

ظاهرة تغريب الأسماء التجارية في بعض عواصم المشرق العربي

أ. د. وفاء كامل فايد

كلية الآداب - جامعة القاهرة

مقدمة البحث ومشكلته:

شاعت في الآونة الأخيرة ظاهرة ذات أثر خطير على لغتنا العربية، التي تشكل أبرز مقومات القومية العربية. هي ظاهرة التغريب التي تصدم العين والأذن عند كل المهتمين بصلاح حال لغتنا العربية. ونلاحظ هذه الظاهرة في اللافتات التي تعلو واجهات المتاجر والأماكن العامة، والتي تكتب باللغة الأجنبية السليمة الصحيحة، كما تكتب بالعربية المغرّبة. أي أنها تنقل الكلمة الأجنبية بحروف عربية دون ترجمة لها، كما في: (فيش ماركت - لافي تورز - بلومن - لا فلوريست) وغيرها. فنلاحظ هنا الابتعاد عن العبارة العربية التي تؤدي المعنى، وإحاطة كلمات أجنبية تكتب بالحروف العربية، فتزاحم الكلمات العربية، وتتحّيتها عن مكانها لتحل محلها هذه العبارات التي تكتسب بريقاً - في نظر مستعمليها - من عجمتها وتمسّحها بالثقافة الأجنبية.

وقد تنبه علماء اللغة الغيورون إلى هذه الظاهرة منذ زمن، فكتبوا يحذرون من خطورتها، وينادون بالتصدي لها حفاظاً على اللغة العربية^(١).

وسبق للباحثة أن رصدت هذه الظاهرة: فبدأت بدراسة مدى انتشارها في القاهرة الكبرى عام ١٩٨٣، وثنت بمقارنة الطفرة التي حدثت في انتشارها بين عامي ١٩٧٢ و ١٩٨٣، ثم راحت تتابع الظاهرة في عام ١٩٩٣. وبمرور الزمن استشرت الظاهرة، واحتلت مواقع جديدة، فكتبت بها أسماء المدارس الخاصة ومدارس اللغات. وزاد إحساس المثقفين بالمشكلة، فتعالت صيحات التحذير من خطرها: فأشارت هدى جمال عبد الناصر إليها، وانتقدتها، في رأى لها نشر بجريدة الأهرام بعنوان: (لغتنا العربية في أزمتها)^(٢). وكتب فهمي هويدي سلسلة مقالات في جريدة الأهرام، أولها (انكسار أمة لا أزمة لغة)^(٣)، والثاني (ويل لأمة مغمصوبة اللسان)^(٤)، والثالث: (قبل أن تشيع العربلية)^(٥)، والرابع (إنهم يشوهون وعى أمتنا)^(٦). وفي هذه المقالات دق الكاتب ناقوس الخطر منبهاً إلى أهمية التصدي للظاهرة، والعمل على القضاء عليها. كما ندد بالظاهرة عبد الجواد علي، في تحقيق له بعنوان (اللغة العربية في وادي الإهمال)^(٧)، وسامح كريم في تحقيق له بعنوان (مجمع الخالدين. هل يريد حلاً لهذه

(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.

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

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

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

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

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

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

القضايا)^(١)، 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)^(٢)، وماهر شفيق فريد في مقال عنوانه (المحافظة على اللغة العربية مسئولية من؟)^(٣).

لذلك تراءى للباحثة أن تقيس انتشارها في عدد من عواصم المشرق العربي؛ لتحدد مدى شيوع الظاهرة في هذه العواصم، وتعد مقارنة بين انتشارها في القاهرة وفي هذه العواصم؛ مما قد يسهم في التنبيه إلى خطرها.

عرض لأهم الحقائق النظرية :

التعريب من أشكال الاقتراض اللغوي، وهو " ظاهرة تحدث نتيجة لتداخل اللغات "^(٤)، فاللغات تؤثر في بعضها بالاحتكاك، ويتبدى ذلك التأثير في الاقتراض اللغوي. كما يعرف بأنه "محاولة المتكلم لإعادة إنتاج نماذج لغوية ليدخلها في لغته، بعد أن تعلمها في لغة أخرى"^(٥).

وافتقار اللغة إلى ما تقتضيه من ألفاظ وأساليب سبب رئيس للاقتراض من غيرها؛ إذ إن الاقتراض يسد حاجة اللغة المستعيرة ، فهو عامل من عوامل نمو الثروة اللغوية. والاقتراض اللغوي في مجال الثقافة - مثلا - يظهر لنا ما علمته أمة لأخرى : فالاقتراضات الحديثة في اللغة الانجليزية من الفرنسية تدور، غالبا ، في محيط الملابس النسائية والعطور والكماليات^(٦).

والألفاظ المستعارة نوعان : أحدهما ما تدعو إليه الضرورة، ويحدث حين تقتقر اللغة إلى اسم يدل على شيء خاص ، فتنقله 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^(٧). والاقتراض ينتقل من اللغة الأرقى - وهي لغة الجماعة السائدة والمتحضرة - إلى اللغة الأدنى، التي يتحدث بها الشعب التابع، أو الأقل تحضرا^(٨).

وقد احتك العرب قبل الإسلام بمن جاورهم من الشعوب التي سبقتهم في الحضارة، كالفرس والروم، وتأثرت لغتهم بالفارسية واليونانية واللاتينية^(٩)، فاقتضت العربية كثيرا من ألفاظ تلك اللغات وغيرها. وكان العرب يستعبرون ما يعبر عن مظاهر الحضارة والمدنية، إلى جانب الأشياء غير المألوفة عندهم. وسموا ذلك تعريبا. فالتعريب هو نقل اللفظ الأعجمي إلى العربية. وليس من

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

(٢) في أهرام السبت ١٩٩٩/٩/١١ .

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

(٤)

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

IBID , P. 31

(٥)

BLOOMFIELD , L. : LANGUAGE , P.458 .

(٦)

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

(٨)

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

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

الضروري أن يتفوه به العرب على مناهجهم: فقد يترك اللفظ على حاله، وقد يلحقه عند تعريبه بعض التغيير^(١)؛ كي يكون قريب الشبه بالكلمات العربية. وحين يتم تحويل الكلمة المستعارة يختفي الأصل الأجنبي لها، ويتعذر تمييزها من الصيغ الأصلية^(٢).

والتعريب ضرورة علمية واجتماعية متجددة، وهو يترتب على الاتصال الاجتماعي بمظاهره المختلفة: كالتجارة والثقافة والحروب والاستعمار وانتقال العادات والتقاليد^(٣).

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 تقد على الملوك بالحيرة، فكان عدي بن زيد يسمع لغاتهم فيدخلها في شعره"^(٤)، ويذكر أنيس " أن عدي بن زيد العبادي، الذي تربى في بلاط الأكاسرة، كان له شعر كثير مملوء بالكلمات الأعجمية^(٥)، واستخرج محمد حسن عبد العزيز عددا من الكلمات الأعجمية في شعره^(٦). وقال المرزباني عن الأعشى: "و عابوا عليه استعماله الألفاظ العجمية في شعره"^(٧) كما ذكر البغدادي أن الأعشى كان يفد على الملوك، لاسيما ملوك الفرس، ولذلك كثرت الألفاظ الفارسية في شعره^(٨). وورد بالقرآن الكريم كلمات من أصل أعجمي^(٩). وقد ضمّن الخليل معجم (العين) عددا من الكلمات المعربة، بيّن معانيها، ونبّه على كونها دخيلة. وأشار سيبويه إلى الأسماء الأعجمية في بابين هما: (باب الأسماء الأعجمية)^(١٠)، و(باب ما أعرب من الأعجمية)^(١١)، 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 تعكس أحوال المعيشة وعادات المجتمع. ووردت بعض هذه الكلمات في شعر بعض الشعراء الإسلاميين كالفرزدق وجريير والأخطل^(١٢).

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

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

(٢) BLOOMFIELD , L. : LANGUAGE , P.449.

(٣) وفاء كامل : المجاميع العبية وقضايا اللغة - عالم الكتب - القاهرة ٢٠٠٤ ص ٢٢٨ .

(٤) الموشح ص ١٠٣ .

(٥) من أسرار اللغة : ١٢٤ .

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

(٧) الموشح : ٧٦ .

(٨) خزنة الأدب : ١ / ١٧٦ .

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

(١٠) الكتاب : ٣ / ٢٣٤ .

(١١) المرجع السابق : ٤ / ٣٠٣ .

(١٢) من أسرار اللغة : ١٢٥ .

دخول كلمات ومصطلحات جديدة إلى اللغة العربية على أيدي النقلة والمترجمين وشيوعها في اللغة. وكان علماء اللغة ينبّهون إلى الكلمات ذات الأصل الأعجمي، ويشيرون إلى أنها دخيلة.

وفي العصر الحديث استُقدم الأجنبي إلى مصر للاستعانة بهم، وأوفد المصريون في بعثات دراسية إلى أوروبا، وأنشئت في مصر مدارس على النظام الأوربي 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^(١).

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، وقلّة 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 البادية إلى آخر القرن الرابع الهجري^(٢). وانتهى المجمع إلى إصدار القرار التالي: "يجيز المجمع أن يستعمل بعض الألفاظ الأعجمية - عند الضرورة - على طريقة العرب في تعريبهم"^(٣).

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 المميّز وخصائصها التي يعتز بها أبنائها.

والتعريب الذي يحدث الآن مغاير للتعريب الذي حدث في العربية منذ القدم، وارتضاه المجمع في العصر الحديث؛ إذ إن التعريب شرطه الأساسي العوز^(٤): فلم تكن العربية تقتض إلا ما تحتاج إليه من الكلمات الأجنبية، كما كانت الكلمات المعربة - في غالب الأحيان - تطوّر كي تناسب الصيغ العربية، وتلائم الحس اللغوي العربي، فكان التعريب يثري العربية، ويستكمل ما ينقصها من ألفاظ. أما التعريب فيحدث بنقل الكلمة - كما تنطق في لغتها - بحروف عربية، دون ما حاجة للغة العربية بها: 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 بكل من دمشق وبيروت والكويت وعمّان ومسقط والمنامة.
٢. توضيح مدى انتشار الظاهرة بالأنشطة التجارية المختلفة بالعواصم المدروسة.
٣. مقارنة حجم الظاهرة في كل من القاهرة ودمشق والكويت وعمّان ومسقط والمنامة وبيروت.

(١) التعريب في القديم والحديث - ص ١٧٤.

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

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

(٤) حسن ظاظا : كلام العرب - ص ٩٠.

عينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة على دليل الهاتف في كل من سوريا ولبنان والأردن وسلطنة عمان والبحرين والكويت؛ للحصول على عناوين لافئات الأسماء التجارية بها، ثم إخضاعها للدراسة. وكانت الأدلة التي استطاعت الحصول عليها، واعتمدها عينة للبحث - وفقا للترتيب الزمني - هي :

١. دليل هاتف المملكة الأردنية الهاشمية (العاصمة عمّان) لعام ١٩٨٧.

٢. دليل هاتف دمشق لعام ١٩٩٧.

٣. دليل هاتف سلطنة عُمان لعام ١٩٩٩.

٤. دليل هاتف البحرين : ١٩٩٩ - ٢٠٠٠.

٥. دليل هاتف لبنان : ٢٠٠٣ - ٢٠٠٤.

٦. دليل هاتف الكويت : ٢٠٠٤ - ٢٠٠٥.

ويلحظ الفارق الزمني الواضح بينها. وقد ارتضت الباحثة الاعتماد على هذه المادة - على الرغم من اختلاف السنوات فيها - باعتبارها مؤشرا واضحا لحركة التغريب في عواصم هذه الدول. ومن الواضح - عن طريق الملاحظة المباشرة - أن الظاهرة تزداد شيوعا يوما بعد يوم.

وقد قارنت الباحثة جداول هذه العينة ونتائجها بجداول بحث سابق للباحثة سجل التغريب في القاهرة الكبرى من خلال دليل الهاتف لعام ١٩٩٣.

وقد لاحظ أن دليل الأردن (عمّان) لم يفصل الأنشطة التجارية عن أسماء الأشخاص المشتركين في دليل الهاتف، لذا اضطرت الباحثة إلى قراءة صفحاته البالغ عددها ٥٤٠ صفحة، في كل منها ثلاثة أعمدة، مكتوبة بخط متناه في الصغر؛ لكي تفصل الأنشطة التجارية عن أسماء الأشخاص.

كما لاحظ أن الدليل المهني في دمشق قد اقتصر على عدد محدود من الأنشطة تمثل أغلبها في الأطباء والمهندسين والمحامين، والاتحادات والنقابات بأنواعها، والسفارات والقنصليات، والخطوط الجوية؛ مما لا يدخل في نطاق هذه الدراسة.

كيفية معالجة الدراسة :

ارتضت الباحثة - حرصاً على الموضوعية - أن تلتزم بضوابط جمع المادة التي التزمت بها في بحوثها السابقة عن التغريب؛ لكي تحقق الأهداف المنشودة من الدراسة؛ لذا وحدت المعايير التي اصطنعتها لقياس الظاهرة في مصر؛ كي تحصل على نتائج دقيقة للظاهرة عند مقارنة مدى انتشارها في العواصم المدروسة.

وقد استخدمت الأسماء التجارية الواردة بدليل الهاتف بالعواصم المدروسة، بوصفها عينة عشوائية للدراسة - بعد استبعاد ما يخرج عن أهدافها - تمثل مجموع الأنشطة التي تدخل في نطاق الدراسة.

وتنقسم العينة الرئيسية في كل من العواصم المدروسة إلى عينتين فرعيتين كالتالي :

(أ) عينة الأنشطة التي تتضمن أسماء مغربة.

(ب) عينة الأنشطة التي لا تحتوى على أسماء مغربة.

ضوابط جمع المادة :

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، ومن أمثلة ذلك: مركز إحياء تراث العمارة الإسلامية، مركز البحوث للتنمية الدولية، معهد التوثيق والأبحاث اللبنانية، مركز الدراسات الاقتصادية المالية والاجتماعية، مؤسسة الحفاظ على التراث العربي المصور.
- ج- أسماء المكاتب الاستشارية، والعلمية، والهندسية، والاجتماعية، ومكاتب التمثيل التجارى للدول المختلفة، ومكاتب التخليص الجمركى.
- د- مراكز الخدمة والإصلاح والورش، والمصانع بأنواعها؛ لعدم ارتباطها بالشارع التجارى.
- هـ- الأنشطة التى يقل العدد الكلى للأسماء بها عن خمسة أسماء.

٢ - استبعاد الفئات التالية من الحصر الخاص بالأسماء المغربية :

- أ- أسماء الشركات الدولية، مثل: وستجهوس- باسف الألمانية- أوفر سيز بكتل- سكريب- إير فرانس- لوفتهانز- مونتوبى الإيطالية- بان أمريكان- لوكهيد للطيران- هيلتون- سافوى- هيات.
- ولم تستبعد التراكيب التى اندمجت فيها هذه الأسماء، مثل: بحرين بلازا- كويت ريجنسى- السلام هيات- شيراتون كورال بيتش- لوفاندوم انتركونتننتال بيروت- عمان ماريوت- صلالة- هوليداي إن.
- ب- أسماء الأعلام الأجنبية، مثل: شامبليون- فيكتوريا- نابليون- فينوس.
- ج- العلامات التجارية المسجلة، مثل: أوتيس- كولدير- كيما- ريجوا.
- د- الأسماء الأجنبية التى اكتسبت الطابع العربى، وشاعت على الألسنة، مثل: أوتوبيس- بوتاجاز- بلاستيك- إكسبريس- بوفيه- صالون.
- هـ- الأسماء العربية التى وردت- بالدليل- تحت عنوان أجنبى للنشاط، مثل: أتيليه- بار- بازار- بوتيك- بوفيه- سوبر ماركت- سينما.

٣ - احتساب الأسماء التالية ضمن الحصر الخاص بالأسماء المغربية :

- أ- الأسماء التى صارت أعلاماً لمناطق، مثل: جاردن سيتى - هليوبوليس - ستانلى.
- ب- أسماء الأماكن والمدن الأجنبية، مثل: ميريلاند- مونت كارلو - لندن - ميامى - هولندا.
- ٤ - احتساب الاسم مرة واحدة فحسب، عندما تتعدد فروعها فى المناطق المختلفة، مثل: أميانتيت عمان - مؤسسة السيب الفنية (ساركو) - مدرسة مودرن سكول.
- ٥ - احتساب مصانع التريكو والجوارب ضمن نطاق الدراسة؛ لأنها تقع فى الشارع التجارى عادة، بحكم صغر حيزها، وعدم تسببها فى إحداث ضوضاء أو تلوث للبيئة.
- ٦ - الالتزام بأسماء الأنشطة وتصنيفها حسب ما ورد بدليل الهاتف.
- ٧ - ضم فروع النشاط التى تدرج تحت نشاط عام واحد: إضاءة، ثريات- أزياء، أتيليه- بقالة، سوبر ماركت - شوكلاتة وحلويات، حلوانى أو حلويات - زراعة، مشاتل.

