

فرهنگ‌های عمومی یک‌زبانۀ فارسی از منظر برآورده کردن نیاز کاربران

ساغر شریفی*

مصطفی عاصی**

چکیده

متأسفانه تاکنون برآورده کردن نیاز مخاطب در فرهنگ‌های فارسی چندان مورد توجه قرار نگرفته است. هدف این مقاله بررسی پنج فرهنگ عمومی یک‌زبانۀ فارسی، یعنی لغت‌نامه دهخدا، فرهنگ فارسی معین، فرهنگ فارسی عمید، فرهنگ فارسی امروز و فرهنگ سخن، از منظر برآورده ساختن نیاز کاربران و میزان رضایت آنان از این فرهنگ هاست. برای دستیابی به این مقصود، کاربران مورد نظر به سؤالات پرسش‌نامه‌ای پاسخ دادند، با برخی از آنان مصاحبه‌ای انجام شد و نتایج به‌دست‌آمده با استفاده از آزمون‌های آماری محک خورد. اصول کلی این تحقیق شامل شناسایی نیازهای ارجاعی کاربران، میزان رضایت آنان از فرهنگ‌ها و بررسی رابطه این نیازها با متغیرهای اجتماعی، همچون سن کاربران، میزان تحصیلات و نیز رشته تحصیلی آنان، بوده است. در این تحقیق، مشخص شد که رشته تحصیلی کاربران، در میزان استفاده آنان از فرهنگ، یافتن اطلاعات در بخش‌های مرتبط در فرهنگ، و همچنین رضایت کاربران از فرهنگ‌های موجود، عامل مؤثر و تعیین‌کننده است.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ‌نگاری، زبان فارسی، فرهنگ عمومی یک‌زبانۀ کاربر.

۱. مقدمه

به‌رغم پیشینه چندصد ساله فرهنگ‌نگاری در ایران و نیز پیشرفت‌های حاصل‌شده در

* دانشجوی دکتری زبان‌شناسی و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، گروه مترجمی زبان انگلیسی
saghar.sharifi@kiauo.ac.ir

** استاد پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
s_m_assi@ihcs.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۶/۲۷، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۷/۲۵

فرهنگ‌نویسی، فرهنگ‌های تألیف‌شده در این کشور دچار اشکالات و کاستی‌های زیادی هستند. این مشکلات سبب می‌شود که فرهنگ‌ها فاقد کارایی لازم در برآورده ساختن نیاز مخاطبان خود باشند. در چند دهه اخیر، منظر کاربر (user perspective)، به این معنا که فرهنگ باید پاسخگوی نیاز کاربران خود باشد، عاملی برای تعیین محتوا و شکل فرهنگ‌ها شناخته شده و رعایت اصول مربوط به آن می‌تواند فرهنگ‌نویسان را در تدوین فرهنگ‌هایی کارآمد و مناسب یاری کند. با وجود این که سمیوئل جانسون (Samuel Johnson) سال‌ها پیش در قرن هجدهم گفته است «کسی که از فرهنگ استفاده می‌کند انتظار دارد که راه حل مشکلات خود را در آن بیابد»، توجه به نیاز کاربر از جمله موضوعاتی است که در قرون اخیر بیش‌تر به آن پرداخته شده و زبان‌شناسان و فرهنگ‌نویسانی از جمله زگوستا (L. Zgusta, 1971)، هارتمن (R. R. K. Hartmann, 1983)، ویگان (H. E. Wiegand, 1987)، برگن‌هولتز و تارپ (H. Bergenholtz and S. Tarp, 2003) و تارپ (S. Tarp, 2009) در این باره نظریاتی را مطرح کرده و بر نقش کاربر، نیازها و مهارت‌های وی، موقعیت‌های مراجعه به فرهنگ، نوع اطلاعات مورد نیاز و شیوه‌های دسترسی به آن اطلاعات تأکید کرده‌اند.

برطبق نظریه فرهنگ‌نگاری ویگان (1987)، فرهنگ‌ها ابزارهایی کاربردی هستند که برای برآورده کردن نیازهای خاص انسانی طراحی شده‌اند. ویگان فرهنگ‌ها را دارای «نقش واقعی» (genuine purpose) می‌داند و هدف واقعی از مراجعه به آن‌ها را «به دست آوردن اطلاعات خاص درباره زبان» معرفی می‌کند (به نقل از: Tarp, 2008: 28-32).

در نظریه نقشی (function theory) نیز، که مبتنی بر نظریه ویگان و برابندی از نظریه‌های رایج فرهنگ‌نویسی^۱ است، نقاط مشترکی با نظریه ویگان به چشم می‌خورد. از اصول مشترک این دو نظریه، علاوه بر آنچه در بالا به آن اشاره شد، آن است که، برای برآورده ساختن نیازهای عینی کاربران و ارائه داده‌های فرهنگ‌نگاشتی در فرهنگ، باید شرح حالی (profile) از کاربران مورد نظر و انواع موقعیت‌های کاربرد (situations of use)، که مشکلات زبانی در آن‌ها بروز می‌کند، تهیه کرد (Bergenholtz and Tarp, 2003: 173, Tarp, 2009: 25-26). به عبارت دیگر، می‌توان گفت آنچه امروزه در مد نظر فرهنگ‌نویسان قرار دارد آن است که کلیه ملاحظات نظری و عملی در فرهنگ‌نویسی باید مبتنی بر تعیین نیازهای کاربران باشد؛ یعنی آنچه برای حل مشکل کاربران با ویژگی‌های خاص در موقعیت‌های خاص زبانی لازم است.

