

## The Linguistic Errors in Commercial Signs in the Southern Region and the Capital of the Kingdom of Bahrain: A Descriptive and Analytical Study

Asst-Prof. Maha Fahed Abouhamra, Asst-Prof. Ibrahim Suliman Ahmed\*, Mr. Mohamed Jaafar Hasan Ali Juma

Bahrain Teachers College | University of Bahrain | Bahrain

Received:

16/08/2025

Revised:

30/08/2025

Accepted:

13/09/2025

Published:

15/12/2025

\* Corresponding author:  
[imukhtar@uob.edu.bh](mailto:imukhtar@uob.edu.bh)

Citation: Abouhamra, M. F., Ahmed, I. S., & Juma, M. J. (2025). The Linguistic Errors in Commercial Signs in the Southern Region and the Capital of the Kingdom of Bahrain: A Descriptive and Analytical Study. *Journal of Arabic Language Sciences and Literature*, 4(4), 66–79.  
<https://doi.org/10.26389/AISRP.R180825>

2025 © AISRP • Arab Institute for Sciences & Research Publishing (AISRP), United States, all rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license

**Abstract:** This study aims to analyze linguistic errors in commercial signage across the Capital and Southern Governorates of the Kingdom of Bahrain during the academic year 2023–2024, within the framework of applied linguistics and through a descriptive–analytical approach. A field-based coding sheet was designed to record and classify errors in a clustered sample of 200 signs (100 from each governorate), categorized into spelling, grammar, translation, and Arabization. The findings revealed a total of 277 errors, including 157 spelling errors (56.6%), 11 grammatical errors (4%), 66 translation errors (24%), and 43 Arabization errors (15.5%). Variation was observed between regions: spelling errors were more frequent in the Capital, while grammatical, translation, and Arabization errors were more prominent in the Southern Governorate. Based on these findings, the study recommends developing a simplified national guide for signage writing, requiring linguistic proofreading before licensing and installation, and providing training programs for designers and advertising companies on functional bilingual writing. These results highlight the need for a clear linguistic policy that ensures the visibility of Arabic in commercial spaces while maintaining balance with translation needs.

**Keywords:** Linguistic errors, Commercial signage, Kingdom of Bahrain, Applied linguistics, Translation and Arabization, Linguistic landscape.

### الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في المنطقة الجنوبية والعاصمة في مملكة البحرين: دراسة وصفية تحليلية

الأستاذ المساعد / مهى فهد أبو حمره، الأستاذ المساعد / إبراهيم سليمان أحمد مختار\*. أ. محمد جعفر حسن  
علي جمعه

كلية البحرين للمعلمين | جامعة البحرين | البحرين

المستخلص: يهدف هذا البحث إلى تحليل الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية بمحافظي العاصمة والجنوبية في مملكة البحرين خلال العام الدراسي 2023–2024، وذلك في إطار اللسانيات التطبيقية وبنهج وصفي تحليلي. اعتمدت الدراسة على استماراة ميدانية لرصد وتصنيف الأخطاء في عينة عنقودية مكونة من 200 لافتة (100 من كل محافظة)، وجرى تقسيمها إلى أربعة أنواع: أخطاء إملائية، نحوية، ترجمة، وتعريب. أظهرت النتائج تسجيل 277 خطأً لغويًّا، منها 157 خطأً إملائياً (56.6%)، 11 خطأً نحوياً (4%)، 66 خطأً ترجمة (24%)، و43 خطأً تعريب (15.5%)، مع تفاوت في التوزيع بين المنطقتين؛ إذ بُرِزَت الأخطاء الإملائية في العاصمة، بينما تزايدت أخطاء النحو والترجمة والتعريب في الجنوبية. أوصت الدراسة بإعداد دليل وطني مبسط لكتابة اللافتات، واشترط المراجعة اللغوية قبل إصدار التراخيص، وتقدیم برامج تدريبية للمصممين والعاملين في شركات الإعلان حول مبادئ الكتابة الوظيفية ثنائية اللغة. تعكس هذه النتائج الحاجة إلى سياسة لغوية واضحة تحافظ على حضور العربية في المشهد التجاري مع تحقيق توازن وظيفي مع الترجمة.

الكلمات المفتاحية: الأخطاء اللغوية، اللافتات التجارية، مملكة البحرين، اللسانيات التطبيقية، الترجمة والتعريب، المشهد الغوي

## 1. مقدمة

تحتل اللغة مكانة محورية في تشكيل المشهد الثقافي للمجتمعات؛ إذ تتجاوز وظيفتها التواصلية في الفصول الدراسية والمؤسسات الرسمية، لتصبح أداةً تعبيريةً حاضرةً في الفضاء العام. وتجسد اللافتات التجارية أحد أبرز مظاهر اللغة البصرية في هذا الفضاء، إذ تُعبر عن مستوى العناية باللغة، وتسهم في بناء الانطباع عن المؤسسة والمكان والهوية.

يعد مفهوم "المشهد اللغوي" المدخل النظري الرئيس الذي تستند إليه هذه الدراسة. وقد عرّفه Landry & Bourhis (1997) بأنه: "مجموع الرموز اللغوية المكتوبة الظاهرة في الأماكن العامة، مثل: اللافتات، والإعلانات، وأسماء الشوارع، والتي تعكس مكانة اللغة في المجتمع" (ص 25). ويمثل هذا المفهوم إطاراً تحليلياً لقراءة العلاقة بين اللغة والمكان من حيث الوظيفة والدلالة.

في السياق العربي، تزايّد الدعوات إلى فحص المشهد اللغوي بوصفه تمثيلاً للهوية والانتماء، ولا سيما مع انتشار الأخطاء في اللغة المكتوبة. وقد أشار العبد القادر (2022) إلى أنَّ اللافتة التجارية ليست مجرد ملصق دعائي، بل خطاب رمزي يُعيد تشكيل صورة اللغة في الوعي الجمعي. كما أكد بنكراد (2006) أنَّ الإرساليات الإشهارية لا تنجز إلا من خلال اللغة، إذ تُعد الوسيط الأول لبناء الدلالة في السياق العام.

وفي البحرين، طرحت مؤخراً مبادرات رسمية تهدف إلى تصحيح اللغة في اللافتات التجارية، من أبرزها ما ورد في مقترن نيابي (الرقيمي، 2019) يدعو إلى معالجة الأخطاء في الإعلانات، انسجاماً مع المادة الثانية من الدستور البحريني، التي تؤكّد اعتماد اللغة العربية بوصفها اللغة الرسمية للدولة.

من هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية، من خلال عينةٍ ميدانية موزعة بين العاصمة والمنطقة الجنوبية، ومحاولة تصنيفها، وقراءة أسبابها، وتقديم توصيات عمليةٍ تسهم في تطوير جودة اللغة في الفضاء العام، ضمن منظورٍ لسانيٍ تطبيقيٍ يجمع بين التحليل الكمي والتفسير النوعي.

## 2. إشكالية الدراسة:

تُعد اللافتات التجارية من أبرز تمثّلات اللغة في الفضاء العام؛ إذ لا تنحصر وظيفتها في الإشهار أو التوجيه، بل تتسع لتصبح نصوصاً مرئية تعبّر عن علاقة المجتمع بلغته، وتمثل حضوره الرمزي والثقافي. غير أنَّ المعابرية الأولى في مملكة البحرين تكشف عن انتشارٍ ملحوظٍ للأخطاء اللغوية في هذه اللافتات، بين الإملائية والنحوية، وأخطاء الترجمة والتعرّيف، مع تفاوتها بحسب المنطقة الجغرافية.

