

ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصري

متابعة رصد الظاهرة في عام ١٩٩٣

فاتحة:

التغريب ظاهرة تسلمت إلى لافتات المحال التجارية على استحياء بعد الانفتاح الاقتصادي، وتزايدت حين لم يتصد بحزم لها القائمون على حماية اللغة العربية، فنمت نموا سرطانيا، حتى صارت بقعة سوداء تشوه وجه الشارع المصري. وزاحمت الكلمات الأجنبية - المكتوبة بحروف عربية - الأسماء العربية فانزوت على اللافتات والألئنة، وصارت غريبة في بلدها .

وقد تنبه علماء اللغة الغيورون إلى هذه الظاهرة منذ زمن، فكتبوا يحذرون من خطورتها، وينادون بالتصدي لها حفاظا على اللغة العربية^(١). ورصدت الباحثة هذه الظاهرة في عام ١٩٨٣^(٢)، وخلصت إلى نتائج دفعتها إلى المشاركة في التحذير من خطورة استمرارها على اللغة العربية.

وبمرور الزمن استشرت الظاهرة، واحتلت مواقع جديدة، فكتبت بها أسماء المدارس الخاصة ومدارس اللغات. وزاد إحساس المتقنين بالمشكلة، فتعالت صيحات التحذير من خطرها: فأشارت هدى جمال عبد الناصر إليها، وانتقدتها، في رأى لها نشر بجريدة الأهرام بعنوان: (لغتنا العربية في أزمتها)^(٣). وكتب فهمي هويدي سلسلة مقالات في جريدة الأهرام، أولها (انكسار أمة لا أزمة

(١) د. عبد العزيز مطر: (رياح التغريب تهب على الشارع المصري)، الأخبار في ١٠/٣٠/ ١٩٨٦ - د. حسين نصار: (العربية لغتنا)، الأهرام ١٤/١١/١٩٨٦ - د. كمال بشر: (التغريب في اللغة والثقافة) مجلة مجمع اللغة العربية ج ٦٠ ص ١٨٦، وقد تضمن كتابه: (خاطرات مؤلفات في اللغة والثقافة) هذا البحث: ص ١٤١.

(٢) في بحث عنوانه: (ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصري - دراسة مسحية على القاهرة الكبرى)، نشر في العدد الثاني عشر من حولية كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية - جامعة قطر، ١٩٨٩.

(٣) نشر في جريدة الأهرام بتاريخ ١٢/٤/١٩٩٩ - ص ١١. (قضايا وآراء).

لغة^(١)، والثاني (ويل لأمة مغصوبة اللسان)^(٢)، والثالث: (قبل أن تشيع العربية^(٣))، والرابع (إنهم يشوهون وعى أمتنا)^(٤). وفي هذه المقالات دق الكاتب ناقوس الخطر منبها إلى أهمية التصدي للظاهرة، والعمل على القضاء عليها. كما ندد بالظاهرة عبد الجواد علي، في تحقيق له بعنوان (اللغة العربية في وادي الإهمال)^(٥)، وسامح كريم في تحقيق له بعنوان (مجمع الخالدين.. هل يريد حلا لهذه القضايا)^(٦)، أشار فيه إلى غربة اللغة العربية في وطنها، ورأى أن وجود الأسماء المغربية على الألسنة لا يعني سوى العمل على هدم اللغة العربية. وشارك في القلق لما وصل إليه حال اللغة العربية كل من محمد الشارخ، في مقال بعنوان (مستقبل اللغة العربية)^(٧)، وماهر شفيق فريد في مقال عنوانه (المحافظة على اللغة العربية مسئولية من؟)^(٨).

عرض لأهم الحقائق النظرية:

التعريب من أشكال الاقتراض اللغوي، وهو "ظاهرة تحدث نتيجة لتداخل اللغات"^(٩)، فاللغات يؤثر بعضها في بعض بالاحتكاك، ويتبدى ذلك التأثير في الاقتراض اللغوي، ومعناه: "محاولة المتكلم لإعادة إنتاج نماذج لغوية ليدخلها في لغته، بعد أن تعلمها في لغة أخرى"^(١٠).

وافتقار اللغة إلى سد حاجات أهلها من ألفاظ وأساليب سبب رئيس للاقتراض من

(١) نشر في ١٩٩٩/٨/٣، ص ١١ (قضايا وآراء).

(٢) نشر في ١٩٩٩/٨/٢٤، ص ١١ (قضايا وآراء).

(٣) بتاريخ ١٩٩٩/٩/٧ - ص ١١ (قضايا وآراء).

(٤) بتاريخ ١٩٩٩/٩/١٤ - ص ١١ (قضايا وآراء).

(٥) نشر في جريدة الأهرام بتاريخ ١٩٩٩/٨/١٦ - في صفحة (شباب وتعليم).

(٦) نشر بتاريخ ٢٠٠٠/٤/٤، في صفحة الأهرام الأدبي.

(٧) في أهرام السبت ١٩٩٩/٩/١١.

(٨) في أهرام ١٩٩٩/٩/٢٢، ص ١٠ (قضايا وآراء).

SA'ID, M: LEXICAL INNOVATION, P.30

IBID, P. 31

(٩)

(١٠)

غيرها؛ إذ إن الاقتراض يسد حاجة اللغة المستعيرة، فهو عامل من عوامل نمو الثروة اللغوية. والاقتراض اللغوي في مجال الثقافة - مثلاً - يظهر لنا ما علمته أمة لأخرى: فالأقتراضات الحديثة في اللغة الانجليزية من الفرنسية تدور، غالباً، في محيط الملابس النسائية والعطور والكساليات^(١).

والألفاظ المستعارة نوعان: أحدهما ما تدعو إليه الضرورة، ويحدث حين تفتقر اللغة إلى اسم يدل على شيء خاص، فتتقلبه من لغة أخرى باسمه المتعارف عليه. والنوع الآخر ليس له ما يبرره سوى رغبة الأفراد في الظهور، ويحدث نتيجة لإعجاب أمة بأخرى، والميل إلى تقليدها^(٢).

والاقتراض ينتقل من اللغة الأرقى - وهي لغة الجماعة السائدة والمتحضرة - إلى اللغة الأدنى، التي يتحدث بها الشعب التابع، أو الأقل تحضراً^(٣).

وقد احتك العرب قبل الإسلام بمن جاورهم من الشعوب التي سبقتهم في الحضارة، كالفرس والروم، وتأثرت لغتهم بالفارسية واليونانية واللاتينية^(٤)، فاقتضت العربية كثيراً من ألفاظ تلك اللغات وغيرها. وكان العرب يستعبدون ما يعبر عن مظاهر الحضارة والمدنية، إلى جانب الأشياء غير الماثوفة عندهم. وسموا ذلك تعريباً. فالتعريب هو نقل اللفظ الأعجمي إلى العربية. وليس من الضروري أن يتقوه به العرب على منهاجهم: فقد يترك اللفظ على حاله، وقد يلحقه عند تعريبه بعض التغيير^(٥)؛ كي يكون قريب الشبه بالكلمات العربية. وحين يتم تحويل الكلمة المستعارة يختفي الأصل الأجنبي لها، ويتعذر تمييزها من الصيغ الأصلية^(٦).

BLOOMFIELD, L.: LANGUAGE , P.458.

(١)

(٢) إبراهيم أنيس: من أسرار اللغة - ١٢٠ - ٢٢.

BLOOMFIELD, L.: LANGUAGE , P P.461- 463.

(٣)

(٤) محمد حسن عبد العزيز: التعريب في القديم والحديث - ص ٩.

(٥) سيبويه: الكتاب ٣٠٤/٤. وقد رأى الجوهري، وتبعه الزبيدي، أن "تعريب الاسم الأعجمي أن تتقوه به العرب على منهاجها" مادة (ع ر ب) في كل من الصحاح و تاج العروس

BLOOMFIELD, L.: LANGUAGE , P.449 .

(٦)

والتعريب ضرورة علمية واجتماعية متجددة، وهو يترتب على الاتصال الاجتماعي بمظاهره المختلفة: كالتجارة والثقافة والحروب والاستعمار وانتقال العادات والتقاليد^(١).

وقد وقع المعرب في لغة العصر الجاهلي عند بعض الشعراء، مثل عدي بن زيد العبادي والأعشى: فقد ذكر المرزباني عن المفضل أنه قال: " كانت الوفود تفتد على الملوك بالحيرة، فكان عدي بن زيد يسمع لغاتهم فيدخلها في شعره"^(٢)، ويذكر أنيس " أن عدي بن زيد العبادي، الذي تربى في بلاط الأكاسرة، كان له شعر كثير مملوء بالكلمات الأعجمية"^(٣)، واستخرج محمد حسن عبد العزيز عددا من الكلمات الأعجمية في شعره^(٤). وقال المرزباني عن الأعشى: " وعابوا عليه استعماله الألفاظ العجمية في شعره"^(٥) كما ذكر البغدادي أن الأعشى كان يفد على الملوك، لاسيما ملوك الفرس، ولذلك كثرت الألفاظ الفارسية في شعره^(٦). وورد بالقرآن الكريم كلمات من أصل أعجمي^(٧). وقد ضمن الخليل معجم (العين) عددا من الكلمات المعربة، يبين معانيها، ونبه على كونها دخيلة. وأشار سيبويه إلى الأسماء الأعجمية في بابين هما: (باب الأسماء الأعجمية)^(٨)، و(باب ما أعرب من الأعجمية)^(٩)، ذكر فيهما عددا من الكلمات الأعجمية.

وبعد انتشار الإسلام احتك العرب بأبناء الأمصار، وتأثروا بهم في الجانب الحضاري، فدخل في اللغة العربية عدد كبير من الكلمات الأعجمية التي

(١) وفاء كامل: جهود مجامع اللغة العربية: ص ٣١٥.

(٢) الموشح ص ١٠٣.

(٣) من أسرار اللغة: ١٢٤.

(٤) التعريب في القديم والحديث: ٢٨ - ٣٤.

(٥) الموشح: ٧٦.

(٦) خزنة الأدب: ١/ ١٧٦.

(٧) السيوطي: الإتقان في علوم القرآن: ١/ ١٣٦ - ٤٠.

(٨) للكتاب: ٣/ ٢٣٤.

(٩) للمرجع السابق: ٤/ ٣٠٣.