بر این اساس، در این پژوهش که با هدف ارزیابی فرهنگ‌های عمومی یک‌زبانۀ فارسی از منظر برآورده کردن نیازهای کاربران انجام شده، نیازهای ارجاعی کاربران فارسی‌زبان و

نیز میزان رضایت آنان از پنج فرهنگ عمومی یک‌زبانۀ فارسی بررسی شده است. این پنج فرهنگ عبارت‌اند از لغت‌نامه دهخدا، فرهنگ فارسی معین، فرهنگ فارسی عمید، فرهنگ فارسی امروز و فرهنگ بزرگ سخن. در این بررسی، با مراجعه به کاربران مختلف و ارائه پرسش‌نامه به آنان و در مواردی انجام مصاحبه و برخی آزمون‌های آماری، همچون آزمون معناداری (خی دو)، رابطه این نیازها و میزان رضایت کاربران با متغیرهای اجتماعی، همچون سن کاربران، میزان تحصیلات و رشته تحصیلی آنان، و نیز لزوم ویژگی‌ها یا مهارت‌هایی در کاربران برای برآورده شدن نیاز ارجاعی آنان مورد سنجش قرار گرفته است. یافته‌های این پژوهش، ضمن مشخص کردن کاستی‌های فرهنگ‌های عمومی یک‌زبانۀ فارسی، می‌تواند در فرهنگ‌نگاری عملی و تدوین فرهنگ‌های کاربر-محور مفید واقع شود.

۲. پیشینه تحقیق

اغلب پژوهش‌های انجام‌شده درباره کاربر در مورد فرهنگ‌های یک‌زبانۀ انگلیسی و از طریق توزیع پرسش‌نامه به آزمودنی‌ها، شامل گروه‌های مختلفی همچون اهل زبان، غیر اهل زبان، کودکان، بزرگسالان و عمدتاً دانشجویان رشته‌های گوناگون، انجام شده است. از مهم‌ترین این پژوهش‌ها می‌توان به کار افرادی همچون بارنهارت (C. Barnhart, 1962)، کوئیرک (R. Quirk, 1973)، توماسچیک (J. Tomaszczyk, 1979)، باکستر (J. Baxter, 1980)، بژوان (H. Béjoint, 1981)، گرین‌بام (S. Greenbaum, 1984)، لوفر (B. Laufer, 1992) و لوفر و ملامد (B. Laufer and L. Melamed, 1994) اشاره کرد. در این پژوهش‌ها، اقلام اطلاعاتی مورد جست‌وجو، میزان استفاده از فرهنگ، نوع فرهنگ(های) مورد استفاده (یک‌زبانۀ یا دوزبانۀ)، اشکالات فرهنگ‌ها از دید کاربران و نیز فعالیتی که سبب مراجعه کاربران به فرهنگ می‌شود سنجیده شده است.

در ایران نیز در این باره آثار معدودی نوشته شده که در آن‌ها به کاربر فرهنگ توجه شده است؛ از جمله می‌توان مقاله «طرحی برای تهیه فرهنگ‌های تخصصی با کمک کامپیوتر» نوشته مصطفی عاصی (۱۳۷۳) را نام برد که هدف آن تعیین اولویت‌های فرهنگ‌نگاری، نوع فرهنگ مورد نیاز و نیز ارائه پیشنهاد برای شکل، محتوا، روش‌ها و مراحل تدوین فرهنگ‌ها عنوان شده است. عاصی، در این مقاله، ضمن اشاره به جایگاه فرهنگ و فرهنگ‌نگاری در زمان حاضر، به بیان نقاط ضعف و قوت رده‌بندی فرهنگ‌ها از دید زبان‌شناسان و فرهنگ‌نویسانی همچون اشچربا (L. Scherba)، مالکیل (Y. Malkiel)، زگوستا، القاسمی

(A. M. Alkassimi) و هارتمن می‌پردازد و سپس رده‌بندی خود را، که برگرفته از معیارهای سودمند و جنبه‌های مثبت رده‌بندی‌های پیشین است، ارائه می‌کند. وی مهم‌ترین معیار در رده‌بندی را نیاز کاربر می‌داند که با توجه به گروه‌های مختلفی از کاربران و به عنوان عامل اصلی تعیین‌کننده مشخصه‌های فرهنگ بر روی نموداری نشان داده می‌شوند. این ویژگی‌ها در مراحل سه‌گانه تدوین فرهنگ، یعنی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، طراحی، و تولید، جای می‌گیرند. از محل تلاقی دو محور افقی و عمودی در نمودار مذکور، نوع و مشخصه‌های فرهنگ مورد نظر به دست می‌آید. جدول ۱ این مشخصه‌ها را نشان می‌دهد:

جدول ۱. تعیین مشخصه‌های فرهنگ‌های گوناگون بر پایه نیازهای کاربران

متغیرهای وابسته مشخصه‌های فرهنگی دو زبانه در مراحل تولید		مراحل سه‌گانه فرهنگ‌نگاری		
گروه‌های کاربران و نیازهای مختلف آنان	عوامل تعیین‌کننده	مرحله اول: سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی	مرحله دوم: طراحی	مرحله سوم: تولید، اجرا
		۱- رویه فرهنگی ۲- زبان (ها) ۳- منظور یا اهداف ۴- موضوع ۵- کاربرد	۶- کپی‌برد ۷- نظریه ۸- صورت بنیادی	۹- گردآورنده (ها) ۱۰- روش گردآوری ۱۱- مجری ۱۲- شکل نهایی
۱- نویسندگان متون ادبی متون فنی مطالب درسی	۱- متون ادبی	a	b	c
۲- روزنامه‌نگاران و گزارشگران	۲- روزنامه‌نگاران و گزارشگران	d	c	c
۳- مترجمان زبان مادری- بیگانه زبان بیگانه به مادری	۳- مترجمان زبان مادری- بیگانه زبان بیگانه به مادری	e	f	g
۴- معلمان زبان دوم زبان تخصصی	۴- معلمان زبان دوم زبان تخصصی	h	g	h
۵- زبان آموزان زبان تخصصی (دانشجویان)	۵- زبان دوم پیشرفته زبان آموزان زبان تخصصی (دانشجویان)	i	h	i
۶- کارشناسان علوم و فنون	۶- کارشناسان علوم و فنون	j	i	j
۷- اصطلاح‌شناسان (واژه‌گزینان)	۷- اصطلاح‌شناسان (واژه‌گزینان)	k	j	k
۸- چکیده‌نویسان	۸- چکیده‌نویسان			
۹- کتابداران	۹- کتابداران			
۱۰- بازرگانان	۱۰- بازرگانان			
۱۱- جهانگردان و مسافران	۱۱- جهانگردان و مسافران			
۱۲- ...	۱۲- ...			