وقد رُصد في الدراسات الحديثة حضورٌ لهذه الظاهرة في سياقات متعددة؛ إذ أشار (Songqing Li & Hongli Yang, 2023) إلى أنَّ المشهد اللغوي يعكس التفاعلات الثقافية والجغرافية والاقتصادية، بينما رأت (Faulk, 2020) أنَّ بعض هذه المشاهد يُعبر عن هيمنة اللغة الإنجليزية وما تحمله من أيديولوجيا رمزية تهدّد حضور اللغات المحلية. وفي السياق ذاته، عبر مواطنون بحرينيون في دراسة أبي رية (2021) عن قلقهم من إقصاء اللغة العربية أو تشوهها في لافتات بعض المحال التجارية.

كما أظهرت دراساتٍ تحليلية عربية أخرى: العبد الله (2020)، (Vinagre, 2021)، أحمد رضا (2021)، العتيبي والعمري (2022) أنَّ كثيراً من اللافتات تتجاهل أبسط مقومات القواعد النحوية والإملائية، وتكتب بصيغة مترجمة حرفيًّا، وهو ما يجعلها نموذجاً تطبيقيًّا لرصد الخلل اللغوي داخل الممارسة الكتابية العامة.

وإذا كانت اللسانيات التطبيقية تهتم بالعلاقة بين اللغة واستعمالاتها في السياقات الواقعية، فإنَّ هذه الأخطاء قد تشير إلى غيابٍ أو قصورٍ في التوظيف الوظيفي للغة، وتشير تسلّيات حول الوعي اللغوي المؤسسي، والتمثيل اللغوي للهوية في الفضاء العام. وتتزايّد خطورة هذه الإشكالية في ضوء المتغيرات اللغوية المرتبطة بالعولمة، وضعف السياسات اللغوية الرسمية، رغم تأكيد الدستور البحريني، والمقترنات النيابية (الرقيمي، 2019)، وقانون اللغة العربية الاسترشادي (2022) على أهمية الحفاظ على اللغة العربية، وتعريب اللافتات التجارية، وإلزام المؤسسات الحكومية والأهلية بذلك.

وفي ضوء ما سبق، تتبّع هذه الدراسة من الحاجة إلى قراءةٍ علميةٍ-تطبيقيَّةٍ لهذه الظاهرة، تجمع بين التوصيف اللساني والتأنّيل الثقافي، وتسعي إلى الإجابة عن السؤال الآتي:

**ما الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في المنطقة الجنوبية والعاصمة في مملكة البحرين؟**

## 3. أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحديد الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في المنطقة الجنوبية والعاصمة في مملكة البحرين ويتعرّف عن هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

1.3. تعرّف واقع اللغة المكتوبة على اللافتات التجارية في المنطقة الجنوبية والعاصمة في مملكة البحرين.

2.3. تحديد الأخطاء الإملائية الظاهرة في اللافتات التجارية.

3.3. تحديد الأخطاء النحوية الظاهرة في اللافتات التجارية.

4.3. تحديد أخطاء الترجمة الظاهرة في اللافتات التجارية.

5.3. تحديد أخطاء التعریب الظاهرة في اللافتات التجارية

6.3. وضع مقترنات لتحسين اللغة المكتوبة على اللافتات التجارية.

#### 4. أسلمة البحث

يحيي البحث عن السؤال الرئيس الآتي: ما الأخطاء اللغوية الظاهرة في المنطقة الجنوبية والعاصمة في مملكة البحرين ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة/ الفرعية الآتية:

1.4. واقع اللغة المكتوبة على اللافتات التجارية في المنطقة الجنوبية والعاصمة في مملكة البحرين؟

2.4. ما الأخطاء الإملائية الظاهرة في اللافتات التجارية؟

3.4. ما الأخطاء النحوية الظاهرة في اللافتات التجارية؟

4.4. ما أخطاء الترجمة الظاهرة في اللافتات التجارية؟

5.4. ما أخطاء التعریب الظاهرة في اللافتات التجارية؟

6.4. ما مقترنات تحسين اللغة المكتوبة على اللافتات التجارية؟

#### 5. أهمية البحث:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في سياقها العلمي والتطبيقي، من خلال محاور متعددة:

1.5. من جهة علمية، قد يسهم البحث في توسيع دائرة الدراسات التطبيقية في اللسانيات العربية، من خلال تحليل الأخطاء في المشهد اللغوي الواقعي، وهي زاوية لم تتناول بهذا التعمق في السياق البحريني سابقاً.

2.5. ومن جهة منهجية، يعتمد البحث على مقارنة داخلية بين بيئتين حضريتين في دولة واحدة، مما يمنحك نتائجه بُعداً تحليلياً نادراً في البحوث اللغوية العربية.

3.5. وعلى المستوى العملي، يقدم البحث توصياتٍ يرجح قابليتها للتنفيذ من قبل صناع القرار والجهات المعنية بالخطيط اللغوي، والمؤسسات التعليمية، والمصانع، بما يسهم – في ضوء النتائج – في تحسين جودة اللغة في القضاء العام، وتعزيز حضور العربية بوصفها لغةً وظيفيةً وهوياتية.

4.5. كما يعزّز هذا البحث الربط بين اللغة والمكان، ويفتح المجال أمام معالجاتٍ أخرى أكثر تكاملاً بين التعليم والإعلام والسياسات البلدية، من خلال وعيٍ لغويٍ قائمٍ على الممارسة، لا على التنبؤ فقط.

5.5. ويتوقع أن يسهم هذا البحث في دعم قسم اللغة العربية في اتخاذ قرارات تساعد على رفع مستوى الكفاية اللغوية، من خلال اقتراح مقررات تعنى بمهارات اللغة العربية الوظيفية، وتذليل الطلاب على إنتاج اللافتات التجارية والملصقات والإعلانات.

6.5. ومن المؤمل أن يقدم هذا البحث مقترنات منبثقة من نتائجه، يُنطر أن تسهم في معالجة المشكلات اللغوية، وتحسين كتابة اللافتات التجارية، ورفع مستوى الأداء اللغوي لدى كاتبها.

#### 6. حدود البحث:

1.6. الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على تحليل الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية المكتوبة، وصُنفت إلى أربعة أنواع (الأخطاء الإملائية، والأخطاء النحوية، والأخطاء في الترجمة، والأخطاء التعریب). ولم يتناول البحث عناصر التصميم البصري أو الأسلوب الفني لللافتات.

2.6. الحدود المكانية: انحصر نطاق البحث جغرافياً في منطقتين إداريتين من مملكة البحرين (محافظة العاصمة، والمحافظة الجنوبية) وجرى اختيار هذه المنطقتين لتمثيل تباينين محتملين في طبيعة اللغة المكتوبة والممارسات الكتابية.

3.6. الحدود الزمنية: أُجري البحث خلال العام الدراسي 2023–2024، وجرى خلاله تصوير اللافتات، وجمع البيانات، وتحليل الأخطاء وتصنيفها وفق المنهج المعتمد.

## 7. التعريفات الإجرائية:

### 1.7. الخطأ الإملائي

يعرف في هذا البحث بوصفه كل انحراف عن الرسم القياسي للكلمة العربية أو الإنجليزية، ويشمل حذف الهمزات، أو استبدال الحروف، أو الأخطاء في كتابة الكلمات الأجنبية بالحروف العربية، بما لا يراعي قواعد النطق أو الكتابة السليمة.

أمثلة من العينة:

- "اعلان" بدلاً من "إعلان".
- "حلاقة" بدلاً من "حلاقة".
- ".FASHION" بدلاً من "FISHOIN"

### 2.7. الخطأ النحوى:

هو الخلل الذي يصيب البنية التركيبية للجملة، مثل غياب التوافق بين الفاعل والفعل، أو استعمال حروف الجر في غير مواضعها، أو صياغة الجمل بأسلوب عامي يضعف سلامية الصياغة الفصيحة.

أمثلة من العينة:

- "متخصص بالملابس" بدلاً من "متخصص في الملابس".
- "شاي ملكي" بدلاً من "شاي ملكي".
- "صالون الرجال للحلاقة" دون ضبط نحوى واضح.