تعكس أحوال المعيشة وعادات المجتمع. ووردت بعض هذه الكلمات في شعر بعض الشعراء الإسلاميين كالفرزدق وجريير والأخطل^(١).

وفي العصر العباسي ازدهرت الثقافة وعلا شأنها، فاهتم عدد من العلماء بالبحث والتأليف، واتخذت العناية بجمع الكتب وترجمتها إلى العربية مظهرها الرسمي في الدولة. وترتب على ذلك دخول كلمات ومصطلحات جديدة إلى اللغة العربية على أيدي النقلة والمترجمين وشيوعها في اللغة. وكان علماء اللغة ينهون إلى الكلمات ذات الأصل الأعجمي، ويشيرون إلى أنها دخيلة.

وفي العصر الحديث استقدم الأجانب إلى مصر للاستعانة بهم، وأوفد المصريون في بعثات دراسية إلى أوروبا، وأنشئت في مصر مدارس على النظام الأوروبي لتعليم اللغات. وازداد الاهتمام بالترجمة؛ حيث كانت وسيلة نقل العلوم الغربية الحديثة إلى العربية. وانقسم اللغويون - في موقفهم من التعريب - إلى فريقين: أحدهما يرى التخلص من الكلمات المعربة، وإحلال الكلمات العربية محلها، والآخر يؤيد التعريب، ولا يرى ما يمنع استعماله^(٢).

وقد بحث مجمع اللغة العربية بالقاهرة قضية التعريب منذ دور انعقاده الأول، وعند مناقشته للتعريب والمعرّب رأى عدد من علمائه أن المعرّب الصحيح في العربية يبلغ نحو ألف كلمة، وقلة عدده بالنسبة لعدد ألفاظ اللغة تدل على سماعيته. ورأى أن حق التعريب مقصور على من يعتدّ بعربيتهم، وهم فصحاء الأمصار إلى القرن الثاني للهجرة، وفصحاء البداية إلى آخر القرن الرابع الهجري^(٣). وانتهى المجمع إلى إصدار القرار التالي: "يجوز المجمع أن يستعمل بعض الألفاظ الأعجمية - عند الضرورة - على طريقة العرب في تعريبهم"^(٤).

(١) من أسرار اللغة: ١٢٥.

(٢) التعريب في القديم والحديث - ص ١٧٤.

(٣) محاضر الجلسات - دور الانعقاد الأول: ص ٣٠٢ - ٣٠٨.

(٤) صدر هذا القرار في الجلسة ٣١ من الدورة الأولى: محاضر الجلسات - دور الانعقاد الأول - ص ٤٢٢.

وربط المجمع للتعريب بقيد (الضرورة) يعني به الضرورة العلمية عند نقل المصطلحات العلمية إلى العربية. وقد حرص بذلك ألا تتدفق الكلمات الأعجمية حتى تغطي على العربية الفصحى، فتفقد طابعها المميز وخصائصها التي يعتز بها أبنائها.

والتعريب الذي يحدث الآن مغاير للتعريب الذي حدث في العربية منذ القدم، وارترضاه المجمع في العصر الحديث؛ إذ إن التعريب شرطه الأساسي العوز^(١): فلم تكن العربية تقترض إلا ما تحتاج إليه من الكلمات الأجنبية، كما كانت الكلمات المعربة - في غالب الأحيان - تطوع كي تناسب الصيغ العربية، وتلائم الحس اللغوي العربي، فكان التعريب يثري العربية، ويستكمل ما ينقصها من ألفاظ.

أما التعريب فيحدث بنقل الكلمة - كما تتطوق في لغتها - بحروف عربية، دون ما حاجة باللغة العربية إليها: ففي العربية ما يؤدي معنى الكلمة أو العبارة المغربة. وبهذا تتاح الفرصة أمام الكلمات المغربة لتزاحم الكلمات العربية، وقد يأتي الوقت الذي تحل محلها فيه.

أهداف الدراسة:

١- معرفة حجم ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصرى فى الفترة المحددة للدراسة.

٢- توضيح مدى انتشار الظاهرة بكل من الأنشطة التجارية المختلفة والأحياء السكنية بالقاهرة.

٣- تحليل أنواع التعريب وتصنيفه.

عينة الدراسة:

استخدمت الأسماء التجارية الواردة بدليل الهاتف الخاص بالقاهرة الكبرى لعام ١٩٩٣، بوصفها عينة عشوائية للدراسة، بعد استبعاد ما يخرج عن أهدافها. وقد

(١) حسن ظاظا: كلام العرب - ص ٩٠.

شملت العينة ٦٨٣٤٣ اسما لعدد ١٢٦ (سنة وعشرين ومائة نشاط)، تمثل مجموع الأنشطة التي تدخل في نطاق الدراسة.

وتنقسم هذه العينة الرئيسية إلى عيّنتين فرعيتين كالتالي:

(أ) عينة الأنشطة التي تتضمن أسماء مغربة، وعددها ٦١٩١١ اسما.

(ب) عينة الأنشطة التي لا تحتوى أسماء مغربة، وعددها ٦٤٣٢ اسما.

كيفية معالجة الدراسة:

سبق للباحثة أن تعرفت مدى انتشار الظاهرة في البحث السابق، ورصدتها فيه من دليل الهاتف لعام ١٩٨٣، بعد أن تعذر عليها الحصول على البيانات التي تستند إليها الدراسة الإحصائية، من إدارتي السجل التجارى، والحاسب الآلى الخاص بوزارة المالية. ولم تستطع أن تعتمد على مطبوعات الغرفة التجارية المصرية؛ إذ إن معلوماتها لا تحقق الهدف من البحث.

ثم رأت أن تتبع الظاهرة بعد انقضاء عشر سنوات على البحث المذكور؛ كي تتعرف الحجم الحالي للظاهرة. فلجأت إلى آخر دليل مطبوع للهاتف، وهو الخاص بعام ١٩٩٣. واتبعت الخطوات التي سارت عليها في البحث السابق؛ لكي توحد أسلوب التعامل مع الظاهرة.

وليس ثمة شك أن لافتات الشارع المصرى تعطى انطبعا تغريبيا أكثر من المرصود فى هذه الدراسة حيث يقف البحث الحالى بالظاهرة عند ١٩٩٣.

وقد لاحظت الباحثة أن هذا الدليل به اضطراب فى الترتيب، فقد أدرج بعض الأنشطة دون أن يذكر عنواناً لها، كما فرّق - فى كثير من الأحيان - بين موضع الاسم العربى والمغرب للمسمى الواحد فلم يرصد الأسماء المغربية مع الاسم العربى للنشاط، وإنما تعامل مع الاسمين كما لو كانا مستقلين؛ يرصد كلا منهما ضمن النشاط الذى يتفق مع حروفه الهجائية. كما كان يورد الاسم الأجنبى أحيانا مع بيانات النشاط، كالموقع ورقم الهاتف، وأحيانا أخرى يورد الاسم المغرب مع إحالته بخط دقيق إلى الاسم العربى. ولكى يتضح ذلك الاضطراب

أذكر مثلاً عليه: فبالدليل عنوان، هو (المصرف)^(١) ذكر في نهايته: "المعهد البريطاني - المكتب الهندسي"^(٢) - الوكالة العالمية للصحافة^(٣) ثم أتى بعدد من الأسماء كلها تبدأ بـ (ألومنيوم)، ثم أتبعها بالأسماء التالية - إليكترو أوديون - إلكون - أماركو - أمفكو - أمكو - أمون أميتكو - إن سي آر - انبريجبيت... الخ. وكان هذا الفصل بين الاسمين للمسمى الواحد مما صعب حصر المادة على الباحثة، فجمعت الأسماء المتفرقة كلها - وقد بلغ عددها في الشركات فقط ٦٦٤ بطاقة - ثم راحت تبحث عنها في أماكن الإحالة؛ كي تدرجها ضمن الأنشطة الخاصة بها.

وقد ارتضت الباحثة - حرصاً على الموضوعية - أن تلتزم بضوابط جمع المادة التي التزمت بها في بحثها السابق؛ لكي تحقق الأهداف المنشودة من الدراسة، وهذه الضوابط كما يلي:

ضوابط جمع المادة:

اتبعت نفس الضوابط التي اتبعت في البحثين السابقين.

ونما كانت الباحثة تتعامل مع ظاهرة سبق لها أن درستها في بحث سابق، كما أنها تتبع الخطوات نفسها في البحثين، فمن الطبيعي أن يكون بينهما مواضع تماثل أو تشابه - تتمثل في أسباب التغريب وأنواعه. والتوصيات - وأن يكون بينهما فتراق وتخالف، يتمثل في اختلاف البيانات والأسماء والنتائج في البحثين. وقد حرصت الباحثة على أن تذكر الجديد في هذا البحث بشكل واضح، وأن تختصر ما ورد ذكره بالبحث السابق.

نتائج الدراسة:

وضعت النتائج في خمسة جداول تساعد على عرضها وفقاً للأهداف المحددة للدراسة.

(١) انظر ص ٥٦ - ٥٧ من الدليل.

(٢) على الرغم من وجود عنوان (مكتب)، في الصفحات ٧٢٥ - ٨٢٦.

(٣) بالدليل أيضاً عنوان (وكالة) ص ٩٤٨ - ٩٤٩.

ويوضح الجدول رقم (١) حجم ظاهرة التغريب في الأسماء التجارية بعينة الدراسة.

جدول رقم (١)
حجم ظاهرة التغريب في الأسماء التجارية بعينة الدراسة

البيان	العينات	عينة الأنشطة التي تتضمن التغريب	عينة الأنشطة الخالية من التغريب	العينة الكلية للدراسة
العدد الكلي للأسماء	٦١٩١١	٦٤٣٢	٦٨٣٤٣	
عدد الأسماء المغربية	٦٦٠٤	—	٦٦٠٤	
النسبة المئوية للتغريب	١٠,٦٧ %	صفر %	٩,٦٦ %	

ويظهر من هذا الجدول ما يلي:

(١) تشكل العينة الفرعية التي تشمل على الأنشطة التي ظهر بها التغريب ٩٠,٥٩ % من العينة الكلية للدراسة.

(٢) تشكل العينة الفرعية للأنشطة الخالية من التغريب ٩,٤١ % من العينة الكلية.

(٣) النسبة المئوية للأسماء المغربية بعينة الأنشطة المتضمنة للتغريب هي ١٠,٦٧ % من مجموع أسماء هذه العينة.