اثر دیگر درباره مسائل فرهنگ‌نویسی فارسی، که نیازهای کاربر در آن مطرح شده، کتاب *واژه‌شناسی و فرهنگ‌نگاری در زبان فارسی* تألیف حسین وثوقی است که، در آن، با تمرکز بر انواع و میزان اطلاعات موجود در فرهنگ‌ها و بدون تأکید بر نیازهای گروه‌های خاصی از کاربران، معیارهایی کلی برای تدوین فرهنگ ارائه شده است. در این کتاب، وجود چنین معیارهایی برای نگارش فرهنگی مناسب که مرجعی همه‌جانبه و کارآمد برای نیازهای واژگانی کاربران آن باشد لازم و ضروری دانسته شده است (وثوقی، ۱۳۸۲: ۱۰).

وثوقی در بخش نظری به جمع‌آوری معیارها و شیوه‌های فرهنگ‌نویسی در فرهنگ‌های انگلیسی و فارسی و دسته‌بندی این معیارها به دو گروه همگانی و خاص و نیز مطالعاتی در حوزه معناشناسی، واژه‌سازی و واژگان ذهنی سخنگویان زبان می‌پردازد. در بخش عملی نیز، وی نیاز کاربران را، یعنی افرادی که با آموزش، تحقیق و ترجمه سروکار دارند و زبان فارسی به گونه‌ای در زندگی روزمره یا شغل آنان نقش بسزایی دارد، همچون دانشجویان، ادیبان، مدرسان و غیره، مورد بررسی قرار می‌دهد (همان: ۱۳۴). نتیجه بررسی وثوقی حاکی از آن است که بیش‌ترین نیاز کاربران فرهنگ‌های فارسی، به ترتیب، «یافتن معنای لغت»، «یافتن تلفظ صحیح واژه‌ها» و «یافتن توضیحات لغت» و کمترین میزان نیاز نیز اطلاعات دایرةالمعارفی است. وی همچنین نتیجه می‌گیرد که بسیاری از فارسی‌زبانان هنوز از انواع اطلاعات موجود در فرهنگ لغت، و به‌ویژه فرهنگ جامع، آگاهی ندارند و در این مورد نیازهای خود را به‌درستی نمی‌شناسند (همان: ۱۳۶). وی سپس با ارائه فهرستی از حوزه‌های اطلاعاتی، از جمله ویژگی‌های مربوط به مدخل و زیرمدخل‌ها، تلفظ، صورت نوشتاری و غیره، که باید در یک فرهنگ جامع کارآمد موجود باشند، معیار ارزشیابی و الگوی جدیدی را برای تدوین فرهنگ‌های فارسی ارائه می‌کند.

پژوهش دیگری که مستقیماً به نقش کاربر فارسی‌زبان می‌پردازد پایان‌نامه نگار موهبت با عنوان «بررسی و تعیین اولویت‌های فرهنگ‌نگاری بر اساس نیاز کاربران فارسی‌زبان» (۱۳۸۶) است که، در آن، فرهنگ به عنوان وسیله‌ای برای حل مشکلات زبانی کاربران و توجه به کاربر و نیز رفع نیازهای او به عنوان عاملی تعیین‌کننده در شکل‌گیری نوع فرهنگ دانسته شده است. موهبت در این تحقیق سعی در شناخت کاربران، که عمدتاً دانشجوی و برخی مترجم بوده‌اند، و بررسی و طبقه‌بندی نیازهای ارجاعی آنان دارد و این امر را راهکاری مناسب برای بسامان کردن وضعیت آشفته فرهنگ‌نگاری در ایران می‌داند. کار او بر اساس معیارهای پیشنهادی عاصی (۱۳۷۳) در مقاله فوق‌الذکر انجام گرفته و تمرکز اصلی

آن بر مرحله اول طرح عاصی، یعنی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، است. یافته‌های این پژوهش، که در آن به بررسی اولویت‌ها یا به عبارتی نیازهای کاربران پرداخته شده است، نشان می‌دهد که این نیازها درکی است و اغلب افراد نسبت به ماهیت و نوع فرهنگ مورد استفاده خود (تفاوت فرهنگ عمومی یک‌زبانۀ فارسی و فرهنگ زبان‌آموز و فرهنگ یک‌زبانۀ انگلیسی به انگلیسی یا دوزبانۀ انگلیسی به فارسی و فرهنگ عمومی با تخصصی) آگاهی لازم را ندارند. بسیاری از این افراد به بخش‌های دیگر فرهنگ، غیر از متن اصلی، مراجعه نمی‌کنند و عمدتاً برای «ترجمه» و «یافتن معنا» و پس از آن برای اطلاع از «املا» و «تلفظ واژه» به فرهنگ مراجعه می‌کنند. اغلب آنان برای استفاده از فرهنگ آموزش ندیده‌اند و مشخصه مهم برای بسیاری از ایشان در هنگام خرید فرهنگ قیمت مناسب آن است. در پایان نیز پژوهشگر آموزش استفاده از فرهنگ را لازم می‌شمارد و پیشنهادهایی در مورد ساختار مناسب فرهنگ برای هر یک از گروه‌های کاربران ارائه می‌کند.

۳. روش و ابزارهای کار

برای گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ای به کاربران داده شد که، در آن، اطلاعات شخصی کاربران (شامل سن، میزان تحصیلات، تخصص یا رشته تحصیلی و شغل آنان) مورد سؤال قرار گرفته بود. سپس، برای شناخت نیازهای ارجاعی کاربران فرهنگ‌های فارسی و سنجش کارایی فرهنگ‌های یک‌زبانۀ موجود، سؤالاتی دربارهٔ مراجعه به فرهنگ، فرهنگ‌های مورد استفاده این افراد، هدف آنان از مراجعه به فرهنگ، اقلام اطلاعاتی مورد مراجعه، میزان مراجعه، سابقه آموزش در مورد استفاده از فرهنگ، مراجعه به بخش‌های گوناگون فرهنگ، کاستی‌های فرهنگ‌ها از دید آنان و اولویت‌های افراد هنگام خرید فرهنگ آورده شده بود. همچنین با ۱۰ نفر از پاسخ‌دهندگان و نیز ۶ نفر از فرهنگ‌نویسان ایرانی در زمینهٔ موارد یادشده مصاحبه‌ای انجام گرفت که نتایج آن پس از تحلیل داده‌های آماری آمده است.