### 3.7. خطأ الترجمة:

هو الخلل الناتج عن نقل جملة أو عبارة من اللغة العربية إلى الإنجليزية أو العكس، بطريقة حرفية، أو دون مراعاة السياق الدلالي والثقافي، مما ينتج نصاً غير دقيق أو غامضاً في المعنى.

أمثلة من العينة:

- ".Juffair Oasis" بدلاً من "Wahat Al Juffair"
- ".Barbershop" بدلاً من "Men's Cut"
- الترجمة التي تخالف طبيعة النشاط أو ثقافة المتلقي

### 4.7. خطأ التعريب:

هو الخطأ الناتج عن تحويل كلمة أجنبية مفردة إلى اللغة العربية بصيغة صوتية أو كتابية غير دقيقة، تؤدي إلى تشوه في الشكل أو المعنى أو النطق.

أمثلة من العينة:

- "الإلكترونيات" بدلاً من "الإلكترونيات".
- "باسكن روبيز" بدلاً من "باسكين روبيز".

### 5. ملاحظة منهجية تميزية:

تتميز هذه الدراسة بالدقة في التمييز بين خطأ الترجمة وخطأ التعريب، بناءً على آلية الإنتاج والوظيفة التداولية. فخطأ الترجمة ينشأ عند نقل جملة كاملة أو عبارة من لغة إلى أخرى دون مراعاة للسياق أو الثقافة، وهو ما يتطلب أداة تأويلية تقوم على إعادة الصياغة والاختيار الدلالي المناسب.

أما خطأ التعريب، فينشأ عند محاولة كتابة كلمة أجنبية مفردة بالحروف العربية بطريقة تعتمد على التهجين الصوتي أو النسخ الفعوي، من دون التزام بقواعد التعريب أو التوجيه المعجمي، مما ينتج شكلاً هجينياً يُربك المتلقي. ومن ثم تختلف آلية معالجة كل نوع؛ فال الأول يعالج بمهارات الترجمة السياقية، بينما الثاني يعالج بضبط الكتابة وفق قواعد التعريب التي تقتربها الماجموع اللغوية.

## 8. الإطار النظري والدراسات المرجعية:

تشكل اللافتات التجارية نصوصاً لغوية مرئية في الفضاء العام، تتفاعل مع الجمهور لا بوصفها أدوات إرشادية أو دعائية فقط، بل بوصفها تمثيلاً للهوية والممارسة اللغوية المؤسسية والاجتماعية. ويندرج هذا التناول ضمن اللسانيات التطبيقية، وتحديداً من زاوية "المشهد اللغوي"، وهو المفهوم الذي طرره Landry and Bourhis (1997) بوصفه مجموع الرموز اللغوية المكتوبة الظاهرة في الأماكن العامة، مثل: اللافتات، والإعلانات، وأسماء الشوارع، بما يعكس مكانة اللغة في البيئة الاجتماعية (ص 25).

وقد تعمق الباحثون لاحقاً في تحليل هذا المشهد من منطلق لساني-اجتماعي، كما فعل Gorter & Shohamy (2021)، إذ رأوا أن اللغة في الفضاء العام تُنبع داخل شبكة من العلاقات الثقافية والمرئية، وأن جودة الأداء الكتابي تعبر عن طبيعة السياسات اللغوية في المكان. وأكد Blommaert (2013) أن تحليل اللغة في هذه السياقات لا يجب أن ينحصر في بُعدٍ نحوِي أو قاعدي، بل ينبغي أن يقارب من خلال "الكفاءة الاجتماعية-اللغوية" التي تحكم الاستعمال.

وفي السياق العربي، ركز العبد القادر (2022) ويوسف (2010) على أن اللافتة التجارية تجسد صورة اللغة في الوعي الجمعي، ويعدها خلُّها دلالةً على ضعفِ تمثيل العربية. كما لفت بنكراد (2006) إلى أن اللغة تُعدَّ الأداة المركزية في تحقيق الإرسال الإشهاري، وأي ضعفٍ فيها يُربِّك الرسالة البصرية.

وانطلاقاً من هذا الإطار، يتناول البحث دراساتٍ ميدانية قاربت الظاهرة في مناطق مختلفة: ففي إيران، حلَّ Ahmadreza (2021) أخطاء الترجمة في المشهد الثنائي اللغة في طهران، بينما نوَّهت Vinagre (2021) إلى أنَّ ضعف اللغة في اللافتات يُنبع صورةً مهزوزة للهوية البصرية للمكان. وفي كوفنتري، درست Faulk (2020) أثر الأيديولوجيا على كتابة اللافتات، مشيرةً إلى تغول اللغة الإنجليزية على حساب الهوية المحلية.

أما في السياق الخليجي والعربي، فقد رصد العبد الله (2020) في البصرة تكرار الأخطاء الإملائية والنحوية في لافتات الأسواق، وبين العتيبي والعمري (2022) في السعودية محدودية التنسيق بين النصين العربي والإنجليزي. وفي البحرين، عبر مواطنون في دراسة أبي رية (2021) عن قلقهم من تغريب العربية من الفضاء التجاري.

وتsemِّ هذه الدراسة فيربط ما سبق، من خلال قراءة مقارنة داخلية بين منطقتين في بيئات لغوية واحدة، وتحليل نوعي للأخطاء يدمج التفسير التداولي والوظيفي، لتقديم مقاربةً ميدانية تسهم في تطوير النظر إلى اللغة في المجال التجاري، لا ك مجال للزينة فقط، بل كبنية للهوية والاستعمال والتواصل.

## 9. الدراسات السابقة:

أُجريت العديد من الدراسات التي تناولت تحليل الأخطاء اللغوية، منها دراسة دوبل (2009) التي هدفت إلى تحليل الأخطاء الواردة في الكتب الرسمية الصادرة عن دواعين عمادات جامعة مؤتة لعام 2008/2009، وذلك من خلال جمع الأخطاء وتحليلها، وبيان وجه الخطأ فيها، وتصويبه اعتماداً على الأصول اللغوية، والمعاجم العربية، والقرارات المجمعية. وقد حدَّدت الدراسة الأخطاء الصرفية والنحوية، ثم اقترحت سُبُل معالجة الأخطاء الإملائية، مستعملة المنهج الوصفي التحليلي.

كما أجرى العبد الله (2020) دراسة بعنوان الأخطاء اللغوية في اللافتات الإعلانية في مدينة البصرة – دراسة وصفية، تناول فيها تحليل الأخطاء في اللافتات على واجهات المحلات والدكاكين، وربطها بالواقع الذي تعيشه المدينة، بعد أن كانت قبلةً للعلماء، بينما أصبحت اليوم لا تُعني ببساط مقومات القواعد النحوية والإملائية. وقد استعمل المنهج الوصفي التحليلي كذلك.

وأجرى (2021) دراسة بعنوان: المشهد اللغوي: تعزيز تعدد اللغات من خلال فلت الرموز في الأماكن العامة (The Linguistic Landscape: Enhancing Multiliteracies through Decoding Signs in Public Spaces) ، هدفت إلى تحديد المشهد اللغوي الإقليمي من خلال إشارات الطرق العامة، واللوحات الإعلانية، وأسماء الشوارع والأماكن، ولافتات المحلات التجارية، واللافتات على المباني الحكومية، مع بيان الفوائد والعيوب المحتملة لدمج تلك اللغة في مجال تعليم اللغة الإسبانية بجامعة كولومبيا في نيويورك.