(٤) النسبة المئوية للأسماء المغربية في العينة الكلية هي ٩,٦٦ %، وهي التي تعبر عن الحجم الكلي للظاهرة.

ويعرض الجدول رقم (٢) تحليلاً للعينة الفرعية الأولى، وهي عينة الأنشطة التجارية التي خلت من الأسماء المغربية، وعدد الأسماء بكل نشاط فيها. وقد بلغ عدد هذه الأنشطة ستة وخمسين نشاطاً. ويلاحظ أن هذه الأنشطة لا تتجه إلى اتخاذ عناوين لافتة، بل يحمل النشاط عادة اسم صاحبه.

جدول رقم (٢)

توزيع الأنشطة التي خلت من ظاهرة التغريب

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	عدد الأسماء الحاملة لاسم صاحب النشاط	العدد الكلي لأسماء النشاط	نسبة الأسماء الحاملة لاسم صاحب النشاط
١	أجهزة كهربائية	٨٨	٩٠	% ٩٧.٨
٢	أخشاب	٤٧٥	٤٧٥	% ١٠٠
٣	أدوات إطفاء	١٢	١٢	% ١٠٠
٤	أدوات تجديد	١٤	١٤	% ١٠٠
٥	أدوات بحرية	١٠	١٠	% ١٠٠
٦	أدوات طبية	١٧	١٧	% ١٠٠
٧	أدوات نظافة	١٩	١٩	% ١٠٠
٨	أسلحة	٢٤	٢٥	% ١٠٠
٩	أسماك	١٧٦	١٧٦	% ٩٦
١٠	أقطان	٢٩	٢٩	% ١٠٠
١١	أقمشة	١٠٧	١٠٧	% ١٠٠
١٢	إكسسوار	١١٥	١١٦	% ٩٩
١٣	ألومنيوم *	١٧	١٧	% ١٠٠
١٤	آلات زراعية	١٠	١٠	% ١٠٠
١٥	آلات موسيقية	٣٠	٣٠	% ١٠٠
١٦	بطاريات	١٠٧	١٠٧	% ١٠٠
١٧	بيض	١٢١	١٢١	% ١٠٠
١٨	حدايد وبويات ^(١)	٨٦١	٨٦٣	% ٩٩.٨
١٩	خردة	٥٧	٥٧	% ١٠٠
٢٠	خيش	٢٩	٢٩	% ١٠٠
٢١	درجات وموتوسيكلات	٥٤	٥٩	% ٩١.٥
٢٢	نقيق	٢١	٢١	% ١٠٠
٢٣	رخام	٦٤	٦٤	% ١٠٠
٢٤	رفا	١٥	١٥	% ١٠٠
٢٥	روانج	٤٤	٤٦	% ١٠٠
٢٦	زجاج وبلور	١٣	١٣	% ١٠٠
٢٧	زجاج سيارات	٢٨٣	٢٨٤	% ٩٩.٦٥
٢٨	زنكوغراف	١٨	٣٢	% ٥٦.٢٥

* لم يذكر الدليل عنوانا لهذا النشاط، وإنما أدرجه بدون عنوان بعد (المصرف).
^(١) ذكر الدليل عنوانين هما: (حدايد) و(حدايد وبويات)، وقد أدمج البحث العنوانين تحت العنوان الأخير.

تابع جدول رقم (٢)

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	عدد الأسماء الحاملة لاسم صاحب النشاط	العدد الكلى لأسماء النشاط	نسبة الأسماء الحاملة لاسم صاحب النشاط
٢٩	زيوت	١٣	١٣	% ١٠٠
٣٠	سجاد	٣٧٢	٣٨٤	% ٩٦,٨٧
٣١	طيور	٩١	٩١	% ١٠٠
٣٢	عدد وآلات	٨٢	٨٢	% ١٠٠
٣٣	عطارة	٢٨٨	٢٩٢	% ٩٨,٦
٣٤	علافة	٢٠١	٢٠١	% ١٠٠
٣٥	فاترينة	١١	١١	% ١٠٠
٣٦	فحم	٣٠	٣٠	% ١٠٠
٣٧	فسخاني	٢٤	٢٩	% ٨٢,٧٦
٣٨	فضيات	٥٨	٥٩	% ٩٨
٣٩	فطاطرى	٢٣	٢٤	% ٩٥,٨
٤٠	فكهاني	٢٦٨	٢٦٨	% ١٠٠
٤١	كاسيت	١٢	١٢	% ١٠٠
٤٢	كاوتشوك	١٧١	١٧١	% ١٠٠
٤٣	كراسي	١٣	١٣	% ١٠٠
٤٤	كشك	٨٥٩	٨٦٠	% ٩٩,٩
٤٥	لعب	٢٩	٢٩	% ١٠٠
٤٦	ماكينات خياطة	٣٨	٣٨	% ١٠٠
٤٧	مستحضرات ومستلزمات	١٨	١٨	% ١٠٠
٤٨	مصنوعات جلدية	٨٦	٨٦	% ١٠٠
٤٩	معادن	٥١	٥٣	% ٩٦,٢
٥٠	مفروشات	٤٧	٥٢	% ٩٠
٥١	مقلى وتسالى	٣٨٩	٤٠١	% ٩٧
٥٢	منتجات	٢	٥	% ٤٠
٥٣	منسوجات	٢٩	٢٩	% ١٠٠
٥٤	مواد بناء	٢١٦	٢١٧	% ٩٩,٥٤
٥٥	مواد غذائية	٨٢	٨٢	% ١٠٠
٥٦	موازين	٢٣	٢٤	% ٩٥,٨٣
	المجموع	٦٣٥٦	٦٤٣٢	% ٩٨,٨٢

ويوضح الجدول - من خلال العينة - أن الأسماء التجارية التي حمل فيها النشاط اسم صاحبه تمثل أغلبية مطلقة: فقد بلغ عددها ٦٣٥٦ اسماً، أى

بنسبة ٩٨,٨٢%، على حين لم يحمل أسماء خاصة سوى ستة وسبعين اسماً (بنسبة ١,١٨%) من مجموع الأسماء بمختلف أنشطة هذه العينة.

كما يلحظ من الجدول أيضاً أن ٣٧ نشاطاً - أى ما يقرب من ثلثي عدد الأنشطة، تبلغ فيها النسبة المئوية للافتات التي تحمل أسماء أصحابها ١٠٠ %

أما الجدولان رقم (٣)، (٤) فيتضمنان تحليلاً للعينة الفرعية الثانية، وهي عينة الأنشطة التي وجدت بها أسماء مغربة. وقد صنفت، وتم في الجدول رقم (٣) حصر العدد الكلي للأسماء بكل نشاط، كذلك عدد الأسماء المغربية التي وجدت فيه، والنسبة المئوية لهذه الأسماء، ثم رصدت اللغة الأجنبية السائدة في الأسماء المغربية بكل نشاط.

جدول رقم (٣)

عدد الأسماء المغربية، ونسبتها المئوية إلى مجموع الأسماء

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربة	نسبة الأسماء المغربة	اللغة السائدة في التغريب
١	أحذية	٩٩٢	١٠٣	١٠,٣٨	الإنجليزية
٢	أدوات تجميل	٢٥	١	٤	-
٣	أدوات تصوير	٧	١	١٤,٢٩	-
٤	أدوات رياضية	٣٩	٥	١٢,٨	الإنجليزية
٥	أدوات كهربائية ونجف	٨١٣	١١	١,٣٥	الإنجليزية
٦	أدوات منزلية	٧٩٧	٥	٠,٦٣	الإنجليزية
٧	أزياء و أتيليه	١٦٦	٢٠	١٢,٠٥	الفرنسية
٨	أسماءك	١٧٦	١	٠,٥٦٨	-
٩	أصواف	٤٦	٢	٤,٣٥	-
١٠	أفلام	٢٨	٥	١٧,٨٦	الإنجليزية
١١	البأخرة	٧	٣	٤٢,٨٦	الإنجليزية
١٢	ألبان	٢٨٠	١	٠,٣٦	-
١٣	بار	١٦	٨	٥٠	الفرنسية
١٤	بازار	٢٢٢	٢٦	١١,٧١١	الإنجليزية
١٥	براويز	٣٣	٢	٦,١	- *
١٦	بقالة وسوبر ماركات	٤٦٨٤	٦٧	١,٤٣	الإنجليزية

تابع: جدول رقم (٣)

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربة	نسبة الأسماء المغربة %	اللغة السائدة بالتغريب
١٧	بنسيون	١٩	١٥	٧٨,٩٥	الإنجليزية
١٨	يوتييك	٦٤٨	٨٧	١٣,٤٣	الإنجليزية
١٩	بوفيه	٣٢	٤	١٢,٥	-
٢٠	تسزى	١٧٨٥	٩	٠,٥٠٤	الفرنسية
٢١	جراج	٣٣١	١٩	٥,٧٤	الإنجليزية
٢٢	جزارة	٧٠٥	٤	٠,٥٦٧	الإنجليزية
٢٣	جلود	٣٠١	٤	١,٣٣	-
٢٤	حلواتى وحلويات	٦٧٧	٦١	٩	الإنجليزية ثم الفرنسية
٢٥	خردوات	١٨٤٣	١٣	٠,٧١	الفرنسية
٢٥	خردوات	١٨٤٣	١٣	٠,٧١	الفرنسية
٢٦	دراجات وموتوسيكلات	٢٣	١	٤,٣٥	-
٢٧	زهور	١٢٦	٢٨	٢٢,٢٢	الإنجليزية
٢٨	ساعاتى	٢٢٥	١٣	٥,٧٨	الإنجليزية
٢٩	ستوديو	٤٧١	٧٤	١٥,٧	الإنجليزية
٣٠	سينما	٤١	٢٢	٥٣,٦٦	الإنجليزية
٣١	شركة	١٢٢١٥	٤٥٧٨	٣٧,٤٨	الإنجليزية
٣٢	شنط	١٢٤	١٤	١١,٢٩	الفرنسية
٣٣	صالون	٧٢٠	٥٩	٨,١٩	الإنجليزية
٣٤	صيدلية	٢٤٠٢	١١٥	٤,٧٩	الإنجليزية
٣٥	عصير	١٤٢	١	٠,٧	-
٣٦	فندق ولوكاندة	٣٤٨	١٧٧	٥٠,٨٦	الإنجليزية
٣٧	قرية	٥	٢	٤٠	الإنجليزية
٣٨	قطع غيار	١٨٨٢	١٠	٠,٥٣	الإنجليزية
٣٩	قمصانجى	١٣٥	٦	٤,٤٤	-
٤٠	قهوة	٥٩١	١٢	٢,٠٣	الإنجليزية
٤١	كازينو	٧٤	٣٤	٤٥,٩٥	الإنجليزية
٤٢	كافيتريا	٢٢١	٣٠	١٣,٥٧	الإنجليزية
٤٣	كبابجى	١٣٦	٣	٢,٢١	الإنجليزية
٤٤	كرنفال	١٤	١	٧,١٤	-