نتائج الدراسة :

وضعت النتائج في جداول تساعد على عرضها وفقاً للأهداف المحددة للدراسة.
ويوضح الجدول رقم (١): حجم ظاهرة التغريب في الأسماء التجارية بعينة الدراسة في العواصم المدروسة، مرتبة ألفبائياً وفقاً لأسماء الدول مختصرة.

جدول رقم (١)

١ - حجم ظاهرة التغريب في الأسماء بعينة الدراسة بالعاصمة الأردنية عمان

العينة الكلية للدراسة	الأنشطة الخالية من التغريب	الأنشطة التي تتضمن التغريب	العينات البيان
٢١٢١٦	٥٥٥	٢٠٦٦١	العدد الكلي للأسماء
٨٨٧	—	٨٨٧	عدد الأسماء المغربية
% ٤,١٨	—	% ٤,٢٩	النسبة المئوية للتغريب

٢ - حجم ظاهرة التغريب في الأسماء بعينة الدراسة في البحرين

العينة الكلية للدراسة	الأنشطة الخالية من التغريب	الأنشطة التي تتضمن التغريب	العينات البيان
٤١١٤	٣٢٦	٣٧٨٨	العدد الكلي للأسماء
٩٨٣	—	٩٨٣	عدد الأسماء المغربية
% ٢٣,٨٩	—	% ٢٥,٩٥	النسبة المئوية للتغريب

٣ - حجم ظاهرة التغريب في الأسماء بعينة الدراسة في الكويت

العينة الكلية للدراسة	الأنشطة الخالية من التغريب	الأنشطة التي تتضمن التغريب	العينات البيان
١٨٤٤٦	٩١٥	١٧٥٣١	العدد الكلي للأسماء
٣٧٤٣	—	٣٧٤٣	عدد الأسماء المغربية
% ٢٠,٢٩	—	% ٢١,٣٥	النسبة المئوية للتغريب

٤ - حجم ظاهرة التغريب في الأسماء بعينة الدراسة في سوريا

العينة الكلية للدراسة	الأنشطة الخالية من التغريب	الأنشطة التي تتضمن التغريب	العينات البيان
٢١٢٣	١٩٥	١٩٢٨	العدد الكلي للأسماء
١٦٦	—	١٦٦	عدد الأسماء المغربية
% ٧,٨٢	—	% ٨,٦١	النسبة المئوية للتغريب

٥ - حجم ظاهرة التغريب في الأسماء الواردة بعينة الدراسة في سلطنة عمان

العينة الكلية للدراسة	الأنشطة الخالية من التغريب	الأنشطة التي تتضمن التغريب	العينات البيان
٢٠٩١	١٧٤	١٩١٧	العدد الكلي للأسماء
٣٤٠	—	٣٤٠	عدد الأسماء المغربية
% ١٦,٢٦	—	% ١٧,٧٤	النسبة المئوية للتغريب

٦ - حجم ظاهرة التغريب في الأسماء الواردة بعينة الدراسة في لبنان

البيان	العينات	الأنشطة التي تتضمن التغريب	الأنشطة الخالية من التغريب	العينة الكلية للدراسة
العدد الكلي للأسماء	١١٨٧٦	٥٢	١١٩٢٨	
عدد الأسماء المغربية	٦٧٠٤	—	٦٧٠٤	
النسبة المئوية للتغريب	% ٥٦,٤٥	—	% ٥٦,٢	

٧ - حجم ظاهرة التغريب في الأسماء الواردة بعينة الدراسة في مصر

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

ويقارن الجدول رقم (٢) عدد الأسماء المغربية بالعدد الكلي للأسماء في كل من العواصم المدروسة، موضحة النسبة المئوية للأسماء المغربية بكل عاصمة، ثم ميّنا النسبة المئوية للتغريب في العواصم الست المدروسة في هذا البحث، ومحددا النسبة عينها بعد إضافة البيانات المماثلة من التغريب بالقاهرة الكبرى.

جدول رقم (٢)

مقارنة بين حجم ظاهرة التغريب في عواصم الدول المدروسة

الدولة	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
الأردن	٢١٢١٦	٨٨٧	% ٤,١٨
البحرين	٤١١٤	٩٨٣	% ٢٣,٨٩
الكويت	١٨٤٤٦	٣٧٤٣	% ٢٠,٢٩
سلطنة عمان	٢٠٩١	٣٤٠	% ١٦,٢٦
سوريا	٢١٢٣	١٦٦	% ٧,٨٢
لبنان	١١٩٢٨	٦٧٠٤	% ٥٦,٢
مجموع أسماء العينة	٥٩٩١٨	١٢٨٢٣	% ٢١,٤
مصر	٦٨٣٤٣	٦٦٠٤	% ٩,٦٦
المجموع الكلي للأسماء	١٢٨٢٦١	١٩٤٢٧	% ١٥,١٥

ومن الجدولين السابقين : رقم (١) ، (٢) نلاحظ ما يلي :

١. كانت سلطنة عمان أقل الدول المدروسة من حيث العدد الكلي للأسماء: (٢٠٩١ اسما)، في حين بلغت النسبة المئوية للتغريب بها مرتبة متوسطة بين الدول المدروسة : % ١٦,٢٦.

٢. وكانت سوريا ثاني الدول المدروسة من حيث قلة العدد الكلي للأسماء : (٢١٢٣ اسما)، وأيضا من حيث قلة التغريب بها : ٧,٨٢ % من مجموع أسمائها.
٣. وشغلت البحرين المرتبة الثالثة في قلة العدد الكلي للأسماء بها : ٤١١٤ اسما. أما نسبة التغريب المئوية بها فقد بلغت ٢٣,٨٩ % من مجموع أسمائها.
٤. جمعت الأردن العدد الكلي الأكبر للأسماء : ٢١٢١٦ اسما، في حين كانت النسبة المئوية للتغريب بها أقل النسب^(١) في البحث : ٤,١٨ %.
٥. وتلتها الكويت في عدد الأسماء الذي بلغ ١٨٤٤٦ اسما، في حين بلغت نسبة التغريب المئوية ٢٠,٢٩ % من مجموع الأسماء.
٦. أما لبنان فقد بلغ العدد الكلي للأسماء ببيروت ١١٩٢٨ اسما، ووصلت نسبة التغريب فيها إلى ٥٦,٢ % من مجموع أسمائها، وهي أعلى نسب التغريب في العواصم السبع.
٧. بلغ المجموع الكلي للأسماء في أنشطة البحث بالعواصم الست ٥٩٩١٨ اسما، وبلغت النسبة المئوية للتغريب في هذه العواصم ٢١,٤ % . وبلغ المجموع الكلي للأسماء، بعد مقارنتها بمصر ١٢٨٢٦١ اسما، وكانت النسبة المئوية للتغريب في العواصم السبع ١٥,١٥ % من العدد الكلي لأسماء العينة.
- ويعرض الجدول رقم (٣) تحليلاً للعينة الفرعية الأولى، وهي عينة الأنشطة التجارية التي خلت من الأسماء المغربية، وعدد الأسماء بكل نشاط فيها.

جدول رقم (٣)

١ - توزيع الأنشطة التي خلت من ظاهرة التغريب في الأردن

م	عنوان النشاط	العدد الكلي للأسماء
١	حلاق	٣٣
٢	خياط	٥٩
٣	ركن	٤
٤	سفريات	١٤
٥	صائغ	٩
٦	غاز	١٢
٧	فرن	١١
٨	محطة	٥٧
٩	مختبر	٥٢
١٠	مخزن	٩
١١	مرطبات	٦
١٢	مسمكة	٧
١٣	مطبعة	٦٢
١٤	معمل	٨٧
١٥	ملحمة	١٠٤
١٦	منتزه	٩
١٧	موبيليات	٢٠
	المجموع	٥٥٥

(١) قد يرجع ذلك إلى أن دليل الأردن يسبق في تاريخه أدلة الهاتف في باقي دول العينة بعشرة أعوام على الأقل.

٢ - توزيع الأنشطة التي خلت من ظاهرة التغريب في البحرين

م	عنوان النشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي لأسماء النشاط
١	أحجار	٤
٢	إطارات	١٨
٣	أغذية (منتجات - وسطاء)	٢٤
٤	أقفال	٤
٥	ألبان ومنتجات الألبان	١٠
٦	بياضات	٤
٧	تليفزيون	٣
٨	تتجيد	٣٦
٩	حدائق	٥
١٠	حرف يدوية	٦
١١	حيوانات أليفة	٥
١٢	خياطة	٥
١٣	دراجات	٥
١٤	دواجن	٤
١٥	ذهب	٣
١٦	رخام	٥
١٧	رمل وحصى	٦
١٨	رى	٦
١٩	رياض أطفال	٧
٢٠	زراعة	٦
٢١	صيدليات	٤٤
٢٢	عباءات	٨
٢٣	عصير	٥
٢٤	فواكه وخضروات	١٥
٢٥	كتب - تجار	٦
٢٦	مخايز	٢٢
٢٧	مرطبات	٦
٢٨	مستشفيات	٦
٢٩	مظلات	٤
٣٠	مفاتيح	٨
٣١	مكائن	١٠
٣٢	مكتبات ووكالات صحف	١٣
	المجموع	٣٢٦

٣ - توزيع الأنشطة التي خلت من ظاهرة التغريب بالكويت

م	عنوان النشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي لأسماء النشاط
١	أجهزة منزلية	١٩
٢	أدوات معدنية	١٧
٣	أسلحة	٨
٤	أسمنت	٥
٥	أقفال ومفاتيح	١٤
٦	أنابيب : لوازم تمديدات	٩
٧	بخور	١٢
٨	بلاط : مصنعون	١٩
٩	تبريد	١٧
١٠	ثلاجات ومجمدات - ثلج تجاري وصناعي - مصنعون	٨
١١	جبس - منتجات	٥
١٢	جمعيات تعاونية	٥٠
١٣	جمعيات ولجان اجتماعية - خيرية	١٣٨
١٤	حج وعمرة - خدمات	٢٥
١٥	حدائق - مراكز	٣
١٦	خرسانة	١٩
١٧	خشب - تجار	٢٣
١٨	خيام وطراويل	١٢
١٩	درجات هوائية	٧
٢٠	دواجن - مزارع - تجار جملة	٢٠
٢١	رفوف : تجاري وصناعي - ومخازن معدات ولوازم	٤
٢٢	زراعة - مشاتل	٣٢
٢٣	زيوت + شحومات وزيوت	١٦
٢٤	سجائر وتبغ	٢٢
٢٥	سفن : بناء وإصلاح	٣
٢٦	شاحنات - معدات وقطع غيار	٥
٢٧	شركات قابضة	٥
٢٨	شفق مفروشة	٣
٢٩	صحف ومجلات - ناشرون	١٦
٣٠	صحفية - مقالون - منتجات	٣٠
٣١	طابوق - مصنعون	١٨
٣٢	طاقة - معدات ولوازم	٣
٣٣	طباعة - مطابع تجارية - معدات ولوازم	١٥
٣٤	عسل	١٨
٣٥	عطارة	٢٨
٣٦	عطور - مواد خام ولوازم	٨
٣٧	فحم	٣
٣٨	فنادق - إدارة	٥
٣٩	قوة بشرية - موردون	٣
٤٠	مجمعات سكنية	٣
٤١	مخارط	٣٢
٤٢	مزارع	١٨
٤٣	مسارح	٨
٤٤	مستشفيات - إدارة وخدمات طبية	٣١
٤٥	مستوصفات	٧٣
٤٦	مضخات	٨
٤٧	مظلات شمسية	٣٠
٤٨	مولدات كهربائية	٦
٤٩	نيون	٦
٥٠	هندسة: خدمات هندسية - مساحة أراض - معدات ومواد - ميكانيكية	٢١
٥١	ورق : محارم ومناشف - ومنتجات الورق - مصنعون وموردون	١٢
	المجموع	٩١٥

٤ - توزيع الأنشطة التي خلت من ظاهرة التغريب في دمشق

م	عنوان النشاط	العدد الكلي للأسماء
١	رياض الأطفال	١٠
٢	الشركات العامة	٧
٣	المخابر	٣١
٤	مخابز	١٣
٥	المشافي الخاصة	٨٣
٦	المطابع	١٠
٧	المعاهد الخاصة	١٥
٨	مكاتب التاكسي	١٦
٩	المكتبات	١٠
	المجموع	١٩٥

٥ - توزيع الأنشطة التي خلت من ظاهرة التغريب في سلطنة عمان

مسلسل	عنوان النشاط (كما ورد بالدليل)	عدد الأسماء
١	أبواب	٩
٢	اتصالات : أنظمة ومعدات - سلكية ولاسلكية - أجهزة وأدوات	٥
٣	أحذية	٧
٤	أدوات منزلية ومعدات مطابخ - موردون	٤
٥	استيراد وتصدير - وكالات	٣
٦	أسماك ومأكولات بحرية	١٠
٧	أسواق	٤
٨	إطارات : إصلاح - إعادة صب - تجار تجزئة	١٤
٩	أكياس	٣
١٠	ألبان	٤
١١	إلكترونيات	١٥
١٢	ألومنيوم	٢٧
١٣	إنترنت	٥
١٤	أواني كريستال وزجاجية	٣
١٥	حيوانات - أعلاف - منتجات	٦
١٦	خرده - تجار	٤
١٧	دواجن - مزارع	٦
١٨	رخام	١٦
١٩	رياضة - لوازم	١١
٢٠	سمعيات وفيديو - ومرئيات	٨
٢١	مباني - إصلاح وترميم - فولاذية جاهزة هندسيا	١٠
٢٢	مواد	٦
	المجموع	١٧٤

٦- توزيع الأنشطة التي خلت من ظاهرة التغريب في بيروت

عدد الأسماء	عنوان النشاط (كما ورد بالدليل)	مسلسل
٥	أعشاب طبية	١
١١	آلات خياطة	٢
١٣	براويز	٣
٥	خرطة - تجليس معادن	٤
١٤	صهاريج مياه	٥
٤	لحوم بالجملة	٦
٥٢	المجموع	

٧- توزيع الأنشطة التي خلت من ظاهرة التغريب في القاهرة

عدد الأسماء	عنوان النشاط	مسلسل
٩٠	أجهزة كهربائية	١
٤٧٥	أخشاب	٢
١٢	أدوات إطفاء	٣
١٤	أدوات تنجيد	٤
١٠	أدوات بحرية	٥
١٧	أدوات طبية	٦
١٩	أدوات نظافة	٧
٢٥	أسلحة	٨
١٧٦	أسماك	٩
٢٩	أقطان	١٠
١٠٧	أقمشة	١١
١١٦	إكسسوار	١٢
١٧	ألومنيوم	١٣
١٠	آلات زراعية	١٤
٣٠	آلات موسيقية	١٥
١٠٧	بطاريات	١٦
١٢١	بيض	١٧
٨٦٣	حدايد وبويات	١٨
٥٧	خردة	١٩
٢٩	خيش	٢٠
٥٩	درجات وموتوسيكلات	٢١
٢١	دقيق	٢٢
٦٤	رخام	٢٣
١٥	رفا	٢٤
٤٦	روائح	٢٥
١٣	زجاج وبلور	٢٦
٢٨٤	زجاج سيارات	٢٧
٣٢	زنكوغراف	٢٨

عدد الأسماء	عنوان النشاط	مستسل
١٣	زيوت	٢٩
٣٨٤	سجاد	٣٠
٩١	طيور	٣١
٨٢	عدد وآلات	٣٢
٢٩٢	عطارة	٣٣
٢٠١	علاقة	٣٤
١١	فاترينة	٣٥
٣٠	فحم	٣٦
٢٩	فسخاني	٣٧
٥٩	فضيات	٣٨
٢٤	فطاطرى	٣٩
٢٦٨	فكهاني	٤٠
١٢	كاسيت	٤١
١٧١	كاوتشوك	٤٢
١٣	كراسي	٤٣
٨٦٠	كشك	٤٤
٢٩	لعب	٤٥
٣٨	ماكينات خياطة	٤٦
١٨	مستحضرات ومستلزمات	٤٧
٨٦	مصنوعات جلدية	٤٨
٥٣	معادن	٤٩
٥٢	مفروشات	٥٠
٤٠١	مقلة وتسالى	٥١
٥	منتجات	٥٢
٢٩	منسوجات	٥٣
٢١٧	مواد بناء	٥٤
٨٢	مواد غذائية	٥٥
٢٤	موازين	٥٦
٦٤٣٢	المجموع	

ومن الجدول رقم (٣) نلاحظ ما يلي:

١. بلغ عدد الأنشطة الخالية من التهرب في الأردن سبعة عشر نشاطاً، تجمع خمسمائة وخمسة وخمسين اسماً.
٢. بلغ عدد الأنشطة الخالية من التهرب في البحرين اثنين وثلاثين نشاطاً، كان العدد الكلي لأسمائها ثلاثمائة وستة وعشرين اسماً.
٣. بلغ عدد الأنشطة الخالية من التهرب في الكويت واحداً وخمسين نشاطاً، بلغ العدد الكلي لأسمائها خمسة عشر وتسعمائة اسم.
٤. بلغ عدد الأنشطة الخالية من التهرب في سوريا تسعة أنشطة، كان العدد الكلي لأسمائها مائة وخمسة وتسعين اسماً.