وأكَّدَ أحمد رضا (2021) في دراسته المعروفة بـ تحقیق نموذجي في الأخطاء في استخدام اللغة الإنجليزية في المشهد اللغوي ثنائي اللغة ومتعدد اللغات في طهران (A Typological Investigation of Errors in the Use of English in the Bilingual and Multilingual Linguistic Landscape of Tehran)، إنَّ الأخطاء في الاستعمال الإنجليزي شملت الترجمة، واختيار الكلمات، والتهجئة، والالأصوات، والقواعد. وقد استندت الدراسة إلى عينة بلغت 400 لافتة ثنائية اللغة (فارسي/إنجليزي) ومتعددة اللغات (فارسي/إنجليزي/عربي) جُمعت خلال ثمانية عشر شهراً. وتوصلت النتائج إلى رصد 101 خطأ، وأظهرت أنَّ الأخطاء الإملائية وأخطاء الترجمة كانت الأكثر شيوعاً مقارنة بالأنواع الأخرى.

كذلك أجرى العتيبي والعمري (2022) دراسة بعنوان: المنظر اللغوي للافتات المحلات ثنائية اللغة في المملكة العربية السعودية (Linguistic Landscape of Bilingual Shop Signs in Saudi Arabia)، سعى إلى استكشاف المشهد اللغوي للافتات التجارية الثنائية اللغة في مراكز التسوق بالرياض وجدة. وركَّزت الدراسة على الحجم النسبي للمعلومات، وجودة النصوص العربية والإنجليزية، سواء عبر الترجمة

المباشرة (EA) أو الترجمة الصوتية (AE)، وقد رُصدت 184 لوحة إعلانية، صُنف منها (68) نموذجًا للتحليل التفصيلي، وتبين أنَّ (83.3%) من العلامات كانت ثنائية اللغة، مع تباينات طفيفة في الحجم النسبي وطريقة عرض المعلومات.

أُجريت أبحوريَّة (ب.ت.) دراسة بعنوان: تنظيم المشهد متعدد اللغات في الأسواق، وهي أطروحة بكلية الآداب في جامعة البحرين، أكدت على أهميَّة مراجعة قوانين السجلات التجارية ولافتات المحلات. وقد هدفت الدراسة إلى التتحقق من فعاليَّة الإجراءات التنظيمية عند إصدار تصاريح العمل للافتات، لضمان وجود مشهد منظم يحافظ على اللغة العربيَّة ويدير التعدد اللغوي.

اعتمدت الدراسة ثلاثة مناهج: الكمي، والكيفي، والمقارن. وجُمعت البيانات من خلال مسح لافتات المحلات وتصويرها، إضافة إلى مقابلات مع أصحاب المحلات وبعض المواطنين البحرينيين. شمل المسح ألف لافتة محل، إلى جانب مقابلات مع ستة وستين من أصحاب المحلات، وأربعين زائراً لسوق المنامة والمحرق. وأظهرت النتائج زيادةً في استعمال النمط الثنائي اللغة (العربيَّة/الإنجليزية)، مع غلبة العربيَّة في سوق المحرق، وتفوق الإنجليزية في المنامة. كما احتلَّ النمط متعدد اللغات المرتبة الثانية، وظهرت فيه لغات كالبنغالية والأردية، إلى جانب العربيَّة والإنجليزية. وقد بيَّنت النتائج توجُّهاً إيجابياً لدى المواطنين نحو التعدد اللغوي، مع بروز قلق من بعض الممارسات مثل تهميش اللغة العربيَّة أو تكرار الأخطاء الإملائيَّة فيها، بالإضافة إلى ضعف التنظيم في عناصر اللافتات (حجم الخط، وترتيب اللغات، وموضع العربيَّة بالنسبة إلى غيرها).

#### **التعليق على الدراسات السابقة:**

يتبيَّن من العرض السابق للدراسات التي أُجريت حول تحليل الأخطاء اللغوية أنها أكَّدت على أهميَّة كشف الأخطاء اللغوية بأنواعها، سواء في الكتب الرسمية، مثل: دراسة دويك (2009) في الإعلانات التجارية، والأماكن العامة، أو دراسة العبد الله (2020)، أو دراسة (2022) Alotaibi & Alamri، أو دراسة (2021) Vinagre التي تناولت الأخطاء في الأماكن العامة فقط. وتتشابه الدراسة الحاليَّة مع الدراسات السابقة من حيث المنهج المتبع فيها وتحديد الأخطاء وتحليلها، غير أنها انفردت بتحديد الأخطاء بأنواعها على المستوى الصافي، والنحواني، والدلالي، والصوقي. كما اختلفت الدراسة الحاليَّة عن بعض الدراسات السابقة في اللغة المستهدفة التي تناولتها، مثل: دراسة (2021) Vinagre ودراسة (2021) Ahmadreza Ahmadriza اللتين تناولتا اللغة الإنجليزية.

وقد استفادت الدراسة الحاليَّة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث، بحيث تتناول جوانب و مجالات ومناطق لم تتناولها الدراسات السابقة، إضافةً إلى تحديد الأهداف والمنهج المتبع فيها، ومقارنة نتائجها بنتائج تلك الدراسات.

#### **10. منهج البحث**

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، لما له من قدرة على توصيف الظواهر اللغوية كما تحدث في السياقات الواقعية، ثم تحليلها وتصنيفها في ضوء معايير علمية. وقد مكَّن هذا المنهج الباحثين من الوقوف على طبيعة الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات، وتحليلها بناءً على التكرار، والنسبة، والسياق التداولي الذي أنتجها.

واستُعمل إلى جانب ذلك أسلوب تحليل المضمون، إذ جرى التعامل مع النصوص المكتوبة في اللافتات بوصفها وحدات دلالية قابلة للتحليل الكمي والكيفي، بهدف الوصول إلى مؤشرات لغوية تفسِّر في ضوء البيئة الاجتماعية والتثقافية المحلية.

#### **11. مجتمع البحث وعيئته**

##### **11.1 مجتمع البحث**

تكون مجتمع البحث من جميع اللافتات التجارية المكتوبة باللغة العربيَّة أو الثنائيَّة اللغة (عربيٌّ/إنجليزي)، والمنتشرة في الفضاء العام في منطقتي محافظة العاصمة والمنطقة الجنوبيَّة في مملكة البحرين. وتشمل هذه اللافتات ما يظهر على واجهات المحال التجارَّية، والمجتمعات، والمراكم التجارَّية، في مختلف الشوارع والأحياء.

##### **2.11. عينة البحث**

جرى اختيار عيَّنة عشوائيَّة عنقودية بعد تقسيم المنطقتين إلى عناقيد جغرافية، واختيار لافتات تمثل تنوع النشاط التجاري. وقد بلغ حجم العيَّنة (200) لافتة، بواقع:

- 100 لافتة من محافظة العاصمة.
- 100 لافتة من المنطقة الجنوبيَّة.

جرى تصوير اللافتات التجارية للمحلات وتوثيقها ميدانياً، ثم تفريغ محتواها اللغوي بدقة في استمارة التحليل تمهدًا لتصنيف الأخطاء وتحليلها.

## 12. أداة البحث

استعملت في هذا البحث استمارة تحليل لغوي ميدانيّة، صُممّت خصيصاً لرصد وتصنيف الأخطاء الظاهرة في اللافتات التجارية للمحلات، وفق أربعة محاور رئيسة شُكّلت فئات التحليل، وهي:

- الأخطاء الإملائية.
- الأخطاء النحوية.
- أخطاء الترجمة.
- أخطاء التعرّيف

وتمثّلت وحدات التحليل بالكلمة والجملة والفكرة. والجدول الآتي يبيّن استمارة تحليل المحتوى وفئاته ووحداته

جدول (1) استمارة تحليل المحتوى وفئات التحليل ووحداته

تصحيح الخطأ	نوع الخطأ (فئات التحليل)				الخطأ الموجّد	اسم اللافتة	شارة تواجه اللافتة
	ترجمة وتعريب	نحوى	إملائي				

راعت الاستمارة عناصر متعددة، مثل: نوع الخطأ، موقعه في الجملة، شكله الإملائي أو التركيبي، وصياغته الأصلية. جُمعت البيانات يدوياً، ثم أُدرجت في جداول تفريغية مكّنت من إجراء تحليل كمي باستعمال النسب المئوية، وتحليل نوعي قائم على المقارنة السياقية بين المنطقتين.