تابع: جدول رقم (٣)

م	نوع النشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	نسبة الأسماء المغربية %	اللغة السائدة بالتقريب
٤٥	كوافير	٧٤٢	٧١	٩,٥٧	الإنجليزية ثم الفرنسية
٤٦	مؤسسة	٨١٩	١٦٧	٢٠,٣٩	الإنجليزية
٤٧	محل (راديو، روائح)	١٥٣٤٣	٧٧	٠,٥	الإنجليزية
٤٨	محلات	٤٦	٢١	٤٥,٦٥	الإنجليزية
٤٩	مخبز	٤٩٨	٦	١,٢	الإنجليزية
٥٠	مدرسة	١٣٦٨	١١٦	٩,١٥	الإنجليزية
٥١	مسرح	٢٩	٦	٢٠,٦٩	الإنجليزية
٥٢	مشغل	١٢٠	١٤	١١,٦٧	الفرنسية
٥٣	مصبغة	١١١	٨	٧,٢١	الإنجليزية
٥٤	مصنع تريكو	٢٠٤	٣٩	١٩,١٢	الإنجليزية
٥٥	مصنع جوارب	٥٢	٣	٥,٧٧	الإنجليزية
٥٦	مصوغات ومجوهرات	١٣٣٤	١٠	٠,٧٥	الإنجليزية
٥٧	مطبعة	٦٧٢	٢٧	٤,٠٢	الإنجليزية
٥٨	مطعم	٦٩٢	٨١	١١,٧٠٥	الإنجليزية
٥٩	معرض (متنوع النشاط)	٥٨٨	٣٧	٦,٢٩	الإنجليزية
٦٠	معرض سيارات	٢٨٧	٣٣	١١,٥	الإنجليزية
٦١	معمل	٨٠	١٣	١٦,٢٥	الإنجليزية
٦٢	معسلة	٣٦	٣	٨,٣٣	الإنجليزية
٦٣	مكتبة	١٠٢٨	٢٦	٢,٥٣	الإنجليزية
٦٤	ملابس جاهزة	١٢٩٦	١٢٢	٩,٤١	الفرنسية
٦٥	منتجات خان الخليلى	١٠١	٢	١,٩٨	-
٦٦	منى فاتورة	٧٥٠	٥	٠,٦٧	الإنجليزية
٦٧	موبيلات	٨٢٢	١٤	١,٧	الإنجليزية ^(١) والفرنسية
٦٨	نادى فيديو	١٨١	١٤	٧,٧٣	الإنجليزية
٦٩	نظارات	١٦٥	١٤	٨,٤٨	الإنجليزية
٧٠	وكالة	٦٢	١٨	٢٩	الإنجليزية
	المجموع	٦١٩١١	٦٦٠٤	١٠,٦٧	

(١) عند وجود تقارب كبير في عدد الأسماء المغربية بلغتين ذكرت اللغتان تحت عنوان: اللغة السائدة في التقريب.

مدى ارتباط الأنشطة المختلفة باللغات الأجنبية في التغريب:

من الجدول رقم (٣) يمكننا أن نلاحظ ما يلي:

(١) تشيع اللغة الإنجليزية، بوصفها لغة سائدة، بين الأسماء المغربية في معظم الأنشطة التي ظهر بها التغريب.

(٢) تسود اللغة الفرنسية بين الأسماء المغربية في مجالات الأنشطة التالية:

أزياء وأتيليه - ترزى - خردوات - شنط - مشغل - ملابس جاهزة. وقد يرجع ذلك إلى ارتباط هذه الأنشطة بالمظهر الخارجي، وعلاقتها بالأناقة ومحاولة ربطها بفرنسا، مما قد يضيف على منتجاتها طابع الجودة والحدثة والتطور، إلى جانب الذوق الرفيع.

كما تسود الفرنسية أيضا في نشاط: بار.

وتقترب الفرنسية من الإنجليزية في الشيوخ، في الأنشطة التالية: حلوانى وحلويات وكوافير، وموبيليات.

(٣) لم تسد لغة بعينها في الأنشطة: أدوات تجميل - أدوات تصوير - أسماك - أصواف - ألبان - براويز - بوفيه - جلود - دراجات وموتوسيكلات - عصير - قمصانجى - كرنفال - منتجات خان الخليلي. وذلك بعد إخضاع الأسماء لضوابط البحث، واستبعاد اللغات الأخرى والمختصرات، والأسماء المنحوتة، وأسماء الأماكن. وقد ظهر ذلك في الحالات التالية:

(أ) أن لا يحتوى النشاط على أى من اللغتين الإنجليزية أو الفرنسية، ولا تسود لغة أخرى بذاتها فيه، كما فى نشاط (جلود)، الذى احتوى على اسم واحد مغرب باللغة الإيطالية هو (لابورصا نوبا).

(ب) أن يتساوى عدد أسماء اللغتين الإنجليزية والفرنسية، وهذا واضح فى نشاط (براويز) - الذى احتوى على اسمين أحدهما إنجليزى هو (آر تو)، والآخر فرنسى هو (بوتيه) - وكذلك فى النشاط (بوفيه).

(جـ) أن يحتوى النشاط على اسم أجنبي واحد، كما فى الأنشطة التالية: (أدوات تجميل)، وقد استخدمت فيه اللغة الفرنسية فى (لا بوتيه)، و(أدوات تصوير) الذى استخدمت الإنجليزية فيه فى (فوتو ليون)، وكذلك فى (أسماك)، (دراجات وموتوسيكلات)، (عصير)، (قمصانجى)^(١). (كرنفال)، (منتجات خان الخليلي)^(٢). ولا يمكن القول إن اللغة سائدة فى مجال لم يتضمن سوى كلمة أجنبية واحدة.

(د) أن يحتوى النشاط على اسم - أو أكثر - يشترك فيه أكثر من لغة، كما فى نشاط (أصواف):

(أوريجينال) و(مودرن)، وهما كلمتان مشتركتان فى الإنجليزية والفرنسية، وكذلك فى نشاط (قمصانجى) نجد كلمات مشتركة فى الإنجليزية والفرنسية هى: (شيك) و(لوكس) و(مودرن).

وفى الجدول رقم (٤) تم تصنيف الأنشطة التجارية، مع ترتيبها تصاعدياً، تبعاً لنسبة انتشار الأسماء المغربية بكل منها.

(١) فى هذا النشاط اشتركت ثلاث كلمات فى اللغتين الفرنسية والإنجليزية، ولم يبق به سوى اسم إنجليزى واحد، هو (هاى لايف).

(٢) يندرج تحت هذا النشاط اسمان: أحدهما فرنسى هو (قام روشا)، والآخر تركيب عربى مشوه، هو (حاتون أولاد).

مدى ارتباط التفریب بالأنشطة والتخصصات المختلفة:

من الجدول رقم (٤) نلاحظ ارتباط التفریب بالأنشطة المختلفة على النحو التالي:

- ١- تبدو أقل نسب لشيوخ ظاهرة التفریب فى مجال تجارة المواد الغذائية والاستهلاكية: ألبان - أسماك - جزارة - مخبز - بقالة وسوبر ماركت - كبابجى. وكذلك فى أنشطة الخدمات: محل - قطع غيار - أدوات منزلية - خردوات - أدوات كهربائية - مكتبة - أدوات تجميل - صيدلية.
- ٢- يقل شيوع الظاهرة أيضا فى النشاط الحرفى: ترزى- جلود - موبيليات - منتجات خان الخليلي - مطبعة - قمصانجى.
- ٣- كما تقل نسبة شيوع الظاهرة فى مجال تجارة المصوغات وتجارة الأقمشة (منى فائورة - وأصواف)، على حين تزداد النسبة شيوعاً فى تجارة الملابس الجاهزة - ومصانع التريكو).
- ٤- نلاحظ تقارب نسبة شيوع الظاهرة بين نشاطى (صالون) و(كوافير).
- ٥- يبدو مدى اختلاف شيوع الظاهرة فى المجالات المتقاربة إذا قارنا نسبة انتشارها بين كل نشاطين من الأنشطة التالية: (بنسيون - فندق ولوكاندة)، (بوتيك - محل)، (كافيتريا - قهوة)^(١)، وطبيعة النشاط متقاربة فى كل من هذه المجالات.
- ٦- تبدو أعلى نسبة للتفریب فى الأنشطة: (بنسيون) و(سينما)، و(فندق ولوكاندة) و(بار) وأيضاً فى (كازينو) و(البخرة) و(قرية). ولا يخفى ما لهذه الأماكن من ارتباط بالأجانب، ومن ثم كان هناك سبب مفهوم لانتشار الظاهرة بنسبة كبيرة فى تلك المجالات.
- ٧- تنتشر الظاهرة بوضوح فى الأنشطة (محلات) و(شركة) و(وكالة) و(زهور) و(مسرح) و(مؤسسة) و(أفلام) و(معمل) و(ستوديو)، وهذا يعطينا مؤشراً واضحاً لانتشار هذه الظاهرة فى الشارع التجارى المصرى.

(١) أقر مجمع اللغة العربية بالقاهرة اسم (القهوة) بمعنى المكان الذى تشرب فيه: مجلة مجمع اللغة العربية ج ٩ - ص ١٣٠، القرارات الجمعية فى الألفاظ والأساليب ص ٢٨.

ويستعرض الجدول رقم (٥) مدى انتشار الأسماء المغربية فى الأحياء السكنية بالقاهرة. وقد وزعت الأحياء السكنية بالقاهرة الكبرى على تسع مناطق، هى:

(١) **منطقة وسط القاهرة:** وتشمل أحياء العتبة - قصر العينى - جاردن سيتى - التحرير - رمسيس - باب اللوق - الفجالة - عابدين، إلى جانب شوارع وسط القاهرة.