٥. بلغ عدد الأنشطة الخالية من التغيريب في عُمان اثنين وعشرين نشاطا، بلغ العدد الكلي لأسمائها مائة وأربعة وسبعين اسما.

٦. بلغ عدد الأنشطة الخالية من التغيريب في لبنان ستة أنشطة، كان العدد الكلي لأسمائها اثنين وخمسين اسما.

٧. وبلغ عدد الأنشطة الخالية من التغيريب في مصر ستة وخمسين نشاطا، والعدد الكلي للأسماء فيها ستة آلاف وأربعمائة واثنين وثلاثين اسما.

ويبين الجدول رقم (٤) الأنشطة التي اشتركت في خلوها من التغيريب في أكثر من عاصمة من عواصم عينة البحث.

ويلحظ أن ما يزيد عن نصف عدد الأنشطة الخالية من التغيريب (ثلاثة عشر نشاطا) منها يندرج في إطار الحاجات الأساسية للإنسان كالصحة: المستشفيات والمختبرات، والتغذية: المأكولات والمشروبات، أو ما يتصل بها كالأجهزة المنزلية والفحم والألومنيوم، كما يبدو من الجدول التالي؛ الذي أشير الى النشاط الخالي من التغيريب فيه بالعلامة (+):

جدول رقم (٤)

الدولة	الأردن	البحرين	الكويت	سوريا	عمان	لبنان	مصر
أجهزة منزلية			+		+		
أسلحة			+				+
أسماك	+			+	+		+
إطارات		+			+		+
أفقال		+	+				
ألبان		+			+		
ألومنيوم					+		+
خردة					+		+
خياطة	+	+					
درجات		+	+				+
دواجن		+	+		+		
رخام		+			+		+
رياض الأطفال		+		+			
زيوت			+				+
عطارة			+				+
عطور / روائح			+				+
فحم			+				+
فواكه/ فكهاني		+					+
لحوم	+					+	
مخبز		+		+			
مختبر				+			+
مستشفى		+	+	+			
مكتبة / قرطاسية				+			

أما الجدول رقم (٥) فيبين عدد الأسماء المغربية، والعدد الكلي للأسماء، والنسبة المئوية للأسماء المغربية، في كل من الأنشطة التي ظهر بها التغيريب، في كل عاصمة من عواصم الدول المدروسة.

جدول رقم (٥)
١ - التغريب في الأردن
عدد الأسماء المغربية في عمان، ونسبتها المئوية إلى مجموع الأسماء

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
١	أحذية	٤٠	١١	٢٧,٥
٢	أزهار	١٢	٥	٤١,٦٧
٣	أزياء	١٥	٢	١٣,٣
٤	ألومنيوم	٧	٢	٢٨,٦
٥	بقالة	٤٢٤	٧	١,٧
٦	بوتيك	١٥	٦	٤٠
٧	بوفيه	١٩	٢	١٠,٥
٨	تاكسي	١٤٢	٦	٤,٢
٩	حضانات	١٥	٢	١٣,٣
١٠	حلويات	٣١	٥	١٦,١
١١	دار	٣٦	٢	٥,٥
١٢	روضة	٥٩	١	١,٧
١٣	ستوديو	٨٨	٢٨	٣١,٨
١٤	سوبر ماركت	٤١	٧	١٧,١
١٥	سوق	١٧	١	٥,٩
١٦	سينما	٢٠	٣	١٥
١٧	شركة (متنوعة النشاط)	٦٧١٧	٤٣٠	٦,٤
١٨	صالون	٢٠٩	٣٨	١٨,٢
١٩	صيدلية	٢٧٥	٥	١,٨
٢٠	فندق	١٤٩	٤١	٢٧,٥
٢١	كافيتيريا	١٤	٢	١٤,٣
٢٢	مؤسسة	١١٤٨	٥١	٤,٤
٢٣	مجوهرات	٤٠	٢	٥
٢٤	محل (متنوع النشاط)	٧٠٨١	٤٧	٠,٦٦
٢٥	محمص	٢٨	١	٣,٦
٢٦	مخبز	٤٧	٢	٤,٣
٢٧	مخيطه	٧١	٣	٤,٢
٢٨	مدرسة	٤٨٤	٤	٠,٨٣
٢٩	مزارع	٢٦	١	٣,٨
٣٠	مستشفى	٣١	٢	٦,٢٥
٣١	مشغل	١٦١	٣	١,٩
٣٢	مصبغة	٣٧	٦	١٦,٢
٣٣	مصنع (متنوع النشاط)	٢٣٢	٢٣	٩,٩
٣٤	مطحنة	١٩	٢	١٠,٥
٣٥	مطعم	٢١٦	٢٩	١٣,٤
٣٦	معرض	٢٣٣	٢٦	١١,٢
٣٧	معهد	٢٤	١	٤,٢
٣٨	مفروشات	٢٧	٢	٧,٤
٣٩	مقهى	٣٧	٢	٥,٤
٤٠	مكتب (عام)	١٩٣٩	٣٢	١,٦
٤١	مكتبة	١١٠	٢	١,٨
٤٢	مكتب (سياحة)	٣٧	١٥	٤٠,٥
٤٣	منجرة	١٩٦	٢	١,١
٤٤	نوفوتيه	٩٨	١٣	١٣,٣
٤٥	وكالة	١٨٧	١١	٥,٩
	المجموع	٢٠٦٦١	٨٨٧	٤,٢٩%

٢ - التغريب في البحرين

عدد الأسماء المغربية بالبحرين، ونسبتها المئوية إلى مجموع الأسماء

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
١	آلات	٦	٢	٣٣,٣٣
٢	أبواب	١٦	١	٦,٢٥
٣	اتصالات	٢٢	١٠	٤٥,٤٥
٤	أثاث	١٠١	١٧	١٦,٨٣
٥	أحذية	٢٦	٤	١٥,٣٨
٦	أحواض سباحة	٨	٥	٦٢,٥
٧	أدوات منزلية	٥٣	٦	١١,٣٢
٨	أرضيات	٦	٢	٣٣,٣٣
٩	أزياء / ملابس	٧٩	٢٢	٢٧,٨٥
١٠	استثمار - شركات واستشاريون	٢٥	١٣	٦٤
١١	استيراد وتصدير - وكالات	١١	٢	١٨,١٨
١٢	أسقف	٦	١	١٦,٦٧
١٣	أسماك	١٩	٣	١٥,٧٩
١٤	إضاءة	١٥	٤	٢٦,٦٧
١٥	إعلان: تليفزيون - خارجي - داخلي - هدايا - وكالات	٧٤	٢٧	٣٦,٤٩
١٦	أغذية	٨٣	١٥	١٨,٠٧
١٧	إلكترونيات	٥٢	١١	٢١,١٥
١٨	ألومنيوم	٧٩	١٤	١٧,٧٢
١٩	الوجبات السريعة	٨	٥	٦٢,٥
٢٠	أنابيب	١٧	٣	١٧,٦٥
٢١	إنترنت - مقهى إنترنت	١١	٩	٨١,٨٢
٢٢	إنشاءات - شركات	٨٠	١٧	٢١,٢٥
٢٣	أنظمة	١٤	٦	٤٢,٨٦
٢٤	برادات	٦٥	٧	١٠,٧٧
٢٥	بطاريات	١٥	٣	٢٠
٢٦	بلاستيك	٦	٢	٣٣,٣٣
٢٧	بلاط	١٢	٧	٥٨,٣٣
٢٨	بوتيك	١٢٦	٥٦	٤٤,٤٤
٢٩	تجميل	٩٧	٣٢	٣٢,٩٩
٣٠	تحف	١١	٤	٣٦,٣٦
٣١	تسليية	٩	٢	٢٢,٢٢
٣٢	تصميم	١٣	٥	٣٨,٤٦
٣٣	تصوير	٦٢	١٩	٣٠,٦٥
٣٤	تكيف	٧١	١١	١٥,٤٩
٣٥	تليفزيون	١٠	٢	٢٠
٣٦	تموين	١٢	٢	١٦,٦٧
٣٧	ثلج	٥	١	٢٠
٣٨	جيس	١٥	٢	١٣,٣٣
٣٩	جلود	٥	٥	١٠٠
٤٠	حديد	٤٦	١٦	٣٤,٧٨
٤١	حشرات	٩	٢	٢٢,٢٢
٤٢	حلويات	٢٨	١	٣,٥٧
٤٣	خردة	١٠	٤	٤٠
٤٤	خردوات معدنية	١٢	١	٨,٣٣

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربة	النسبة المئوية للتغريب
٤٥	خرسانة	١٩	٢	١٠,٥٣
٤٦	خشب	٦	١	١٦,٦٧
٤٧	خياطون	١٠٦	١٩	١٧,٩٢
٤٨	ديكور	٣٥	١٥	٤٢,٨٦
٤٩	رياضة	١٩	٦	٣١,٥٨
٥٠	زجاج	١٨	٢	١١,١١
٥١	زهور	٣٢	١٣	٤٠,٦٣
٥٢	ساعات	١٨	٤	٢٢,٢٢
٥٣	ستائر	٢١	٤	١٩,٠٥
٥٤	سجائر	٦	٣	٥٠
٥٥	سجاد	٢٨	٣	١٠,٧١
٥٦	سخانات مياه	٥	١	٢٠
٥٧	سفر + رحلات سياحة	١٠٦	٢٣	٢١,٦٩
٥٨	سمعيات	٩	٢	٢٢,٢٢
٥٩	سوبر ماركت	٣٦	١٢	٣٣,٣٣
٦٠	سيارات	١٥٠	٢٨	١٦,٦٧
٦١	شحن	٧١	٢٦	٣٦,٦٢
٦٢	شحومات وزيتوت	٩	٥	٥٥,٥٦
٦٣	شقق	١٠	٤	٤٠
٦٤	شوكولاتة وحلويات	٧	٥	٧١,٤٣
٦٥	صبغ	٢١	٨	٣٨,٠٩
٦٦	صحي - صيانة - أدوات صحية	٢٣	٨	٣٤,٧٨
٦٧	صرافة	١٧	٢	١١,٧٦
٦٨	صور	٧	١	١٤,٢٩
٦٩	طباعة	٢٧	٥	١٨,٥٢
٧٠	طلاء	٥	١	٢٠
٧١	عدد	٩	١	١١,١١
٧٢	عطور	٤١	٧	١٧,٠٧
٧٣	علاقات عامة	١٠	٦	٦٠
٧٤	عمال - خدمات جلب	١١	٣	٢٧,٢٧
٧٥	غوص	٦	١	١٦,٦٧
٧٦	فن	١٧	٩	٥٢,٩٤
٧٧	فنادق	٨٨	٥٣	٦٢,٥
٧٨	فنون وحرف	٧	١	١٤,٢٩
٧٩	فيبر جلاس	٨	٢	٢٥
٨٠	فيديو	٤٢	١٣	٣٠,٩٥
٨١	قرطاسية	٤٧	٦	١٢,٧٧
٨٢	قهوة - مقاهي	٦	٢	٣٣,٣٣
٨٣	كمبيوتر	١٤٧	٥١	٣٤,٦٩
٨٤	كهرباء	١٠٦	١٩	١٧,٩٢
٨٥	كيماويات	٢١	٧	٣٣,٣٣
٨٦	لافتات	١١	٢	١٨,١٨
٨٧	لحوم	٧	١	١٤,٢٩
٨٨	لعب	٩	١	١١,١١
٨٩	مباني جاهزة - صناعية	١٥٨	١٦	١٠,١٣
٩٠	متاجر عمومية	١٧	٣	١٧,٦٥
٩١	مجوهرات	١٧٤	١٨	١٠,٣٤

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
٩٢	مختبرات	٧	١	١٤,٢٩
٩٣	مدارس - رياض أطفال	٤٥	٩	٢٠
٩٤	مصاعد	٨	١	١٢,٥
٩٥	مصفو شعر	٢٧	١٠	٣٧,٠٤
٩٦	مطابخ	١٩	٣	١٥,٧٩
٩٧	مطاعم	١٧٤	٨٣	٤٧,٧
٩٨	مغاسل وتنظيف جاف	٢٠	٦	٣٠
٩٩	مكاتب	١٩	٣	١٥,٧٩
١٠٠	منسوجات	٥١	٨	١٥,٦٩
١٠١	مياه	٣٠	٧	٢٣,٣٣
١٠٢	نظارات	١٢	٢	١٦,٦٧
١٠٣	نظافة	٣٦	٧	١٩,٤٤
١٠٤	نقل	٣٥	٢	٥,٧١
١٠٥	نوادى صحية ومراكز	٨	٦	٧٥
١٠٦	هاتف - معدات وأنظمة	١٠	٢	٢٠
١٠٧	هدايا	٣٢	١٠	٣١,٢٥
١٠٨	هندسة	٦	١	١٦,٦٧
١٠٩	هوائيات	١٥	٣	٢٠
١١٠	هواتف متنقلة	٢١	٧	٣٣,٣٣
١١١	ورق	١٠	٤	٤٠
	المجموع	٣٧٨٨	٩٨٣	%٢٥,٩٥

٣ - التغريب في الكويت
عدد الأسماء المغربية بالكويت ونسبتها المئوية إلى مجموع الأسماء

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
١	أبواب ونوافذ	٢٦	٨	٣٠,٧٧
٢	اتصالات	٧٠	٢٠	٢٨,٥٧
٣	أثاث ومفروشات	٣٨٦	٩٦	٢٤,٨٧
٤	أجهزة	٨	١	١٢,٥
٥	أحذية	٢٠٨	٨٩	٤٢,٧٩
٦	أحواض سباحة	١٧	٣	١٧,٦٥
٧	أدوات منزلية + كريستال وفضيات	٨١	١٥	١٨,٥٢
٨	أدوية - مصنعون	١٤	٤	٢٨,٥٧
٩	استيراد وتصدير	١٣٢	١٩	١٤,٣٩
١٠	أسماك	٣١	٢	٦,٤٥
١١	أسواق مركزية	٢٠٣	٤٤	٢١,٦٧
١٢	إضاءة وثرريات	٣٢	٦	١٨,٧٥
١٣	إطارات / تجارة تجزئة	٢٢	١	٤,٥٥
١٤	أطفال	٧	٢	٢٨,٥٧
١٥	إعلان / استشاريون - إنتاج - مطبوعات - هدايا - وكالة	٢٥٢	١٢٦	٥٠
١٦	أقمشة ومنسوجات	٤١٦	٦٣	١٥,١٤
١٧	اكسسوارات نسائية	٤٠	١٥	٣٧,٥
١٨	أكياس	٥	١	٢٠
١٩	آلات / موردون	٨	٢	٢٥
٢٠	آلبان ومنتجاتها	٩	١	١١,١١
٢١	ألحف	٢٨	٦	٢١,٤٣

