24}$	$\frac{12}{11}$	$\frac{5}{9}$	$\frac{6}{2}$	$\frac{9}{10}$	$\frac{2}{2}$	$\frac{4}{3}$	$\frac{4}{4}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{69}{67}$	$\frac{480}{467}$
عصير	$\frac{1}{1}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{1}{3}$	$\frac{39}{40}$
فندق	$\frac{56}{60}$	$\frac{3}{17}$	$\frac{3}{28}$	$\frac{2}{16}$	$\frac{00}{1}$	$\frac{00}{4}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{3}{00}$	$\frac{3}{9}$	$\frac{70}{137}$	$\frac{191}{300}$
قطع غيار سيارات	$\frac{00}{3}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{3}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{1}$	$\frac{1}{8}$	$\frac{202}{367}$
قمصاتجى	$\frac{2}{3}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{1}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{5}{7}$	$\frac{121}{146}$
قهوة	$\frac{11}{10}$	$\frac{2}{2}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{00}{1}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{10}{10}$	$\frac{180}{243}$
كازينو	$\frac{3}{3}$	$\frac{2}{3}$	$\frac{2}{4}$	$\frac{7}{9}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{2}{3}$	$\frac{00}{1}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{16}{23}$	$\frac{67}{78}$
كافيتريا	$\frac{3}{6}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{1}{1}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{4}{9}$	$\frac{10}{40}$
محل (متنوع)	$\frac{4}{49}$	$\frac{1}{13}$	$\frac{00}{8}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{2}{3}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{00}{3}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{7}{82}$	$\frac{80}{362}$
مخبز	$\frac{5}{6}$	$\frac{00}{2}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{2}{2}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{1}$	$\frac{00}{1}$	$\frac{00}{1}$	$\frac{7}{13}$	$\frac{328}{388}$
مسرح	$\frac{1}{2}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{00}{00}$	$\frac{1}{2}$	$\frac{2}{28}$

تابع جدول رقم (٨)

النشاط	عدد الأسماء المغربية بالأحياء السكنية (١٩٧٢) (١٩٨٣)										العدد الكلي للأسماء بالنشاط
	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	الجيزة	حدائق القبة	القلعة	شبرا	حلوان	مناطق أخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط	
مشغل	١ ١	٠ ٠	١ ١	٠ ١	٠ ١	٠ ١	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	١ ٥	٥٨ ٧٣
مصبغة	٢ ٢	٠ ١	٠ ١	٠ ٠	٢ ١	٠ ٢	٠ ٠	٠ ٠	١ ٠	٦ ٨	٧١ ٨٠
مصنع تريكو	١١ ١٧	١ ١	٠ ٠	١ ٢	١ ٩	٦ ٥	١ ٤	٠ ٠	١ ٢	٢٢ ٤٠	١٣٣ ١٥٦
مصنع جوارب	٢ ٤	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٣ ٣	٤ ٤	٠ ١	٠ ٠	١ ٠	١٠ ١٢	٥٨ ٥٩
مصنع ملابس	٣ ٥	٠ ٠	٠ ٠	١ ٠	٠ ٢	٢ ٤	٠ ١	٠ ٠	٠ ٣	٦ ١٥	٧٢ ٨٧
مصوغات ومجوهرات	١ ٢	٤ ٣	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٥ ٥	٤٤٧ ٥٢٨
مطبعة	٩ ١٣	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٠ ١	١ ١	٠ ١	٠ ٠	٣ ١	١٣ ١٧	٢٩٨ ٣٣٥
مطحن	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	١ ١	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	١ ١	٢٢ ٦٠
مطعم	١٥ ٢١	٤ ٣	٠ ٧	٢ ٥	٠ ٠	٠ ٠	٠ ١	٠ ١	٠ ٠	٢١ ٣٨	١٨٠ ٢٦٠
معرض متنوع	٢ ٧	٠ ٠	٠ ٠	٠ ١	١ ٢	١ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٤ ١٠	٤٨ ٨٣
معرض سيارات	٦ ٩	٢ ٠	٠ ١٢	٠ ١	٠ ١	٠ ٠	٠ ١	٠ ١	٠ ١	٨ ٢٦	٦٣ ١٢١
معمل متنوع	٠ ٠	١ ٠	٠ ٠	٠ ٢	١ ١	٠ ٠	٠ ١	٠ ٠	٠ ١	٢ ٥	٢٥ ٣١
معمل ألبان	٢ ٢	١ ١	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	٠ ٠	١ ١	٠ ٠	٠ ٠	٤ ٤	١٦ ١٦
مكتبة وأدوات مدرسية	٢ ٧	٥ ٥	١ ١	٠ ٠	١ ١	٢ ٢	١ ٠	١ ٠	٠ ٠	١٣ ١٧	٣٠٣ ٣٦٣

