

بحوث فى

# العربية المعاصرة

الدكتورة وفاء كامل فايد

كلية الآداب - جامعة القاهرة

عالم الكتب



1

بحوث في  
العربية المعاصرة

د. وفاء كامل فايد  
كلية الآداب - جامعة القاهرة

عالم الكتب

7-638-6  
13703 0111

## الفهرس

إهداء

كلمة شكر

٣	فاتحة الكتاب
٦	موقع اللغة العربية من خريطة العالم
	ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصري
١٢	(دراسة مسحية على القاهرة الكبرى عام ١٩٨٣)
٢٠	جدول (١): حجم ظاهرة التغريب في الأسماء التجارية بالعينة
٢١	جدول (٢): توزيع الأنشطة التجارية التي خلت من التغريب
	جدول (٣): عدد الأسماء المغربية ونسبتها المئوية إلى مجموع أسماء
٢٣	النشاط
	جدول (٤): تصنيف الأنشطة وترتيبها تصاعديا حسب نسبة انتشار
٢٦	الظاهرة
٢٧	مدى ارتباط الأنشطة المختلفة باللغات الأجنبية في التغريب
٢٨	مدى ارتباط التغريب بالأنشطة والتخصصات المختلفة
٣٠	جدول (٥): عدد الأسماء المغربية ونسبتها المئوية بالأحياء السكنية
٣٤	مدى ارتباط ظاهرة التغريب بالتوزيع الجغرافي
٣٥	أنواع التغريب
	العوامل التي ساعدت على انتشار ظاهرة التغريب في الشارع
٤٠	المصري
٤٥	الاستخلاصات
٤٦	خاتمة
٤٧	التوصيات
٤٨	المراجع
٤٩	ملخص البحث بالعربية
٥٠	ملخص البحث بالانجليزية
	تطور ظاهرة تغريب الأسماء التجارية
٥١	(دراسة مقارنة للظاهرة بين عامي ١٩٧٢-١٩٨٣)
٥١	مقدمة البحث ومشكلته
٥٢	الدراسة النظرية
٥٩	جدول (١): حجم ظاهرة التغريب في الأسماء التجارية بالعينة
٦١	جدول (٢): توزيع الأنشطة التجارية التي خلت من التغريب
	جدول (٣): عدد الأسماء المغربية ونسبتها المئوية إلى مجموع أسماء
٦٣	النشاط بعينة ١٩٧٢
	جدول (٤): تصنيف أنشطة التغريب وترتيبها تصاعديا حسب نسبة
٦٦	انتشار الظاهرة

٦٧	مدى ارتباط التغريب بالأنشطة والتخصصات المختلفة
٦٨	جدول (٥): مقارنة أعداد الأسماء المغربية ونسبها المئوية في العينتين
	جدول (٦): تصنيف أنشطة تغريب ١٩٧٢ وترتيبها تصاعديا حسب
٧٢	نسبة انتشار الظاهرة
	جدول (٧): توزيع الأسماء المغربية في عينة ١٩٧٢ على الأحياء
٧٧	السكنية
٨٠	مدى ارتباط ظاهرة التغريب بالتوزيع الجغرافي
	جدول (٨): يقارن توزيع الأسماء المغربية على الأحياء السكنية في
٨١	العينتين
٨٨	رسم بياني: يقارن أعداد الأسماء المغربية بعينتي الدراسة
٩٢	الاستخلاصات
٩٣	خاتمة
٩٤	التوصيات
٩٥	المراجع
٩٧	ملخص البحث بالعربية
٩٨	ملخص البحث بالانجليزية
	ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصري
١٠٠	(متابعة رصد الظاهرة في عام ١٩٩٣)
١٠٠	فاتحة
١٠١	عرض لأهم الحقائق النظرية
١٠٨	جدول (١): حجم ظاهرة التغريب في الأسماء التجارية بالعينة
١٠٩	جدول (٢): توزيع الأنشطة التجارية التي خلت من التغريب
	جدول (٣): عدد الأسماء المغربية ونسبتها المئوية إلى مجموع أسماء
١١١	النشاط
١١٤	مدى ارتباط الأنشطة المختلفة باللغات الأجنبية في التغريب
	جدول (٤): تصنيف الأنشطة وترتيبها تصاعديا حسب نسبة انتشار
١١٦	الظاهرة
١١٧	مدى ارتباط التغريب بالأنشطة والتخصصات المختلفة
١١٩	جدول (٥): مدى انتشار الأسماء المغربية في الأحياء السكنية
١٢١	مدى ارتباط ظاهرة التغريب بالتوزيع الجغرافي
١٢٢	أنواع التغريب
	العوامل التي ساعدت على انتشار ظاهرة التغريب في الشارع
١٢٥	المصري
١٢٨	الاستخلاصات
١٢٩	خاتمة
١٣١	التوصيات

١٣١	قرار رئيس الجمهورية بالقانون رقم ١١٥ لسنة ١٩٥٨
١٣٤	ثبت المراجع العربية
١٣٦	المراجع الأجنبية
	بعض مظاهر تغير الصيغ الصرفية في العربية المعاصرة
	أولاً: الاختلاف في بنية الكلمة
١٣٩	الأفعال
١٤٢	المصادر
١٥٩	النسب
١٦٥	أبنية صرفية مختلفة
١٦٨	المعرب
١٧٠	ثانياً: التغير في الاستعمال
١٧٢	ثالثاً: التغير في دلالة الكلمة
١٧٦	خاتمة
١٨٠	المصادر
١٨٣	المراجع
	بعض صور التعبيرات الاصطلاحية
١٨٨	فاتحة
١٩٠	أهداف البحث
١٩٠	مادة البحث
١٩١	تحديد المفاهيم
١٩٢	أولاً: أشهر التعبيرات الاصطلاحية المعاصرة وتصنيفها
١٩٢	أ- التقسيمات النحوية
	ب- العلاقات الأسلوبية والمجازية بين عناصر التعبيرات
١٩٦	الاصطلاحية
١٩٨	ج- مصادر التعبيرات الاصطلاحية
٢٠٠	ثانياً: موقف المعاجم العربية الحديثة من التعبيرات الاصطلاحية
٢٠٢	ثالثاً: عناصر الجودة أو التغير في التعبيرات الاصطلاحية المعاصرة
٢٠٥	خاتمة
٢٠٦	ثبت المراجع العربية
٢٠٨	المراجع الأجنبية





## إهداء

إلى الرجلين اللذين تركا بصمتهما  
على ، وأسهما في تكويني العلمي ،  
وكانا لي تجسيدا للمثل الأعلى والقذوة  
الحسنة في كل سلوكهما :  
أبي الحقيقي .. تغمده الله برحمته  
وأسكنه فسيح جناته ..!  
وأبي الروحي .. متعه الله بالصحة، وجزاه  
عني، وعن عطاءه الجم لمن نهلوا من  
فيض علمه ، خير الجزاء!  
وإلى أُمِّي الحبيبة .. بارك الله لي فيها !