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
٢٢	ألعاب/ تجار تجزئة - فيديو	١٠٤	٢١	٢٠,١٩
٢٣	إلكترونيات / إصلاح وقطع غير	١١٦	٧	٦,٠٣
٢٤	إلكترونيات / معدات - تجزئة -..وسلع كهربائية	٢٠٩	٣٣	١٥,٧٩
٢٥	ألمونيوم	١٧٤	١٧	٩,٧٧
٢٦	أمن- خدمات- أنظمة ضد السرقة	٣٤	٧	٢٠,٥٩
٢٧	إنترنت	٨٤	٥٩	٧٠,٢٤
٢٨	إنشاءات / استشاريون- شركات- موردون	١١٢	١٢	١٠,٧١
٢٩	أنظمة تحكم	٦	٣	٥٠
٣٠	أيس كريم	٧	٢	٢٨,٢٧
٣١	براغي وصواميل	٧	١	١٤,٢٩
٣٢	بطاريات	٨	١	١٢,٥
٣٣	بقاليات	٢٦٩	١٤	٥,٢
٣٤	بلاستيك	١٨	٣	١٦,٦٧
٣٥	بلاط خزفي	١٠	١	١٠
٣٦	بيانات - إدخال- أنظمة وخدمات نقل	٦	٢	٣٣,٣٣
٣٧	تأجير / خدمات- محلات وساحات	٥	١	٢٠
٣٨	تأمين/ تسوية- شركات تأمين- شركات ووكلاء- ضمان- وسطاء	٨٨	٩	١٠,٢٣
٣٩	تاكسي- سيارات أجرة	١١٥	١٧	١٤,٧٨
٤٠	تجارة عامة	١٠٦٨	١٩٨	١٨,٥٤
٤١	تجميل / مستحضرات- معاهد- معدات- منتجات- تجار تجزئة وجملة	١٣٦	٥٩	٤٣,٣٨
٤٢	تجهيزات غذائية	٩٠	١٤	١٥,٥٦
٤٣	تحف	١٨	٦	٣٣,٣٣
٤٤	ترجمة / خدمات ترجمة	٣٥	٦	١٧,١٤
٤٥	تسجيل استوديوهات صوتية	٦٨	١٧	٢٥
٤٦	تسليية وترفيه	٤٧	١٤	٢٩,٧٩
٤٧	تسويق مباشر	٨	٢	٢٥
٤٨	تصوير/ آلات- خدمات نسخ- طبع- مستندات- موردون	٦٨	١٦	٢٣,٥٣
٤٩	تصوير فوتوغرافي	١٣٠	٣١	٢٣,٨٥
٥٠	تعقيب معاملات	٤١	٨	١٩,٥١
٥١	تعليم / معاهد وخدمات- وسائل تعليمية	٦٥	١٠	١٥,٣٨
٥٢	تكيف هواء / إصلاح - خدمات تنظيف - مركزي - معدات - مقاولون - منزلي - مهندسو تركيب وصيانة	٢٥١	٣٠	١١,٩٥
٥٣	تمور	٨	١	١٢,٥
٥٤	تنجيد	٦٢	١٢	١٩,٣٥
٥٥	توظيف / وكالات- تطوع- استشاريون	١٣	٧	٥٣,٨٥
٥٦	جلود / جملة - سلع تجار تجزئة	٦	١	١٦,٦٧
٥٧	حجر طبيعي	١٨	٢	١١,١١
٥٨	حديد - تسليح- حدادون- لحام- مخزنون وتجار- مصنعون	٨٩	١٠	١١,٢٤
٥٩	حريق / خدمات حماية- معدات ولوازم	٢٣	٣	١٣,٠٤
٦٠	حشرات / خدمات مكافحة- معدات ولوازم مكافحة	٥٨	١٤	٢٤,١٤
٦١	حفلات / تأجير لوازم- لوازم وخدمات	١٨٨	٣٦	١٩,١٥
٦٢	حقائب / سفر: تجار تجزئة - جملة / يدوية : تجار تجزئة	٣٠	٧	٢٣,٣٣
٦٣	حلويات + مصنعون وتجار جملة	١٢٨	٣٧	٢٨,٩١
٦٤	حيوانات / مربون- أليفة - أغذية- طيور	١٢	٣	٢٥

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربة	النسبة المئوية للتغريب
٦٥	خدم	٤٠١	١	٠,٢٥
٦٦	خدمات: التفكير المنطقي - تأشيريات - لوجستية - بحرية - عامة	٥٩	١٤	٢٣,٧٣
٦٧	خطاطون ورسامون	١٧	٣	١٧,٦٥
٦٨	خياطة	٥١٣	٦١	١١,٨٩
٦٩	دراجات نارية	١٣	٧	٥٣,٨٥
٧٠	ديكور	١٣٤	٣٤	٢٥,٣٧
٧١	رخام	٦٧	٧	١٠,٤٥
٧٢	رياضة: لوازم - معدات بحرية	٦٠	١١	١٨,٣٣
٧٣	رياضة - نوادي	٢٩	٢	٦,٩
٧٤	زجاج	٦٥	٦	٩,٢٣
٧٥	زراعة - استشاريون - معدات - وبستنة: مقاولون وموردون	٥٧	٥	٨,٧٧
٧٦	زهور	١٠٦	٣٦	٣٣,٩٦
٧٧	زوارق	١٥	٣	٢٠
٧٨	ساعات	١٠٨	١٨	١٦,٦٧
٧٩	ستائر	٤٦	٦	١٣,٠٤
٨٠	ستالايت	٢٠٧	٨٨	٤٢,٥١
٨١	سجاد	٤٨	٧	١٤,٥٨
٨٢	سلامة - معدات وملابس	٨	٥	٦٢,٥
٨٣	سياحة وسفر	٢٣٧	٣٩	١٦,٤٦
٨٤	سيارات	٧٠٠	١٠٩	١٥,٥٧
٨٥	سينما	١٦	٣	١٨,٧٥
٨٦	شحن	١٥٣	٣٨	٢٤,٨٤
٨٧	شراشف	٥	٢	٤٠
٨٨	شقق تأجير	١٤	١	٤,١٤
٨٩	شكولا وكاكاو	٢١	١٧	٨٠,٩٥
٩٠	صالات أفراح	٢٩	٦	٢٠,٦٩
٩١	صالونات	٦٠٢	٢٨٧	٤٧,٦٧
٩٢	صباغة	٣٦٩	٤٩	١٣,٢٨
٩٣	صحف ومجلات: موزعون - بائعون	٢١	٢	٩,٥٢
٩٤	صحية: موردو أدوات صحية	١٨٩	١٥	٧,٩٤
٩٥	صوف - بضائع - تجار تجرئة	٦	١	١٦,٦٧
٩٦	صيانة - مقاولون وخدمات	٩	١	١١,١١
٩٧	صيدليات - منتجات	١٤٢	١١	٧,٧٥
٩٨	طب: مراكز طبية - مصحات - معدات طبية - وموردوها	٨٢	٢١	٢٥,٦١
٩٩	طباعة - حريرية - رقمية - طباعون تجاريون - مراكز طباعة	١٤٠	١٩	١٣,٥٧
١٠٠	عصير	١٦	٢	١٢,٥
١٠١	عطور - تجار تجرئة - جملة ومصنعون	١٣٢	١٠	٧,٥٨
١٠٢	عقارات - إدارة - خدمات تأجير - عالمية	٦١٨	٢٦	٤,٢١
١٠٣	عوازل	٣٥	٧	٢٠
١٠٤	فن - أشغال معدنية - إنتاج فني - صالات عرض - لوحات وبراويز	٣٩	١٤	٣٥,٩
١٠٥	فنادق - شقق فندقية - مادب وصالات - .. وموتيلات	٥٣	٣٣	٦٢,٢٦
١٠٦	فواكه وخضروات	٦٢	٧	١١,٢٩
١٠٧	فيبر جلاس - منتجات - مصنعون وتجار جملة وتجرئة	١٣	١	٧,٦٩

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربة	النسبة المئوية للتغريب
١٠٨	فيديو - مراكز	٥٧	١٣	٢٢,٨١
١٠٩	قرطاسية	٩٧	٧	٧,٢٢
١١٠	قهوة- أجهزة عمل القهوة- قهوة ومكسرات- مطاحن	٧٩	٥	٦,٣٣
١١١	كتب - تجار تجزئة- تجليد	١٠	٢	٢٠
١١٢	كهرباء	٢٦٨	٢٥	٩,٣٣
١١٣	كهربائية - محركات- قطع غيار - معدات ولوازم	٩	١	١١,١١
١١٤	كوابل	٥	٢	٤٠
١١٥	كوفي شوب	٢٠	١٩	٩٥
١١٦	كمبيوتر	٤٥٩	١٩٩	٤٣,٣٦
١١٧	كيماويات	٢٧	٢	٧,٤١
١١٨	لحوم - تجار تجزئة وجملة	١١٣	٤	٣,٥٤
١١٩	مباني	١٤٥	٢١	١٤,٤٨
١٢٠	مجوهرات	٥١٧	٦٩	١٣,٣٥
١٢١	محلات متعددة الأقسام	٢٠	٥	٢٥
١٢٢	مخابز - خبازون	٣٤	٥	١٤,٧١
١٢٣	مخازن ومستودعات	٦	١	١٦,٦٧
١٢٥	مدارس : حضانات ثنائية اللغة- عربي	٥٣	١١	٢٠,٧٥
١٢٦	مدارس خاصة- أجنبية وعربية	١٠٤	٢	١,٩٢
١٢٧	مراتب	١٣	٤	٣٠,٧٧
١٢٨	مرطبات	٦	١	١٦,٦٧
١٢٩	مصاعد	٣٥	٦	١٧,١٤
١٣٠	مطابخ	٥٨	٨	١٣,٧٩
١٣١	مطاعم	٨١٦	١٨٠	٢٢,٠٦
١٣٢	معادن	١١	٢	١٨,١٨
١٣٣	معارض	٢٨	٦	٢١,٤٣
١٣٤	معاهد : علمية - ومراكز صحية	٨٣	٣٦	٤٣,٣٧
١٣٥	معجنات	١٩	٨	٤٢,١١
١٣٦	مقاه- كافيتيريا	٣٦	٥	١٣,٨٩
١٣٧	مكاتب	٣٨	٦	١٥,٧٩
١٣٨	مكتبات	٨٨	٦	٦,٨٢
١٣٩	ملابس (بأنواعها)	١١٠١	٤٣٠	٣٩,٠٦
١٤٠	مواد استهلاكية	١٤	٣	٢١,٤٣
١٤١	مواد غذائية	٢٤٣	٢٧	١١,١١
١٤٢	موسيقى- آلات	٥	١	٢٠
١٤٣	مياه	٢٢	٦	٢٧,٢٧
١٤٤	نشر	٣١	٤	١٢,٩
١٤٥	نظارات	٩٤	١٥	١٥,٩٦
١٤٦	نظافة : أجواخ وستائر- خدمات...	١٤٥	٢٨	١٩,٣١
١٤٧	نفايات	٥	١	٢٠
١٤٨	نقل : أثاث- شركات- بري	٢٧٥	١٥	٥,٨٤
١٤٩	هدايا	٩٩	٢١	٢١,٢١
١٥٠	هندسة - استشارات- تصميم	١١٣	١١	٩,٧٣
١٥١	هواتف متنقلة	٣٩٦	١٩٩	٥٠,٢٥
١٥٢	هيدروليك - خراطيم وملحقاتها - معدات ولوازم	١٢	٣	٢٥
١٥٣	ورق - صناديق- مقوى- ومنتجات الورق	١٣	٢	١٥,٣٨
	المجموع الكلي	١٧٥٣١	٣٧٤٣	% ٢١,٣٥

٤ - التغريب في سوريا

عدد الأسماء المغربية في دمشق، ونسبتها المئوية إلى مجموع الأسماء

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
١	السينما والمسارح	١٤	٢	١٤,٢٩ %
٢	الشركات الخاصة	٨٩٥	١٤١	١٥,٧٥ %
٣	الشركات المشتركة	٨٠	٦	٧,٥ %
٤	الصيدلة	١٨٠	١	٠,٥٦ %
٥	مدارس التربية والتعليم	٤٣٥	٢	٠,٤٦ %
٦	مدارس خاصة	١١٥	٢	١,٧٤ %
٧	المطاعم	٧٥	٥	٦,٦٧ %
٨	مكاتب السياحة والسفر	١١٤	٦	٥,٢٦ %
٩	الملاهي والمقاهي	٢٠	١	٥ %
	المجموع	١٩٢٨	١٦٦	٨,٦١ %

٥ - التغريب في سلطنة عمان

عدد الأسماء المغربية في مسقط، ونسبتها المئوية إلى مجموع الأسماء

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
١	اتصالات سلكية ولاسلكية	١٧	٣	١٧,٦٥
٢	أثاث - تجار تجزئة	٢٥	٦	٢٤
٣	أثاث - مصنعون	١٩	٦	٣١,٥٨
٤	أجهزة : لياقة - اختبار - مناداة - قياس	١٠	٣	٣٠
٥	أدوات منزلية - تجار تجزئة	٢٣	٣	١٣,٠٤
٦	إضاءة + ثريات	٢٥	٦	٢٤
٧	إطارات : مصنعون وموزعون	٩	٢	٢٢,٢٢
٨	إعلان : خارجي - دليل - هدايا - وكالات	٩	١	١١,١١
٩	أغذية	٥٩	١٣	٢٢,٠٣
١٠	أفكار صناعية	١٤	٢	١٤,٢٩
١١	آلات	١٠	٢	٢٠
١٢	أنابيب	١٢	٤	٣٣,٣٣
١٣	إنشاءات : شركات - كيماويات - معدات	٦٣	١٥	٢٣,٨١
١٤	بطاريات	١٤	٢	١٤,٢٩
١٥	بلاستيك	٥	١	٢٠
١٦	بلاط	٦	٢	٣٣,٣٣
١٧	تبريد	٧	٢	٢٨,٥٧
١٨	تبغ	٦	١	١٦,٦٧
١٩	تجميل	٢٢	٧	٣١,٨٢
٢٠	تصوير	٢٦	٦	٢٣,٠٨
٢١	تعليم	٩	١	١١,١١
٢٢	تغليف	٨	٢	٢٥
٢٣	تكيف هواء	٣٤	٩	٢٦,٤٧
٢٤	تليفزيون	٦	٢	٣٣,٣٣

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
٢٥	جيس - ديكور داخلي	٦	١	١٦,٦٧
٢٦	حديد	٢٦	٧	٢٦,٩٢
٢٧	حرف يدوية	١٦	٢	١٢,٥
٢٨	حشرات - مكافحة	١٢	٤	٣٣,٣٣
٢٩	خردوات معدنية	١١	١	٩,٠٩
٣٠	خرسانة	٢٠	٣	١٥
٣١	خياطون	١١	٢	١٨,١٨
٣٢	دراجات	٥	٣	٦٠
٣٣	ديكور	١٥	٤	٢٦,٦٧
٣٤	رحلات سياحية	١٩	٣	١٥,٧٩
٣٥	زجاج	١٤	١	٧,١٤
٣٦	زراعة	٢٤	٤	١٦,٦٧
٣٧	زهور	٥	٢	٤٠
٣٨	ساعات	١٠	١	١٠
٣٩	ستائر	١١	٣	٢٧,٢٧
٤٠	سفر	٢٤	٣	١٢,٥
٤١	سوبر ماركت	١٧	٦	٣٥,٢٩
٤٢	سيارات : تجار	٣٠	٣	١٠
٤٣	سيارات : تكييف هواء - تلميع - تنظيف	٧	٦	٨٥,٧١
٤٤	سيارات : خدمات - تأجير	٢٦	٩	٣٤,٦٢
٤٥	سيارات : قطع غيار وكماليات	٢٣	٢	٨,٧
٤٦	شحن	٥٨	٥	٨,٦٢
٤٧	صبغ	١٠	٦	٦٠
٤٨	صحي	١٤	٤	٢٨,٥٧
٤٩	طاقة	١٤	١	٧,١٤
٥٠	طباعة	١٩	١	٥,٢٦
٥١	عدد	٥	١	٢٠
٥٢	فحص	١٠	٣	٣٠
٥٣	فنادق	٤٤	١٢	٢٧,٢٧
٥٤	فواكه	٦	٢	٣٣,٣٣
٥٥	فيبر جلاس - طلاء	١٣	١	٧,٦٩
٥٦	قرطاسية	٢٣	٢	٨,٧
٥٧	كابلات	٦	١	٤,٦٧
٥٨	كمبيوتر	٤٠٧	١٩	٤,٦٧
٥٩	كهرباء	٩١	١٦	١٧,٥٨
٦٠	كيماويات	٢١	٦	٢٨,٥٧
٦١	لافتات	١٠	٢	٢٠
٦٢	مباني : جاهزة سكنية - متنقلة - مواد	٦٥	٩	١٣,٨٥
٦٣	مجوهرات	٢٧	١	٣,٧
٦٤	مخابز	٧	٢	٢٨,٥٧
٦٥	مختبرات	١٢	٣	٢٥
٦٦	مراكز تسويق	١٠	٣	٣٠
٦٧	مرطبات	٦	٢	٣٣,٣٣
٦٨	مركبات تجارية	١٠	٣	٣٠

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
٦٩	مستشفيات	٨	٢	٢٥
٧٠	مصاعد	١٢	٣	٢٥
٧١	مطابخ	١٧	٥	٢٩,٤١
٧٢	مطاعم	٥٧	٢٣	٤٠,٣٥
٧٣	مغاسل	١٥	٢	١٣,٣٣
٧٤	مكاتب	١٧	٢	١١,٧٦
٧٥	ملابس جاهزة - أزياء - ملابس	١٥	٣	٢٠
٧٦	منسوجات	١٠	٤	٤٠
٧٧	مولدات كهربائية	١١	٥	٤٥,٤٥
٧٨	مياه	١٧	٣	١٧,٦٥
٧٩	نظافة	١٧	٤	٢٣,٥٣
٨٠	نقل	٤٣	١	٢,٣٣
٨١	هواتف نقالة	٢٠	٢	١٠
المجموع		١٩١٧	٣٤٠	%١٧,٧٤