## 1.12. صدق استمارة التحليل:

للتتأكد من صدق استمارة تحليل الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية جرى عرضها على مجموعة من المحكمين لإبداء آرائهم فيها من حيث صلاحية الاستمارة ووحدات التحليل وفئاته، التي اعتمدت لتحليل الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في مملكة البحرين، ومدى مناسبة كل وحدة تحليل مع فئة التحليل المصنفة فيها، وذلك بعد تطبيقها على (5) لافتات تجارية من المنطقة الجنوبية لم تشمل ضمن عينة التحليل الأساسية. وقد اتفق المحكمون على صلاحية استمارة التحليل ووحداته وفئاته لتحليل اللافتات التجارية

## 2.12. ثبات استمارة تحليل المحتوى:

جرى التأكد من ثبات استمارة تحليل المحتوى بطريقة الاتساق عبر الزمن والاتساق بين المحللين كما تبيّن الإجراءات الآتية:

- طُبّقت استمارة التحليل للمرة الأولى على (5) لافتات تجارية من المنطقة الجنوبية (5) من منطقة العاصمة وفق الضوابط والوحدات وفئات التي جرى اعتمادها في البحث، ثم أُعيد التحليل مرة ثانية بعد مرور أسبوعين من التحليل الأول من ثم حسب معامل الاتفاق بين مرتب التحليل وتسمى هذه الطريقة بالاتساق عبر الزمن.

- اجتمع فريق البحث مع محلّ آخر له خبرة في مجال التحليل ومحترف في اللغة العربية، وسبق له القيام بمثل هذا العمل، وشرح له الفريق طريقة التحليل باتّاباع القواعد والإجراءات نفسها، على أن يقوم هذا المحلل بالعمل مستقلاً بإجراء عملية التحليل للعينة المختارة نفسها من اللافتات، وفقاً لاستمارة التحليل ومحدداتها، للتتأكد من ثبات التحليل عبر الأفراد.

- حسب معامل الثبات بين تحليلها في المرتين من جهة، وبين تحليلها الأول وتحليل المحلل الآخر من جهة أخرى وفق معادلة هولستي (CR=2M/(N<sub>1</sub>+N<sub>2</sub>)).

والتي يدلّ فيها (CR) على معامل الثبات.

(M) عدد وحدات التحليل التي يتقدّم عليها المحلان أو المحل نفسه في التحليلين. (N<sub>1</sub>) مجموع وحدات التحليل التي حلّلها المحل الأول.

(N<sub>2</sub>) مجموع وحدات التحليل التي حلّلها المحل الثاني.

والجدول (2) يبيّن معامل ثبات التحليل بين تحليلي الباحثة للمرة الأولى والثانية، ومدى الاتفاق والاختلاف.

جدول (2) معامل ثبات التحليل بين تحليلي الباحثة للمرة الأولى والثانية (الاتساق عبر الزمن)

نوع الثبات	المحل	الإملائية	النحوية	الترجمة	التعریف
الاتساق عبر الزمن	الباحثة للمرة الأولى	2	1	1	0
	الباحثة للمرة الثانية	2	1	1	0
	الاتفاق	10	10	10	0
	الاختلاف	0	0	0	0
	معامل الثبات	%100	%100	%100	%100
الاتساق عبر الأفراد	الباحثة للمرة الأولى	2	1	1	0
	المحل الآخر	3	2	1	0
	الاتفاق	8	9	9	0
	الاختلاف	2	1	9	0
	معامل الثبات	%80	%90	%100	%100

يبين الجدول (2) أنَّ معامل ثبات تحليل المحتوى كان عالِيًّا، وهي نسبة مناسبة لأغراض البحث؛ إذ تدلَّ على ثبات التحليل، وبالتالي يمكن الاعتماد على تحليل المحتوى في إتمام إجراءات الدراسة.

### 13. تحليل النتائج والإجابة عن أسئلة البحث

انطلاقًا من أهداف البحث وطبيعته الميدانية، استُعمل في تحليل البيانات المنهج الوصفي الإحصائي بوصفه الأكثر ملاءمة لرصد الأنماط اللغوية كما تظهر فعليًّا في البيئة الواقعية، دون تدخل أو ضبط تجريبي. وقد مكَّن هذا المنهج من حساب تكرار كل نوع من الأخطاء، وتصنيفها حسب نوعها والمنطقة التي ظهرت فيها.

وقد جمعت البيانات من خلال استماراة تحليل لغوي ميدانية صُممَت بدقة لرصد:

- نوع الخطأ (إملائي، نحوي، ترجمة، تعریف).
- موقعه من الجملة.
- الصياغة التي ورد بها.
- طبيعة الخطأ (شكلي/دلالي/تركيبي).

ولتحليل التوزيع الكمي، استُعملت المعادلة الآتية لحساب النسبة المئوية لكل فئة من الأخطاء:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{عدد الأخطاء من نوع معين}}{\text{إجمالي عدد الأخطاء في المنطقة}} \times 100$$

الإجابة عن السؤال الأول: ما واقع اللغة المكتوبة في اللافتات التجارية في مملكة البحرين؟

جرى تفريغ البيانات يدوًيا في جداول تحليلية مكَّنت من المقارنة بين المنطقتين (العاصمة – الجنوبية)، واستخلاص الفروق، مع دمج النتائج الإحصائية في تفسير تداولي وظيفي يستند إلى واقع الاستعمال اللغوي في المجال التجاري جاءت النتائج الإجمالية في الجدول الآتي:

جدول (3): توزيع الأخطاء اللغوية بحسب النوع والمنطقة

المنطقة	مجموع أخطاء العاصمة	عدد الأخطاء	النسبة	النسبة المئوية الكلية من مجموع الأخطاء	نوع الخطأ
العاصمة	150	85	56.67%	30.69%	إملائي
	5	36	24.00%	13.00%	نحوي
	24	30	16.00%	8.66%	ترجمة
	72	6	4.72%	2.17%	تعریف
مجموع أخطاء العاصمة					
الجنوبية	127	30	23.62%	10.83%	إملائي
	19	6	4.72%	2.17%	نحوي
	19	5	3.33%	1.81%	ترجمة
	127	19	14.96%	6.86%	تعریف
مجموع أخطاء المنطقة الجنوبية					
المجموع الكلي للأخطاء					

يتضح من الجدول السابق:

- بلغ مجموع الأخطاء اللغوية في منطقة العاصمة بمملكة البحرين (150) خطأً، بنسبة (54.15%) من مجموع الأخطاء، بينما بلغ عدد الأخطاء في المنطقة الجنوبية (127) خطأً لغوياً، بنسبة (45.85%) من مجموع الأخطاء. وتوزعت كما يأتي:
  - جاءت الأخطاء الإملائية في العاصمة في المرتبة الأولى بنسبة (56.67%)، تلتها أخطاء الترجمة بنسبة (23.26%)، ثم أخطاء التعریب بنسبة (14.96%)، وأخيراً الأخطاء النحوية بنسبة (6.72%).
  - في المنطقة الجنوبية، جاءت الأخطاء الإملائية أيضاً في المرتبة الأولى بنسبة (56.69%)، تلتها أخطاء الترجمة بنسبة (24%)، ثم أخطاء التعریب بنسبة (16%)، وأخيراً الأخطاء النحوية بنسبة (3.33%).
- تظهر هذه النتائج أن اللغة المكتوبة في اللافتات التجارية في العاصمة والمنطقة الجنوبية تعاني من اضطراب ملحوظ في الأداء اللغوي، سواء في الجوانب الإملائية أو النحوية أو في الترجمة أو في التعریب. وقد بلغ مجموع الأخطاء المسجلة في العاصمة (150) خطأً، وفي المنطقة الجنوبية (127) خطأً، ما يشير إلى أن الخلل اللغوي ليس حادثاً استثنائياً، بل هو سمة عامة في المشهد اللغوي التجاري.
- وعند تحليل التوزيع، تبين أن العاصمة سجلت نسبة أعلى في الأخطاء الإملائية، بينما بُرِزَت الأخطاء النحوية وأخطاء الترجمة والتعریب بشكل أكبر في المنطقة الجنوبية. ويرتبط هذا الفاوت بالسياق التداولي المحلي، إذ تؤثر عوامل متعددة، مثل طبيعة النشاط التجاري، ومستوى التعليم، والبيئة الاجتماعية في طبيعة اللغة المكتوبة.
- من منظور اللسانيات التطبيقية، يفسّر هذا الخلل بوصفه نتاجاً لغياب التدقيق اللغوي المؤسسي، ولأن إنتاج النصوص التجارية غالباً ما يخضع لضغط السرعة والتصميم البصري على حساب الجودة اللغوية. ويؤدي ذلك إلى تحول الكتابة في الفضاء العام إلى ممارسة تداولية ارتجالية تفتقر إلى المعايير، مما يهدّد فاعلية التواصل، ويضعف حضور اللغة العربية كأداة للهوية والثقافة.