## كلمة شكر

من دواعي سعادة المرء أن يعترف بفضل من مدَّ له يد العون، ويلهج بشكره؛ وفاءً لحقه عليه، وتقديرًا لكرمه معه. وقد كان من حظ الباحثة أن غمرها بكرمه وفضله علماء أجلاء، رأوا فيها نبتة صالحة فتعهدوها بالرعاية، ولم يضمنوا عليها بعلم أو معاونة أو نصيح. بل لعل مناقشاتهم العلمية كانت ذات أثر كبير في ميلها إلى اختيار بعينه.

وقد دأب أستاذي الجليل أ. د. حسين نصار على توجيهي وتصحيح مسار بحوثي عند إعدادها، فله مني خالص الشكر وأصدق الدعوات بالصحة والقدرة الدائمة على العطاء.

وقد حرصت على استشارة أخي وزميلي الكريم أ. د. سعد مصلوح في بحوثي، فكان كعادته موجهًا ناصحًا معطاء أمينًا ... بارك الله له.

كما أشكر زميلي الفاضل أ. د. عبد الجواد طه ؛ فقد كان له فضل المشاركة في اختيار بحثين من بحوث التغريب، ثم متابعتهما بالتوجيه، ومناقشتهما بفكر واعٍ وعقل متفتح، ورأي سديد ناضج، فله شكري وتقديري.

أسجد لله شكرًا، وأحمده على أن هيا لي هذه الباقة الطيبة لمساعدتي، وأنقدم لهم جميعًا بجزيل شكري وخالص امتناني... جزاهم الله عني خير الجزاء.

٢٠٠٣/١/١

وفاء كامل فايد





## فاتحة الكتاب :

من شأن العاشق أن يتأمل معشوقه بين حين وآخر، ويرنو إليه بعين الرعاية، فيتعده إن طرأ عليه ضعف، ويبادر إلى إسعافه ونجدته إن ألمت به ملمة، ويجلو ما نزل به من عوارض. وهو يفعل ذلك ليبدو محبوبه دائما في صورة مشرقة شابة متجددة، مفعمة بالحياة، قادرة على العطاء. وقد كان هذا حال المؤلفة في عشقها للغتنا الشريفة: فقد تأملتها على مدى فترات طويلة، فلفت نظرها ما طرأ على هذه اللغة من تطور، وآلها ما اقتحمها من مظاهر وهن، من شأنها أن تفت في عضدها، وتتخر في عظامها، وتهد من كيائها. ورأت من واجبها أن تحلل مظاهر الضعف التي طرأت على اللغة وتدرسها؛ كي يمكن التصدي لها، وتنقية اللغة منها. فولت وجهها نحو تشخيص الداء ومعرفة أسبابه؛ حتى يسهل تحديد العلاج الشافي.

ففي الثمانينيات من القرن العشرين هالها أن تلحظ تداخل اللغات الأجنبية مع العربية في كتابة عناوين اللافتات التجارية بالحروف العربية، وهوما أطلق عليه ظاهرة (التغريب). فحاولت أن تبحث هذه الظاهرة بحثا دقيقا، مبيّنة الأنشطة والمجالات التي تجلت فيها، محددة الأحياء السكنية التي انتشرت بها الظاهرة، واللغات التي سادت في الأسماء المغربية. ثم راحت تعمل فكرها في أسباب انتشار الظاهرة، وكيفية القضاء عليها. وذلك في بحث نشرته حولية كلية الإنسانية والعلوم الاجتماعية بجامعة قطر، في عام ١٩٨٩، وعنوانه: " ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصري - دراسة مسحية على القاهرة الكبرى عام ١٩٨٣.

ولما كان من أسباب انتشار الظاهرة - في ظنها - ظاهرة الانفتاح الاقتصادي رأت أن ترجع إلى الوراء لتبحث الظاهرة قبل الانفتاح الاقتصادي، فترصد حجم الظاهرة قبل الانفتاح وبعده، وتحدد ما إذا كان للانفتاح الاقتصادي أثر على انتشار الظاهرة أم لا - وذلك في بحث نشر في مجلة الدراسات الشرقية،

بجامعة القاهرة، عام ١٩٨٨، عنوانه : " تطور ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصري: دراسة مقارنة للظاهرة بين عامي ١٩٧٢ و ١٩٨٣". والتزمت الباحثة فيه بالمعايير والضوابط التي اتبعتها في البحث السابق؛ كي توحد أداة القياس فيهما. وجاءت النتيجة مؤكدة لرؤيتها التي خرجت بها من بحثها الأول. ومن هنا أشارت إلى خطورة هذه الظاهرة ، وأثرها في إضعاف لغتنا، ونادت بأن تتكاتف الجهود للحفاظ على لغتنا وحمايتها.

ومرت السنوات، وتضخم حجم الظاهرة بصورة واضحة، وتعالى صيحات التحذير من منطلق حب اللغة والاعتزاز بها والحفاظ عليها. فرأت أن ترصد حركة تطور الظاهرة بعد مرور عشر سنوات على بحثها الأول. وذلك في بحث نشرته مجلة كلية الآداب ، بجامعة القاهرة، في يناير ٢٠٠١. والتزمت المعايير والضوابط التي اتبعتها في البحثين السابقين. وعلى الرغم مما حدث من اختلاف في كيفية تدوين المصدر الذي اعتمد عليه البحث فقد تبدت الظاهرة بوضوح أيضا في هذه المرة- وإن كان هذا الاختلاف مما أدى إلى نتائج غير دقيقة في حساب نسبة انتشار الظاهرة، لا تتناسب مع الانطباع الذي يلحظ في الشارع المصري.