تابع جدول رقم (٨)

النشاط	عدد الأسماء المغربية بالأحياء السكنية										العدد الكلي للأسماء بالنشاط
	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	الجزيرة	حدائق القبة	القلعة	شبرا	حلوان	مناطق أخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط	
ملابس جاهزة	٢٠ ٣٢	٢ ٢	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	١ ١	١ ١	٠٠ ١	٠٠ ٠٠	٠٠ ١	٢٤ ٣٨	١٢١ ١٦٣
ملهى	٤ ٤	٠٠ ١	٠٠ ٠٠	٠٠ ٢	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ١	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٤ ٨	٦ ٩
منتجات خان الخليلي	١ ١	٠٠ ٠٠	٠٠ ٢	١ ١	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٢ ٤	٥٥ ٧٠
منيفاتورة	٦ ٩	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	١ ١	٠٠ ٠٠	١ ١	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٨ ١١	٣٣٣ ٤١٠
موبيليات وأثاثات	٧ ٩	٠٠ ٣	٠٠ ٤	٠٠ ١	٤ ٣	١ ٢	٠٠ ١	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	١٢ ٢٣	٣٥٦ ٤٣٢
مؤسسات القطاع الخاص	٨ ٤٠	٠٠ ٣	١ ١٠	٠٠ ٥	١ ٠٠	١ ١	١ ١	٠٠ ١	١ ١	١٣ ٦٢	٢٥٥ ٤١٠
نظارات طبية	٣ ٨	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ١	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٣ ٩	٣٤ ٥١
وكالة	١ ٤	٠٠ ٠٠	٠٠ ٢	٠٠ ٢	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	٠٠ ٠٠	١ ٨	١٤ ٢٧
عدد الأسماء المغربية بكل حي سكني	٥٠١ ١٠٩٤	٨١ ٢٣٩	٣١ ٣٤٤	٤١ ١٤٦	٤٤ ٩٧	٣٧ ٧٩	٤٢ ٩٨	١٧ ٦٤	٢٠ ٥٢	٨١٤ ٢٢١٣	مجموع الأسماء المغربية

ويبدو أن الزيادة الكبيرة في نسبة شيوع الظاهرة في منطقة وسط القاهرة ترتبط بكثافة المحال التجارية ، وتركزها في هذه المنطقة- إبان تلك الفترة الزمنية. وإذا نظرنا في الجدول السابق رقم (٨) لاحظنا وجود بعض الاتفاق ، بالإضافة إلى جوانب الاختلاف في التوزيع الجغرافي للأسماء المغربية بكل من العيتين الفرعيتين لعامي ١٩٧٢ ، ١٩٨٣.

وتدور أهم نقاط الاتفاق والاختلاف حول الجوانب التالية:

١. كانت منطقة وسط القاهرة أكثر المناطق التي برز التغريب بين أسمائها في العينتين ولكن اختلفت نسبة التغريب في كلتا العينتين: ففي حين كانت النسبة في العينة الأولى ٦١,٥٤٨ %، لم تزد تلك النسبة في العينة الثانية عن ٤٩,٤٣٥ %. ويرجع ذلك إلى أن النشاط التجاري- حتى عام ١٩٧ كان يتركز في منطقة وسط القاهرة، على حين توزعت كثافة الأنشطة التجارية قبل عام ١٩٨٣ بين مناطق الزمالك ومدينة المهندسين، ومصر الجديدة، إلى جانب منطقة وسط القاهرة، وذلك نظراً لعدم قدرة وسط القاهرة على استيعاب المزيد من الأنشطة التجارية، إلى جانب زيادة الكثافة السكانية في مناطق الزمالك وما حولها ومصر الجديدة؛ مما يشجع التجار على افتتاح محلاتهم التجارية في هذه المناطق، لتلبية احتياجات قاطنيها دون تحمل مشقة الوصول إلى وسط القاهرة المكتظ.