### السؤال الثاني: ما الأخطاء الإملائية الظاهرة في اللافتات التجارية في مملكة البحرين؟

جاءت الأخطاء الإملائية في المرتبة الأولى من بين مجموع الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في مملكة البحرين؛ إذ بلغ عددها في العاصمة (85) خطأً من أصل (150) بنسبة (56.67%)، وفي المنطقة الجنوبية بلغ عددها (72) خطأً من أصل (127) بنسبة (56.69%)، وتُعد هذه الأخطاء الأكثر تكراراً في العاصمة.

#### أبرز أنماط الأخطاء:

- حذف الميمزات: مثل «اعلان» بدلاً من «إعلان»، و«الكترونيات» بدلاً من «إلكترونيات».
- كتابة النساء المربوطة كالماء: مثل «مدرسة» بدلاً من «مدرسة»، و«حلاقة» بدلاً من «حلاقة».
- أخطاء في تهجئة الأسماء الأجنبية بالحروف العربية: مثل «باسكن روبلز»، و«نيسان صالون».

تشير هذه النتائج إلى تأثير الكتابة السمعية على التهجئة؛ حيث تكتب الكلمات كما تنطق دون مراعاة للرسم الصحيح، خاصة في ظل غياب التدقيق اللغوي. وتنظر هذه الأخطاء حتى في أسماء تجارية معروفة، ما يؤكد أن الخلل لا يعود إلى الجهل فحسب، بل إلى نمط مؤسسي غير مدقّق يكرر الصيغ الخاطئة دون مراجعة.

### السؤال الثالث: ما الأخطاء النحوية الظاهرة في اللافتات التجارية؟

جاءت الأخطاء النحوية في المرتبة الأخيرة من مجموع الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في مملكة البحرين؛ إذ بلغ عددها في العاصمة (5) أخطاء بنسبة (3.33%)، وفي الجنوبية (6) أخطاء بنسبة (4.72%). وهي نسبة لافتة تدل على تأثير اللهجات المحلية في اللغة المكتوبة.

#### أمثلة شائعة:

- الخلل في مطابقة الفعل والفاعل: «يوجد لدينا» بدلاً من «توجد لدينا».
- استعمال غير دقيق لحروف الجر: «متخصص بالملابس» بدلاً من «متخصص في الملابس».
- تركيب عامي: «شاي ملكي»، دون صياغة سليمة.

وتكشف هذه الأخطاء عن تأثير الصياغة المكتوبة بالبنية الشفهية، في ظل غياب وعي بالنظم الكتابي الرسمي. ومن منظور اللسانيات الوظيفية، يعكس ذلك ضعف التحول من المحكي إلى المكتوب، وهو ما يتطلب تأهيلاً لغوياً وظيفياً لا يقوم على القاعدة فقط، بل على تفعيلها في السياق.

**السؤال الرابع: ما الأخطاء المتعلقة بالترجمة الظاهرة في اللافتات التجارية في مملكة البحرين؟**  
 جاءت الأخطاء المتعلقة بالترجمة في المرتبة الثانية من بين مجموع الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في مملكة البحرين؛ إذ بلغ عددها في العاصمة (36) خطأً من أصل (150) بنسبة (24%)، وفي المنطقة الجنوبية (30) خطأً من أصل (127) بنسبة (23.62%). وتعود هذه الأخطاء الأكثر تكراراً في العاصمة.

أمثلة بارزة:

ترجمة حرفية: «Wahat Al Juffair» بدلاً من «Juffair Oasis».  
 غياب المكافئ المناسب: «Men's Saloon» بدلاً من «Gents Saloon».  
 تهجئة خاطئة: «FASHION» بدلاً من «FISHION».  
 تفسّر هذه الأخطاء على أنها ناتجة عن غياب الكفاءة في الترجمة؛ إذ لا يراعى السياق الثقافي والدلالي للنص المنقول. ويلاحظ أن اللغة الإنجليزية تستعمل بشكل زخرفي في بعض اللافتات، دون وظيفة تواصلية حقيقية، مما يضعف المعنى ويربك المتلقي.

**السؤال الخامس: ما أخطاء التعريب الظاهرة في اللافتات التجارية في مملكة البحرين؟**  
 جاءت الأخطاء المتعلقة بالتعريب في المرتبة الثالثة من بين مجموع الأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في مملكة البحرين؛ إذ بلغ عددها في العاصمة (24) خطأً من أصل (150) بنسبة (16%)، وفي المنطقة الجنوبية (19) خطأً من أصل (127) بنسبة (14.96%).

أبرز صور الأخطاء:

تهجئة مشوهة: «الإلكترونيات» بدلاً من «الإلكترونيات».  
 تهجين صوتي: «سكيب ستايل»، «أزياء الأطلال»، دون مراعية واضحة.  
 ويُظهر هذا النمط من الأخطاء غياب سياسة لغوية واضحة للتعريب، حيث تكتب الأسماء الأجنبية بصيغ متعددة وغير منضبطة. وتوكّد اللسانيات التطبيقية أن التعريب ليس نسحاً صوتياً، بل هو تكييف ثقافي-كتابي يتطلب قواعد إملائية وصوتية، وهو ما لم يُطبق في أغلب اللافتات المدرسة.

#### 14. تفسير النتائج

أظهرت النتائج الكمية والنوعية لهذا البحث أن الأخطاء اللغوية في اللافتات التجارية ليست ظاهرةً عرضية، بل هي تعبيرٌ عن ممارسات لغوية تداولية تتشكل تحت تأثير عوامل متعددة، تتدخل فيها الاعتبارات الثقافية والاجتماعية وال المؤسسية. وقد كشف التحليل عن تفاوت واضح في طبيعة الأخطاء بين العاصمة والمنطقة الجنوبية؛ إذ غلت الأخطاء الإملائية في الأولى، بينما برزت الأخطاء النحوية وأخطاء الترجمة والتعريب في الثانية.

من منظور اللسانيات التطبيقية، يمكن تفسير هذا التفاوت بأن اللغة المكتوبة في المجال التجاري لا تُنتج بالضرورة وفق قواعد النحو والصرف والإملاء المعيارية، بل تخضع للضغوط السوقية والبصرية والتسويقية التي تُقدم عامل الجذب والشكل على عامل السلامة اللغوية. ويسهم غياب مرجعية مؤسسية واضحة للتدقيق والمراجعة في تعزيز هذا الخلل، حيث تُكتب اللافتات بناء على اجهادات شخصية أو نماذج جاهزة متداولة.