ومن المؤسف أن صيحات التحذير والتنبيه إلى خطر هذه الظاهرة لم تجد آذانا صاغية حتى الآن على المستويين الرسمي والشعبي، وقد كان من الممكن- عن طريق التوعية، أو تفعيل القانون الذي يحكم هذه الظاهرة- أن يمتنع التجار، وكذلك المؤسسات التجارية عن استخدام الأسماء المغربة، فيتوقف نمو الظاهرة ؛ مما يتيح الفرصة لمكافحة ما ظهر منها بالفعل.

ولما كان تطور اللغة العربية يسير أيضا في الطريق الذي تسير فيه كل الكائنات الحية، كان لزاما ألا تقتصر البحوث على الجانب السلبي لتطور اللغة. ومن هنا رأت الباحثة أن تتلمس مظاهر التطور الطبيعي والحيوي الذي حدث في اللغة العربية المعاصرة التي تشيع بيننا الآن، في صحافتنا وفي إنتاجنا الأدبي

المعاصر. فسجلت هذه المظاهر على محورين: أولهما يتعامل مع الكلمة المفردة، والآخر يتناول التركيب العباري.

وبدأت برصد مظاهر التغير في الاستعمال المعاصر للصيغ الصرفية العربية، وتلمس موقف مجمع اللغة العربية بالقاهرة من الكلمات والصيغ المستحدثة. ثم حاولت تعرّف المشكلات المعجمية للاستعمال المعاصر لهذه الصيغ، كما اجتهدت في البحث عن آفاق جديدة للمعجم العربي حتى يلاحق الاستعمالات الجارية.

وفي هذا البحث رصدت التغير في بنية الكلمة في كل من الأفعال والمصادر والكلمات المنسوبة، واسمي المكان والآلة، والكلمات المعربة. ثم انتقلت إلى التغير في استعمال الكلمة، وقد عالجت فيه الأفعال التي تغيرت في الاستعمال المعاصر، سواء أكان التغير من التعدي إلى اللزوم، أو بتغير في حرف الجر الذي تتعدى به. وأخيرا رصدت الكلمات التي حدث لها تغير في معناها عند المعاصرين.

وفي البحث الأخير رصدت أبرز التعابير الاصطلاحية في العربية المعاصرة، مع تصنيفها تبعا لتركيبها النحوي، ثم وفقا للعلاقات الدلالية والأسلوبية بين مكوناتها، ثم تبعا للمصادر التي نقلت منها هذه التعابير. كما تبين موقف كل من مجمع اللغة العربية بالقاهرة - من خلال المعجم الوسيط - والمعاجم الحديثة من هذه التعابير. وأخيرا ألفت الضوء على عناصر الجودة أو التغير في التعابير الاصطلاحية المعاصرة.

والباحثة ترجو أن تكون قد أسهمت سُهمة متواضعة في خدمة لغتنا الجميلة، بتحليل مظاهر التجدد في بنيتها؛ وتحديد نقاط ضعفها، واقتراح وسائل التغلب عليها.

والله نسأل أن يوفقنا ويوفق ولاة أمورنا لما فيه خير هذه اللغة التي هي من أبرز مقومات أمتنا العربية.

المؤلفة

## موقع اللغة العربية من خريطة العالم

الإنسان في جوهره هو ذلك المخلوق المتميز؛ المتفوق على غيره من المخلوقات؛ فهو يفكر وينطق ويكتب بمجموعة من الرموز والإشارات تكون (لغة) هي أرقى ما توصل إليه عقل الإنسان من اختراع وابتداع، تسميه بالإنسانية وتؤدي حاجاته. واللغة هي الوسيلة الرئيسة التي يتواصل بها البشر، كما أنها الوسيلة الرئيسة التي يفشل البشر في التواصل عن طريقها، وقد قال جولد سميث في إحدى رواياته: "لسنا نستعمل الكلام للإفصاح عن حاجتنا بقدر ما نستعمله لمداراتها".

ويختلف تقدير اللغات المنطوقة بين ثلاثة آلاف لغة وعشرة آلاف، وهذا الاختلاف في الأرقام ناتج عن التفاوت فيما يمكن أن يندرج تحت اللغة أو اللهجة، إلى جانب الاختلاف حول حياة اللغات أو موتها، فضلا عن الاكتشافات اللغوية الحديثة. أما العدد الذي تذكره معظم المراجع فيتراوح بين أربعة آلاف لغة وخمسة آلاف.

تحتل اللغة العربية المركز الخامس بين اللغات العشرين التي تمثل القمة بالنسبة لعدد المتحدثين بها بوصفها اللغة الأم (اللغة الأولى)<sup>(1)</sup>. ويسبقها كل من اللغات:

١. الصينية: وتحتل المركز الأول، ويتحدث بها حوالي مليار من البشر.
٢. الإنجليزية : ويتحدث بها حوالي ثلاثمائة وخمسين مليوناً.
٣. الأسبانية: ويتحدث بها حوالي مائتين وخمسين مليوناً.
٤. الهندية (لغة شمالي الهند الأدبية والرسمية): ويتحدث بها حوالي مائتي مليون.
٥. ثم تأتي في المركز الخامس العربية: ويتحدث بها حوالي مائة وخمسين مليوناً.

---

(1) Crystal, D. The Cambridge Encyclopedia of Language P. 287.



ويتساوى معها في عدد المتحدثين كل من اللغتين البنغالية والروسية، ثم تأتي البرتغالية (١٣٥)، واليابانية (١٢٠)، والألمانية (١٠٠)، والفرنسية (٧٠).