٢. كانت منطقة مصر الجديدة ثانية المناطق في نسبة انتشار التغريب، بالعينة الفرعية الأولى، حيث بلغت نسبة التغريب بها ٩,٩٥١ %، على حين تراجعت هذه المنطقة- في العينة الفرعية الثانية- إلى الترتيب الثالث، بنسبة قدرها ١٠,٧٩٩ % من مجموع الأسماء المغربية.

٣. تقاربت النسب المئوية للأسماء المغربية في مناطق: حدائق القبة، شبرا والجيزة في العينة الفرعية الأولى، وكانت نسب التغريب بها ٤,٠٥ %، ٥,١٦ %، ٥,٣٧ % على الترتيب.

وكذلك تقاربت نسب التغريب في المناطق الثلاث بالعينة الفرعية الثانية، ولكن مع اختلاف الترتيب: فقد بلغت النسبة في الجيزة ٦,٥٩٧ %، وفي شبرا ٤,٤٢٨ %، وفي حدائق القبة ٤,٣٨٣ %.

٤. شغلت منطقة القلعة الترتيب السادس في نسب التغريب بالعينة الأولى: فقد بلغت النسبة فيها ٤,٥٤٥ %، على حين تراجع هذا الترتيب في العينة الثانية

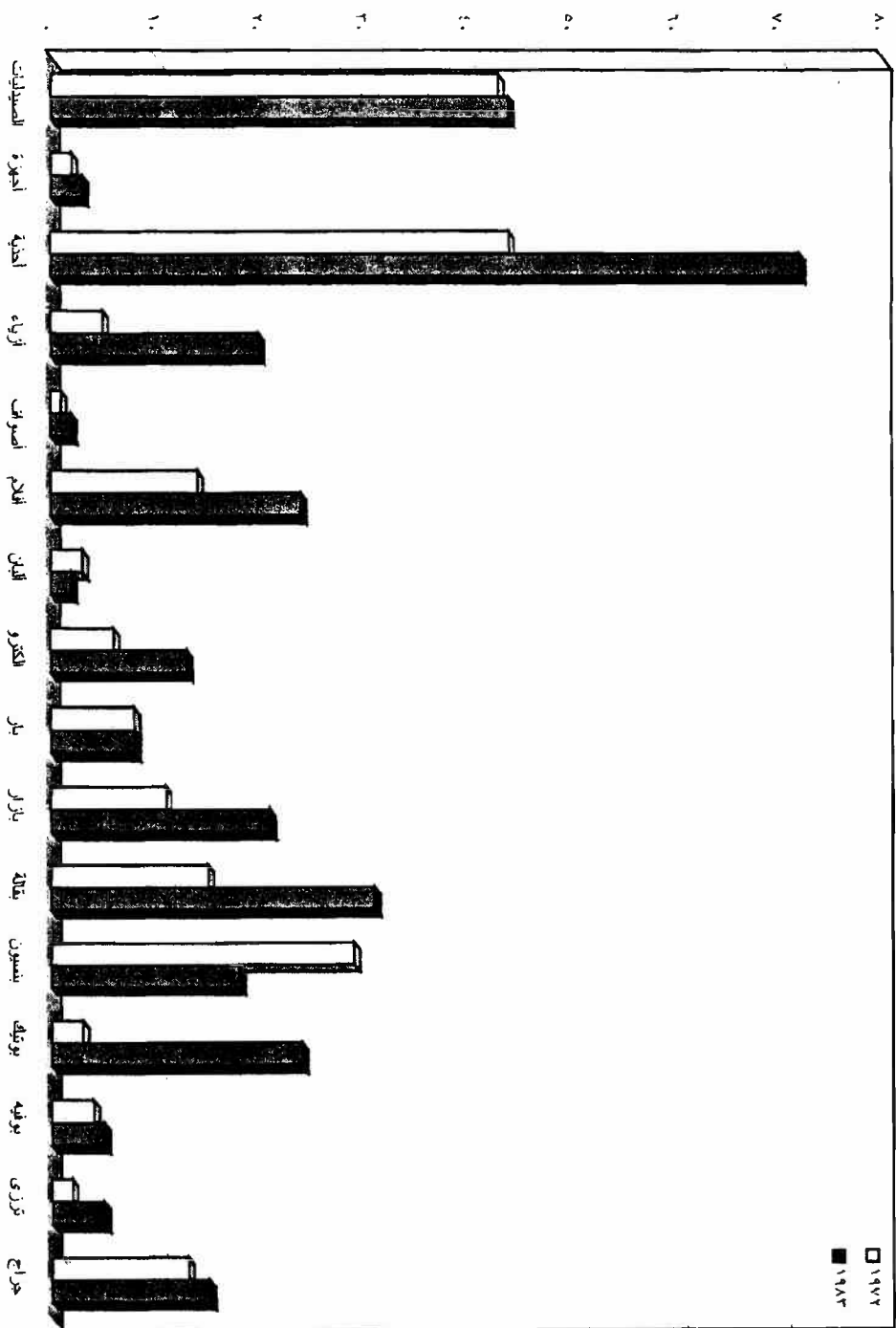
إلى المرتبة السابعة، ونسبة قدرها ٣,٥٧ % من مجموع الأسماء المغربية بالعينة.