كما تُظهر نتائج البحث أن التأثير الشفهي على الكتابة واضحٌ بشكل خاص في الأخطاء النحوية، وهو ما ينسجم مع ما تذكره اللسانيات الاجتماعية من أن الفرق بين اللغة المنطقية والمكتوبة غالباً ما يتلاشى في المجتمعات التي تضعف فيها الممارسات الكتابية الرسمية؛ مما يُفضي إلى إدخال بُنى عامية أو تراكيب هجينة في النصوص المكتوبة.

وفيما يتعلق بأخطاء الترجمة، يتبيّن أنها ترتبط بضعف الكفاءة في الترجمة التداولية، حيث يُنقل النص دون اعتبار للسياق الثقافي أو الوظيفي، فتحدث الترجمة الحرفية أو الخطأ في اختيار المكافئ الدلالي المناسب. أمّا أخطاء التعريب، فتنتج عن غياب قواعد واضحة لنقل الأسماء الأجنبية إلى العربية كتابةً وصوتاً، مما يجعل النص المعرب أقرب إلى «الترحيب الصوتى العشوائى» بدلاً من التعريب المعياري. وتوكّد هذه النتائج أن معالجة ظاهرة الأخطاء اللغوية لا تكون بإصلاح فردي أو تقني فقط، بل تحتاج إلى مقاربة تداولية ووظيفية تعيد بناء علاقة المجتمع بلغته المكتوبة، من خلال التدريب، والسياسات اللغوية، وتعزيز مكانة اللغة العربية بوصفها لغةً وظيفيةً حيّةً في الفضاء العام.

## 15. مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

## أولاً: عرض نتائج الدراسة الحالية

أظهرت نتائج هذه الدراسة تحليلاً ميدانياً دقيقاً للأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في منطقتي العاصمة والمنطقة الجنوبية في مملكة البحرين. بلغ مجموع الأخطاء المسجلة (277) خطأً، توزعت على أربعة أنواع:

الأخطاء الإملائية: (157) خطأً (56.67%) في العاصمة، (56.69%) في الجنوبية.

الأخطاء التح gio: (11) خطأً (3.33%) في العاصمة، (4.72%) في الجنوبية.

الأخطاء الترجمة: (66) خطأً (24%) في العاصمة، (23.62%) في الجنوبية.

الأخطاء التعريب: (43) خطأً (16%) في العاصمة، (14.96%) في الجنوبية.

وقد كشفت النتائج عن تباين واضح في نوعية الأخطاء بين المنطقتين: العاصمة شهدت نسبة أعلى من الأخطاء الإملائية.

بينما ظهرت الأخطاء التح gio وأخطاء الترجمة والتعريب بنسبة أكبر في المنطقة الجنوبية.

تشير هذه النتائج إلى ضعف الالتزام بالمعايير اللغوية المقررة في الفضاء العام، رغم وجود توجهات رسمية ومؤسسية تدعوا إلى مراعاتها. ويبدو أن الممارسة الفعلية تتأثر بعوامل تداولية وثقافية واجتماعية، تتجاوز أحياً الإطار الرسمي المُنظَّم. كما بيَّنت الدراسة أنَّ كثيراً من الأخطاء يرتبط بالتأثير الشفهي أو بنقل التراكيب الأجنبية دون مراعاة للسياق العربي.

## ثانياً: مقارنة النتائج مع الدراسات السابقة

## أوجه الاختلاف:

تفق نتائج هذه الدراسة مع عددٍ من الدراسات السابقة التي قاربت الظاهرة من زوايا متعددة:

Ahmadreza (2021): أظهرت دراسته في طهران أنَّ الترجمة الحرفية والتهجين الصوتي من أبرز مصادر الخطأ، وهو ما جرى تسجيله بوضوح في هذه الدراسة، ولا سيما في المنطقة الجنوبية.

Vinagre (2021): أشار إلى أنَّ تكرار الأخطاء في اللافتات يُضعف الصورة الرمزية للغة في الفضاء العام، وهو ما أكدته هذه الدراسة من خلال ربط الأخطاء بتراجع جودة العربية المكتوبة.

العبد الله (2020): بيَّنت دراسته في البصرة خللاً واضحاً في مراجعة اللافتات لغويًّا، وهو ما رصد أيضاً في البحرين، مع دعمٍ مهجيٍّ عبر التحليل المقارن بين منطقتين.

العتبي والعمري (2022): توصلت دراستهما إلى ضعف التنسيق بين النصيَّن العربي والإنجليزي في اللافتات، وهو ما صُبِّحَ في هذه الدراسة ضمن أخطاء الترجمة القائمة على خلل تداولي.

## أوجه الاختلاف:

تقدَّم هذه الدراسة إضافات نوعية تختلف عن بعض الدراسات السابقة، سواء في المنهج أو في مستوى التحليل:

Ahmadreza (2021): ركَّز على الترجمة من منظورٍ تصنيفيٍّ، بينما دمجت هذه الدراسة بين الكلم والتحليل التداولي الثقافي، وربطت الأخطاء بمستوى الكفاءة اللغوية والسياق الاجتماعي.

Vinagre (2021): فسَّر الأخطاء من زاوية بصرية رمزية، بينما أضافت هذه الدراسة منظوراً تداولياً وظيفياً يربط بين شكل الخطأ ووظيفته الاتصالية في المجتمع.

Faulk (2020): حلَّ تأثير الهيمنة اللغوية الإنجليزية في بيئه بريطانية (كوفنتري)، بينما تركَّز هذه الدراسة على حالةٍ عربية خليجية تحاول حماية اللغة الرسمية ضمن سياقٍ مزدوج اللغة.

العبد الله (2020): قارب الظاهرة من زاوية توصيفية محلية، في حين أظهرت هذه الدراسة مقاربةً ميدانيةً مزدوجة، تقارن بين منطقتين وترتبط النتائج بمستوى السياسات اللغوية.

## تمَّيز هذه الدراسة:

المنج بين التحليل الكلمي والتفسير التداولي.

المقارنة الداخلية بين بيئتين لغويتين ضمن المجتمع نفسه.

تفسير الأخطاء بوصفها مؤشراتٍ تداولية وسيميائية – أي دلالة رمزية – وثقافية، وليس لغوية فقط.

تقديم توصيات تربوية وعملية قابلة للتطبيق.

وبذلك، فإن الدراسة الحالية تعزز فهمنا للأداء اللغوي في الفضاء العام، وتسمم في تطوير مقاربة وظيفية تعالج الأخطاء من منطلق ثقافي وتربيوي ومجتمعي، لا تقني فقط.

## 16. موقع البحث ضمن حقل اللسانيات التطبيقية

يندرج هذا البحث في حقل اللسانيات التطبيقية، من حيث المنهج والمجال؛ إذ يعالج ظاهرة لغوية واقعية في الفضاء العام، من خلال نصوص مكتوبة تستعمل لأغراض تجارية يومية. وقد استند البحث إلى أدوات تحليل لسانية تداولية، ووصفية ميدانية، وركز على وصف الأداء اللغوي كما يمارس، لا كما يفترض في القاعدة. كما يعكس هذا البحث روح اللسانيات التطبيقية فيربط اللغة بواقعها الاجتماعي والثقافي، واقتراح حلول قابلة للتنفيذ لمعالجة مشكلات قائمة. وهو قد يعد نموذجاً بحثياً يسهم في بناء تصور عملي للكتابة الوظيفية في المجال التجاري، ويكشف عن دور اللغة في تشكيل الهوية البصرية للمدينة.