ويتأخر ترتيب اللغة العربية إلى المركز السابع، عند تقدير عدد المتحدثين بها بوصفها لغة رسمية<sup>(٢)</sup>. وتسبقها اللغات التالية:

١. الإنجليزية : ويستخدمها مليار وأربعمائة مليون من البشر.
  ٢. الصينية : ويستخدمها مليار من البشر.
  ٣. الهندية : ويستخدمها سبعمائة مليون متحدث.
  ٤. الأسبانية: ويستخدمها حوالي ثمانين ومائتي مليون متحدث.
  ٥. الروسية: ويستخدمها حوالي سبعين ومائتي مليون متحدث.
  ٦. الفرنسية: ويستخدمها ما يقرب من عشرين ومائتي مليون متحدث.
  ٧. ثم تأتي العربية : ويستخدمها مائة وسبعون مليوناً.
- ويليها البرتغالية والمالوية: (١٦٠)، ثم البنغالية (١٥٠)، واليابانية (١٢٠)، والألمانية (١٠٠)، والأردية (٨٥)، والإيطالية (٦٠).

واللغة العربية هي الأكبر بين اللغات الأفروآسيوية، وهي المجموعة التي تعرف أيضاً باسم (اللغات الحامية السامية)، وهي أكبر أسرة لغوية في شمال أفريقيا والشرق منها، فضلاً عن جنوب غرب آسيا. وتشمل هذه الأسرة مائتي لغة، يتحدث بها ما يزيد عن مائتين وثلاثين مليوناً. وتضم ستة أقسام كبيرة، يظن أنها اشتقت من لغة أم واحدة، وجدت في حدود الألف السابعة قبل الميلاد.

ولا يقتصر انتشار العربية - بوصفها واسطة اتصال عالمي ووعاء فكر إنساني أصيل - على مناطق الوطن العربي فحسب، بل يرتبط كذلك ارتباطاً وثيقاً بمناطق انتشار الإسلام في العالم. ويتحدث العربية عشرون دولة عربية وغير عربية، منها على سبيل المثال موريتانيا التي تستخدم العربية لغة أولى

---

(2) Crystal, D. The Cambridge Encyclopedia of Language P. 287.

لها، أما جيبوتي وإسرائيل والصومال فتستخدم فيها العربية لغة ثانية. واللغة المالطية - التي يتحدث بها سكان جزيرة مالطة، الذين يربو عددهم على ثلاثمائة ألف - هي تطور عن اللغة العربية.

وقد أقرت هيئة الأمم المتحدة اللغة العربية لغة عمل ولغة رسمية للجمعية العامة في عام ١٩٧٣ بموجب قرار الجمعية العامة رقم ٣١٩٠ (د-٢٨) المؤرخ في ١٨ ديسمبر عام ١٩٧٣، ثم تساوت مع باقي لغاتها في سنة ١٩٧٩، بموجب قرار الجمعية العامة رقم ٣٤ / ٢٢٦ المؤرخ في ٢٠ ديسمبر ١٩٧٩.

وبمقتضى قرار الجمعية العامة رقم ٣٥ / ٢١٩ المؤرخ في ١٩ ديسمبر ١٩٨٠ أصبحت من بين لغات العمل واللغات الرسمية للهيئات الفرعية للجمعية العامة. ثم اعتمدها مجلس الأمن والمجلس الاقتصادي والاجتماعي لغة عمل ولغة رسمية. وأدخلت اللغة العربية في منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو) في عام ١٩٨٢. كما اتخذت مكانتها بوصفها لغة قومية في منظمة الوحدة الإفريقية.

وفي عام ١٩٨٥ - وبهدف إحصاء ما أسمته جريدة (واشنطن بوست) الأمية اللغوية في الدولة - نشرت شعبة (إدارة) الثقافة بالولايات المتحدة قائمة تضم مائة وتسعا وستين لغة، من ضمنها اللغة العربية، عدتها الحكومة الأمريكية ذات أهمية خاصة، بمعنى أن معرفتها تدعم البحث العلمي الجاد، أو تعزز الاهتمامات الأمنية ذات الطبيعة القومية أو الاقتصادية<sup>(٣)</sup>.

واللغة هي مناط الهوية، وقوام الذاتية؛ ومن هنا فإن الوهن أول ما يعترى أمة يصيبها في لغتها، كما أن أول قوة تتحقق لها تدركها فيها. ويتضمن انتشار لغة ما سر بقاء أصحابها، وها نحن إزاء عالم يتصارع على البقاء، وقد تعددت فيه الأساليب للوصول إلى الأهداف المنشودة بأقل الخسائر الممكنة. لذا اتجهت

(٣) Ibid, P. 342.

الدول الكبرى- في فرض إرادتها على الدول الصغرى- إلى الغزو الفكري والثقافي؛ فدأبت على نشر حضارتها وتقنياتها، بوساطة لغاتها، في مدارس الدول الصغرى وجامعاتها ومؤسساتها، وعبر مئات المراكز الثقافية التي تؤسسها لهذه الغاية، فضلا عن وسائل إعلامها المسموع والمرئي، بما يتميز به من دقة وإبهار.

من أمثلة ذلك أننا نرى بعض الجهات المسؤولة عن اللغة الأسبانية، مثل معهد ثربانتيس، ينشر إعلانات في الصحف اليومية تبين أهمية هذه اللغة، وعدد الدول التي تستخدمها، والفوائد التي يجنيها دارسها. كما ينظم الدورات التعليمية لدارسيها.

ونجد أيضا دولة مثل اليابان قد أنشأت- على نفقتها الخاصة - قسما لتدريس اللغة اليابانية، ألحق بكلية الآداب، جامعة القاهرة. زودته بالمعامل اللغوية والوسائل التعليمية، مما أتاح الفرصة أمام الطلبة المصريين لتعلم اللغة اليابانية. ولم تكتف بهذا، بل فتحت المجال أمام الباحثين لاستكمال دراساتهم العليا، عن طريق إيفادهم في بعثات أو منح دراسية لدراسة اللغة اليابانية في جامعات اليابان ليكونوا سفراء دائمين لها.

وقد كان للعرب في العقود الأخيرة من القرن العشرين أهمية اقتصادية وسياسية كبيرة؛ لذا كانت اللغة العربية ذات أهمية خاصة للمتحدثين بها من غير أبنائها. فلحظنا بعض دول آسيا - مثل كوريا وتايوان - ترصد جوائز للمتفوقين من أبنائها في دراسة هذه اللغة، تشجيعا لهم على اجتياز امتحان خاص فيها، يضع أسئلته - بمستوياتها المختلفة - أساتذة من الخبراء المصريين، ثم تشجعهم على استكمال دراستهم للغة العربية في مصر من خلال منح دراسية تخصصها لهم.