٥. وجاءت منطقة الزمالك في المرتبة السابعة من حيث ترتيب النسب المئوية لانتشار التغريب بالأحياء السكنية في العينة الأولى، وكانت نسبة التغريب بها ٣,٨٠٨ %، على حين قفزت تلك المنطقة - في للعينة الثانية - إلى المرتبة الثانية وأصبحت نسبة التغريب فيها ١٥,٥٤٤ %.

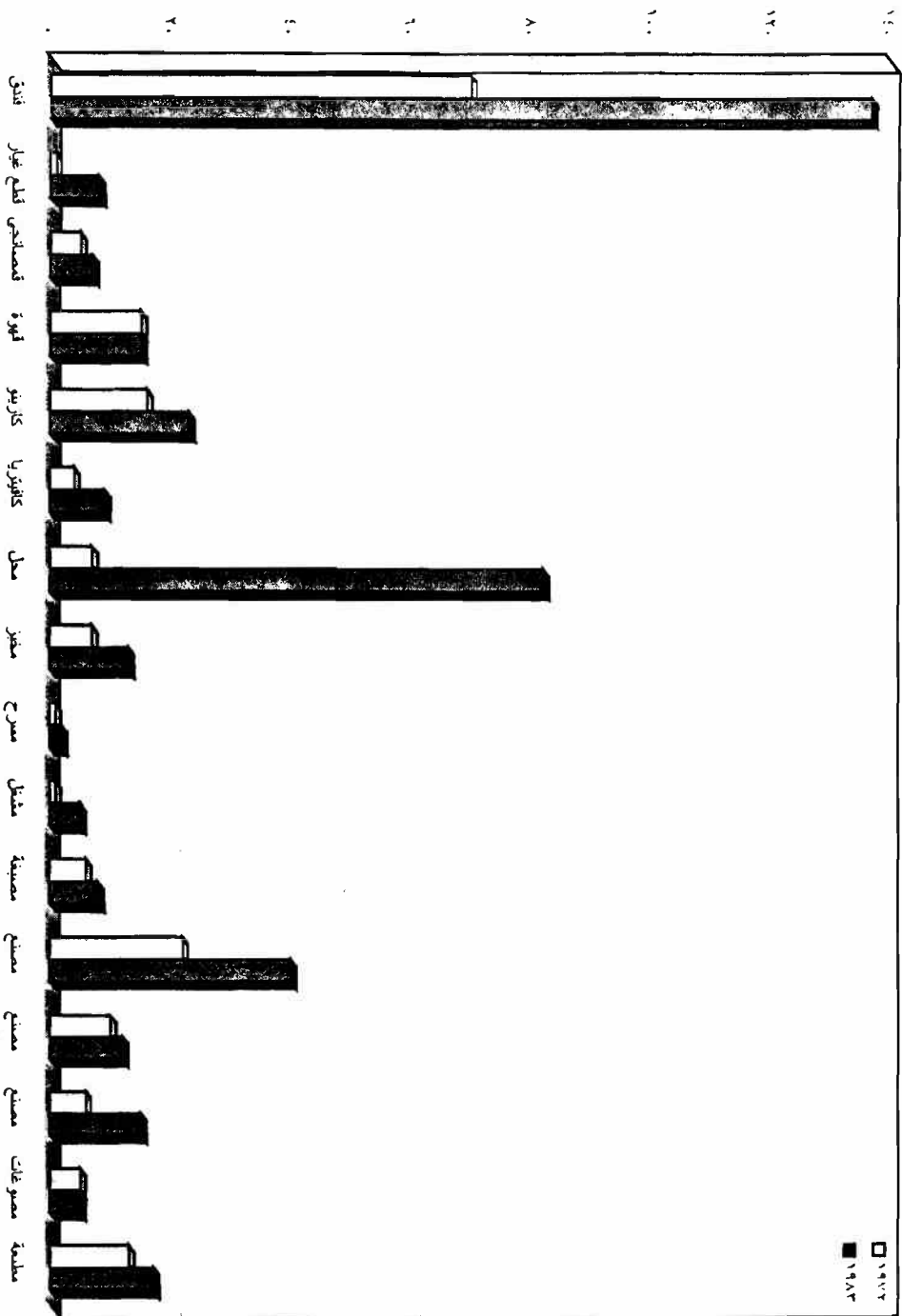
وهذا يؤكد - أيضاً - ازدياد النشاط التجاري بنسبة كبيرة في أحياء هذه المنطقة، خلال تلك الفترة، إلى جانب محاولة استرضاء الأذواق الأجنبية، والتيسير على الأجانب - الذين يقطنون تلك المناطق - باستخدام أسماء أجنبية يسهل عليهم نطقها.