٦ - التغريب في لبنان

عدد الأسماء المغربية في بيروت، ونسبتها المئوية إلى مجموع الأسماء

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
١	إيادة الجراثيم والحشرات	٩	٧	٧٧,٧٨
٢	أبواب : آلية - أبواب ونوافذ	١٨	١٢	٦٦,٦٧
٣	أثريات وتحف فنية	٧٢	٦٦	٩١,٦٧
٤	أحذية وجزادين	١٥٣	١٢٠	٧٨,٤٣
٥	أدوات صحية	١٣٧	٤٥	٣٢,٨٤
٦	أدوات منزلية - أدوات منزلية كهربائية	٢٢٧	١١٢	٤٩,٣٤
٧	أدوية أساسية	٣٢	٢٠	٦٢,٥
٨	أرضيات خشبية	١٩	١٢	٦٣,١٦
٩	أزهار	٧٩	٥٦	٧٠,٨٨
١٠	استخدام مؤسسات	١٦	١٣	٨١,٢٥
١١	استيراد وتصدير - شركات تجارية خارجية	١٥٨	٨٠	٥٠,٦٣
١٢	إطارات سيارات	٢٦	٨	٣٠,٧٧
١٣	أعراس - تنظيم	١٠	٧	٧٠
١٤	أعلام - وسائل - وكالات	٢٧٧	٢١٧	٧٨,٣٤
١٥	أفران	٦٢	٢١	٣٣,٨٧
١٦	أقمشة - مفروشات - ستائر - ملابس	٩٠	٣٥	٣٨,٨٨
١٧	ألبان وأجبان	١٦	٥	٣١,٢٥
١٨	ألعاب - وعروض نارية	٧٨	٥٣	٦٧,٩٥
١٩	إلكترونيك	٤٦	٢٤	٥٢,١٧
٢٠	المرئي والمسموع	٥٠	٣٧	٧٤
٢١	ألومنيوم	٩٨	٥٤	٥٥,١
٢٢	أنابيب وقساطل	١١	٥	٤٥,٤٥
٢٣	إنارة - أجهزة	٦٠	٢٩	٤٨,٣٣

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
٢٤	إنترنت	٧١	٦٨	٩٥,٧٧
٢٥	أندية ريفية - منتجعات	١١	٥	٤٥,٤٥
٢٦	إنشاءات معدنية	١٠	٣	٣٠
٢٧	أواني وزينة المائدة	١٦	١٢	٧٥
٢٨	باتيسري	١٠٧	٥٧	٥٣,٢٧
٢٩	باطون	١٥	٩	٦٠
٣٠	بحرية	١٨٩	١٢٢	٦٤,٥٥
٣١	بزورات	٢٤	٦	٢٥
٣٢	بقالة	٢٢	٣	١٣,٦٤
٣٣	بلاستيك	٤٠	٢٧	٦٧,٥
٣٤	بليكو سيغلاس فيبر غلاس	٨	٦	٧٥
٣٥	بناء - بناء أحواض سباحة - بناء وأشغال عامة	١٩٦	٨٩	٤٥,٤١
٣٦	بياضات	١٢٣	٧٧	٦٢,٦
٣٧	بيتريريا	٧	٧	١٠٠
٣٨	بيع مباشر وبالمراسلة	١٠	٨	٨٠
٣٩	تأجير سيارات	١٢٣	٨٠	٦٥
٤٠	تبغ	٩	٩	١٠٠
٤١	تجارة عامة	١٩٣	٩٤	٤٨,٧
٤٢	تجليد كتب	١٨	٥	٢٧,٧٨
٤٣	تجميل	١١٢	٦٠	٥٣,٥٧
٤٤	تجهيزات وتركيب - صوتي - مكتبية	١٩٧	١٣٣	٦٧,٥
٤٥	تحضير طباعي	٢١	١٦	٧٦,١٩
٤٦	تدفئة وتبريد	١٤١	٧٦	٥٣,٩
٤٧	تدليك	١٦	١٣	٨١,٢٥
٤٨	ترميم مفروشات وسجاد	١٨	٣	١٦,٦٧
٤٩	تسليية وترفيه	١٤	١٠	٧١,٤٢
٥٠	تصوير فوتوغرافي - تصوير وسحب مستندات	١٠٣	٨٤	٨١,٥٥
٥١	تعبئة وتوضيب	٢٨	١٧	٦٤,٢٨
٥٢	تعليم - تعليم قيادة السيارات - تعليم مهني	٣٧٢	٧٤	١٩,٨٩
٥٣	تاكسي	٤٦	٣٣	٧١,٧٣
٥٤	تلبيس أرضيات	١٠	٤	٤٠
٥٥	تنظيف : مؤسسات - مواد	٧٠	٥٧	٨١,٤٣
٥٦	تهوية	٥	٤	٨٠
٥٧	جلادات - برادات	١٣	٩	٦٩,٢٣
٥٨	جلد - فرو	٣١	٩	٢٩
٥٩	حدادة (مختلف) - حديد مشغول	٢٧	١٣	٤٨,١٥
٦٠	حرفيات	٥١	١٣	٢٥,٤٩
٦١	حلي مقلدة	٣١	١٢	٣٨,٧
٦٢	حماية (اختصاصيون وجبات طعام)	٢٠	١١	٥٥
٦٣	حيوانات (دور)	٩	٤	٤٤,٤٤
٦٤	خدمة للمنازل	٧٤	٣٧	٥٠
٦٥	خردوات	٧١	١٨	٢٥,٣٥
٦٦	خشب (تجارة)	٤٩	١٤	٢٨,٥٧
٦٧	خليوي (أجهزة)	٤٩	٣٩	٧٩,٥٩

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
٦٨	خياطة + تصميم وخياطة	٢٧١	١٨	٦,٦٤
٦٩	دهان	٥٨	٣٤	٥٨,٦٢
٧٠	دور إنتاج	٣٧	٢٨	٧٥,٦٧
٧١	دور حضانة- حدائق الأطفال	٦٣	٤٥	٧١,٤٣
٧٢	دور نشر	١٣٨	١٢	٥,٦٩
٧٣	ديكور	٧١	٢٢	٣٠,٩٩
٧٤	رثاؤون (رفاء)	٧	١	١٤,٢٨
٧٥	رخام- غرانيت- أحجار طبيعية	٤٢	١٥	٣٥,٧١
٧٦	رقص - مدارس وأكاديميات	١١	٨	٧٢,٧٢
٧٧	رولمانات- إپر واسطونات	٥	٢	٤٠
٧٨	رياضية : أندية - لوازم - تجهيزات	١١٦	٦٠	٥١,٧٢
٧٩	زجاج ومرايا	٣٨	١٥	٣٩,٤٧
٨٠	زراعة	٧٩	٢٣	٢٩,١١
٨١	زيوت وشحوم صناعة	٢٣	٦	٢٦
٨٢	ساعات	٣٤	٢١	٦١,٧٦
٨٣	ستائر	٢٢	١٠	٤٥,٤٥
٨٤	ستوديوهات	١١	٥	٤٥,٤٥
٨٥	سجاد وموكيت	٦٤	١٥	٢٣,٤٤
٨٦	سلع دعائية وترويجية	٢٠	١٧	٨٥
٨٧	سوبر ماركت	٨١	٥٤	٦٦,٦٧
٨٨	سوبر نايت كلوب	٧	٧	% ١٠٠
٨٩	سياحة	٤٢	٢١	٥٠
٩٠	سيارات : وكلاء- كهرباء- دهان - هياكل- مستعملة- دراجات نارية	٣٦٢	١٦٠	٤٤,٢
٩١	سيراميك	١٢	٦	٥٠
٩٢	سينما : صالات - توزيع أفلام	٥٤	٣٤	٦٢,٩٦
٩٣	شقق مفروشة	٤٨	٤١	٨٥,٤٢
٩٤	شوكولا وسكاكر	٦٦	٤٥	٦٨,١٨
٩٥	صابون- منظفات ومساحيق	١٤	١١	٧٨,٥٧
٩٦	صالونات وتصفيف شعر	١٨٠	٦٦	٣٦,٦٧
٩٧	صرافة- مكاتب	٥٦	١٤	٢٥
٩٨	صيد طيور وأسماك	٩	٣	٣٣,٣٣
٩٩	طباعة	٢٩٤	١١٩	٤٠,٤٨
١٠٠	طبع على الخشب والزجاج	٥	٤	٨٠
١٠١	طوبوغرافي	٩٣	١	١,٠٨
١٠٢	عارضات أزياء (وكالات)	٦	٥	٨٣,٣٣
١٠٣	عروض فنية : إحياء حفلات- استقبال	٢١	١٨	٨٥,٧١
١٠٤	عزل حراري وصوتي	٧	٥	٧١,٤٣
١٠٥	عصير وكوكتيل	٧	٥	٧١,٤٣
١٠٦	عطور ومستحضرات تجميل	١١١	٦٧	٦٠,٣٦
١٠٧	علاقات عامة	٧	٥	٧١,٤٣
١٠٨	عناية بالشعر	٨	٤	٥٠
١٠٩	غاليري- المعارض الفنية	٤٦	٣٠	٦٥,٢٢
١١٠	غطس ورياضة تحت الماء	٨	٣	٣٧,٥

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
١١١	فرش أسرة	١٥	٧	٤٦,٦٧
١١٢	فساتين عرائس	١٠	٩	٩٠
١١٣	فضيات - صياغة	٣٦	٢٤	٦٦,٦٧
١١٤	فنادق	١٢٨	١١٠	٨٥,٩٤
١١٥	فنون جميلة	٩	٥	٥٥,٥٦
١١٦	فواصل وقواطع سقف - سقف مستعارة	١١	٨	٧٢,٧٣
١١٧	فيديوتيك	١٢	٩	٧٥
١١٨	قرطاسية	٤٧	٢١	٤٤,٦٨
١١٩	قهوة - بن (تحميص)	١٩	٤	٢١,٠٥
١٢٠	كريستال - زجاجيات	١٤	٨	٥٧,١٤
١٢١	كمبيوتر	٨٤	٧٣	٨٦,٩
١٢٢	كهرباء	١٥٩	٨٢	٥١,٥٧
١٢٣	لوازم الخياطة	٢٠	٧	٣٥
١٢٤	لوائح هدايا الأعراس	٨	٥	٦٢,٥
١٢٥	متعهدو المادب	٢٠	١٥	٧٥
١٢٦	متلجات	٧	٣	٤٢,٨٦
١٢٧	مجموعات مولدة للكهرباء	١٨	٧	٣٨,٨٩
١٢٨	مجوهرات - صياغة	٢٥٢	٩٦	٣٨,١
١٢٩	مخازن كبرى - مراكز تجارية	١٨	١٤	٧٧,٧٨
١٣٠	مختبرات	٢٤	١٨	٧٥
١٣١	مراقص ليلية	٢٠	١٧	٨٥
١٣٢	مسابح - أحواض سباحة	٧	٥	٧١,٤٣
١٣٣	مسارح وصلات للعروض الفنية	١٥	١٠	٦٦,٦٧
١٣٤	مستشفيات : لوازم - تجهيزات	١٠	٨	٨٠
١٣٥	مستودعات طب الأسنان	١٧	١١	٦٤,٧١
١٣٦	مستودعات مبردة	١٢	٧	٥٨,٣٣
١٣٧	مسمكة	٦	٣	٥٠
١٣٨	مشاتل	١٤	١٢	٨٥,٧١
١٣٩	مشروبات غير كحولية	٩	٣	٣٣,٣٣
١٤٠	مشروبات كحولية	٣٢	١٤	٤٣,٧٥
١٤١	مصابغ	٤٦	٣١	٦٧,٣٩
١٤٢	مصاعد	٤٦	٢٦	٥٦,٥٢
١٤٣	مصانع	١١٥	٦٠	٥٢,١٧
١٤٤	مصممو مواقع إنترنت وإعلانات	٩	٩	١٠٠
١٤٥	مصنوعات جلدية	٢٦	١٨	٦٩,٢٣
١٤٦	مطابخ	٤٠	٢٦	٦٥
١٤٧	مطاعم	٥٤٢	٣٨٧	٧١,٤
١٤٨	معادن	٤٣	١٨	٤١,٨٦
١٤٩	معارض - صالات	٣٢	٢٤	٧٥
١٥٠	معدات الورش	٢٩	١٤	٤٨,٢٨
١٥١	معدات وأدوات طبية	٩٧	٦٨	٧٠,١
١٥٢	معلوماتية	٢٨٤	٢٥٨	٩٠,٨٥
١٥٣	مفروشات	٢١٤	١٦٤	٧٦,٦٤
١٥٤	مقاه ليلية	٦٤	٦٢	٩٦,٨٨

م	العنوان الرئيسي للنشاط (كما ورد بالدليل)	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	النسبة المئوية للتغريب
١٥٥	مقاه	٥١	٤١	٨٠,٣٩
١٥٦	ماكينات	١٣٩	٥٦	٤٠,٢٩
١٥٧	ملاحم	١٧	١	٥,٨٨
١٥٨	ملبوسات: ولوازم - صناعية - مهنية - نظامية - ولادية - لوازم الحوامل	٧٣٨	٥٧٣	٧٧,٦٤
١٥٩	ملصقات	١٢	١٢	١٠٠
١٦٠	منتزهات ومراكز تسلية	١٣	٦	٤٦,١٥
١٦١	مواد أولية صناعية - مواد بناء - مواد غذائية	٢٩٤	١٤٦	٤٩,٦٦
١٦٢	مواصلات (اتصالات) سلكية ولاسلكية	١٣٥	١١١	٨٢,٢٢
١٦٣	موزعو أدوية	٦٤	٤٤	٦٨,٧٥
١٦٤	موسيقى : آلات - أسطوانات - كاسيتات - دروس	٦٣	٤٨	٧٦,١٩
١٦٥	مياه : معدنية - غازية - توزيع	٢٨	١٣	٤٦,٤٣
١٦٦	نسيج ومصانع	٥٧	٢٧	٤٧,٣٧
١٦٧	نقل أثاث المنازل - نقل أموال	٢٤	١٣	٥٤,١٧
١٦٨	نقل بري	٣٤	٨	٢٣,٥٣
١٦٩	هدايا	١١٢	٩٣	٨٣,٠٤
١٧٠	ورق للاستعمال الصحي والمنزلي	٦	٥	٨٣,٣٣
١٧١	ورق كرتون	٣٩	١٦	٤١,٠٣
١٧٢	وكالات سفر	٢٩٢	١٨١	٦١,٩٩
١٧٣	وكلاء موزعون لعدة منتجات	٦٠	٣٣	٥٥
١٧٤	ياقظات تجارية وإعلانية	٢٨	١٩	٦٧,٨٦
١٧٥	يو بي إس (أجهزة تزويد تيار كهربائي مستمر)	٨	٦	٧٥
	المجموع	١١٨٧٦	٦٧٠٤	٥٦,٤٥ %

٧ - التغريب في مصر

عدد الأسماء المغربية بالقاهرة الكبرى، ونسبتها المئوية إلى مجموع الأسماء

م	عنوان النشاط	العدد الكلي للأسماء	عدد الأسماء المغربية	نسبة التغريب المئوية
١	أحذية	٩٩٢	١٠٣	١٠,٣٨
٢	أدوات تجميل	٢٥	١	٤
٣	أدوات تصوير	٧	١	١٤,٢٩
٤	أدوات رياضية	٣٩	٥	١٢,٨
٥	أدوات كهربائية ونجف	٨١٣	١١	١,٣٥
٦	أدوات منزلية	٧٩٧	٥	٠,٦٣
٧	أزياء و أتيليه	١٦٦	٢٠	١٢,٠٥
٨	أسماك	١٧٦	١	٠,٥٦٨
٩	أصواف	٤٦	٢	٤,٣٥
١٠	أفلام	٢٨	٥	١٧,٨٦
١١	الباخرة	٧	٣	٤٢,٨٦
١٢	ألبان	٢٨٠	١	٠,٣٦
١٣	بار	١٦	٨	٥٠
١٤	بازار	٢٢٢	٢٦	١١,٧١١
١٥	براويز	٣٣	٢	٦,١