كما وجدنا دولة مثل الهند تشجع دراسة اللغة العربية في جامعاتها ومعاهدها، عن طريق الحوافز والمنح التي توفرها لدارسي هذه اللغة؛ لما لها من أهمية سياسية

وتجارية، ولفتح أسواق العمل في الدول العربية لأبنائها. كما تصدر معاهدها وهيئاتها الحكومية عددا من المجلات والصحف المطبوعة باللغة العربية؛ لترويج اللغة العربية، وتشجيع الكتاب على الكتابة بها.

كما تبذل مصر جهودها في نشر اللغة العربية: فتوفد الأساتذة المتخصصين إلى دول جنوب شرق آسيا؛ للتخطيط والإشراف على تعليم العربية، وإنشاء المراكز التعليمية المتخصصة هناك. وقد خصصت بعض المنح الدراسية لأبناء كوريا لدراسة اللغة العربية، في إطار دعم التعاون الثنائي بين البلدين في المجالات الثقافية. كما وافقت على منح مكتبة خاصة بمجموعات كتب لتعليم اللغة العربية ودراستها لإحدى جامعات كوريا الجنوبية، مع تخصيص مسابقة لمنح جائزة لأفضل الطلاب الكوريين من دارسي اللغة العربية لاستكمال دراستهم في مصر.

وتسهم مصر في هذا الجانب أيضا بإيفاد عدد من شباب الباحثين، على نفقتها، للإشراف على تعليم اللغة العربية بالجمهوريات الروسية.

ولما كانت تقوية اللغة العربية وتتميتها لمواكبة متطلبات العصر ضرورة قومية ودولية، فإنه يتعين على مصر والدول العربية الاضطلاع بمسؤولية كبيرة تتمثل في الحفاظ على اللغة العربية ونشرها في الآفاق، وتشجيع الدارسين على تعلمها، ومد مظلتها لتشمل عددا أكبر من الدول؛ فضلا عن الإشراف الجاد المتكامل على القائمين بالتخطيط أو الموفدين للمتابعة أو التدريس، بحيث يشمل توفير كل الظروف المعيشية وتيسيرها، وتهيئة المناخ الملائم للموفد لكي يعطى عمله كل اهتمام، ويكرس طاقته لإنجاح مهمته.

كما يقع على مصر ودول الجامعة العربية عبء تيسير تعلم غير العرب للغة العربية، وتطوير طرائق تعليمها لكي تتماشى مع مقتضيات العصر. فعلى أن نبدأ بداية جادة بالترغيب في لغتنا، وإيصالها إلى مختلف أنحاء العالم عبر مختلف الأساليب والأهداف، من خلال محاور ثلاثة، تتمثل في:



- المحور العقائدي: وذلك بوصل العالم الإسلامي باللغة العربية؛ لتمكينه من أداء رسالته الروحية الإسلامية على أفضل وجه.

- المحور الحضاري: وذلك بإرساء دعائم اللغة العربية عالمياً، وتحديثها؛ حتى تتمكن من استيعاب المفاهيم العلمية والحضارية الحديثة.

- محور الالتزام القومي: ويتم ذلك بنشر اللغة العربية في دول المهجر، ووصل المهاجرين بقوميتهم وثقافتهم، قبل أن تمحوها الثقافات الأجنبية أو تصهرهم فيها.

وليس ثمة شك في أن القنوات الفضائية المصرية والعربية قامت بدور واضح في هذا الجانب، ولكن برامجها يغلب عليها الجانب الترفيهي، كما يشيع استعمال اللهجات فيها. وهو أمر يجب أن نتجنبه كي لا نرسخ عوامل التفكك والانفصال بين شعوب العالم العربي، والأنسب استخدام اللغة الفصيحة البسيطة.

ويلزم على دول الجامعة العربية فتح المدارس للجاليات العربية في البلدان الأوربية والأفريقية، وتأسيس المراكز الثقافية وأقسام الدراسات الإسلامية والعربية في الجامعات العالمية؛ لتحمل مسئولية نشر اللغة العربية وبعثها بعثاً طموحاً في الآفاق، يصلها بالماضي التليد، ويمنحها المستقبل المشرق.

## ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصرى

دراسة مسحية على القاهرة الكبرى عام ١٩٨٣

### مقدمة البحث ومشكلته :

فى الشارع التجارى المصرى ظاهرة بدأت على استحياء منذ فترة، ثم شاعت واستفحل أمرها فى السنوات الأخيرة، أعنى بها ظاهرة التغريب. ويقصد به الاتجاه إلى الأجنبى من الكلمات و التراكيب الغربية عن لغتنا العربية، واستخدامه بديلا عن نظيره العربى، أى نقل الأجنبى من لغته - كما ينطق - وكتابته بحروف عربية، على واجهات المتاجر ولافتاتها.

وهذه الظاهرة تمسح وجه الشارع المصرى، وتضفى عليه مسحة أجنبية ليست من معالمه الأساسية، تشوه لغتنا الأم، مما يسيء إلى الشخصية المصرية الأصيلة، ويجعل الأسماء التجارية خليطا غريبا غير متجانس من اللغات الأجنبية المتباينة، والتراكيب المختلفة غير العربية، على الرغم من كتابتها بالحروف العربية، فهذا لا يضىء عليها الطابع العربى أو الهوية العربية، شأنها فى ذلك شأن الفارسية والأردية: فهما لغتان غير عربيتين، وتكتبان بحروف عربية.

ولم تحظ الظاهرة باهتمام كاف من اللغويين العرب، على الرغم من خطورتها على اللغة العربية فقد أشار إليها ثلاثة من علمائنا اللغويين: أحدهم أ. د. عبد العزيز مطر، فقد كتب منبهاً إلى خطرهما فى مقال بجريدة الأخبار المصرية الصادرة فى ٣٠/١٠/١٩٨٦، تحت عنوان "رياح التغريب تهب على الشارع المصرى" كما صدر له كتاب فى "النقد اللغوى" وبه فصل عن التغريب، ضمنه معظم ما جاء فى مقاله السابق.