ابزارهای کار، در بخش توصیفی، فراوانی، درصد و نمودار و، در بخش استنباطی، آزمون معناداری یا خی دو می‌باشند. جامعه نمونه شامل افراد فارسی‌زبان در ایران و نیز غیر فارسی‌زبانانی است که در ایران به یادگیری زبان فارسی مشغول‌اند. متغیرهای اجتماعی در این پژوهش عبارت‌اند از سن کاربران، میزان تحصیلات و رشته تحصیلی آنان. به بیان دیگر، در این جا سعی بر آن بوده تا رابطه میان هر یک از این متغیرها با نیازهای افراد، میزان رضایت کاربران از فرهنگ‌ها و نیز مهارت‌های ارجاعی آنان سنجیده شود.

در این پژوهش، تعداد ۱۲۷ نفر کاربر از گروه‌های مختلف شرکت داشتند. این افراد، با الهام از مقاله عاصی (۱۳۷۳) و ادغام گروه‌های کاربران مطرح‌شده در آن، به شش دسته اصلی تقسیم شده‌اند که عبارت‌اند از دانشجویان^۸، مدرسان^۹، اهل قلم^۶، محققان و کارشناسان علوم و فنون^۷، فارسی‌آموزان^۵ و سایرین^۴. شرح گروه‌های کاربران در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. گروه‌های کاربران

گروه‌های کاربران	شرح و تعداد
دانشجویان	۲۷ نفر (۱۰ دانشجوی کارشناسی، ۹ دانشجوی کارشناسی ارشد، ۸ دانشجوی دکتری)
مدرسان	۲۴ نفر (۱۳ معلم مدرسه، ۱۱ نفر استاد دانشگاه)
اهل قلم	۱۲ نفر (مترجم، نویسنده و ویراستار)
محققان و کارشناسان علوم و فنون	۲۴ نفر (۱۳ کارشناس، ۱۱ نفر محقق و پژوهشگر از قبیل پزشک، کتابدار، معلم موسیقی، اصطلاح‌شناس، مصحح نسخه‌های خطی و غیره)
فارسی‌آموزان	۲۸ نفر (۲۴ زبان‌آموز در مؤسسه دهخدا و ۴ معلم زبان ترکی در سفارت ترکیه در تهران)
سایرین	۱۲ نفر (از قبیل ۱ نفر کارمند بازرگانی، ۱ نفر کارمند بازنشسته شرکت نفت، ۴ نفر خانه‌دار، ۱ نفر صاحب مرغداری و ۱ نفر مدلینگ‌کار و فرزکار و غیره)
جمع	۱۲۷ نفر

۴. تحلیل داده‌ها

۱.۴ نتایج به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه‌ها

نتایج به‌دست‌آمده از پاسخ افراد به پرسش‌نامه‌ها را می‌توان به شرح زیر دسته‌بندی کرد:

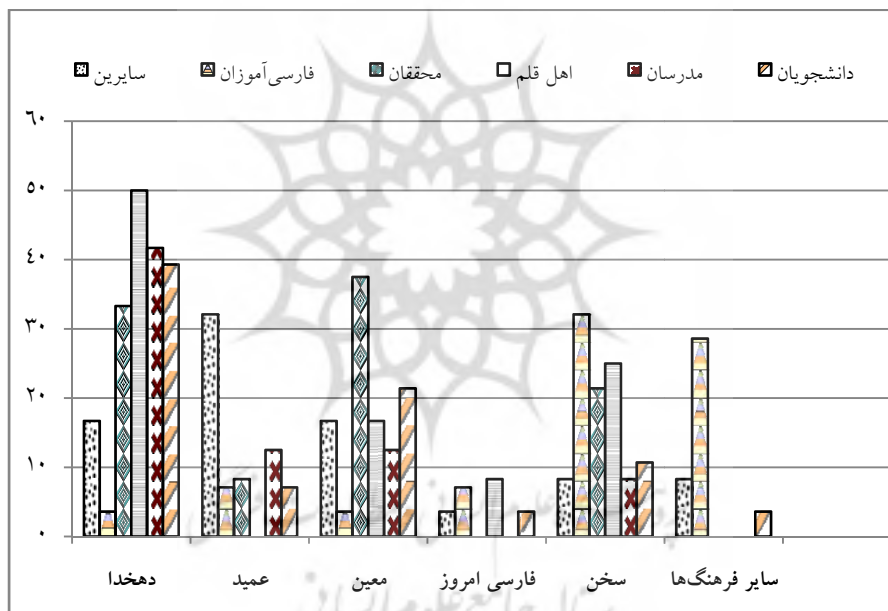
۱.۱.۴ نیازهای ارجاعی کاربران

برای تعیین نیازهای ارجاعی کاربران، در این‌جا نوع فرهنگ مورد استفاده، میزان استفاده افراد از فرهنگ، اقلام اطلاعاتی مورد جست‌وجو، بخش‌هایی از فرهنگ که به آن‌ها مراجعه

۱۰۲ فرهنگ‌های عمومی یک‌زبانۀ فارسی از منظر برآورده کردن نیاز کاربران

می‌شود و نیز نوع فعالیتی که منجر به مراجعه افراد به فرهنگ می‌شود پرسیده شده است. در این باره، به موارد زیر می‌توان اشاره کرد:

۱. نتایج این بررسی نشان داد که در همه گروه‌ها، فرهنگ‌های قدیمی‌تر، یعنی یکی از سه فرهنگ دهخدا، عمید و معین، دارای بالاترین درصد در اولویت اول^۱ هستند. به عبارت دیگر، اغلب کاربران مورد آزمون بیش‌تر تمایل دارند از فرهنگ‌های قدیمی‌تر استفاده کنند. از میان دو فرهنگ جدیدتر، فرهنگ سخن را کاربران جوان‌تر، افراد متخصص در علوم انسانی، غیر فارسی‌زبانان و دارندگان مدرک تحصیلی لیسانس به بالا بیش‌تر می‌شناسند و به کار می‌برند. فرهنگ فارسی/امروز نیز در همه گروه‌ها کم‌تر از سایر فرهنگ‌ها شناخته شده است (نگاه کنید به نمودار ۱).