(٢) **منطقة مصر الجديدة:** ويندرج تحتها مدينة نصر - المقطم - الدراسة - جسر السويس - المازة - الخانكة - أول طريق الإسماعيلية - النزهة - مدينة السلام.

(٣) **منطقة الزمالك:** وينضم إليها الدقى - 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 - الوراق - نزلة السمان - أول طريق القاهرة الإسكندرية الصحراوى.

(٥) **منطقة حدائق القبة:** ويدخل ضمنها العباسية - الظاهر - السكاكينى - الزيتون - غمرة - الشرايية - الوايلى - باب الشعرية - الزاوية الحمراء - عزبة النخل - عين شمس - المطرية.

(٦) **منطقة القلعة:** وتضم إلى جانبها الحلمية الجديدة - باب الخلق - الجمالية - المغربلين - الخليفة - الموسيقى - المنيرة - لاطوغلى - السيدة زينب - مصر القديمة - فم الخليج - الأزهر - زينهم - الإمام الشافعى - مصر القديمة.

(٧) **منطقة شبرا:** وينضم إليها السبتية - روض الفرج - الساحل - بولاق - الأميرية - السواح - شبرا الخيمة - القللى - مسطرد - أول طريق القاهرة الإسكندرية الزراعى.

(٨) **منطقة حلوان:** وتشمل أيضاً المعادى - البساتين - طرة - دار السلام - مار جرجس - كوتسيكا - أبو زعل - والمناطق الواقعة على طريق القاهرة حلوان..

(٩) **مناطق أخرى:** وهى ما تشتمل على القاهرة الكبرى خارج المناطق السابقة، مثل قليبوب - أوسيم - القلج - بيجام - القناطر الخيرية.

جدول رقم (٥)
مدى انتشار الأسماء المغربية فى الأحياء السكنية

عدد الأسماء المغربية بكل نشاط على الأحياء السكنية											
م	عنوان النشاط	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	البحرية	حداائق القبة	القلعة	بنها	حسان	مناطق اخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط
١	نحذية	٥٥	١٩	٨	٣	٤	٦	٦	٢	-	١٠٣
٢	أدوات تجميل	-	-	-	-	١	-	-	-	-	٢٥
٣	أدوات تصوير	-	-	-	-	١	-	-	-	-	٧
٤	أدوات رياضية	٢	١	١	١	-	-	-	-	-	٥
٥	أدوات كهربائية	٧	-	١	٣	-	-	-	-	-	١١
٦	أدوات منزلية	١	١	-	١	-	-	٢	-	-	٥
٧	أزياء و أقتليه	٩	٢	٢	٤	١	-	٢	-	-	٢٠
٨	أسمك	-	-	-	١	-	-	-	-	-	١
٩	أصواف	٢	-	-	-	-	-	-	-	-	٢
١٠	أفلام	٥	-	-	-	-	-	-	-	-	٥
١١	البلخنة	-	-	٢	١	-	-	-	-	-	٣
١٢	ألبان	١	-	-	-	-	-	-	-	-	١
١٣	بار	٨	-	-	-	-	-	-	-	-	٨
١٤	بيزار	١٥	١	٢	٦	-	-	-	٢	-	٢٦
١٥	برلوايز	١	١	-	-	-	-	-	-	-	٢
١٦	بقالة وسوبر ماركت	١٠	٢٢	٩	٩	٨	١	٣	٥	-	٦٧
١٧	بنسيون	١١	-	٣	-	-	-	-	١	-	١٥
١٨	بوتيك	٣١	١٥	١٢	١٠	٨	-	١١	-	-	٨٧
١٩	بوفيه	٤	-	-	-	-	-	-	-	-	٤
٢٠	ترزى	٥	-	١	١	-	-	٢	-	-	٩
٢١	جراج	٩	٥	١	٢	١	-	١	-	-	١٩
٢٢	جزارة	٢	١	١	-	-	-	-	-	-	٤
٢٣	جلود	٣	-	١	-	-	-	-	-	-	٤
٢٤	حلواتى	٢٠	١٧	٧	٢	٧	٢	٢	٤	-	٦١
٢٥	خردوات	٢	٣	١	٤	١	١	-	١	-	١٣
٢٦	درلجات	١	-	-	-	-	-	-	-	-	١
٢٧	زهور	١٠	٤	١٠	٣	١	-	-	-	-	٢٨
٢٨	ساعاتى	٧	٢	-	-	٢	١	١	-	-	١٣

تابع جدول رقم (٥)

عدد الأسماء المغربية بكل نشاط على الأحياء السكنية											
م	عنوان النشاط	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	الجيزة	حداائق القبة	القلعة	شبرا	حلق	مناطق أخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط
٢٩	ستوديو	٢٧	١٠	١٠	٤	١١	١	١٠	-	١	٧٤
٣٠	سينما	١٣	١	١	٣	-	-	٣	١	-	٢٢
٣١	شركة	١٢٨٢	١١٢٠	١٠٨٤	٤٣٧	١٧٩	٨٥	١٧٠	١٧٩	٤٢	٤٥٧٨
٣٢	شنت	٩	٣	١	-	-	١	-	-	-	١٤
٣٣	صالون	١٦	١١	٥	٩	١١	-	٦	١	-	٥٩
٣٤	صيدلية	٢١	٣١	١٥	١٣	١٤	٤	١٢	٤	١	١١٥
٣٥	عصير	١	-	-	-	-	-	-	-	-	١
٣٦	فندق	٧٩	٢٧	٤٢	٢٢	٢	-	١	-	-	١٧٧
٣٧	قرية	١	١	-	-	-	-	-	-	-	٢
٣٨	قطع غير	٣	١	-	١	٢	٢	-	١	-	١٠
٣٩	قمصانجى	٣	١	١	-	-	١	-	-	-	٦
٤٠	قهوة	٧	٢	-	١	-	١	١	-	-	١٢
٤١	كازينو	٤	٥	٦	١١	٢	-	٤	٢	-	٣٤
٤٢	كافيتريا	٩	٥	١١	٢	٢	-	١	-	-	٣٠
٤٣	كبابجى	١	٢	-	-	-	-	-	-	-	٣
٤٤	كرنفال	-	-	-	-	-	١	-	-	-	١
٤٥	كوافير	١٢	١٧	١١	٧	٩	٤	٤	٧	-	٧١
٤٦	مؤسسة	٥٨	٣١	٣٦	١٣	١٣	٥	٨	٣	-	١٦٧
٤٧	محل متنوع	٣٦	١٣	١٠	٢	٤	٥	٦	١	-	٧٧
٤٨	محلات	٩	٦	٣	١	١	١	-	-	-	٢١
٤٩	مخبز	٤	٢	-	-	-	-	-	-	-	٦
٥٠	مدرسة	١١	٣٤	١٥	٥	٢٨	-	٩	١٤	-	١١٦
٥١	مسرح	٥	١	-	-	-	-	-	-	-	٦
٥٢	مشغل	٩	-	١	١	-	-	٣	-	-	١٤
٥٣	مصبغة	٢	١	٢	-	١	١	-	-	-	٨
٥٤	مصنع تريكو	١١	١	١	٢	١٢	٣	٨	١	-	٣٩
٥٥	مصنع جوارب	-	-	-	-	٢	١	-	-	-	٣
٥٦	مصوغات	٦	٢	٢	-	-	-	-	-	-	١٠

تابع جدول رقم (٥)

عدد الأسماء المغربية بكل نشاط على الأحياء السكنية											
م	عنوان النشاط	وسط القاهرة	مصر الجديدة	الزمالك	الجيزة	حادي القبة	القاهرة	شبرا	حلق	منطق أخرى	مجموع الأسماء المغربية بالنشاط
٥٧	مطبعة	١٥	-	١	٢	٤	١	٤	-	-	٢٧
٥٨	مطعم	٢٤	١٣	٢٧	١٠	-	-	٢	٥	-	٨١
٥٩	معرض متنوع	٧	٩	٩	٤	٢	١	٣	٢	-	٣٧
٦٠	معرض سيارات	٧	٩	٧	١	١	١	٦	١	-	٣٣
٦١	معمل	٧	-	٢	١	١	-	١	١	-	١٣
٦٢	مغسلة	١	١	١	-	-	-	-	-	-	٣
٦٣	مكتبة	١٠	٧	٥	١	١	١	١	-	-	٢٦
٦٤	ملابس جاهزة	٥٩	٣٣	٢٠	١	٣	٣	٢	١	-	١٢٢
٦٥	م خان الخليلي	-	-	١	-	-	١	-	-	-	٢
٦٦	منيفاتورة	٣	-	١	-	-	١	-	-	-	٥
٦٧	موبيليات	٦	٣	٢	١	٢	-	-	-	-	١٤
٦٨	نادي فيديو	-	٦	٣	٤	-	-	-	١	-	١٤
٦٩	نظارات	١١	-	-	١	-	-	١	١	-	١٤
٧٠	وكالة	٦	٢	٤	٢	٢	-	١	١	-	١٨
مجموع الأسماء المغربية بكل منطقة											
٦١٩١١	٦٦٠٤	٤٥	٢٤٦	٢٩٧	١٣٦	٣٤٤	٦١٣	١٤٠٢	١٥٠٥	٢٠١٦	٦٦٠٤

مدى ارتباط ظاهرة التغريب بالتوزيع الجغرافي:

من الجدول رقم (٥) نلاحظ ما يلي:

(١) تشيع الظاهرة في منطقة وسط القاهرة. ويبلغ عدد الأسماء المغربية

بها ٢٠١٦ اسما من ٦٦٠٤ هو مجموع الأسماء المغربية، أى بنسبة

٣٠,٥٣ %.

(٢) يليها منطقة مصر الجديدة، حيث وجدت بها الظاهرة في ١٥٠٥

أسماء، أى بنسبة ٢٢,٧٩ %.

(٣) وتتقارب معها منطقة الزمالك: فقد بلغت الأسماء المغربية بها ١٤٠٢

اسم، بنسبة ٢١,٢٣ %.

(٤) أما منطقة الجيزة فقد ظهر بها ٦١٣ اسما مغربا، بنسبة قدرها ٩,٢٨ % من مجموع المغرب.

(٥) ثم يليها منطقة حدائق القبة التي بلغ عدد الأسماء المغربية بها ٣٤٤ اسما، أى بنسبة ٥,٢١ %.

(٦) يليها منطقة شبرا، وبلغ عدد الأسماء المغربية بها ٢٩٧ اسما، بنسبة ٤,٥ %.