والثانى هو أ. د. حسين نصار، وقد كتب منادياً بالحفاظ على لغتنا العربية، وحمايتها من مخاطر هذه الظاهرة، فى مقال له بجريدة الأهرام المصرية الصادرة فى ١٤/١١/١٩٨٦م، تحت عنوان "العربية لغتنا".

والثالث هو أ. د. كمال بشر، وقد تناول جانباً من الظاهرة في محاضرة ألقاها بمجمع اللغة العربية بالقاهرة، في ٢/٣/١٩٨٧م، بعنوان " التغريب في اللغة والثقافة "، ونشرت بمجلة المجمع<sup>(١)</sup>.

وانتشار الظاهرة في حقل الأسماء التجارية، إلى جانب خطورتها على اللغة العربية وندرة معالجتها، كل ذلك دعا الباحثة إلى محاولة إلقاء الضوء عليها من خلال هذه الدراسة.

### عرض لأهم الحقائق النظرية :

التغريب شكل من أشكال الاقتراض اللغوي، والاقتراض ظاهرة معروفة في اللغات على مدى العصور، فمعظم اللغات يتفاعل بعضها وبعض وتتبادل الاقتراض فتكتسب اللغة بذلك ألفاظاً جديدة تحتاج إليها، فتستقر فيها، وتصبح جزءاً منها<sup>(٢)</sup>. ولا يعنى ذلك ضعف مكانة اللغة الآخذة، فالأقتراض يثرى اللغة المقترضة بما تحتاج إليه من الألفاظ والأساليب، وهو بذلك من وسائل تنمية الثروة اللغوية.

والألفاظ المستعارة نوعان: أحدهما تدعو إليها الضرورة، حين تفتقد اللغة اسماً لشيء معين، فتأخذه من لغة أخرى باسمه المتعارف عليه. والنوع الآخر ليس له ما يسوغه سوى رغبة الأفراد في الظهور، ويحدث نتيجة إعجاب أمة بأخرى، والميل إلى تقليدها<sup>(٣)</sup>. وهذا ما يحدث الآن في التغريب.

وقد اقترضت اللغة العربية - شأنها شأن اللغات الأخرى - ألفاظاً أجنبية كثيرة. وكان العرب يلجأون إلى الاستعارة الضرورية: فيقترضون الألفاظ التي تعبر عن أشياء غير مألوفة في شبه الجزيرة العربية، وكلمات تتطلبها مظاهر الحضارة والمدنية لدى الأمم العريقة التي كانت تتاخم الحدود العربية<sup>(٤)</sup>.

(١) مجلة مجمع اللغة العربية - ج ٦٠ - مايو ١٩٨٧ : ص ١٨٦ - ٢٠٦.

(٢) Said Majed: Lexical Innovation: p. 30-33

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

(٤) المرجع السابق: ص ١٢٤.

وكانت الكلمة الأعجمية التي يشيع استعمالها لدى العرب تأخذ القالب العربي: فتَهْدَبُ أطرافها، وتَبْدَلُ بعض حروفها، ويُغَيَّرُ موضع النبر منها، حتى تصبح على صورة شبيهه بالكلمات العربية<sup>(١)</sup>. وقد سمي علماء العربية ذلك تعريباً. فالتعريب هو اقتراض اللفظ الأجنبي، ثم إخضاعه لنمط الكلمات العربية ونسجها.

والتعريب قديم في اللغة: فقد وقع المعرب في لغة العصر الجاهلي، كما ورد بالقرآن الكريم كلمات أعجمية الأصل. وقد أشار سيبويه في (الكتاب) إلى بعض الكلمات الأعجمية، وإلى حدوثها في اللغة العربية قبل الإسلام<sup>(٢)</sup>.

وحين انتشر الإسلام بالفتوحات كثر احتكاك العرب بغيرهم من أبناء الأمصار، وأدخل هذا الاختلاط كثيراً من الكلمات الأعجمية في اللغة العربية، وخاصة في مجال المحسوسات، مثل: الأطعمة والملابس والآنية والرياحين.

وفي عصر الدولة العباسية ازدهرت الثقافة واتسع شأنها، وكثر تشجيع الخلفاء للعلماء والمترجمين على التأليف والترجمة، فدخلت إلى اللغة العربية كلمات ومصطلحات جديدة على أيدي النقلة والمترجمين، وشاعت في اللغة. وبذلك ازدادت حركة التعريب في ذلك العصر. وقد نبه علماء اللغة إلى الكلمات ذات الأصل الأعجمي، وأشاروا إلى أنها دخيلة على اللغة.

وفي العصر الحديث رأى بعض العلماء أن التعريب مقصور على ما ورد في عصور الاستشهاد اللغوي، وما ورد بعد عصر الاحتجاج من الكلمات ذات الأصل الأعجمي يسمى مولداً. وذكر أن المعرب الصحيح لا يزيد عدده في اللغة على ألف كلمة، وقلته بالنسبة إلى عدد الألفاظ العربية دليل على اقتصره على السماع<sup>(٣)</sup>.

(١) أنيس، إبراهيم: من أسرار اللغة ص ١٢٥.

(٢) سيبويه، أبو بشر عمرو: الكتاب ج ٣ ص ٢٣٤-٢٣٥، ص ٢٥١-٢٥٤.

(٣) مجمع اللغة العربية: محاضر الجلسات، دور الانعقاد الأول: ص ٣٠٢.

كما ذكر أنه لا يجوز لنا- نحن المولدين- أن نعرّب كما عرب القدماء. وقد يرجع السبب في هذا الموقف إلى خشيتهم طغيان الكلمات الأعجمية على الفصحى.

وقد بحث مجمع اللغة العربية بالقاهرة التعريب والمعرّب منذ دور انعقاده الأول، وأصدر قراراً ينص على ما يأتي:

"يجيز المجمع أن يستعمل بعض الألفاظ الأعجمية- عند الضرورة- على طريقة العرب في تعريبهم"<sup>(١)</sup>.