٦. اتفقت العینتان على أن منطقتي حلوان ، ثم مناطق أخرى ، هما أقل المناطق السكنية استخداماً للكلمات المغربية. ولكن العینتين اختلفتا في ترتيب المنطقتين، تبعاً للنسبة المئوية لانتشار التغريب فيهما: ففي العينة الأولى بلغت النسبة المئوية للتغريب في المنطقة الأخيرة ٢,٤٥٧ % وبلغت تلك النسبة في منطقة حلوان ٢,٠٨٨ % ، على حين بلغت نسبة التغريب - في العينة الثانية - لمنطقة حلوان ٢,٨٩٢ %، وللمنطقة الأخيرة ٢,٣٥ %.

رسم بياني يقارن أعداد الأسماء المغربية بعينى الدراسة
 فى مجموعة الأنشطة التى ظهر بها التفریب



تابع رسم بياني يوضح عدد الأسماء المعربة بحسب الدراسة
 في مجموعة الأنشطة التي ظهر بها التعريب



الاستخلاصات :

من العرض السابق لمشكلة الدراسة، والنتائج التي أسفرت عنها، يمكن الخروج بالاستخلاصات التالية:

- ١- تزايد نسبة التغريب يوماً بعد يوم في الشارع التجاري المصري: فقد كانت النسبة المئوية للأسماء المغربية في العينة الخاصة بعام ١٩٧٢ - قبل الانفتاح الاقتصادي - ٥,٥٣ % من مجموع أسمائها. على حين بلغت النسبة المئوية للأسماء المغربية الخاصة بعام ١٩٨٣ - بعد الانفتاح الاقتصادي - عشر سنوات - ١١,٠٤١ % من مجموع الأسماء بها. وهذا يعني أن النسبة المئوية للتغريب قد تضاعفت - تقريباً - في الأنشطة التجارية المصرية ، خلال فترة زمنية تربو على عشر سنوات وهو ما يؤكد خطورة الظاهرة، ويحتم علينا التصدي لها، وتكثيف الجهود للحد من انتشارها.
- ٢- تفلوت درجة انتشار التغريب بين نشاط تجاري وآخر، ومن حي سكني إلى حي آخر، ويتضح ذلك في عيّنتي الدراسة.
- ٣- تتفق العينتان على أن أعلى نسب التغريب تظهر في الأنشطة الفندقية والترفيهية، والمتصلة بالأجانب. كما تتجلى أقل نسبة في الأنشطة الحرفية وأنشطة الخدمات، وتجارة المواد الغذائية والاستهلاكية.
- ٤- اختلفت العينتان في نسب التغريب لعدد من الأنشطة، أبرزها:
(أ) الزيادة الكبيرة في التغريب بعينة ١٩٨٣ عن عينة ١٩٧٢، بالنسبة للأنشطة: شركات - شركات السياحة - ملهى - وكالة - إلكترو - بار - محلات متنوعة.
- (ب) للنقص الواضح في التغريب بعينة ١٩٨٣ عن عينة ١٩٧٢، بالنسبة لنشاطي بنسيون وصيدلية.