(٧) وكانت مناطق حلوان والقلة، والمنطقة الأخيرة، أقل المناطق استخداما للكلمات المغربية: فقد بلغ عددها بمنطقة حلوان ٢٤٦ اسما، بنسبة ٣,٧٣ %، يليها القلة التي بلغ عدد الأسماء المغربية بها ١٣٦ اسما، بنسبة ٢,٠٦ % . أما المنطقة الأخيرة فلم يزد عدد الأسماء المغربية بها عن ٤٥ اسما، بنسبة ٠,٦٨ % من مجموع الأسماء للمغربة الواردة بالعينة.

ويبدو أن الزيادة الكبيرة في نسبة شيوع الظاهرة في المناطق الثلاث الأولى ترتبط بكثافة المحال التجارية في تلك المناطق.

أنواع التغريب

سار البحث على نمط سابقه، فقسمت الأسماء غير العربية التي رصدت بالدليل إلى قسمين:

أولهما: ما ادمجت فيه الكلمة الأجنبية في اللغة العربية، بعد أن اكتسبت الطابع العربي، وازداد شيوعها بعد أن تبنتها اللهجة العامية وأكسبتها القوالب العربية، وأخضعها للذوق اللغوي العربي.

مثال ذلك الكلمات: بار - بازار - برودري - تريكو - تكنولوجيا - تليفون - جراج - ستوديو - سينما - صالون - كرنفال - فيلم - مترو - موتور. فلا نلاحظ غربة على العربية في تراكيب مثل: بار بورفؤاد - بازار اللؤلؤة - صالون السلام - ستوديو الشرق - شركة تليفونات - جراج القاهرة - موبيليات القصر.

فلغتنا قد استوعبت هذه الكلمات وتمثلتها، وعاملتها معاملة الأسماء العربية في الجمع والإضافة وغيرهما؛ مما فرض على الباحثة أن تنظر إليها نظرة الكلمات المعربة التي دخلت في نسيج الكلمة العربية وصارت منها، فلم تدرجها ضمن الدخيل الذي تم إحصاؤه في الدراسة.

وثانيهما: ما ظهرت فيه الكلمة، أو التركيب الأجنبي تماما كما هو في لغته الأصلية، ولكنه كتب بحروف عربية. وينقسم - كما ظهر بالعينة، وبالبحت السابق المماثل - إلى خمسة أنواع:

(أ) حروف هجائية أجنبية - ومنها ما يكون اختصارا أو رموزا لكلمات - أو أرقام وحروف، أو أرقام فحسب، وهو أقلها. فمثال الحروف التي قد يرمز بعضها إلى كلمات: يو بي سي للاستيراد والتصدير، أحنية إيه، والشركات: (إس جي إيه - بي إس إس - جي تي إم - إس آر - إتش إم)، وأزياء إل إم، وبازار بي بي. ومثال الأرقام والحروف الشركات: تو إم، دبل إم، سيكس إم، فور إس، وبراويز آر تو. ومثال الأرقام: أحنية فورتين.

(ب) نقل الكلمة الواحدة كاملة من لغتها الأصلية، وكتابتها بالحروف العربية، مثل الكلمات الفرنسية (سوفونير - لابوار - فاسيل - لامور - سواريه - لابوتييه - شيري - لوكورد)، والكلمات الإنجليزية (فاكت - فالكون - فاست - فرننز - فيرست - فريش - كات - زووم - دريمز - كوين - تيجر - كونكريت)، ومن اللغات الأخرى: (تافرنا - جراتسيا).

(ج) نحت كلمة من كلمتين أجنبيتين أو أكثر. والنحت مصطلح لغوي يعني استخلاص كلمة واحدة من أكثر من أصل، ومن أمثلة النحت الذي ورد بالعينة:

Egypt engineering company	إيجينكو
Electricity & aircondition service	إليكون
Medhat general company	مدجينكو
Misr Iran textiles	ميراتكس
Ceramic company	سيرامكو
Heliopolice textiles	هليوتكس

ويندرج تحت هذا النوع ما كانت إحدى الكلمات المنحوت منها اسما لشخص،
مثل شرفكوم المنحوتة من (شرف + كوم، وهي اختصار commerce أى
تجارة)، عنانكو (عنانى + كو، وهي اختصار company أى شركة)، وساركو
(سارة + كو) وزيدكو (زيدان + كو).

(د) تركيب أجنبي من كلمتين أو أكثر، وتكون كل كلماته أجنبية، فضلا عن
خضوعه لأنماط التراكيب الأجنبية، وأمثلته من الإنجليزية: وايت شوب
- سويت هاوس - إفر جرين - نيو شوب - فاين كولكشن - هابي
سكول - نيو بيبى جاردن - كاش أند كاري - سكاي تريندنج - ماى فير
ليدي - شيك هاوس - سويت هارت - نيو شوب - فيش هاوس - فايف
ستارز - يونيفورمز فور يو - جينا بيبوتي سنتر - ستوب ديزاين - نتش
وود - ماستر ميديا.

وأمثلته من الفرنسية: بون مارياج - لا دام شيك - مير دي ديو - لا
روز دي ليزيه - بونير - جولي فيل - بيتي باليه. ومن اللغات الأخرى:
ليدر فارن، لا بورصا نوبا، بيلا دونا.

(هـ) تركيب مشوه غريب على العربية، لا يندرج ضمن التراكيب اللغوية
العربية، أو هو تشويه للتركيب اللغوي العربي، ويكون من مكوناته كلمات
عربية، مثل: (وطنية تورز - مصر ميكروكمبيوترز - السلام شوبنج
سنتر، شافعي فيديو فيلم - فرعون فيلم - الليثي فيلم، نادر فيلم، سريع
فوتوستورز - النيل جاردن - النيل الزمالك - السلام هيات - عبيد هاوس
- عيد هاوس - حاتون أولاد - عبده إخوان - عادل وممدوح إخوان).

فنحن نلاحظ - في التراكيب السابقة - أن المضاف إليه قد سبق المضاف أو أن
الصفة سبقت الموصوف، وأن المضاف تتصل به أداة التعريف العربية أحيانا،
وهذا لا يتفق والتراكيب الصحيحة للغتنا العربية. وهذا النوع هو أخطر أنواع
التغريب على لغتنا العربية؛ لأنه يقلب أوضاعها، ويشوه تراكيبها، ويخل ببنائها؛

مما يفسد الحس اللغوي، ويؤثر على تذوق اللغة عند أبناء العربية. ولهذا يجب علينا التصدي بشدة لوقفه ومقاومته؛ حتى لا يشيع فيضعف الذوق اللغوي عند النشء.

العوامل التي ساعدت على انتشار ظاهرة التغريب في الشارع المصري: حين نتأمل الأسباب التي أدت إلى انتشار هذه الظاهرة، نجد أنها يمكن أن تعزى إلى الأسباب التالية^(١):

- ١- قصور الوعي اللغوي لدى عامة الشعب، وعدم اعتزازهم بلغتهم القومية، التي تمثل عاملا مهما من عوامل القومية في الأمة، وسمة بارزة من سمات الهوية العربية، وتتفق الباحثة في هذا الرأي مع د. مطر^(٢).
- ٢- ميل معظم أفراد الطبقة المتوسطة والعليا إلى تعليم أبنائهم بمدارس اللغات والمدارس الأجنبية من سن الحضانة إلى نهاية المرحلة الثانوية، بعد تدهور مستوى التعليم بالمدارس الحكومية لأسباب عديدة، وقد أدى ذلك إلى أن يتعلم الطفل اللغة الأجنبية منذ طفولته، ثم يتعلم معظم المقررات الدراسية بها، فتسيطر هذه اللغة على لسانه حتى يصير أجنبى اللغة والتفكير والانتماء، ويصير نطق هذه اللغة أيسر وأقرب إليه من لغته الأم.
- ٣- النظرة الفوقية لكل ما هو أجنبى، والتطلع إلى التعامل معه أو الحرص على امتلاكه، جعلت أصحاب الأنشطة المختلفة يحرصون على إطلاق الأسماء الأجنبية عليها، مثل: حضانة (بيبي كير)، ومدرسة (هابي سكول)، وأحذية (شيك هاوس - مودرن)، وبوتيك (ميراكل - لامور)، وجراج (نيو موتور)، وجزارة (إمبريال)، وستوديو (فوتو فلاش)، وسينما (رويال)، وشركة (سبرنج إير - يونيفرسال)، وشنت (لا جراند دموازيل)، وصالون (نوفو - جنتلمان - نيو روكسى)، وكازينو (جولد ايلاند - لورد)، وكافيتريا (نايس

(١) رصدت الباحثة مضمون هذه الأسباب في بحثها السابق للظاهرة.

(٢) في النقد اللغوي: ص ٢٣٦.

فودز - لا برجولا)، ومحل (باريس سنتر - جولدن تاتش)، ومصوغات (دارلنج)، ومطبعة (مونديال)، ومطعم (فيش هاوس - أفتر ايت - جولى فى - تيك أوای)، ومعرض (ديزاين ألا مودى).

٤- أدى حرص الدولة على تشجيع السياحة بوصفها مصدراً من مصادر الدخل القومى إلى:

أ - زيادة عدد الفنادق والمنشآت السياحية، واتخاذ أسماء أجنبية لها، وكتابتها باللغات الأجنبية، وبالحروف العربية؛ تيسيراً على السائحين العرب والأجانب، لكى يقرأها كل بلغته، مثل: فندق (البوسيت - أورينت هاوس - بلونيل - ريجنت هاوس - شاتو دى بيراميدز - هابى جو - هوليداي بيراميدز) وكازينو (بالميرا - كاف دوروا).

ب- افتتاح فروع للفنادق العالمية الشهيرة فى مناطق مختلفة، وكتابتها بأسمائها العالمية بالحروف الأجنبية والعربية، مع تحديد موقعها مع الاسم^(١) مثل: فندق الميريديان، والميريديان هليوبوليس والنيل الزمالك، النيل سافوى - والنيل هيلتون، رمسيس هيلتون - السلام هيات، هيات برنس.

ج- ازدياد عدد الشركات السياحية، واتخاذ معظمها أسماء أجنبية، وكتابتها باللغات الأجنبية إلى جانب الحروف العربية على لافتاتها فضلاً عن الحافلات التى تنقل بها السائحين، مثل: أختاتون تورز، سبورت فوياج، اسكراييه، إكو ترافل إجنسى، أوفر سيز، إجيبت بانوراما.