وأقر المجمع الحاجة الماسة إلى التعريب- بالإضافة إلى غيره من وسائل تنمية الثروة اللغوية- عند نقل المصطلحات والألفاظ العلمية إلى اللغة العربية، أى عند الضرورة العلمية. وقد قيده بالضرورة؛ خشية أن تغمر لغتنا العربية بطوفان من الألفاظ الأجنبية التى قد تفقدها طابعها وخصائصها التى يعتز بها أبناء العرب، حرصاً على تراثهم الأدبى، وكتابهم المقدس الذى أنزل بلسان عربى مبين.

والتعريب - الذى حدث فى اللغة العربية منذ القدم - يختلف عن التعريب الذى يحدث الآن: كلاهما اقتراض من اللغات الأجنبية، ولكن التعريب يأخذ ما تفتقر إليه اللغة من الكلمات الأجنبية، ويطوع الكلمة الأجنبية للصيغ العربية، أو يقربها من الذوق اللغوى العربى، فيضيف إلى المحصول اللغوى العربى ما ينقص اللغة من ألفاظ. والتعريب يحدث الآن بنقل الكلمة- أو التعبير- من اللغة الأجنبية، دون أن تعدم اللغة العربية الكلمات التى تعبر عن المعنى نفسه. فهو يضع الأجنبى من الكلمات جنباً إلى جنب مع نظيره العربى. ويظل اللفظ- أو التعبير- المستعار على حاله فى اللغة الأجنبية تماماً، مع كتابته بالحروف العربية، فيحمل النطق والنبر الأجنبى- ولذلك سمي تغريباً، أى اتجاهاً إلى الغرب.

---

(١) صدر هذا القرار فى الجلسة ٣١ من الدورة الأولى، المرجع السابق ص ٤٢٢، جهود مجامع اللغة العربية: ص ٣٦١.

## أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى:

١- التعرف على حجم ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصرى.

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

٣- تحليل أنواع التغريب وتصنيفه.

## عينة الدراسة :

استخدمت الأسماء التجارية الواردة بدليل الهاتف الخاص بمدينة القاهرة لعام ١٩٨٣، بوصفها عينة عشوائية للدراسة، بعد استبعاد ما يخرج عن أهدافها. وقد شملت العينة ٢٠٠٤٣ اسما لعدد ١٠٤ (أربعة ومائة) نشاط، تمثل مجموع ما يدخل فى نطاق الدراسة.

وتنقسم هذه العينة الرئيسية إلى عینتین فرعیتین كالتالى:

(أ) عينة الأنشطة التى تتضمن أسماء مغربة، وعددها ١٧٦٥٢ اسما.

(ب) عينة الأنشطة التى لا تتضمن أسماء مغربة، وعددها ٢٣٩١ اسما.

## كيفية معالجة الدراسة :

فى محاولة للكشف عن مدى انتشار هذه الظاهرة بدأت الباحثة بالجمع الميدانى المباشر. فلما لاحظ شيوعها بدرجة واضحة رأت أن تستند إلى الدراسة الإحصائية، لتكشف بدقة عن نسب شيوع الأسماء المغربة مقارنة بالعدد الكلى لأسماء التجارية.

وطرقت باب إدارة السجل التجارى، لتحصل على كل الأسماء الموجودة فى سجلاتها، فتعذر ذلك؛ نظرا لسرية البيانات.

وحصلت الباحثة على خطاب إدارى من كلية الآداب بجامعة القاهرة، تدعيما لموقفها، يحدد طبيعة مهمتها، وكذلك البيانات التى تحتاج إليها. وذهبت به إلى



إدارة الحاسب الآلى الخاص بوزارة المالية، وقابلت المسؤولين هناك، واعتذر لها برفق، لأنه من المستحيل السماح بالحصول على أية معلومات من الحاسب الآلى؛ نظرا للسرية أيضا.

ثم فكرت الباحثة فى الاعتماد على مطبوعات الغرفة التجارية المصرية ودورياتها فى رصد هذه الظاهرة. واتضح لها أن هذه المطبوعات غير منتظمة، كما أن معلوماتها لا تحقق الهدف من البحث.

وأخيرا لجأت إلى دليل الهاتف، ورأت أن تعتمد عليه فى الدراسة، بوصفه عينة عشوائية تعطى مؤشراً صادقاً - إلى حد كبير - للظاهرة. وإن كان هناك بعض الاحتراز فى استخدامه مثل :

١. الدليل لا يسجل إلا أسماء الشركات والمتاجر التى يوجد لديها هاتف ونحن نعلم أنه ليس من الميسور الآن - لسبب أو لآخر - الحصول على الهاتف وإن كان ذلك يقابله إمكانية الحصول على (الهاتف الفورى) مع دفع رسوم أكثر، مما لا يصعب على أصحاب الشركات والمتاجر الكبرى.

٢. آخر دليل مطبوع للهاتف بين أيدينا - الآن - هو الخاص بعام ١٩٨٣. وقد طبع فى منتصف عام ١٩٨٢. ومعنى هذا أن الدراسة توقفت، فى رصد الظاهرة، عند عام ١٩٨٢؛ مما يشير إلى عدم مطابقة نتائج هذه الدراسة مع نسب شيوع الظاهرة فى الشارع المصرى الآن. وعلى هذا فالباحثة تسلم - بداية - بأن لافتات الشارع المصرى تعطى انطباعاً تغريبياً أكثر من المرصود فى هذه الدراسة، وذلك وفقاً لما أسفرت عنه الملاحظة الميدانية المباشرة.

وبعد الحصول على دليل الهاتف قامت الباحثة بحصر الأنشطة التى تدخل فى دائرة اهتمام الدراسة. وواجهتها نوعيات مختلفة من الأسماء تقع أحياناً ضمن هذه الأنشطة، ولا تقع أحياناً أخرى فى إطارها. فرأت - حرصاً على الموضوعية، وعلى ضوء أهداف الدراسة - أن تأخذ بعين الاعتبار ضوابط معينة

توحد لها أداة القياس في البحث، وتخلصها مما يمكن أن يشوبه الشك من الأسماء المغربية.