نمودار ۱. اولویت اول کاربران در استفاده از فرهنگ‌ها برحسب حوزه فعالیت

۲. در این بررسی، مشخص شد که در همه گروه‌ها، به جز کاربران گروه ۲۰ سال و کم‌تر و غیر فارسی‌زبانان، میزان استفاده حداقل نیمی از افراد از فرهنگ در حد «متوسط» قرار دارد. جدول ۳ این مقدار را در گروه‌های مختلف نشان می‌دهد. همچنین بر اساس داده‌های حاصل از آزمون معناداری در جدول ۴، مقدار خوبی دو محاسبه‌شده در مورد کاربران متخصص رشته علوم انسانی و غیر علوم انسانی، از خوبی دو مندرج در جدول درجه

آزادی بزرگ‌تر است و، در نتیجه، وجود تفاوت معنادار در میزان استفاده از فرهنگ فقط در این گروه پذیرفته می‌شود و، در گروه‌های مختلف کاربران، گروه‌های سنی و گروه‌های تحصیلی، تفاوت معناداری در میزان استفاده از فرهنگ دیده نمی‌شود. به عبارت دیگر، در میزان استفاده کاربران از فرهنگ، فقط رشته تحصیلی آنان عامل مؤثر است.

جدول ۳. درصد استفاده متوسط به بالا از فرهنگ‌ها در افراد مورد آزمون

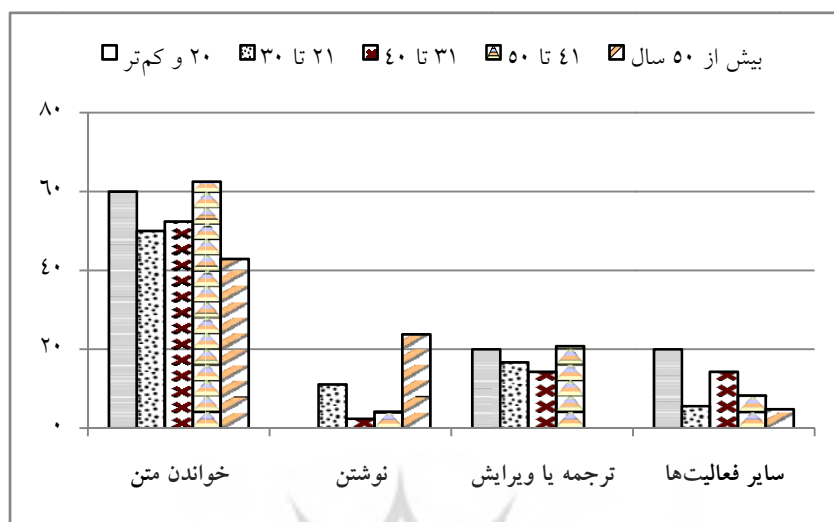
میزان استفاده	سطح تحصیلات	میزان استفاده	رشته تحصیلی	میزان استفاده	سن	میزان استفاده	گروه‌های کاربران
۶۰/۸	دکتری	۶۵/۴	علوم انسانی	۷۱/۴	بیش از ۵۰	۵۷/۱	دانشجویان
۶۱/۸	فوق لیسانس	۴۵/۴	غیر علوم انسانی	۷۹/۲	۵۰-۴۱	۶۶/۶	مدرسان
۵۴/۳	لیسانس			۴۷/۶	۴۰-۳۱	۸۳/۳	اهل قلم
۸۰	فوق دیپلم			۵۵/۶	۳۰-۲۱	۵۸/۳	محققان
۵۰	دیپلم			۲۰	۲۰ و کم‌تر	۴۲/۸	فارسی‌آموزان
						۵۸/۳	سایرین

جدول ۴. معناداری میزان استفاده متوسط به بالای افراد از فرهنگ‌ها

سطح معناداری	درجه آزادی	خی دو	شاخص آماری / کاربران
۰/۰۰۰۱	۴	۵۹/۲۵	کل
۰/۵۵۶	۲۰	۱۸/۴۷	گروه‌های کاربران
۰/۴۷۳	۱۶	۱۵/۷۱۳	گروه‌های سنی
۰/۰۳۳	۴	۱۰/۴۵	رشته تحصیلی
۰/۶۸۹	۱۶	۱۲/۷۸	سطح تحصیلات

۳. بررسی نشان داد که، در همه گروه‌ها، افراد بیش‌تر برای فعالیت‌های درکی و «خواندن متن» به فرهنگ مراجعه می‌کنند و، در اغلب گروه‌ها، فعالیت‌های تولیدی همچون «ترجمه و ویرایش» در مرتبه بعد قرار دارد. بالا بودن درصد انتخاب گزینه «ترجمه و ویرایش» احتمالاً می‌تواند به این سبب باشد که افراد به اشتباه مراجعه به فرهنگ‌های دوزبانه را مد نظر داشته‌اند (در این باره، نگاه کنید به نمودار ۲).

۱۰۴ فرهنگ‌های عمومی یک‌زبانۀ فارسی از منظر برآورده کردن نیاز کاربران



نمودار ۲. اولویت اول گروه‌های سنی مختلف در مورد نوع فعالیت منجر به مراجعه به فرهنگ

۴. در همه گروه‌ها، افراد «معنای لغت» را بیش از سایر انواع اطلاعات در فرهنگ جست‌وجو می‌کنند. «تلفظ» و «املا» در مرتبه‌های بعدی قرار دارند (برای این اطلاع از داده‌ها، نگاه کنید به نمودار ۳).



نمودار ۳. اقلام اطلاعاتی مورد جست‌وجو در اولویت اول کاربران متخصص در رشته علوم انسانی و غیر علوم انسانی

۵. مشخص شد که درصد کمی از کاربران مورد آزمون به بخش‌هایی غیر از «متن اصلی» فرهنگ مراجعه می‌کنند. داده‌های مندرج در جدول ۵ نشان می‌دهد که این امر در مورد همه گروه‌ها صادق است. همچنین با توجه به نتایج آزمون معناداری در جدول ۶، می‌توان چنین استدلال کرد که به دلیل آن‌که مقدار خبی دو محاسبه شده فقط در کل کاربران از خبی دو مندرج در جدول درجه آزادی بزرگ‌تر است، وجود تفاوت معنادار در هیچ‌یک از گروه‌های مورد آزمون پذیرفته نیست و، در نتیجه، هیچ‌کدام از متغیرهای یادشده عامل مؤثری در مراجعه افراد به بخش‌های گوناگون فرهنگ نمی‌باشد.