٥- تسود الظاهرة المناطق التجارية. وقد اتفقت العينتان على أن منطقة وسط القاهرة أكثر المناطق التي تتركز فيها ظاهرة التغريب ، وان اختلفت النسبة المئوية لانتشار التغريب بين العينتين في هذه المنطقة. وقد احتلت منطقة مصر الجديدة المرتبة الثانية للتغريب في عينة ١٩٧٢، في حين تراجعت إلى المنطقة الثالثة في عينة ١٩٨٣.

كما اتفقت العينتان على قلة شيوع الظاهرة في المناطق غير التجارية، مثل منطقتي: حلوان والمنطقة الأخيرة (مناطق أخرى).

خاتمة

أبرزت نتائج الدراسة تزايد النسب المئوية للتغريب - بصورة كبيرة تقرب من الضعف - في فترة لا تزيد كثيراً عن عشر سنوات. ولنا أن نتخيل خطورة الموقف إذا استمرت ظاهرة التغريب في الانتشار بهذا المعدل ، حين يأتي يوم قريب نجد فيه أن الأسماء التجارية بالشارع المصري تستخدم اللغات الأجنبية دون العربية، ولا يربطها بالعربية غير استخدام حروفها في الكتابة. وبذلك تنزوي اللغة العربية، وتضعف مكانتها على أرضها، وبين أبنائها. وفي هذا ما فيه من إضعاف لصرح اللغة العربية في وطنها، وزلزلة لبنيانها.

ومما ساعد على اتقاد جذوة الظاهرة صمت وسائل الإعلام عن نقدها - إلا فيما ندر من كتابات بعض علمائنا المخلصين الغيورين على اللغة العربية وهي كتابات لا تمثل رأي الصحف التي نشرت بها، وإنما تعبر عن رأي أصحابها - بل إن وسائل الإعلام ، من صحف وإذاعة مرئية وغير مرئية، لم يكفها الصمت الذي خيم عليها تجاه التغريب - والذي شجع الظاهرة على السفور، بعد أن كانت تتعثر في استحياء - بل أضافت إلى ذلك تشجيع هذه الظاهرة على الانتشار، بأن أفسحت لها مجال الدعاية في أنشطتها، فشاعت الأسماء المغربية على الألسنة، واستساغتها الأذان، وألفتها عيون القراء ، وبذلك ساهمت وسائل الإعلام في ترويجها، وعملت على قبولها بين أفراد الشعب.

وإذا أردنا أن نوقف النمو السرطاني لهذه الظاهرة فعلياً أن نحشد جهودنا لمقاومة زحفها الدعوب على مفرداتنا وتعبيراتنا العربية، في اتجاهين متكاملين: أحدهما يحاول وضع حد لتدفق هذا السيل الجارف من الأسماء الأجنبية إلى الشارع التجاري المصري، وذلك عن طريق إصدار قانون يقضي بمنع استخدام الأسماء غير العربية للأنشطة التجارية في مصر، ووضع عقوبة رادعة لمن يخالف هذا القانون.

والاتجاه الآخر يحاول تقليص نفوذ الأسماء المغربة التي وجدت من قبل ، بسن تشريع يلزم صاحب النشاط أن تحمل واجهة نشاطه ترجمة عربية واضحة على اللافتة التي تحمل اسم نشاطه.

وإذا كانت إحدى الدول العربية- الكويت- قد أصدرت قراراً يلزم أصحاب المحال التجارية أن يكون اسمها مبدوءاً بأداة التعريف العربية، وقد كلف ذلك أصحاب الأنشطة الكثير لتعديل الاسم، وإعادة كتابته- فرأينا متجراً عنوانه (سلة الخضر والفاكهة) قد تغير إلى (السلة للخضر والفاكهة)- دون أن يكون في الاسم السابق خروج على اللغة العربية ، فما أحوجنا في مصر إلى استصدار قرار مماثل ، يقضي بكتابة الاسم العربي إلى جانب الاسم الأجنبي - بحروفه الأجنبية - وبجسم للاسم العربي يزيد على حجم الاسم الأجنبي ، وما أشد حاجتنا إلى المنع الحاسم لاستخدام التغليف في كتابة اللافتات حتى لا ينفرد الاسم المغرب بالسيطرة على الساحة.