### ضوابط البحث :

#### ١ - استبعاد الأسماء التالية من العينة الكلية للدراسة :

- (أ) أسماء شركات القطاع العام ومتاجره.
- (ب) أسماء المراكز الثقافية والعلمية والرياضية والتجارية، وكذلك مراكز رعاية الشباب، والغرف التجارية، والمراكز الثقافية والتجارية الدولية. ومن أمثلة ذلك : مركز الحسابات العلمية - المركز الديموجرافي - المركز الدولي للتربية الإسلامية - المركز التجاري السوفييتي .. الخ.
- (ج) أسماء المكاتب الاستشارية، والعلمية، والهندسية، والاجتماعية، ومكاتب التمثيل التجاري للدول المختلفة، ومكاتب التخليص الجمركي.
- (د) مراكز الخدمة والإصلاح والورش، وكذلك المصانع بأنواعها، لعدم ارتباطها بالشارع التجاري.
- (هـ) الأنشطة التي لا يزيد العدد الكلي للأسماء بها عن خمسة أسماء.

#### ٢ - استبعاد الفئات التالية من الحصر الخاص بالأسماء المغربية :

- (أ) أسماء الشركات الدولية، مثل: باير - رولز رويس - هوكيتيف - لوبيتي - لوكهيد - هيلتون - شيراتون - وستجهاوس - وإن لم تستبعد التراكيب التي دخلت فيها هذه الأسماء، مثل: النيل هيلتون - الجزيرة شيراتون.
- (ب) أسماء الأعلام الأجنبية، مثل: شامبليون - فيكتوريا - طومسون - فينوس - نابليون.
- (ج) العلامات التجارية المسجلة، مثل: ريجوا - ستيا - راكتا - كيما - كيمي.
- (د) الأسماء الأجنبية التي اكتسبت الطابع العربي، وشاعت في العامة المصرية، مثل: أتوبيس - بوتاجاز - إكسبريس - بلاستيك.

(هـ) الأسماء العربية التي وردت - بالدليل - تحت عنوان أجنبي للنشاط،

مثل: إلكترو - بازار - بوتيك - بوفيه - ديكور - سوبر ماركت.

١ - احتساب الأسماء التالية ضمن الأسماء المغربية :

(أ) الأسماء الأجنبية التي صارت أعلاماً لمناطق، مثل: جاردن سيتي -

تريومف - هليوبوليس - روكسى.

(ب) أسماء الأماكن والمدن الأجنبية، مثل: بيكاديللى - هونولولو - فيينا -

هوليود.

٤ - احتساب الأسماء التي تتعدد فروعها - فى المناطق المختلفة - مرة واحدة

مثل: صيدلية الجمهورية - محلات الغندور - بقالة سعودي.

٥ - احتساب مصانع الملابس (التريكو والجوارب والملابس) ضمن نطاق

الدراسة؛ لأنها تقع فى الشارع التجارى عادة، بحكم صغر حيزها، وعدم

تسببها فى إحداث ضوضاء أو تلوث للبيئة.

٦ - رصد الأسماء المتفرقة - بين العناوين المختلفة بالدليل - ووضعها فى قائمة

نشاط مستقل.

٧ - الالتزام بأسماء الأنشطة وتصنيفها حسب ما ورد بدليل الهاتف.

٨ - ضم الأسماء موحدة النشاط، التي وجدت فى أكثر من موضع بالدليل تحت

أسماء مختلفة، مثل: بقالة وسوبر ماركت - أفلام وشركة أفلام - جلود

ومصنوعات جلدية - معرض وصالة عرض - معرض سيارات وشركة

سيارات. وكذلك مثل النشاط (ديكور) الذى أضافته الباحثة إلى موضعه

بالجداول - حسب الترتيب الهجائى - بعد ضم مفرداته من مواضع متفرقة.

٩ - فصل أسماء الشركات السياحية على حدة، نظراً لوضوح ظاهرة التفرغ

فيها - بعد جمع أسمائها التي اندرجت تحت عنوانى: شركة ووكالة - حتى

يبرز الفرق فى نسبة التفرغ بين أسماء هذه الشركات وبين غيرها من

الشركات الواردة بالدليل.

## نتائج الدراسة :

من واقع ما أسفرت عنه المعالجة المبدئية للبيانات المتعلقة بالدراسة، أمكن جدولة النتائج بالأسلوب الذى يساعد على عرضها، وفقا للأهداف الموضوعية وتستعرض الجداول من (١) إلى (٥) هذه النتائج.

### جدول رقم (١)

#### حجم ظاهرة التغريب فى الأسماء التجارية بعينة الدراسة

البيان	العينات	الأنشطة التى تتضمن التغريب	الأنشطة الخالية من التغريب	العينة الكلية الدراسة
العدد الكلى للأسماء	١٧٦٥٢	٢٣٩١	٢٠٠٤٣	
عدد الأسماء المغربية	٢٢١٣	-	٢٢١٣	
النسبة المئوية للتغريب	١٢,٥٣٦%	صفر%	١١,٠٤١%	

ويوضح الجدول رقم (١) حجم ظاهرة التغريب فى الأسماء التجارية بالعينة قيد الدراسة. ويظهر من هذا الجدول ما يأتى:

- (١) تشكل العينة الفرعية التى تشتمل على الأنشطة التى ظهر بها التغريب ٨٨,٠٧١% من العينة الكلية للدراسة.
- (٢) تشكل العينة الفرعية للأنشطة الخالية من التغريب ١٢,٩٢٩% من العينة الكلية.

- (٣) النسبة المئوية للأسماء المغربية بعينة الأنشطة المتضمنة للتغريب هى ١٢,٥٣٦% من مجموع أسماء هذه العينة.

- (٤) النسبة المئوية للأسماء المغربية فى العينة الكلية للدراسة هى ١١,٠٤١%، وهو ما يعبر عن الحجم الكلى للظاهرة.

ويعرض الجدول رقم (٢) تحليلا للعينة الفرعية الأولى، وهى عينة الأنشطة التجارية التى خلت من الأسماء المغربية، وعدد الأسماء بكل نشاط فيها، وقد بلغ عدد هذه الأنشطة واحدا وأربعين نشاطا. ولوحظ أن هذه الأنشطة لا تتجه إلى