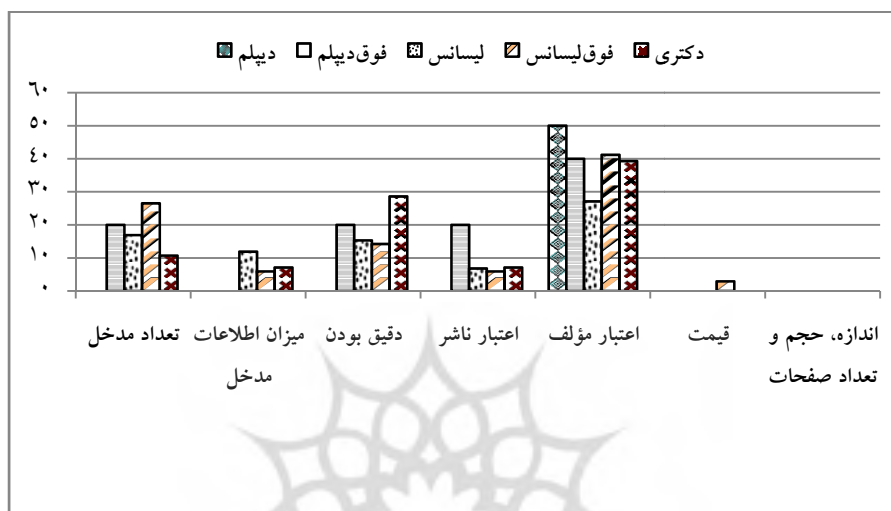
جدول ۵. درصد مراجعه افراد به بخش‌هایی غیر از متن اصلی فرهنگ

گروه‌های کاربران	مراجعه به بخش‌هایی غیر از متن اصلی فرهنگ	سن	مراجعه به بخش‌هایی غیر از متن اصلی فرهنگ	رشته تحصیلی	مراجعه به بخش‌هایی غیر از متن اصلی فرهنگ	سطح تحصیلات	مراجعه به بخش‌هایی غیر از متن اصلی فرهنگ
دانشجویان	۳/۶	بیش از ۵۰	۱۴/۳	علوم انسانی	۸/۳	دکتری	۳/۶
مدرسان	۴/۲	۵۰-۴۱	۸/۳	غیر علوم انسانی	۱۱/۴	فوق لیسانس	۱۷/۶
اهل قلم	۱۶/۷	۴۰-۳۱	۹/۵			لیسانس	۵/۱
محققان	۲۰/۸	۳۰-۲۱	۸/۳			فوق دیپلم	۴۰
فارسی‌آموزان	۱۰/۷	۲۰ و کم‌تر	—			دیپلم	—
سایرین	۳۳/۳	—	—				

جدول ۶. معناداری مراجعه افراد به بخش‌هایی غیر از متن اصلی فرهنگ

کاربران	شاخص آماری	خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
کل		۱۶/۶۶۷	۱	۰/۰۰۰۱
گروه‌های کاربران		۶/۴۴	۵	۰/۲۶۶
گروه‌های سنی		۹/۳۵۲	۴	۰/۰۵۳
رشته تحصیلی		۰/۷۴۲	۱	۰/۳۸۹
سطح تحصیلات		۶/۴۱۳	۴	۰/۱۷۰

۶. نتیجه دیگری که از این بررسی به دست آمد نشان داد که کاربران مورد آزمون هنگام خرید فرهنگ بیش‌تر به «اعتبار مؤلف» توجه می‌کنند تا مشخصه‌های دیگر. «دقیق بودن اطلاعات» و «تعداد مدخل» در مرتبه‌های بعدی قرار دارند (نگاه کنید به نمودار ۴).



نمودار ۴. اولویت اول کاربران در سطوح تحصیلی مختلف در خرید فرهنگ

۲.۱.۴ برآورده شدن نیاز کاربران توسط فرهنگ‌ها

برای آن‌که مشخص شود فرهنگ‌های فارسی موجود تا چه حد نیازهای کاربران را برآورده می‌کنند، از کاربران پرسیده شد که آیا آنان اطلاعات مورد نیاز خود را در فرهنگ‌ها می‌یابند و به طور کلی از فرهنگ‌ها رضایت دارند یا خیر. در این باره، موارد زیر قابل توجه است:

۷. با وجود این‌که کاربران مورد آزمون در پرسش‌نامه عمدتاً به اشکالاتی همچون «نیافتن واژه» در فرهنگ‌ها اشاره کرده‌اند و از مواردی از جمله «ارائه اطلاعات به‌روز، دقیق و جامع»، «دارا بودن تعداد مدخل‌های زیاد»، «تناسب فرهنگ با نیازها و سطح مهارت‌های کاربر»، «کاربری آسان» و «وجود نسخه الکترونیکی از فرهنگ مورد نظر» به عنوان ویژگی‌های یک فرهنگ خوب نام برده‌اند، به نظر می‌رسد که رضایت آنان از فرهنگ‌ها در حد قابل توجهی قرار دارد، زیرا تقریباً در همه گروه‌ها، حدود نیمی از کاربران مورد آزمون اظهار داشته‌اند که «بیش‌تر اوقات» یا «همیشه» به اطلاعات مورد نظر خود دسترسی پیدا می‌کنند. داده‌های مربوط در جدول ۷ آمده است. همچنین، با توجه به نتایج آزمون معناداری در جدول ۸، به دلیل آن‌که مقدار خیلی دو محاسبه‌شده در گروه‌های سنی و همچنین

گروه‌های مختلف کاربران از خی دو مندرج در جدول درجه آزادی بزرگ‌تر است، در این گروه‌ها، در مورد یافتن اطلاعات مورد نظر در فرهنگ‌ها تفاوت معنادار وجود دارد. به عبارت دیگر، سن و نیز تعلق به گروه‌های مختلف کاربران عامل مؤثر در یافتن اطلاعات مورد نظر در فرهنگ‌هاست.