٥- اتجاه عدد كبير من المصريين إلى الهجرة المؤقتة أو الدائمة، ومحاولة الدولة ربطهم بالوطن، وتشجيعهم على استثمار أموالهم فيه، مما يؤدى بهم إلى اختيار أسماء لأنشطتهم تعكس صلتهم بالعالم الخارجى.

(١) تلحظ الباحثة هنا أن فندق (شيراتون) عدل اسمه فى دليل ١٩٩٣، فاختلف عما كان عليه فى دليل ١٩٨٣، بحيث أصبح ملانما للتركيب اللغوى العربى (المضاف والمضاف إليه): شيراتون الجيزة، وشيراتون القاهرة وشيراتون هليوبوليس.

٦- سياسة الانفتاح، وما ترتب عليها من:

أ - سفر أعداد كبيرة من المصريين إلى الخارج للتجارة أو السياحة، واحتكاكهم بالعالم الغربي، وإعجابهم بالبلاد الأجنبية والمزارات السياحية والأنشطة التجارية بها، مما أدى إلى إطلاق بعض هذه الأسماء على أنشطتهم بمصر.

ب - إنشاء البنوك الأجنبية المشتركة التي تحمل أسماء أجنبية إلى جانب العربية. واستثمار رأس المال الأجنبي - إلى جانب الوطني - مما شجع المستثمر المصري على إبراز الهوية الأجنبية لشركته؛ لكي يوحي بأن منتجاتها ذات مستوى متميز.

ج - حرية استيراد السلع الاستهلاكية والكماليات، إلى جانب ارتفاع دخول شريحة عريضة من المجتمع، مما ضاعف من قدرتها الشرائية، ودفع التاجر إلى محاولة إظهار تميز سلعته الأجنبية عن طريق لافتته، وبهذا وجدنا أسماء مثل: محل (باريس سنتر - آرت هوم - بيبي كير - جولدن تاتش - جيت لاين - رويال تريدينج - سمارت - كادو - باري - فيزون - لندن شوب - هابي شوب - هاي شوب - لاجولي)، ومعرض سيارات (ترست كار).

د - الدخول الطفيلية لدى شريحة غير متقنة من المجتمع، جعلتها تثرى ثراء كبيراً، وتحاول تعويض إحساسها بنقص مستواها الثقافي وضالة مكانتها الاجتماعية، بالإنفاق ببذخ على المظهر الخارجي؛ مما شجع التاجر على اجتذاب هذه الفئة بوضع الأسماء الأجنبية لمآجره، تلك التي يسعدهم التشديق بأسمائها لادعاء التصاقهم بالمجتمع الأجنبي.

الاستخلاصات

- ١- يشكل التغريب ظاهرة واضحة في الشارع المصري، وقد بلغت نسبة الأسماء المغربية في عينة الدراسة ٩,٦٦ % من المجموع الكلي للأسماء بالعينة.
 - ٢- تتفاوت درجة انتشار التغريب من نشاط إلى آخر، ومن حى سكنى إلى آخر.
 - ٣- تبدو أعلى نسب التغريب في الأنشطة السياحية والترفيهية، والمتصلة بالأجانب في تعاملاتهم المختلفة. وتبدو أقل نسبة في الأنشطة الخاصة بتجارة المواد الغذائية والاستهلاكية وأنشطة الخدمات، والأنشطة الحرفية.
 - ٤- تسود الظاهرة في المناطق التجارية، مثل منطقة: وسط القاهرة، يليها مصر الجديدة، ثم الزمالك. ويقل انتشارها في المناطق غير التجارية كالقلعة وحلوان.
 - ٥- تسود اللغة الإنجليزية في أغلب الأسماء في مختلف الأنشطة، على حين تسود اللغة الفرنسية - بوجه خاص - في مجالات الأنشطة المرتبطة بالأناقة والأزياء.
 - ٦- تتجسد ظاهرة التغريب في خمس صور، هي: استعمال الحروف أو الأرقام الأجنبية، ونقل الكلمة بحروف عربية، ونحت كلمة من كلمتين أجنبيتين أو أكثر، وتركيب أجنبي من كلمتين أو أكثر، وتركيب عربى مشوه.
 - ٧- يعد تشويه التركيب العربى أخطر أنواع التغريب على لغتنا العربية المعاصرة؛ لأنه يخل بالأبنية اللغوية العربية، ويفسد تركيب الجملة أو العبارة العربية.
- فالخطر المحدق بالعربية يتمثل في زعزعة نظامها النحوي والصرفي، وتشويهه، وإحلال غيره محله؛ لأن ذلك هو النمط المرتبط بالفكر ارتباطا مباشرا، وهو الذي يكون كالسمط الذي تنتظم فيه مراحل تاريخ الأدب والحضارة للأمم^(١).

(١) كلام العرب: ٨٩.

الخاتمة

أبرزت نتائج الدراسة نفشى ظاهرة التغريب بين الأسماء التجارية فى مدينة القاهرة بصورة لافتة للنظر فى الشارع المصرى. ويتجلى خطر الظاهرة فى نموها السرطانى، الذى يندرز باستفحال أمرها وتفاقمها، حتى يبدو لمن يستشرف السنظر إمكن أن يأتى يوم يزيد فيه عدد اللافتات المغربية على اللافتات العربية، فتزوى العربية، ويتضاءل شأنها على الألسنة فى الشارع التجارى، وتصبح غريبة فى وطنها.

يقول كريستال: وينبغى أن نميز بين حالات تحتفظ فيها اللغة بنفسها، على الرغم من تأثير اللغة المجاورة فيها، وحالات تستسلم فيها اللغة إلى هذا التأثير، ويخضع متحدثوها للثقافة السائدة، وحالات يمكن أن يودى احتكاك اللغة بغيرها إلى إلغائها تماماً. كما يظهر فى تاريخ اللغات الكلتية^(١).

ويقول أنيس: " وفى حالة الاقتراض الذى لا مبرر له نلحظ عادةً أن اللفظ المقترض يعيش جنباً إلى جنب مع اللفظ الأصل حيناً من الدهر، بعده قد يندثر ذلك اللفظ الأصل.. وقد يحدث فى كثير من الأحيان أن يبقى اللفظان مستعملين فى اللغة، مع نسبة متفاوتة فى شيوع كل منها أو وضوح دلالتهما"^(٢).

وتعدّ الباحثة ما ذكره العالمان تحذيراً لنا لكي نستقذ لغتنا المعاصرة من الخطر الذى يتهددها، وينذر بتهميشها وزعزعة بنيانها.

ولا شك أن وسائل الإعلام تتحمل النصيب الأكبر من المسئولية؛ إذ إنها تساعد على نشر الظاهرة بطريقتين، أولاًهما: الصمت وتجاهل الظاهرة، وعدم التوعية بخطورتها، والثانية: قبول الإعلانات التجارية، والدعاية المسموعة والمرئية للأنشطة المغربية.

(١) Crystal , David: The Cambridge Encyclopedia of Language, P. 360 .

(٢) من أسرار اللغة: ١٢٢.

والأجهزة الحكومية عليها دور مهم لوقف زحف هذه الظاهرة؛ فقرار رئيس الجمهورية بالقانون رقم ١١٥ لسنة ١٩٥٨ ينص على أن "تحرر باللغة العربية اللافتات التي تضعها الشركات والمحال التجارية أو الصناعية على واجهات محالها، على أن ذلك لا يمنع من كتابة هذه اللافتات بلغة أجنبية إلى جانب اللغة العربية، بشرط أن تكون العربية أكبر حجماً وأبرز مكاناً منها" ^(١).

و "يعاقب من يخالف أحكام هذه المادة بغرامة لا تقل عن عشرة جنيهات ولا تزيد على مائتي جنيه" ^(٢).

وعلى الرغم من أن هذا القرار - الصادر عام ١٩٥٨ - أصبح لا يفي بالغرض الآن، وخاصة بعد ظهور هذه المشكلة، كما أنه لا يتناسب مع الحاجة إلى إيجاد حلول جذرية لها، فإنه لا يظهر حتى الآن أثر لتطبيقه، بعد أن تحايل التجار فكتبوا اللافتات باللغة الأجنبية مستخدمين الحروف العربية، ولم يكتبوها باللغة العربية التي نص عليها القرار.

وهذا يعنى أن التغريب مازال يمثل مشكلة تستصرخ الضمير القومى لكل وطنى غيور على لغته ولسان أمته؛ لكى تتحرك الأجهزة المعنية بالدولة للتصدي بقوة وحسم لكل ما من شأنه أن ينال من سيادة اللغة العربية على أرضها وفى وطنها.

(١) قوانين العلامات التجارية وقمع التدليس والغش ومراقبة الأغذية وتنظيم تداولها: ص ١٤٦.

(٢) المرجع السابق: ص ١٤٧.

التوصيات

تكرر الباحثة توصياتها فيما يلي:

- ١- العمل على إصدار قانون يجرم استخدام الأسماء المغربة في الأنشطة التجارية بمصر، ويمنع الترخيص لها تحت هذه الأسماء.
- ٢- وضع قرار رئيس الجمهورية بالقانون رقم ١١٥ لسنة ١٩٥٨ موضع التنفيذ بكل حسم^(١).
- ٣- اقتراح العقوبات المناسبة والرادعة لمن يخالف هذين القانونين.
- ٤- دعوة أجهزة الإعلام إلى التصدى لهذه الظاهرة، عن طريقين:
أ- تبني حملات منظمة للتوعية بخطورة هذه الظاهرة، والحث على مواجهتها، حرصاً على لغتنا القومية، وهويتنا العربية.
ب- رفض إعلانات الدعاية للأنشطة التي لا تحمل أسماء عربية.

=====

قرار رئيس الجمهورية العربية المتحدة

بالقانون رقم ١١٥ لسنة ١٩٥٨

بوجوب استعمال اللغة العربية في المكاتبات واللافتات

في إقليمى الجمهورية^(٢)

باسم الأمة

رئيس الجمهورية

بعد الاطلاع على الدستور المؤقت:

وعلى القانون رقم ٦٢ لسنة ١٩٤٢ الصادر فى الإقليم المصرى بإيجاب استعمال اللغة العربية فى علاقات الأفراد والهيئات بالحكومة ومصالحها المعدل بالقانون رقم ١٣٢ لسنة ١٩٤٦.