١,٤٣	٦٧	٤٦٨٤	بقالة وسوبر ماركت	١٦
٧٨,٩٥	١٥	١٩	بنسيون	١٧
١٣,٤٣	٨٧	٦٤٨	بوتيك	١٨
١٢,٥	٤	٣٢	بوفيه	١٩
٠,٥٠٤	٩	١٧٨٥	ترزى	٢٠
٥,٧٤	١٩	٣٣١	جراج	٢١
٠,٥٦٧	٤	٧٠٥	جزارة	٢٢
١,٣٣	٤	٣٠١	جلود	٢٣
٩	٦١	٦٧٧	حلوانى وحلويات	٢٤
٠,٧١	١٣	١٨٤٣	خردوات	٢٥
٤,٣٥	١	٢٣	درجات وموتوسيكلات	٢٦
٢٢,٢٢	٢٨	١٢٦	زهور	٢٧
٥,٧٨	١٣	٢٢٥	ساعاتى	٢٨
١٥,٧	٧٤	٤٧١	ستوديو	٢٩
٥٣,٦٦	٢٢	٤١	سينما	٣٠
٣٧,٤٨	٤٥٧٨	١٢٢١٥	شركة	٣١
١١,٢٩	١٤	١٢٤	شنت	٣٢
٨,١٩	٥٩	٧٢٠	صالون	٣٣
٤,٧٩	١١٥	٢٤٠٢	صيدلية	٣٤
٠,٧	١	١٤٢	عصير	٣٥
٥٠,٨٦	١٧٧	٣٤٨	فندق ولوكاندة	٣٦
٤٠	٢	٥	قرية	٣٧
٠,٥٣	١٠	١٨٨٢	قطع غيار	٣٨
٤,٤٤	٦	١٣٥	قمصانجى	٣٩
٢,٠٣	١٢	٥٩١	قهوة	٤٠
٤٥,٩٥	٣٤	٧٤	كازينو	٤١
١٣,٥٧	٣٠	٢٢١	كافيتريا	٤٢
٢,٢١	٣	١٣٦	كبابجى	٤٣
٧,١٤	١	١٤	كرنفال	٤٤
٩,٥٧	٧١	٧٤٢	كوافير	٤٥
٢٠,٣٩	١٦٧	٨١٩	مؤسسة	٤٦
٠,٥	٧٧	١٥٣٤٣	محل (راديو، روائج، أدوات صحية، مشمعات)	٤٧
٤٥,٦٥	٢١	٤٦	محلات	٤٨
١,٢	٦	٤٩٨	مخبز	٤٩
٩,١٥	١١٦	١٢٦٨	مدرسة	٥٠
٢٠,٦٩	٦	٢٩	مسرح	٥١
١١,٦٧	١٤	١٢٠	مشغل	٥٢
٧,٢١	٨	١١١	مصبغة	٥٣
١٩,١٢	٣٩	٢٠٤	مصنع تريكو	٥٤
٥,٧٧	٣	٥٢	مصنع جوارب	٥٥
٠,٧٥	١٠	١٣٣٤	مصوغات ومجوهرات	٥٦
٤,٠٢	٢٧	٦٧٢	مطبعة	٥٧
١١,٧٠٥	٨١	٦٩٢	مطعم	٥٨
٦,٢٩	٣٧	٥٨٨	معرض (متنوع النشاط)	٥٩
١١,٥	٣٣	٢٨٧	معرض سيارات	٦٠
١٦,٢٥	١٣	٨٠	معمل	٦١

٨,٣٣	٣	٣٦	مغسلة	٦٢
٢,٥٣	٢٦	١٠٢٨	مكتبة	٦٣
٩,٤١	١٢٢	١٢٩٦	ملابس جاهزة	٦٤
١,٩٨	٢	١٠١	منتجات خان الخليلى	٦٥
٠,٦٧	٥	٧٥٠	موني فآتورة	٦٦
١,٧	١٤	٨٢٢	موبيليات	٦٧
٧,٧٣	١٤	١٨١	نادى فيديو	٦٨
٨,٤٨	١٤	١٦٥	نظارات	٦٩
٢٩	١٨	٦٢	وكالة	٧٠
%١٠,٦٧	٦٦٠٤	٦١٩١١	المجموع	

أما الجدول رقم (٦) فيحدد مدى التغريب في عواصم الدول المدروسة، من خلال تسجيل أقل نسب التغريب فيها مع تحديد الأنشطة التي ظهرت بها هذه النسب، وكذلك تسجيل أعلى نسب التغريب بها، محددًا الأنشطة التي ظهرت بها هذه النسب.

جدول رقم (٦)

مدى التغريب في عواصم المشرق العربي

مدى التغريب	أقل نسب التغريب بها		أعلى نسب التغريب بها		الدولة
	عنوان النشاط	النسبة %	عنوان النشاط	النسبة %	
— % ٠,٦٦ % ٤١,٦٧	محل متنوع مدرسة مكتب (عام)	% ٠,٦٦ % ٠,٨٣ % ١,٦	أزهار مكتب سياحة بوتيك	% ٤١,٦٧ % ٤٠,٥ % ٤٠	الأردن
— % ٥,٧١ % ٨١,٨٢	نقل أبواب خردوات معدنية	% ٥,٧١ % ٦,٢٥ % ٨,٣٣	إنترنت - مقهى إنترنت شركات - نواد... - أختام أوان (ي)	% ٨١,٨٢ % ٧٥ % ٦٦,٦٦	البحرين
— % ٠,٢٥ % ٩٥	خدم مدارس خاصة: عربية وأجنبية لحوم	% ٠,٢٥ % ١,٩٢ % ٣,٥٤	كوفي شوب شوكولاتة وكاكو سفن - تأجير	% ٩٥ % ٨٠,٩٥ % ٧٥	الكويت
— % ٠,٤٦ % ١٥,٧٥	مدارس التربوية والتعليم الصيدالة مدارس خاصة	% ٠,٤٦ % ٠,٥٦ % ١,٧٤	الشركات الخاصة السينما والمسارح الشركات المشتركة	% ١٥,٧٥ % ١٤,٢٩ % ٧,٥	سوريا
— % ٢,٣٣ % ٨٥,٧١	نقل مجوهرات كمبيوتر	% ٢,٣٣ % ٣,٧ % ٤,٦٧	سيارات: تكييف.. دراجات + صبغ مولدات كهربائية	% ٨٥,٧١ % ٦٠ % ٤٥,٤٥	عمان
% ١,٠٨ % ١٠٠ —	طوبوغرافي دور نشر خياطة	% ١,٠٨ % ٥,٦٩ % ٥,٨٥	ملصقات - مصممو مواقع إنترنت وإعلانات - تبغ - بيترزيا - سوبر نايت كلوب ^(١) إنترنت	% ١٠٠ % ٩٥,٧٧	لبنان
% ٠,٣٦ % ٧٨,٩٥ —	ألبان محل ترزي (خياط)	% ٠,٣٦ % ٠,٥ % ٠,٥٠٤	بنسيون سينما فندق - لوكاندة	% ٧٨,٩٥ % ٥٣,٦٦ % ٥٠,٨٦	مصر

(١) رتبت الأنشطة هنا ترتيبًا تنازليًا وفقًا لعدد الأسماء بكل منها.

من الجداول التي تحمل رقم (٥)، وكذلك الجدول رقم (٦) يمكن أن نلاحظ ما يلي:

١- تظهر أقل النسب المئوية للتغريب في الكويت ٠,٢٥% (النشاط: خدم)، يليها مصر ٠,٣٦% (النشاط ألبان).

٢- تظهر أعلى النسب المئوية للتغريب في لبنان: فقد بلغت نسبة التغريب ١٠٠% في خمسة أنشطة بها، يليها الكويت الذي بلغت أعلى نسب التغريب به ٩٥% (النشاط كوفي شوب).

٣- كانت أعلى نسبة لتغريب في سوريا (١٥,٧٥%) هي أقل النسب العليا للتغريب في العواصم المدروسة.

٤- تشييع ظاهرة التغريب في بيروت بصورة واضحة، فقد بلغت نسبة ٥٦,٤٥%، أي أن مايزيد على نصف الأسماء التجارية بها مغرب.

وقد رأت الباحثة أن تنشئ جدولا يحدد الأنشطة التي ظهر بها التغريب مشتركا في ثلاث عواصم على الأقل من عواصم الدول المدروسة، ويقارن أعداد الأسماء المغربية ونسبها المئوية بالأنشطة المتماثلة في تلك العواصم:

ويحدد الجدول التالي: رقم (٨) مدى ارتباط ظاهرة التغريب بالأنشطة والتخصصات المختلفة في العواصم المدروسة.

جدول رقم (٨)
مدى ارتباط التغريب بالأنشطة المختلفة في العواصم المدروسة

العواصم المدروسة							نوع النشاط		خدمه	مواد غذائية واستهلاكية	حرفيات	معلوماتية
مصر	لبنان	عمان	سوريا	الكويت	البحرين	الأردن						
-	٧١,٤٣	-	-	-	-	١,٧	روضة	تعليم	خدمه			
٩,١٥	-	-	٠,٤٦	-	-	٠,٨٣	مدارس					
-	-	-	١,٧٤	١,٩٢	-	-	مدارس خاصة					
-	١٩,٨٩	١١,١١	-	-	-	٤,٢	معهد	كتب				
٢,٥٣	٤٤,٦٨	٨,٧	-	٧,٢٢	١٢,٧٧	١,٨	مكتبة / قرطاسية					
-	-	-	-	٦,٨٢	-	-	مكتبات	متنوع				
٠,٧١	٢٥,٣٥	٩,٠٩	-	-	٨,٣٣	-	خردوات					
٤,٧٩	-	-	٠,٥٦	٧,٧٥	-	١,٨	صيدلية					
-	٢٣,٥٣	٢,٣٣	-	٥,٨٤	٥,٧١	-	نقل					
٠,٦٣	-	١٣,٠٤	-	-	١١,٣٢	-	أدوات منزلية					
-	٣٠,٧٧	-	-	٤,٥٥	-	-	إطارات					
-	-	٨,٦٢	-	-	-	-	شحن	مواد غذائية واستهلاكية				
٠,٣٦	-	-	-	-	-	-	محل					
١,٤٣	١٣,٦٤	-	-	٥,٢	-	١,٧	بقالة		استهلاكية			
٢,٠٣	٢١,٠٥	-	-	٦,٣٣	-	-	قهوة					
١,٢	٣٣,٨٧	٢٨,٥٧	-	١٤,٧١	-	٤,٣	مخبز		غذائية			
٠,٥٦٧	-	-	-	٣,٥٤	١٤,٢٩	-	لحوم					
٠,٥٦٨	٥٠	-	-	٦,٤٥	١٥,٧٩	-	أسماك					
-	٣١,٢٥	-	-	١١,١١	-	-	ألبان / جبن					
-	-	٢٢,٠٣	-	١١,١١	-	-	مواد غذائية					
-	-	٣٣,٣٣	-	١١,٢٩	-	-	فواكه وخضروات					
٠,٧	١٧,٤٣	-	-	١٢,٥	-	-	عصير		حرفيات			
١,٩٨	٢٥,٤٩	١٢,٥	-	-	١٤,٢٩	-	فنون وحرف يدوية					
-	٢٧,٧٨	-	-	-	-	-	تجليد كتب					
-	-	-	-	٦,٠٣	-	-	إصلاح الإلكترونيات					
-	-	-	-	١١,١١	-	-	صيانة					
-	-	-	-	-	-	١,١	منجرة					
-	١٦,٦٧	-	-	-	-	-	ترميم مفروشات					
٠,٥٠٤	٦,٦٤	١٨,١٨	-	١١,٨٩	١٧,٩٢	٤,٢	مخيطة / خياطون					
١١,٦٧	١٤,٢٨	-	-	-	-	١,٩	مشغل / رثاعون					
٤,٠٢	-	٥,٢٦	-	-	-	-	طباعة					
-	-	٧,٠٦٩	-	-	-	-	طلاء					
٧,٧٣	٦٧,٣٩	٦٠	-	١٣,٢٨	-	١٦,٢	مصبغة					
٨,٣٣	-	١٣,٣٣	-	-	-	-	مغسلة					
-	٣٩,٤٧	٧,١٤	-	٩,٢٣	١١,١١	-	زجاج					
-	-	-	-	٤٢,٥١	-	-	ستاليت	التصالات				
-	٨٢,٢٢	١٧,٦٥	-	٢٨,٥٧	٤٥,٤٥	-	اتصالات					
-	٩٠,٨٥	-	-	٣٣,٣٣	-	-	بيانات / معلوماتية					
-	٨٦,٩	٤,٦٧	-	٤٣,٣٦	-	-	كمبيوتر					
-	٩٥,٧٧	-	-	٧٠,٢٤	٨١,٨٢	-	انترنت					
-	١٠٠	-	-	-	-	-	مصممو مواقع					
-	٥٣,٢٧	-	-	٢٨,٩١	-	١٦,١	حلويات / باتيسرى	حلوى				
-	٦٨,١٨	-	-	٨٠,٩٥	٧١,٤٣	-	شيكولاتة					

نوع النشاط								
الأردن	البحرين	الكويت	سوريا	عمان	لبنان	مصر		
١٤,٣	٦٢,٥	١٣,٨٩	-	-	-	١٣,٥٧	أطعمة جاهزة	أطعمة
١٣,٤	٤٧,٧	٢٢,٠٦	٦,٦٧	٤٠,٣٥	٧١,٤	١١,٧		
-	-	-	-	-	-	٢,٢١		
-	-	٤٢,١١	-	-	١٠٠	-		
١٠,٥	٣٣,٣٣	٩٥	-	-	٨٠,٣٩	١٢,٥		
١٨,٢	٣٧,٠٤	٤٧,٦٧	-	-	٣٦,٦٧	٨,١٩	تجميل	
-	٣٢,٩٩	٤٣,٣٨	-	٣١,٨٢	٥٣,٥٧	٤		
-	-	-	-	-	-	٩,٥٧		
٢٧,٥	٦٢,٥	٦٢,٢٦	-	٢٧,٢٧	٨٥,٩٤	٥٠,٨٦	سياحة	سياحة وترفيه
٤٠,٥	-	-	٥,٢٦	١٥,٧٩	٦١,٩٩	-		
-	٤٠	٤,١٤	-	-	٨٥,٤٢	-		
-	٢١,٦٩	١٤,٤٦	٥,٢٦	١٢,٥	٥٠	-		
-	-	-	-	-	-	٧٨,٩٥	ترفيه	
-	-	-	-	-	٦٦,٦٧	-		
١٥	-	-	١٤,٢٩	-	٦٢,٩٦	٥٣,٦٦		
-	-	٢٩,٧٩	-	-	٧١,٤٢	-	تسليية	
-	-	-	-	-	١٠٠	-		
-	-	-	-	-	٨٥	-		
-	-	-	-	-	٨٥,٩٤	-		
-	-	-	-	-	٧٦,١٩	-	ملاهي	
-	-	-	-	-	-	٧,٧٣		
-	-	-	-	-	-	٤٥,٩٥		
-	-	-	-	-	-	٥٠		
-	-	-	٥	-	٩٦,٨٨	-	تسويق، فنون	تسويق، فنون
٤٢,٨٦	٤٢,٨٦	٢٥,٣٧	-	٢٦,٦٧	-	-		
١١,٢	-	٢١,٤٣	-	-	٧٥	-		
-	-	٣٧,٥	-	-	-	-		
-	٣٦,٣٦	-	-	-	٦٥,٢٢	-		
٤١,٦٧	٤٠,٦٣	٣٣,٩٦	-	٤٠	٧٠,٨٨	٢٢,٢٢		
-	٥٢,٩٤	-	-	-	٥٥,٥٦	-		
-	٣٠,٦٥	٢٣,٨٥	-	٢٣,٠٨	-	-		
٣١,٨	-	-	-	-	٤٥,٤٥	١٥,٧		
١٣,٣	٧,٨٥	٣٩,٠٦	-	٢٠	٧٧,٥٢	١٢,٠٥	ملابس	
-	-	-	-	-	٩٠	-		
٥	١٠,٣٤	١٣,٣٥	-	٣,٧	٣٨,١	٠,٧٥	أنشطة متنوعة	
-	١٠,٧١	١٤,٥٨	-	-	٢٣,٤٤	-		
-	١٦,٦٧	١٥,٥٧	-	١٠	٤٤,٢	١١,٥		
-	٥٠	-	-	١٦,٦٧	١٠٠	-		
٦,٤	٦٤	-	٧,٥	-	-	٣٧,٤٨		
-	٢١,٢٥	١٠,٧١	١٥,٧٥	٢٣,٨١	-	-		
-	٣٣,٣٣	٥٠,٢٥	-	١٠	٧٩,٥٩	-		
٥,٩	١٧,٦٥	٢٥	-	٣٠	-	-		
١٧,١	٣٣,٣٣	٢١,٦٧	-	٣٥,٢٩	٦٦,٦٧	١,٤٣		
٤٠	٤٤,٤٤	-	-	-	-	١٣,٤٣		

(١) أضيفت هذه النسبة هنا للاستدلال، على الرغم من حذفها من الجداول؛ لقلّة عدد أسمائها عن الحد الأدنى الذي احتسب في الجداول.