جدول ۷. درصد بسامد (بیش‌تر اوقات و همیشه) یافتن اطلاعات مورد نظر در فرهنگ‌ها

گروه‌های کاربران	یافتن اطلاعات	سن	یافتن اطلاعات	رشته تحصیلی	یافتن اطلاعات	سطح تحصیلات	یافتن اطلاعات
دانشجویان	۶۷/۸	بیش از ۵۰	۹۰/۵	علوم انسانی	۶۹/۱	دکتری	۷۱/۴
مدرسان	۶۶/۷	۵۰-۴۱	۶۲/۵	غیر علوم انسانی	۶۳/۶	فوق لیسانس	۷۰/۵
اهل قلم	۷۵	۴۰-۳۱	۶۶/۷			لیسانس	۶۲/۷
محققان	۸۳/۳	۳۰-۲۱	۶۱/۱			فوق دیپلم	۸۰
فارسی‌آموزان	۴۶/۴	۲۰ و کم‌تر	۴۰			دیپلم	۵۰
سایرین	۷۵						

جدول ۸. معناداری بسامد (بیش‌تر اوقات و همیشه) یافتن اطلاعات مورد نظر در فرهنگ‌ها

شاخص آماری	خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
کل	۱/۷۰۷E2	۴	۰/۰۰۰
گروه‌های کاربران	۵۱/۹۸	۲۰	۰/۰۰۰
گروه‌های سنی	۲۷/۷۵	۱۶	۰/۵۴۱
رشته تحصیلی	۶/۹۵	۴	۰/۱۳۸
سطح تحصیلات	۷/۰۸۹	۱۶	۰/۹۷۲

۸. همچنین مشخص شد که رضایت کلی کاربران مورد آزمون از فرهنگ‌ها بیش از نارضایتی آنان است و حدود دوسوم آنان، در تمام گروه‌ها، از فرهنگ‌های موجود رضایت دارند (نگاه کنید به جدول ۹). بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از آزمون معناداری در جدول ۱۰ نیز، با توجه به آن‌که مقدار خی دو محاسبه‌شده فقط در کاربران متخصص در رشته علوم انسانی و غیر علوم انسانی و نیز گروه‌های تحصیلی از خی دو مندرج در جدول درجه

۱۰۸ فرهنگ‌های عمومی یک‌زبانۀ فارسی از منظر برآورده کردن نیاز کاربران

آزادی بزرگ‌تر است. وجود تفاوت معنادار در این گروه‌ها پذیرفته است و می‌توان نتیجه گرفت که این دو متغیر عامل مؤثر در مورد رضایت کاربران از فرهنگ‌های موجود است.

جدول ۹. درصد رضایت کاربران از فرهنگ‌های موجود

رضایت از فرهنگ	سطح تحصیلات	رضایت از فرهنگ	رشته تحصیلی	رضایت از فرهنگ	سن	رضایت از فرهنگ	گروه‌های کاربران
۷۸/۶	دکتری	۸۵/۷	علوم انسانی	۹۰/۴	بیش از ۵۰	۷۱/۴	دانشجویان
۸۵/۳	فوق لیسانس	۷۵	غیرعلوم انسانی	۹۱/۷	۵۰-۴۱	۸۳/۳	مدرسان
۸۱/۳	لیسانس			۸۰/۹	۴۰-۳۱	۹۱/۷	اهل قلم
۱۰۰	فوق دیپلم			۶۹/۵	۳۰-۲۱	۹۵/۹	محققان
۵۰	دیپلم			۱۰۰	۲۰ و کم‌تر	۷۵	فارسی‌آموزان
						۸۳/۳	سایرین

جدول ۱۰. معناداری رضایت کاربران از فرهنگ‌ها

سطح معناداری	درجه آزادی	خی دو	شاخص آماری / کاربران
۰/۰۰۰۱	۲	۷۹/۹۴	کل
۰/۶۸۱	۱۰	۷/۴۶	گروه‌های کاربران
۰/۵۰۸	۸	۷/۲۶	گروه‌های سنی
۰/۰۰۰۱	۴	۶۵/۲۸	رشته تحصیلی
۰/۰۰۰۱	۸	۲۹/۵۰۷	سطح تحصیلات

۳.۱.۴ ویژگی کاربران فرهنگ‌ها

از آن‌جایی که برآورده شدن نیازهای ارجاعی کاربران و رضایت آنان از فرهنگ‌ها مستلزم آشنایی آنان با فرهنگ و شیوه استفاده از آن است، در این باره به موارد زیر اشاره می‌کنیم:

۹. این بررسی نشان داد که اغلب کاربران در مورد استفاده از فرهنگ آموزش ندیده‌اند. در جدول ۱۱، درصد افرادی که در مورد استفاده از فرهنگ آموزش دیده‌اند نشان داده شده است. بر اساس نتیجه به‌دست آمده از آزمون معناداری در جدول ۱۲، تنها در کل کاربران

تفاوت معنادار در مورد آموزش دیدن افراد وجود دارد، لذا هیچ یک از متغیرهای یادشده عامل مؤثری در مورد وجود سابقه آموزش استفاده از فرهنگ نیست.

جدول ۱۱. درصد سابقه آموزش استفاده از فرهنگ در کاربران

گروه‌های کاربران	افراد آموزش دیده	سن	افراد آموزش دیده	رشته تحصیلی	افراد آموزش دیده	سطح تحصیلات	افراد آموزش دیده
دانشجویان	۱۰/۷	بیش از ۵۰	۹/۵	علوم انسانی	۲۶/۲	دکتری	۲۱/۴
مدرسان	۱۶/۷	۵۰-۴۱	۱۶/۷	غیر علوم انسانی	۶/۸	فوق لیسانس	۱۷/۶
اهل قلم	۴۱/۷	۴۰-۳۱	۲۱/۴			لیسانس	۲۰/۳
محققان	۲۰/۸	۳۰-۲۱	۲۲/۲			فوق دیپلم	۲۰
فارسی‌آموزان	۲۵	۲۰ و کم‌تر	۴۰			دیپلم	—
سایرین	۸/۳						