التوصيات :

انطلاقاً مما أسفرت عنه نتيجة الدراسة المقارنة، بين حجم الظاهرة في عامي ١٩٧٢، ١٩٨٣، وما أكدته من زيادة كبيرة في نسبة الأسماء المغربة توصي الباحثة بما يأتي:

- ١- سن قانون يمنع الترخيص- مستقبلاً- لأي نشاط تجاري يحمل اسماً أجنبياً يكتب بالحروف العربية.

- ٢- فرض عقوبة رادعة لمن يخالف أحكام هذا القانون.
- ٣- وضع تشريع يقضي بإلزام أصحاب المحال التجارية، التي تحمل أسماء مغربية، بكتابة الاسم العربي- المقابل للمغرب- على اللافتة، على أن يزيد حجم الاسم العربي على الاسم الأجنبي المغرب.
- ٤- تحصيل غرامة مالية كبيرة ، تتكرر يومياً، طيلة استمرار المخالفة للتشريع.
- ٥- إلزام وسائل الإعلام بالامتناع عن قبول المواد الإعلانية، لأي نشاط تجاري يحمل الاسم المغرب دون العربي.
- ٦- دعوة وسائل الإعلام إلى تخصيص حملات دعائية متكررة، للتوعية بأخطار التغريب، والحث على مقاومته، حرصاً على لغتنا القومية وهويتنا العربية.

المراجع

- المراجع العربية :
- أنيس، د. إبراهيم :
- من أسرار اللغة. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية- الطبعة الرابعة-١٩٧٢
- بشر، د. كمال :
- "التغريب في اللغة والثقافة".. القاهرة: محاضرة في مجمع اللغة العربية بتاريخ ١٩٨٧/٣/٢.
- تيمور، محمود :
- "معجم الحضارة". القاهرة: المطبعة النموذجية، الطبعة الأولى-١٩٦١.
- سيبويه، أبو بشر عمرو بن عثمان:
- الكتاب (تحقيق عبد السلام هارون). القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب الجزء الثالث-١٩٧٣.

- الكتاب (تحقيق عبد السلام هارون). القاهرة- مكتبة الخانجي- الجزء الرابع-١٩٨٢.
- فايد ، د. وفاء كامل :
- جهود مجامع اللغة العربية في القضايا اللغوية. القاهرة: رسالة دكتوراه (غير منشورة) - كلية آداب القاهرة - ١٩٨٠.
- مجمع اللغة العربية بالقاهرة :
- محاضر الجلسات. دور الانعقاد الأول. القاهرة: المطبعة الأميرية - ١٩٣٦.
- البحوث والمحاضرات. مؤتمر الدورة السابعة والعشرين. القاهرة-١٩٦٢.
- البحوث والمحاضرات. مؤتمر الدورة الثلاثين. القاهرة-١٩٦٥.
- مدكور، د. إبراهيم :
- مجمع اللغة العربية في ثلاثين عاماً: ماضيه وحاضره. القاهرة: الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية-١٩٦٤.
- مطر، د. عبد العزيز:
- (رياح التغريب تهب على الشارع المصري)- القاهرة :جريدة الأخبار المصرية، بتاريخ ١٠/٣٠/١٩٨٦م.
- في النقد اللغوي - دار قطري بن الفجاءة - ط ١ ، الدوحة- قطر-١٩٨٧.
- نصار، د. حسين :
- (العربية لغتنا) : جريدة الأهرام المصرية ، بتاريخ ١٤/١١/١٩٨٦، ص ٩ عمود: أسبوعيات.

Sa'id, Majed: Lexical Innovation Through Borrowing in Modern Standard Arabic. Princeton Near East Papers No. 6. Princeton University, 1967.