## 17. الخاتمة:

قدم هذا البحث تحليلاً تطبيقياً دقيقاً للأخطاء اللغوية الظاهرة في اللافتات التجارية في منطقتي العاصمة والمنطقة الجنوبية في مملكة البحرين، وذلك خلال العام الدراسي 2023–2024. وقد بيّنت النتائج أن هذه الأخطاء لا تعود إلى ضعف فردي في المعرفة اللغوية بقدر ما تُعبر عن بنية تداولية غير منضبطة، مع وجود قواعد مؤسسية ضابطة لا يُجرى التقيد بها في الواقع العملي. صُنفت الأخطاء في أربعة أنماط رئيسة: الإملائية، والنحوية، وأخطاء الترجمة، وأخطاء التعريب، مع رصد تباين واضح في معدلاتها بين المنطقتين. وقد جرى الدمج بين التحليل الكمي والتفسير التدالٍي والاجتماعي، مما أتاح فهماً أعمق لأسباب هذه الظاهرة، واقتراح حلول واقعية تستند إلى رؤية وظيفية لللغة. وبذلك، يسهم هذا البحث في فتح باب النقاش حول السياسات اللغوية في المجال التجاري، ويعكّد الحاجة إلى تمكين اللغة العربية تمكيناً حقيقياً في الفضاء البصري العام، من خلال منظومة متكاملة تشمل التعليم، والتدقيق، والتخطيط اللغوي الحضري.

## 18. التوصيات والمقترحات

### 1.18 التوصيات:

استناداً إلى نتائج البحث، تقدّم التوصيات الآتية لتعزيز جودة الأداء اللغوي في الفضاء العام، مع تحديد آليات تنفيذ واضحة للجهات المعنية:

- إعداد دليل لغوي وطني خاص بكتابة اللافتات التجارية، يتضمن نماذج صحيحة وأمثلة على الأخطاء الشائعة، بهدف توحيد المعايير وتحسين الممارسات اللغوية.
- ✓ الجهة المسئولة: وزارة الصناعة والتجارة بالتعاون مع مجتمع اللغة العربية.
- إزام الجهات المُرخصة بإجراء مراجعة لغوية قبل اعتماد أي لافتة تجارية، مع اعتماد أنظمة تدقيق لغوي رقمي ومؤسسني.
- ✓ الجهة المسئولة: البلديات بالتعاون مع مدققين لغوين معتمدين.
- تنظيم دورات تأهيلية قصيرة للمصممين والعاملين في شركات الإعلان، تجمع بين مهارات التصميم والكتابة الوظيفية السليمة.
- ✓ الجهة المسئولة: الجامعات (كليات الإعلام ولغة العربية) بالتعاون مع البلديات.
- إطلاق حملات توعوية تحت شعار «لغتي هوتي» لتعزيز قيمة اللغة العربية في الفضاء العام.
- ✓ الجهة المسئولة: وزارات الثقافة والتعليم بالتعاون مع البلديات.
- إدراج مهارات الكتابة الوظيفية في مناهج التعليم الجامعي، خصوصاً في كليات الإعلام والتربية، لتمكين الطلبة من الممارسة الواقعية.
- ✓ الجهة المسئولة: وزارة التعليم العالي بالتنسيق مع الجامعات.
- تفعيل آليات التنسيق بين الجهات المانحة للتراخيص التجارية والجهات اللغوية المختصة، لضمان مراجعة النصوص واعتمادها قبل نشرها.
- ✓ الجهة المسئولة: البلديات، ولجان لغوية استشارية وطنية.

## 2.18 المقترنات البحثية

- في ضوء ما كشف عنه هذا البحث من نتائج، تُفتح الموضوعات البحثية الآتية لاستكمال جوانب لم تُغطَّ بعد، أو لتوسيع نطاق المعالجة في سياقات مختلفة:
- مقارنة لغة اللافتات بين القطاعين العام والخاص في البحرين، للكشف عن الفروقات في مستوى الأداء اللغوي بحسب الجهة المُنْتَجَة.
  - تحليل تفاعل الجمهور مع الأخطاء اللغوية في اللافتات عبر منصات التواصل الاجتماعي، لاستكشاف الأثر التواصلي والرمزي لتلك الأخطاء.
  - تصميم نموذج لتقدير النصوص التجارية كتابيًّا وفي الترجمة، يمكن اعتماده في المؤسسات المعنية بالترخيص أو الإشراف على الإعلانات.
  - دراسة تحول الأخطاء في اللافتات على مدى زمني طويل، من خلال مقاربة تاريخية تدأولية تظهر تطور الأداء اللغوي في الفضاء العام.

## 19. قائمة المراجع

### 1.19 المراجع العربية

- أبو رية، وسام. (2021). المشهد اللغوي في مملكة البحرين: دراسة مقارنة في سوقين شعبيين. رسالة ماجستير غير منشورة، الصَّخير، جامعة البحرين.
- بنكراد، سعيد. (2006). سيمائيات لصورة الإشهارية. الدار البيضاء: إفريقيا الشرق، المملكة المغربية.
- طعيمة، رشدي. (2004). المهارات اللغوية: مستوياتها، تدرسيتها، صعوباتها. القاهرة: دار الفكر العربي، ط١، القاهرة، مصر.
- عبد التواب، رمضان. (2000). لحن العامة والتتطور اللغوي. القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، مصر.
- العيد القادر، بدر بن علي. (2022). المشهد اللغوي الأكاديمي: دراسة وظيفية لغوية. مجلة كلية دار العلوم، 138(يناير)، 453–519.
- العبد الله، مراد حميد عبد الله. (2020). الأخطاء اللغوية في اللافتات الإعلانية في مدينة البصرة: دراسة تحليلية وصفية. مجلة الحوار الفكري، 15(1)، 116–124.
- العتيبي، وليد، والعمرى، عثمان. (2022). المنظر اللغوي للافتات المحلات ثنائية اللغة في المملكة العربية السعودية. المجلة التربوية، جامعة الملك سعود، ، السعودية.
- الزاجعي، عبده. (1995). علم اللغة التطبيقي وتعليم اللغة العربية. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.
- الرقيبي، إبراهيم. (2019، 25 أكتوبر). مقترن نبأي لتصحيح الأخطاء اللغوية في الإعلانات التجارية . جريدة الوطن. <https://alwatannnews.net/Bahrain/article/839005>
- قانون اللغة العربية الاسترشادي. (2022، 19 ديسمبر). المحرر الدولي للقوانين والأنظمة والتشريعات والسياسات والتخطيط اللغوي. جامعة الدول العربية.
- يوسف، عبد الفتاح. (2010). التدأولية ومرجعية تنوع الخطاب: حدود التواصل بين لسانيات الخطاب والثقافة. مجلة النقد.
- يوسف، محمد عبد السلام. (2010). اللغة والإعلان: دراسة في البنية والأثر. مجلة دراسات إعلامية، 48(1)، 48–65.

### 2.19 المراجع الأجنبية

- Ahmadreza, M. (2021). A typological investigation of errors in the use of English in the bilingual and multilingual linguistic landscape of Tehran. International Journal of Multilingualism, 18(1), 24–40.
- Alotaibi, W., & Alamri, O. (2022). Linguistic landscape of bilingual shop signs in Saudi Arabia. Arab World English Journal, 13(1), 426–449.
- Blommaert, J. (2013). Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity. Bristol: Multilingual Matters.
- Bühler, K. (2011). Theory of language: The representational function of language (D. F. Goodwin, Trans.). Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Dakwar, R. K. (2005). Children's attitudes towards the diglossic situation in Arabic and its impact on learning. Speech and Language Pathology Department of Behavioral Sciences.

- Faulk, Z. (2020). Language ideologies at work: Examining the linguistic landscape in public spaces of Coventry, England. *Intercultural Communication Education*, 3(1), 4–21.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49.
- Sakhriyya, Z., & Anatias, N. (2020). Reviving the language at risk: A social semiotic analysis of the linguistic landscape of three cities in Indonesia. *International Journal of Multilingualism*, 20(2), 290–307.
- Shohamy, E., & Gorter, D. (2021). Linguistic landscape in the city: Research and applications. Bristol: Multilingual Matters.
- Vinagre, M. (2021). Linguistic landscape: Enhancing multiliteracies through decoding signs in public spaces. New York: Columbia University.
- Waleed, M. A. (2021). The linguistic scene of the Kingdom of Bahrain: A comparative study of two traditional markets (master's thesis, University of Bahrain).