- من الجدولين رقم (٥)، (٨) يمكننا أن نرصد الخطوط العريضة التالية لارتباط التغريب بالأنشطة المختلفة من واقع ما سجل في معظم العواصم العربية المدروسة على النحو التالي :
- ١- تبدو أقل نسب شيوع للظاهرة في أنشطة الخدمات: تعليم: (مدرسة- روضة^(١) - معهد)- مكتبة- صيدلية- نقل - شحن- قرطاسية- إطارات- محل- أدوات منزلية - خردوات.
 - ٢- كما تظهر النسب الضئيلة في أنشطة المواد الغذائية والاستهلاكية الأساسية: بقالة- مخبز^(٢)- لحوم- أسماك- قهوة/ بن - زيوت- ألبان وأجبان- مواد غذائية- فواكه وخضروات- عصير.
 - ٣- ويقل شيوع الظاهرة أيضا في النشاط الحرفي: زجاج- صباغة^(٣)- منجرة / نجارون- إصلاح الإلكترونيات- كهرباء- طباعة- طلاء- حرف يدوية- خياطة/ مخيطة- رثاؤون- ترميم مفروشات وسجاد- تجليد كتب- مشغل .
 - ٤- كما تقل نسبة شيوع الظاهرة في مجال تجارة المجوهرات والسجاد.
 - ٥- وتبدو أعلى نسب التغريب في الأنشطة المعلوماتية: مصممو مواقع إنترنت وإعلانات-إنترنت- معلوماتية- مقهى إنترنت- كمبيوتر^(٤)- اتصالات.
 - ٦- وتظهر النسب العالية للتغريب في الأنشطة التي تتعامل مع الحلوى: شوكولاتة وحلويات- شوكولا وكاكاو- حلويات. وكذلك التي تقدم الأطعمة الجاهزة : بيتزيريا- باتيسيري- كافيتيريا- مطاعم- سوبر ماركت- معجنات- الوجبات السريعة- بوفيه.
 - ٧- كما ترتفع نسبة شيوع الظاهرة في الأنشطة المرتبطة بالسياحة والترفيه: فنادق- شقق فندقية- موتيلات- سوبر نايت كلوب- مقاهٍ ليلية- عروض فنية- إحياء حفلات- شقق مفروشة- مراقص ليلية- سينما- تسلية وترفيه- تليفزيون- مكتب سياحة، وفي الأنشطة المتصلة بالتجميل: (صالون- صالونات تصفيف شعر- تجميل- النوادي الصحية)- وفي الأنشطة المرتبطة بالتنسيق والذوق والفن: ديكور^(٥)- زهور- تحف- أثريات وتحف فنية- مشاتل- ستوديو- معرض- فن- هدايا- إكسسوارات نسائية.
 - ٨- وتشيع الظاهرة في تجارة الملابس بأنواعها- فساتين عرائس).
 - ٩- تنتشر الظاهرة بوضوح في النشاط (تبغ/ سجائر)- شركات استثمار- هواتف متنقلة- مراكز تسويق، بوتيك، سيارات. وهذا يعطينا مؤشرا واضحا لانتشار هذه الظاهرة في الشارع التجارى في المشرق العربي.

(١) تبلغ نسبة التغريب في رياض الأطفال بالبحرين ٢٠%.

(٢) ماعدا سلطنة عمان ، التي بلغت نسبة التغريب في مخازنها ٢٨,٥٧%.

(٣) بلغت نسبة تغريب النشاط (صبغ) في سلطنة عمان ٦٠%.

(٤) ماعدا سلطنة عمان، التي كان النشاط (كمبيوتر) من أقل الأنشطة تغريبا فيها.

(٥) بلغت نسبة تغريب النشاط (ديكور) في الأردن ٦٦,٧% : إذ كان بالنشاط اسمان مغربان من مجموع الأسماء الذي لم يزد عن ثلاثة بهذا النشاط. وقد حذفت الباحثة النشاط كله من الأردن تبعا لضوابط البحث التي تستبعد الأنشطة التي لا يزيد العدد الكلي للأسماء بها عن خمسة أسماء.

أنواع التغريب

قسمت الأسماء غير العربية التي رصدت بالدليل إلى قسمين :

أولهما: ما اندمجت فيه الكلمة الأجنبية في اللغة العربية، بعد أن اكتسبت الطابع العربي، وازداد شيوعها بعد أن تبنتها اللهجة العامية وأكسبتها القوالب العربية، وأخضعتها للذوق اللغوي العربي. مثال ذلك الكلمات: بار- بازار- تريكو - تكنولوجيا - تليفون - جراج- ستوديو - سينما- صالون- فيلم- موتور. فلا نلاحظ غرابية على العربية في تراكيب مثل: بازار اللؤلؤة- صالون السلام - ستوديو الشرق- شركة تليفونات- 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، وبالبحث السابق المماثل - إلى خمسة أنواع :

(أ) حروف هجائية أجنبية- ومنها ما يكون اختصارا أو رموزا للكلمات - أو أرقام وحروف، أو أرقام أو حروف مع كلمات، أو أرقام فحسب، وهو أقلها، فمثال الحروف التي قد يرمز بعضها إلى كلمات: شركة سي أي تي- بي أس للأحذية- مؤسسة إف أم بي- شركة آر جي- آي سي أم- بي آر جي أم- مجمع سي سي- أم دي- أم للدعاية- شركة في أي بي. ومثال الأرقام والحروف تاكسي: اس بي ون- إم فور إم- مؤسسة فور إيه. ومثال الأرقام أو الحروف مع الكلمات: ناين ويست- سارة اتش- هيا وان- في أي بي سنتر- فور سيزونز- مركز فور إم- أونلى وان- إف شوز- فينت دو- وان دولار- هاى فور- سفن سيز- ثرى ستارز. ومثال: الأرقام مركز توينتى تو- مؤسسة وان.

(ب) نقل الكلمة الواحدة كاملة من لغتها الأصلية، وكتابتها بالحروف العربية، مثل الكلمات الفرنسية (لابرفريومرى- لا تراس- لا مود بون بون) والكلمات الإنجليزية: الكتروميكانيكل- ماى بيبيى- سلفر هوم- لاكى جولد ستار، ومن الألمانية بلومن.

(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:

Food company	فودكو
Computer Stores	كمبيو ستور
Advertisement technology	أد - تك
Chocolate Land	شوكو لاند

ويندرج تحت هذا النوع ما كانت إحدى الكلمات المنحوت منها اسما أو لقباً أو وصفاً لشخص، مثل ستاركوم المنحوتة من (ستار + كوم، وهى اختصار commerce أى تجارة)، عقاركو (عقار + كو،

وهي اختصار company أى شركة)، وعربكو (عرب + كو)، أفنديكو (أفندی + كو)، تاجكو (تاج + كو)، شيببكو (شبيب + كو).

(د) تركيب أجنبي من كلمتين أو أكثر، وتكون كل كلماته أجنبية، فضلا عن خضوعه لأنماط التراكيب الأجنبية، وأمثله من الإنجليزية: توب شوب- شيك هوم- شاور كابينت- ميس توينتى- جرين باراداي- آرت لاند جاليري- ماستر لايت- كواليتى جفتس- ديسكاونت ستور- داد باى- بليز مام- راوند تابل بيتزا- أكوا مارين- توى بالاس- نكست ستب- أيه تو زد هوم ستورز- ميك آب فور إفر- سكاي سنتر- سيتي سنتر- شيك هوم- فرنش بيكرى- هاو تو واو- ليرن آند بلاى- بادى ريفورم- هوت إيفنتس.

وأمثله من الفرنسية: كافيه أوليه- لاتوست- لافرونسيز- لاكادو- لابوتيك- لى جاليري- ميزون دو بان- لابورا- بل كوافور- جولى دام- بون مارشيه- شاتو فلورى- تروا بيتى شا- لوكوكون- لوبتى موند- لا فلوريست.

(هـ) تركيب مشوه غريب على العربية، لا يندرج ضمن التراكيب اللغوية العربية، أو هو تشويه للتركيب اللغوي العربي، ويكون من مكوناته كلمات عربية، مثل: (بو خليل هايير ماركت- مؤسسة كويت سنتر- ريم سنتر- قبرص تافرنا- السويدى سنتر للمفروشات- الرياش أنتيريورز- مسقط هوليداي إن- هانم بوتيك- مجمع ليلى جاليري- آسيا تاكسى- منامة سنتر- دنيا فاشون- سنتر هوليداي- نبيل فيديو- سلام سنتر- لنا فيلم- هارون كومبنى).

فنحن نلاحظ- في التراكيب السابقة- أن المضاف إليه قد سبق المضاف، 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 اللغوى عند النشء.

العوامل التي ساعدت على انتشار ظاهرة التغريب فى الشارع العربى:

حين نتأمل الأسباب التي أدت إلى انتشار هذه الظاهرة، نجد أنها يمكن أن تعزى إلى الأسباب التالية:

- ١- قصور الوعي اللغوى لدى عامة الشعوب العربية، وعدم اعتزازهم بلغتهم القومية، التي تمثل عاملا مهما من عوامل القومية فى الأمة، وسمه بارزة من سمات الهوية العربية.
- ٢- ميل معظم أفراد الطبقة المتوسطة والعليا إلى تعليم أبنائهم بمدارس اللغات والمدارس الأجنبية من سن الحضانه إلى نهاية المرحلة الثانوية، بعد تدهور مستوى التعليم بالمدارس الحكومية لأسباب عديدة، وقد أدى ذلك إلى أن يتعلم الطفل اللغة الأجنبية منذ طفولته، فتسيطر هذه اللغة على لسانه، ويصير نطقها أيسر وأقرب إليه من لغته الأم.
- ٣- النظرة الفوقية لكل ما هو أجنبي، والتطلع إلى التعامل معه أو الحرص على امتلاكه، جعلت أصحاب الأنشطة المختلفة يحرصون على إطلاق الأسماء الأجنبية عليها.
- ٤- أدت سياسة العولمة، وما ترتب عليها وحرص بعض الدول العربية على تشجيع السياحة بوصفها مصدراً من مصادر الدخل القومى إلى:

أ- افتتاح فروع للفنادق العالمية الشهيرة في مناطق مختلفة، وكتابتها بأسمائها العالمية بالحروف الأجنبية والعربية، مع تحديد موقعها مع الاسم مثل: كويت كونتنتال - ماريوت بايروت - لو فاندوم انتركونتنتال بيروت - فندق شيراتون البحرين - سونستا منتجع الشاطئ بلازا.

ب- ازدياد عدد الشركات السياحية، واتخاذ معظمها أسماء أجنبية، وكتابتها باللغات الأجنبية إلى جانب الحروف العربية على لافتاتها.

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

د- حرية استيراد السلع الاستهلاكية والكماليات، إلى جانب ارتفاع دخول شريحة عريضة من المجتمع، بسبب ازدياد الدخل القومي من البترول، مما ضاعف من قدرتها الشرائية، ودفع التاجر إلى محاولة إظهار تميز سلعته الأجنبية عن طريق لافتته.

وترجع أسباب هذا التلوث اللغوي إلى عوامل عدة منها عدم وضع قانون يمنع كتابة اللافتات الأجنبية بحروف عربية. وعدم وجود رقابة على المواد التي تقدم للدعاية في الإعلانات التجارية في وسائل الإعلام؛ فالمعلن يدفع بما يحلو له، وما على وسيلة الإعلام إلا الخضوع لمشيئته.

ومنها تشويه صورة كل من يتصل باللغة العربية في وسائل الإعلام، فتجعل من مدرس اللغة العربية ومن المأذون مادة للسخرية والتفكه والاستهزاء، بعد عرض كل منهما في صورة منفردة.

المشكلة إذن اجتماعية تحتاج إلى تشريع؛ فمسيان الذات خطر كبير يحذر بناءً، وتعميق الانتماء والولاء الوطني واجب قومي. إن الوعي بالهوية القومية والعربية هو طوق النجاة الذي يعصمنا من الانجراف في مهاوي التبعية، ويحمينا من الانقياد الذليل وراء العولمة؛ فالعولمة واقع حي، وتأثيرها على النشاط الإنساني والبشري بعيد المدى، وممن هنا يجب ألا ندخر جهداً في التخلص من سلبيات العولمة التي تؤثر في الوطنية والهوية الذاتية، وأن نعمل على إذكاء الشعور الوطني وأن نحافظ على لغتنا بكل الوسائل والسبل؛ حتى نحفظ بكياننا أمام هذا التيار، ونحافظ على ثقافتنا المحلية إزاءه؛ لكي لا ندوب فيه، وتضيع مقومات شخصيتنا، ونصبح صوراً باهتة ممسوخة لا حياة فيها.

والعولمة ليست موجهة نحو المال والاستهلاك فحسب؛ إذ هي غزو ثقافي متكامل، لأنها موجهة إلى فكر الإنسان ولغته وثقافته، بفضل حيازتها معرفة منظمة، ووسائل فاعلة لنشر هذه المعرفة.

ولا ننسى أن الوعي بالهوية والقومية دفع فرنسا إلى تنقية لغتها من التلوث اللغوي الذي أصابها من مفردات الانجليزية؛ فقانون حماية اللغة الفرنسية الذي أقرته الجمعية الوطنية الفرنسية عام ١٩٩٤م نص على "حظر انعقاد المؤتمرات العلمية التي تتخذ الإنجليزية لغة للتداول". كما تدخل برلمانها لحماية اللغة حين وضع قائمة سوداء من الكلمات التي يحظر استخدامها في الإعلانات والمدارس والحكومة والمؤسسات، كما رسمت فرنسا سياسة لغوية لجأت فيها إلى سن القوانين بما يحفظ للأمة مظهر حياتها العقلية؛ فاستطاعت الحفاظ على اللغة الفرنسية. ونلاحظ أن الانجليزية البريطانية تحرص على تنقية نفسها مما يصيبها من تلوث من الانجليزية الأمريكية. كما أن اللغة العبرية الحديثة لم تحقق ما حققته من مكانة لتصبح اللغة الوطنية لدولة إسرائيل إلا نتيجة لتنامي الشعور الوطني والإرادة الجماعية لليهود.

الاستخلاصات

- ١- يشكل التغريب ظاهرة واضحة في الشارع المصرى، وقد بلغت نسبة الأسماء المغربية فى عينة الدراسة ٢١,٤ % من المجموع الكلى للأسماء بالعينة.
 - ٢- تتمثل أقل نسب التغريب فى الأردن: إذ تبلغ ٤,١٨%، ثم سوريا: ٧,٨٢% فمصر: ٩,٦٦%.
 - ٣- تبدو أعلى نسب المئوية للتغريب فى لبنان ٥٦,٢% يليها البحرين: ٢٣,٨٩%، ثم الكويت: ٢٠,٢٩%.
 - ٤- تبدو أعلى نسب التغريب فى الأنشطة المعلوماتية والسياحية والترفيهية (فقد بلغت نسبة التغريب فى لبنان ١٠٠% فى خمسة أنشطة)، يليها الكويت وبلغت أعلى نسب التغريب فيها ٩٥%. وتبدو أقل نسب التغريب فى الأنشطة الخاصة بالخدمات، وتجارة المواد الغذائية والاستهلاكية، والأنشطة الحرفية.
 - ٥- تتجسد ظاهرة التغريب فى خمس صور، هى: استعمال الحروف أو الأرقام الأجنبية، ونقل الكلمة بحروف عربية، ونحت كلمة من كلمتين أجنبيتين أو أكثر، وتركيب أجنبى من كلمتين أو أكثر، وتركيب عربى مشوه.
 - ٦- يعد تشويه التركيب العربى أخطر أنواع التغريب على لغتنا العربية المعاصرة؛ لأنه يخل بالأبنية اللغوية العربية، ويفسد تركيب الجملة أو العبارة العربية.
- فالخطر المحقق بالعربية يتمثل فى زعزعة نظامها النحوي والصرفي، وتشويهه، وإحلال غيره محله؛ لأن ذلك هو النمط المرتبط بالفكر ارتباطا مباشرا، وهو الذى يكون كالسمط الذى تنتظم فيه مراحل تاريخ الأدب والحضارة للأمة^(١).

(١) كلام العرب : ٨٩.

الخاتمة

أبرزت نتائج الدراسة تفشى ظاهرة التغريب بين الأسماء التجارية بصورة لافتة للنظر فى الشارع المصرى. ويتجلى خطر الظاهرة فى نموها السرطانى، الذى يندرج باستفحال أمرها وتفاقمها، حتى يبدو لمن يستشرف النظر إمكان أن يأتى يوم يزيد فيه عدد اللافتات المغربية على اللافتات العربية، فتتزوي العربية، ويتضاءل شأنها على الألسنة فى عواصم المشرق العربى، 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 يؤدى احتكاك اللغة بغيرها إلى إلغائها تماماً. كما يظهر فى تاريخ اللغات الكلتية^(١). ويقول أنيس: " وفى حالة الاقتراض الذى لا مبرر له نلاحظ عادةً أن اللفظ المقترض يعيش جنباً إلى جنب مع اللفظ الأصيل حيناً من الدهر، بعده قد يندثر ذلك اللفظ الأصيل.. وقد يحدث فى كثير من الأحيان أن يبقى اللفظان مستعملين فى اللغة، مع نسبة متفاوتة فى شيوع كل منهما أو وضوح دلالتها"^(٢).

وتعدّ الباحثة ما ذكره العالمان تحذيراً لنا لكي نستفقد لغتنا المعاصرة من الخطر الذى يتهدها، وينذر بتهميشها وزعزعة بنيانها. ولا شك أن وسائل الإعلام تتحمل النصيب الأكبر من المسؤولية؛ إذ إنها تساعد على نشر الظاهرة بطريقتين:

الأولى: الصمت وتجاهل الظاهرة، وعدم التوعية بخطورتها.

الثانية: قبول الإعلانات التجارية، والدعاية المسموعة والمرئية للأنشطة المغربية.

والأجهزة الحكومية عليها دور مهم لوقف زحف هذه الظاهرة: بإصدار القوانين^(٣) الرادعة لكل من يساعد على تفشيها.

والتغريب يمثل مشكلة تستصرخ الضمير القومى لكل وطنى غيور على لغته ولسان أمته؛ لكى تتحرك الأجهزة المعنية بالدول العربية للتصدى بقوة وحسم لكل ما من شأنه أن ينال من سيادة اللغة العربية على أرضها وفى وطنها.

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

(٢) من أسرار اللغة : ١٢٢ .