(١) تتفق الباحثة فى رأى مع د. هدى عبد الناصر بشأن التوصيتين الثانية والثالثة: (لغتنا العربية فى أزمته).

(٢) الجريدة الرسمية فى ١٢ أغسطس سنة ١٩٥٨ - العدد ٢٢ مكرر - نقلا عن قوانين العلامات التجارية وقمع التدليس والغش - القاهرة - الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية - ١٩٩٨.

وعلى ما ارتأه مجلس الدولة:

قرر القانون الآتى:

مادة ١- يجب أن يحرر باللغة العربية ما يأتى:

(١) المكاتبات والعطاءات وغيرها من المحررات والوثائق التى تلحق بها
والتي تقدم إلى الحكومة والهيئات العامة. وإذا كانت هذه الوثائق محررة
بلغة أجنبية وجب أن ترفق بها ترجمتها باللغة العربية.

(٢) السجلات والدفاتر والمحاضر وغيرها من المحررات التى يكون
لمندوبى الحكومة والهيئات العامة حق التفتيش أو الإطلاع عليها
بمقتضى القوانين أو اللوائح أو عقود الامتياز أو الاحتكار أو
التراخيص.

(٣) العقود والإيصالات والمكاتبات المتبادلة بين المؤسسات أو الجمعيات أو
الهيئات أو بينها وبين الأفراد. ويجوز أن ترفق بها ترجمتها بلغة
أجنبية.

(٤) اللافتات التى تضعها الشركات والمحال التجارية أو الصناعية على
واجهات محالها، على أن ذلك لا يمنع من كتابة هذه اللافتات بلغة أجنبية
إلى جانب اللغة العربية بشرط أن تكون اللغة العربية أكبر حجماً وأبرز
مكاناً منها.

مادة ٢- يستثنى من حكم الفقرات الثلاث الأولى من المادة السابقة الهيئات
الدبلوماسية الأجنبية والهيئات الدولية وكذلك الأفراد الذين لا يقيمون فى
الجمهورية العربية المتحدة والهيئات والمنشآت التى لا يكون مركزها
الرئيسى فى الجمهورية العربية المتحدة ولا يكون لها فرع أو توكيل فيها.

مادة ٣- تكتب باللغة العربية العلامات التجارية المملوكة للمصريين التى تتخذ
شكلاً مميزاً لها، الأسماء والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام
وعنوان المحال والأختام والنقوش البارزة التى توضع على سلع أو منتجات
خاصة بمحل تجارى أو مشروع مملوك بأكمله للمصريين.

ولا يحول ذلك دون تسجيل علامة مكتوبة بلغة أجنبية إلى جانب اللغة
العربية بشرط أن تكون اللغة العربية أكبر حجماً وأبرز مكاناً منها.

مادة ٤- تكتب باللغة العربية البيانات التجارية المتعلقة بأية سلعة يتم انتاجها وتداولها بجمهورية مصر العربية وتكون خاصة بمحل تجارى أو مشروع مملوك بأكمله للمصريين، ويجوز أن تضاف كتابة تلك البيانات التجارية بلغة أجنبية إلى جانب اللغة العربية، ويصدر بتحديد هذه البيانات قرار من وزير التجارة.

على أنه بالنسبة للسلع التى يتم انتاجها فى جمهورية مصر العربية بموجب تراخيص ممنوحة من أشخاص طبيعية أو اعتبارية أجنبية فيكتفى بأن يكتب باللغة الأجنبية أنها صنعت فى مصر.

مادة ٥- كل من يخالف أحكام المادة الأولى والثالثة والرابعة من هذا القانون يعاقب بغرامة لا تقل عن عشرة جنيهاً ولا تزيد على مائتى جنيه. وتحدد المحكمة للمخالف مهلة لا تجاوز ثلاثة أشهر لتنفيذ ما أوجبه المادة الأولى فإذا انقضت المهلة ولم يتم بتنفيذ ذلك عوقب بالحبس مدة لا تزيد على ستة أشهر وبغرامة لا تقل عن خمسين جنيهاً ولا تزيد على خمسمائة جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين.

فإذا وقعت الجريمة من إحدى الشركات أو المحال التجارية أو الصناعية ترفع الدعوى العمومية على مدير الشركة أو صاحب المحل أو مديره أو الشخص المشرف على العمل.

مادة ٦- يلغى القانون رقم ٦٢ لسنة ١٩٤٣ المشار إليه وكل نص يخالف أحكام هذا القانون.

مادة ٦ مكرر^(١) - يصدر وزير التجارة القرارات اللازمة لتنفيذ هذا القانون.

مادة ٧- ينشر هذا القانون فى الجريدة الرسمية، ويعمل به فى إقليمى الجمهورية بعد أربعة أشهر من تاريخ نشره.

صدر برئاسة الجمهورية فى ٢٥ المحرم سنة ١٣٧٨ (١١ أغسطس سنة ١٩٥٨)

(١) المادة رقم (٦ مكرراً) مضافة بالقانون رقم ١٠٢ لسنة ١٩٧٦ (الجريدة الرسمية العدد ٣٧ (تابع) فى ١٩٧٦/٩/٩.

ثبت المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١- أنيس (إبراهيم):

- من أسرار اللغة - مكتبة الأنجلو المصرية - الطبعة الرابعة - القاهرة - ١٩٧٢.

٢- بشر (كمال):

- (التغريب في اللغة والثقافة): مجلة مجمع اللغة العربية - ج ٦٠ - مايو ١٩٨٧.

- خاطرات مؤلفات في اللغة والثقافة - دار غريب للطباعة - القاهرة - ١٩٩٥.

٣- البغدادى (عبد القادر بن عمر):

- خزائن الأدب ولب لباب لسان العرب - تحقيق عبد السلام هارون - مطبعة الخانجي - الطبعة الرابعة - القاهرة ١٩٩٧.

٤- الجوهري (إسماعيل بن حماد):

- تاج اللغة وصحاح العربية - تحقيق أحمد عبد الغفور عطار - دار الكتاب العربي بمصر - ١٩٥٦.

٥- الزبيدي (أبو الفيض السيد محمد مرتضى):

- تاج العروس من جواهر القاموس - المطبعة الخيرية بمصر - سنة ١٣٠٦هـ.

٦- سيبويه (أبو بشر عمرو بن عثمان قنبر):

- الكتاب - ج ٣ - تحقيق عبد السلام هارون - مكتبة الخانجي - الطبعة الثانية - القاهرة ١٩٨٢.

٧- السيوطي (جلال الدين عبد الرحمن):

-- الإتقان في علوم القرآن - مطبعة مصطفى البابي الحلبي - الطبعة الثالثة - القاهرة - ١٩٥١.

٨- الشارخ (محمد):

- (مستقبل اللغة العربية) - جريدة الأهرام، في ١١/٩/١٩٩٩.

- ٩- ظاظا (حسن):
 - كلام العرب من قضايا اللغة العربية - مطبعة المصرى بمصر - ١٩٧١.
- ١٠- عبد العزيز (محمد حسن):
 - التعريب فى القديم والحديث - دار الفكر العربى - القاهرة - ١٩٩٠.
- ١١- عبد الناصر (هدى جمال):
 - (لغتنا العربية فى أزمتها) - جريدة الأهرام، فى ١٢/٤/١٩٩٩.
- ١٢- على (عبد الجواد):
 - (اللغة العربية فى وادى الإهمال) - جريدة الأهرام فى ١٦/٨/١٩٩٩.
- ١٣- فايد (وفاء كامل):
 - ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصرى - دراسة مسحية على القاهرة الكبرى. حولىة كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية - جامعة قطر - العدد الثانى عشر - سنة ١٩٨٩.
- جهود مجامع اللغة العربية فى القضايا اللغوية فى العصر الحديث - رسالة دكتوراه - كلية الآداب - جامعة القاهرة - سنة ١٩٨٠.
- ١٤- فريد (ماهر شفيق):
 - (المحافظة على اللغة العربية مسئولية من؟)
 - جريدة الأهرام، فى ٢٢/٩/١٩٩٩.
- ١٥- قوانين العلامات التجارية، وقمع التدليس والغش، ومراقبة الأغذية وتنظيم تداولها، والقرارات الصادرة بشأنها وفقاً لآخر التعديلات - الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية - الطبعة الثامنة المعدلة - القاهرة - ١٩٩٨.
- ١٦- كريم (سامح):
 - (مجمع الخالدين.. هل يريد حلاً لهذه القضايا) - جريدة الأهرام، فى ٤/٤/٢٠٠٠.
- ١٧- مجمع اللغة العربية بالقاهرة:
 - (القرارات الجمعية فى الألفاظ والأساليب من ١٩٣٤ إلى ١٩٨٧م) - الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية - القاهرة - ١٩٨٩.
- مجلة مجمع اللغة العربية - ج ٩ - المطبعة الأميرية - القاهرة - ١٩٣٦.

١٨- المرزبانى (أبو عبيد الله محمد بن عمران):

- الموشح- تحقيق على محمد البجاوى- دار نهضة مصر- القاهرة -
١٩٦٥.

١٩- مطر (عبد العزيز):

- (رياح التغريب تهب على الشارع المصرى) - جريدة الأخبار، في
١٩٨٦/١٠/٣٠.

- فى النقد اللغوى - دار قطرى بن الفجاءة - الطبعة الأولى - الدوحة-
قطر ١٩٨٧.

٢٠- هويدى (فهمى):

- (انكسار أمة لا أزمة لغة) - جريدة الأهرام، فى ١٩٩٩/٨/٣.
- (ويل لأمة مغصوبة اللسان) - جريدة الأهرام، فى ١٩٩٩/٨/٢٤.
- (قبل أن تشيع بيننا العربية) - جريدة الأهرام، فى ١٩٩٩/٩/٧.
- (إنهم يشوهون وعى أمتنا) - جريدة الأهرام، فى ١٩٩٩/٩/١٤.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Bloomfield , (Leonard): *Language*, Holt, Rinehart and Winston,
U.S.A.1961.
- 2- Crystal, (David): *The Cambridge Encyclopedia of Language*,
Cambridg University Press. 1995.
- 3- Sa'id, (Majed F.): *Lexical Innovation through Borrowing in
Modern Standard Arabic*, Princeton Near East
Papers No. 6, Princeton University, 1967.