ملخص البحث

تشيع فى الشارع التجارى المصرى الآن ظاهرة التغريب، ويبدو ذلك فى إطلاق أسماء أجنبية على المتاجر المصرية بدلاً من الأسماء العربية، مع كتابتها بالحروف العربية. وهذه الظاهرة تشوه وجه الشارع المصرى، وتحاول طمس ملامحه العربية.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على :

- ١- حجم ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالقاهرة عام ١٩٧٢، ومقارنته بحجمها عام ١٩٨٣.
- ٢- مدى انتشار الأسماء الغربية بالأنشطة التجارية المختلفة بالقاهرة عام ١٩٧٢ ومقارنته بمدى انتشارها عام ١٩٨٣.
- ٣- مدى انتشار الأسماء الغربية بالأحياء السكنية المختلفة بالقاهرة عام ١٩٧٢ ومقارنته بمدى انتشارها عام ١٩٨٣.

وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

- ١- تزايد نسبة التغريب يوماً بعد يوم فى الشارع التجارى المصرى: فقد بلغ حجم الظاهرة ٥,٥٣ % من أسماء عينة عام ١٩٧٢، فى حين بلغ حجم الظاهرة ١١,٠٤١ % من عينة ١٩٨٣. وهذا يعنى أن النسبة المئوية للتغريب قد تضاعفت- تقريباً فى الأنشطة التجارية المصرية خلال فترة زمنية لا تزيد كثيراً عن عشر سنوات؛ مما يؤكد خطورة الظاهرة، ويحتم علينا التصدي لها.
- ٢- متفاوت درجة انتشار التغريب بين نشاط وآخر، ومن حي سكنى إلى آخر.
- ٣- تبرز أعلى نسب التغريب فى الأنشطة الفندقية والترفيهية، والمتصلة بالأجانب وتبدو أقل نسبه فى الأنشطة الحرفية، وأنشطة الخدمات، وتجارة المواد الغذائية والاستهلاكية.

- ٤ - زادت نسبة التغريب بدرجة كبيرة في ١٩٨٣ عنها في ١٩٧٢، وذلك بالنسبة للأنشطة التالية: شركة - شركة سياحة - ملهى - وكالة - إلكترو - بار - محلات متنوعة.
- ٥ - قلّت نسبة التغريب بصورة ملموسة في ١٩٨٣ بالنسبة لنشاطي: بنسيون وصيدلية.
- ٦ - تسود الظاهرة المناطق التجارية. وقد اتفقت العينتان على أن منطقة وسط القاهرة هي المنطقة التي تتركز فيها ظاهرة التغريب ، واحتلت منطقة مصر الجديدة المرتبة الثانية للتغريب عام ١٩٧٢، في حين تراجعت إلى المنطقة الثالثة - بعد أن تقدمت عليها منطقة الزمالك - في عينة ١٩٨٣.

Development of Westernization Phenomenon of the Commercial Titles in the Egyptian streets. (A comparative study of Cairo : 1972-1983).

Abstract:

The commercial titles in Cairo streets are tending to Westernization which means lexical borrowing from western languages, this phenomenon adds a strange touch to the streets.

The study aimed to clarify:

- 1-The size of this phenomenon in the commercial field at 1972, and compare it with its size at 1983.
- 2- The range of the phenomenon extension in different commercial activities of Cairo at 1972, and compare it with the same extension at 1983.
- 3- The range of its extension in various resident districts of Cairo at 1972, and compare it with the same extension at 1983.

Conclusion:

- 1- The ratio of this phenomenon increases gradually in Cairo commercial streets. The percentage of the westernized names was 5.53% of the sample at 1972. It increased to 11.041% of the sample at 1983. This means that the phenomenon had- nearly duplicated within about ten years.
- 2- Westernization spreads differently from a commercial activity to another, and from one resident district to another.
- 3- The highest percentage of the phenomenon can be noticed in the hotel, pension & amusement activities, which are related to foreigners. The lowest percentage can be seen in the handiwork, serving, food and consuming commerce activities.
- 4- The ratios of westernization increased largely at 1983 in the following activities: company, travel agency, night club, agency, electro, bar and various shops.
- 5- The phenomenon ratios decreased clearly at 1983 in both activities: pension and pharmacy.
- 6- The phenomenon dominates the commercial areas. In both samples Westernization was concentrated in down town. Heliopolis had the second Position at 1972, but retreated to the third- after Zamalek- at 1983.

The phenomenon is recessive in non commercial areas like Helwan and the last zone of the study.