(٣) ينص قرار رئيس الجمهورية المصري بالقانون رقم ١١٥ لسنة ١٩٥٨ على أن "تحرر باللغة العربية 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 العربية أكبر حجماً وأبرز مكاناً منها"... ويعاقب من يخالف أحكام هذه المادة بغرامة لا تقل عن عشرة جنيهات ولا تزيد على مائتى جنيه". (قوانين العلامات التجارية وقمع التديس والغش ومراقبة الأغذية وتنظيم تداولها ص ١٤٦-١٤٧).

وعلى الرغم من أن هذا القرار - الصادر عام ١٩٥٨ - أصبح لا يفى 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 التى نص عليها القرار.

التوصيات

- ١- العمل على إصدار القوانين التي تجرّم استخدام الأسماء المغربية فى الأنشطة التجارية بالعالم العربى، وتمنع الترخيص لها تحت هذه الأسماء، مع وضع العقوبات الرادعة لمن يخالف ذلك، وتكرار العقوبة طالما استمرت المخالفة.
- ٢- تدريس مادة التربية القومية فى المدارس؛ لبعث الاعتزاز بالشخصية العربية، وتأكيد الشعور بالانتماء والإحساس بالهوية.
- ٣- تفعيل دور مجامع اللغة العربية والاهتمام بنشر مصطلحاتها المعربة فى وسائل الإعلام وبين المتخصصين فى كل فروع العلوم.
- ٤- العمل على التوعية الجماهيرية، واستنهاض الهمم عند الجمعيات الأهلية والأحزاب ورجال الأعمال؛ لدفعهم الى الحرص على التعامل باللغة العربية، دون اللغات الأجنبية أو المغربية.
- ٥- دعوة أجهزة الإعلام إلى التصدى لهذه الظاهرة، بعدة طرق، منها:
 - أ- تبنى حملات منظمة للتوعية بخطورة هذه الظاهرة، والحث على مواجهتها، حرصاً على لغتنا القومية، وهويتنا العربية.
 - ب- حظر نشر الإعلانات المغربية فى وسائل الإعلام المختلفة، ورفض إعلانات الدعاية للأنشطة التى لا تحمل أسماء عربية.
 - ج- عدم تشويه صورة معلم اللغة العربية، أو السخرية ممن يتحدثون باللغة العربية فى وسائل الإعلام.
 - د- الحرص - فى برامج الأطفال - على استخدام اللغة العربية البسيطة السهلة التى لا تستعصي على مدارك الصغار - وتحبيبهم فى اللغة.

ثبت المراجع

أولاً : المراجع العربية :

- ١ - أنيس (إبراهيم) :
- من أسرار اللغة - مكتبة الأنجلو المصرية - الطبعة الرابعة - القاهرة - ١٩٧٢ .
- ٢ - بشر (كمال) :
- (التغريب فى اللغة والثقافة) : مجلة مجمع اللغة العربية - ج ٦٠ - مايو ١٩٨٧ .
- ٣ - البغدادى (عبد القادر بن عمر) :
- خزنة الأدب ولب لباب لسان العرب - تحقيق عبد السلام هارون - مطبعة الخانجى - الطبعة الرابعة - القاهرة ١٩٩٧ .
- ٤ - الجوهري (إسماعيل بن حماد) :
- تاج اللغة وصحاح العربية - تحقيق أحمد عبد الغفور عطار - دار الكتاب العربى بمصر - ١٩٥٦ .
- ٥ - الزبيدى (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 الخانجى - الطبعة الثانية - القاهرة ١٩٨٢ .
- ٧ - السيوطى (جلال الدين عبد الرحمن) :
- الإتيقان فى علوم القرآن - مطبعة مصطفى البابى الحلبي - الطبعة الثالثة - القاهرة - ١٩٥١ .
- ٨ - الشارخ (محمد) :
- (مستقبل اللغة العربية) - جريدة الأهرام، فى 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 - سنة 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 (١٩٨٣) : حولىة كلية الإنسانيات والعلوم الاجتماعية - جامعة قطر - العدد الثانى عشر - ١٩٨٩ .

- ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بالشارع المصرى - دراسة مسحية على القاهرة الكبرى (١٩٩٣): مجلة كلية الآداب - جامعة القاهرة - يناير ٢٠٠١.
- المجامع العربية وقضايا اللغة - عالم الكتب - القاهرة - ٢٠٠٤.
- ١٤ - فريد (ماهر شفيق).
- (المحافظة على اللغة العربية مسئولية من؟) - جريدة الأهرام، فى ١٩٩٩/٩/٢٢.
- 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 ٢٠٠٠/٤/٤.
- ١٧ - مجمع اللغة العربية بالقاهرة :
- (القرارات المجمعية 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، فى ١٩٨٦/١٠/٣٠.
- فى النقد اللغوى - دار قطرى بن الفجاءة - الطبعة الأولى - الدوحة - قطر ١٩٨٧.
- ٢٠ - هويدى (فهيمى) :
- (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 العربليزية) - 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, Cambridge 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.

جدول رقم (7) :

مصر	لبنان	عمان	سوريا	الكويت	البحرين	الأردن	نوع النشاط		
-	71.43	-	-	-	-	1.7	روضة	تعليم	الخدمات
9.15	-	-	0.46	-	-	0.83	مدارس		
-	-	-	1.74	1.92	-	-	مدارس خاصة		
-	19.89	11.11	-	-	-	4.2	معهد		
2.53	44.68	8.7	-	7.22	12.77	1.8	مكتبة / قرطاسية	كتب	
-	-	-	-	6.82	-	-	مكتبات	متنوع	
0.71	25.35	9.09	-	-	8.33	-	خردوات		
4.79	-	-	0.56	7.75	-	1.8	صيدلية		
-	23.53	2.33	-	5.84	5.71	-	نقل		
0.63	-	13.04	-	-	11.32	-	أدوات منزلية		
-	30.77	-	-	4.55	-	-	إطارات		
-	-	8.62	-	-	-	-	شحن	مواد غذائية واستهلاكية	
0.36	-	-	-	-	-	-	محل		
1.43	13.64	-	-	5.2	-	1.7	بقالة		استهلاكية
2.03	21.05	-	-	6.33	-	-	قهوة		
1.2	33.87	28.57	-	14.71	-	4.3	مخبز		
0.567	-	-	-	3.54	14.29	-	لحوم		غذائية
0.568	50	-	-	6.45	15.79	-	أسماك		
-	31.25	-	-	11.11	-	-	ألبان / جبن		
-	-	22.03	-	11.11	-	-	مواد غذائية		
-	-	33.33	-	11.29	-	-	فواكه وخضروات		
0.7	17.43	-	-	12.5	-	-	عصير		
1.98	25.49	12.5	-	-	14.29	-	فنون وحرف يدوية		يدوية
-	27.78	-	-	-	-	-	تجليد كتب		
-	-	-	-	6.03	-	-	إصلاح الإلكترونيات	إصلاحات	
-	-	-	-	11.11	-	-	صيانة		
-	-	-	-	-	-	1.1	منجرة		
-	16.67	-	-	-	-	-	ترميم مفروشات	مفروشات	
0.504	6.64	18.18	-	11.89	17.92	4.2	مخيط / خياطون		
11.67	14.28	-	-	-	-	1.9	مشغل / رثاءون		
4.02	-	5.26	-	-	-	-	طباعة	تلوين	
-	-	7.069	-	-	-	-	طلاء		
7.73	67.39	60	-	13.28	-	16.2	مصبغة		
8.33	-	13.33	-	-	-	-	مغسلة	متنوع	
-	39.47	7.14	-	9.23	11.11	-	زجاج		
-	-	-	-	42.51	-	-	ستلايت		اتصالات
-	82.22	17.65	-	28.57	45.45	-	اتصالات		
-	90.85	-	-	33.33	-	-	بيانات / معلوماتية		

نوع النشاط							كمبيوتر	حلى
الأردن	البحرين	الكويت	سوريا	عمان	لبنان	مصر		
-	-	43.36	-	4.67	86.9	-	كمبيوتر	
-	81.82	70.24	-	-	95.77	-	انترنت	
-	-	-	-	-	100	-	مصممو مواقع	
16.1	-	28.91	-	-	53.27	-	حلويات / باتيسرى	حلويات
-	71.43	80.95	-	-	68.18	-	شيكولاتة	
14.3	62.5	13.89	-	-	-	13.57	كافيتريا	أطعمة جاهزة أطعمة
13.4	47.7	22.06	6.67	40.35	71.4	11.7	مطعم	
-	-	-	-	-	-	2.21	كبابجى	
-	-	42.11	-	-	100	-	بترزريا / معجنات	
10.5	33.33	95	-	-	80.39	12.5	كوفى شوب /بوفيه	
18.2	37.04	47.67	-	-	36.67	8.19	مصنفو شعر/ صالون	تجميل
-	32.99	43.38	-	31.82	53.57	4	تجميل	
-	-	-	-	-	-	9.57	كوافير	
27.5	62.5	62.26	-	27.27	85.94	50.86	فندق	سياحة
40.5	-	-	5.26	15.79	61.99	-	مكتب سياحة	
-	40	4.14	-	-	85.42	-	شقق	
-	21.69	14.46	5.26	12.5	50	-	سفر ورحلات	
-	-	-	-	-	-	78.95	بنسيون	
-	-	-	-	-	66.67	-	مسرح	ترفيه
15	-	-	14.29	-	62.96	53.66	سينما	
-	-	29.79	-	-	71.42	-	تسلية وترفيه	تسلية
-	-	-	-	-	100	-	سوبر نايت كلوب	
-	-	-	-	-	85	-	مراقص ليلية	
-	-	-	-	-	85.94	-	عروض فنيه	
-	-	-	-	-	76.19	-	موسيقى	
-	-	-	-	-	-	7.73	نادى فيديو	مقهى
-	-	-	-	-	-	45.95	كازينو	
-	-	-	-	-	-	50	بار	
-	-	-	5	-	96.88	-	الملاهى والمقاهى الليلية	
66.67	42.86	25.37	-	26.67	-	-	ديكور	توق
11.2	-	21.43	-	-	75	-	معرض	
-	-	37.5	-	-	-	-	اكسسوار	
-	36.36	-	-	-	65.22	-	تحف / غاليرى	تنسيق
41.67	40.63	33.96	-	40	70.88	22.22	أزهار	
-	52.94	-	-	-	55.56	-	فن	فن
-	30.65	23.85	-	23.08	-	-	تصوير	
31.8	-	-	-	-	45.45	15.7	ستوديو	
5	10.34	13.35	-	3.7	38.1	0.75	مجوهرات	أنشطة متنوعة
-	10.71	14.58	-	-	23.44	-	سجاد	
-	16.67	15.57	-	10	44.2	11.5	سيارات	

مصر	لبنان	عمان	سوريا	الكويت	البحرين	الأردن	نوع النشاط
-	100	16.67	-	-	50	-	تبيع / سجنائر
37.48	-	-	7.5	-	64	6.4	شركات استثمائر
-	-	23.81	15.75	10.71	21.25	-	إنشاءات / شركات
-	79.59	10	-	50.25	33.33	-	هواتف متنقلة
-	-	30	-	25	17.65	5.9	مراكز تسويق
1.43	66.67	35.29	-	21.67	33.33	17.1	سوبر ماركت
13.43	-	-	-	-	44.44	40	بوتيك

ظاهرة تغريب الأسماء التجارية في بعض عواصم المشرق العربي

شاعت في دولنا العربية ظاهرة ذات أثر خطير على لغتنا العربية، التي تشكل أبرز مقومات القومية العربية، هي ظاهرة التغريب . ونلاحظ هذه الظاهرة في اللافتات التي تعلو واجهات المتاجر والأماكن العامة، والتي تكتب باللغة الأجنبية السليمة الصحيحة، كما تكتب بالعربية المغرّبة. أي أنها تنقل الكلمة الأجنبية بحروف عربية ، دون ترجمة لها ، كما في (فيش ماركت- لاي تورز - بلومن - لا فلوريس) وغيرها. فنلاحظ الابتعاد عن العبارة العربية التي تؤدي المعنى ، وإقحام كلمات أجنبية تكتب بالحروف العربية، فتزاحم الكلمات العربية وتتحياها عن مكانها لتحل محلها هذه العبارات التي تكتسب بريقا - في نظر مستعمليها- من عجمتها وتمسحها بالثقافة الأجنبية. وقد سبق للباحثة أن رصدت هذه الظاهرة : فبدأت بدراسة مدى انتشارها في القاهرة الكبرى عام ١٩٨٣، وثبتت بمقارنة الطفرة التي حدثت في انتشارها بين عامي ١٩٧٢ و ١٩٨٣، ثم راحت تتابع الظاهرة في عام ١٩٩٣. وأخيرا تراءى لها أن تقيس انتشارها في عدد من عواصم المشرق العربي؛ لتحدد مدى شيوع الظاهرة في هذه العواصم، وتعدّد مقارنة بين انتشارها في القاهرة وفي هذه العواصم؛ مما قد يسهم في التنبيه إلى خطرها. أهداف الدراسة : ١. معرفة حجم ظاهرة تغريب الأسماء التجارية بكل من دمشق وبيروت والكويت وعمّان ومسقط والمنامة. ٢. توضيح مدى انتشار الظاهرة بالأنشطة التجارية المختلفة بالعواصم المدروسة. ٣. مقارنة حجم الظاهرة في كل من القاهرة ودمشق والكويت وعمّان ومسقط والمنامة وبيروت. عينة الدراسة : اعتمدت الباحثة على دليل الهاتف في كل من سوريا ولبنان والأردن وسلطنة عمان والبحرين والكويت؛ للحصول على عناوين لافتات الأسماء التجارية بها، ثم إخضاعها للدراسة. كيفية معالجة الدراسة : ارتضت الباحثة- حرصاً على الموضوعية- أن تلتزم بضوابط جمع المادة التي التزمت بها في بحوثها السابقة عن التغريب؛ لكي تحقق الأهداف المنشودة من الدراسة؛ لذا وحدت المعايير التي اصطنعتها لقياس الظاهرة في مصر؛ كي تحصل على نتائج دقيقة للظاهرة عند مقارنة مدى انتشارها في العواصم المدروسة. وقد استخدمت الأسماء التجارية الواردة بدليل الهاتف بالعواصم المدروسة، بوصفها عينة عشوائية للدراسة تمثل مجموع الأنشطة التي تدخل في نطاق الدراسة. نتائج الدراسة : وضعت النتائج في جداول تساعد على عرضها وفقاً للأهداف المحددة للدراسة. ويوضح الجدول رقم (١) حجم ظاهرة التغريب في الأسماء التجارية بعينة الدراسة في العواصم المدروسة، مرتبة ألفبائياً وفقاً لأسماء الدول مختصرة. ويقارن الجدول رقم (٢) عدد الأسماء الأسماء المغربية بالعدد الكلي للأسماء في كل من العواصم المدروسة، موضحة النسبة المئوية للأسماء المغربية بكل عاصمة، ثم مبيّنة النسبة المئوية للتغريب في

العواصم الست المدروسة في هذا البحث، ومحددا النسبة عينها بعد إضافة البيانات المماثلة من التغريب بالقاهرة الكبرى. ويعرض الجدول رقم (٣) تحليلاً لعينة الأنشطة التجارية التي خلت من الأسماء المغربية، وعدد الأسماء بكل نشاط فيها. ويبين الجدول رقم (٤) الأنشطة التي اشتركت في خلوها من التغريب في أكثر من عاصمة من عواصم عينة البحث. أما الجدول رقم (٥) فيبين عدد الأسماء المغربية، والعدد الكلي للأسماء، والنسبة المئوية للأسماء المغربية، في كل من الأنشطة التي ظهر بها التغريب، في كل عاصمة من عواصم الدول المدروسة. أما الجدول رقم (٦) فيحدد مدى التغريب في عواصم الدول المدروسة، من خلال تسجيل أقل نسب التغريب فيها مع تحديد الأنشطة التي ظهرت بها هذه النسب، وكذلك تسجيل أعلى نسب التغريب بها، محددا الأنشطة التي ظهرت بها هذه النسب. وقد رأيت الباحثة أن تنشئ جدولاً يحدد الأنشطة التي ظهر بها التغريب مشتركا في ثلاث عواصم على الأقل من عواصم الدول المدروسة، ويقارن أعداد الأسماء المغربية ونسبها المئوية بالأنشطة المتماثلة في تلك العواصم، وهو الجدول رقم (٧). أبرزت نتائج الدراسة تفسى ظاهرة التغريب بين الأسماء التجارية في بعض عواصم المشرق العربي بصورة لافتة للنظر. ويتجلى خطر الظاهرة في نموها السرطاني، الذي يندر باستفحال أمرها وتفاقمها، حتى يبدو لمن يستشرف النظر إمكان أن يأتي يوم يزيد فيه عدد اللافتات المغربية على اللافتات العربية، فتتزوي العربية، ويتضاءل شأنها على الألسنة في الشارع التجاري، وتصبح غريبة في وطنها. وختمت الدراسة بعدد من التوصيات