جدول ۱۲. معناداری سابقه آموزش استفاده از فرهنگ در کاربران

شاخص آماری	خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
کل	۳۷/۵۵	۱	۰/۰۰۰۱
گروه‌های کاربران	۸/۴۰۷	۵	۰/۱۳۵
گروه‌های سنی	۱/۲۸۱	۴	۰/۸۶۵
رشته تحصیلی	۰/۳۶۶	۱	۰/۵۴۵
سطح تحصیلات	۲/۸۷	۴	۰/۵۹۶

۱۰. آگاهی از محل مناسب برای یافتن اطلاعات مورد نظر در فرهنگ سبب موفقیت در فرایند جست‌وجو و، در نتیجه، برآورده شدن نیاز کاربران می‌شود. در این باره، با توجه به این‌که کاربران در پرسش‌نامه بیان کرده‌اند که اغلب به بخش‌های غیر از متن اصلی فرهنگ مراجعه نمی‌کنند، مقایسه داده‌های جدول ۵ و جدول ۱۳ با یکدیگر نشان‌دهنده نوعی تناقض در پاسخ‌ها و عدم آگاهی کامل افراد از محل مناسب برای یافتن اطلاعات مورد نظر است. داده‌ها در نمودار ۱۳ نیز حاکی از آن است که تنها گروه اهل

۱۱۰ فرهنگ‌های عمومی یک‌زبانۀ فارسی از منظر برآورده کردن نیاز کاربران

قلم، گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال، گروه غیر علوم انسانی و گروه تحصیلی لیسانس به جست‌وجوی «اطلاعات غیر زبانی» می‌پردازند و، در نتیجه، به سایر بخش‌های فرهنگ مراجعه می‌کنند. همچنین، بر اساس اطلاعات جدول ۱۴، از آن‌جایی که تنها در کاربران متخصص در رشته تحصیلی علوم انسانی و غیر علوم انسانی تفاوت معنادار در مراجعه به بخش‌های گوناگون فرهنگ وجود دارد، می‌توان نتیجه گرفت که تنها رشته تحصیلی عامل مؤثری در این آگاهی به شمار می‌رود.

جدول ۱۳. درصد آگاهی افراد در مورد مراجعه به بخش‌های مناسب در فرهنگ

گروه‌های کاربران	مراجعه به بخش‌های مناسب در اصلی فرهنگ	سن	مراجعه به بخش‌های مناسب در اصلی فرهنگ	رشته تحصیلی	مراجعه به بخش‌های مناسب در اصلی فرهنگ	سطح تحصیلات	مراجعه به بخش‌های مناسب در اصلی فرهنگ
دانشجویان	—	بیش از ۵۰	—	علوم انسانی	۳/۶	دکتری	—
مدرسان	۴/۲	۵۰-۴۱	۴/۲	غیر علوم انسانی	۴/۵	فوق لیسانس	۲/۹
اهل قلم	—	۴۰-۳۱	۲/۴			لیسانس	۵/۱
محققان	—	۳۰-۲۱	۸/۴			فوق دیپلم	۲۰
فارسی‌آموزان	۱۴/۳	۲۰ و کم‌تر	—			دیپلم	—
سایرین	—						

جدول ۱۴. معناداری آگاهی افراد در مورد مراجعه به بخش‌های مناسب در فرهنگ

کاربران	شاخص آماری	خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
کل		۱/۹۷E2	۲	۰/۰۰۰۱
گروه‌های کاربران		۱۲/۸۵	۱۰	۰/۲۳۲
گروه‌های سنی		۴/۷۲	۸	۰/۷۸۶
رشته تحصیلی		۹۹/۵۵	۲	۰/۰۰۰۱
سطح تحصیلات		۶/۲۵	۸	۰/۶۱۹

۲.۴ خلاصه نتایج به دست آمده از مصاحبه‌ها

اطلاعات به دست آمده از مصاحبه با کاربران عادی با آنچه آنان در پرسش‌نامه بیان کرده بودند دارای مشابهت بسیار بود. همچنین در مصاحبه با فرهنگ‌نویسان مشخص شد که در این افراد نیز استفاده از فرهنگ‌ها، رضایت از آن‌ها و نیز شناخت و آگاهی آنان نسبت به فرهنگ‌ها اغلب مانند کاربران عادی است. بارزترین تفاوت این افراد با کاربران عادی آن است که این گروه بیش‌تر از سایرین به مطالب برونی^{۱۲} (outside matter) فرهنگ‌ها مراجعه می‌کنند و به جست‌وجوی «اطلاعات غیر زبانی» می‌پردازند.

۵. نتیجه‌گیری

از بررسی پاسخ‌ها در پرسش‌نامه و نیز پاسخ‌های افراد در مصاحبه‌ها این نتیجه به دست آمد که اغلب کاربران تمایل دارند از فرهنگ‌های قدیمی‌تر استفاده کنند. نیازهای ارجاعی کاربران فارسی‌زبان نیازهای درکی است و اغلب آنان برای «خواندن متن» و «یافتن معنا» به فرهنگ مراجعه می‌کنند. همچنین مهم‌ترین مشخصه‌ای که افراد هنگام خریدن فرهنگ به آن توجه می‌کنند، در اغلب موارد، «اعتبار مؤلف» فرهنگ است. این امر، ضمن در نظر گرفتن این موضوع که درصد زیادی از کاربران در مورد استفاده از فرهنگ آموزش ندیده‌اند - یا حداقل آموزش آنان به صورت نظام‌مند و آکادمیک نبوده - حاکی از آن است که آنان در بسیاری از موارد فاقد آگاهی لازم برای انتخاب فرهنگی متناسب با نیازهای خود می‌باشند و بیش‌تر تحت تأثیر نام مؤلف، که تأییدی است بر وجود سنت و عادت در برخورد با فرهنگ، اقدام به خرید آن می‌نمایند تا توجه به عوامل دیگر.

همچنین نتایج به دست آمده از بررسی آماری نشان می‌دهد که، از میان متغیرهای اجتماعی، فقط رشته تحصیلی کاربران در میزان استفاده آنان از فرهنگ، یافتن اطلاعات در بخش‌های مرتبط در فرهنگ و رضایت ایشان از فرهنگ‌های موجود، عامل مؤثر و تعیین‌کننده است. این امر بیان‌کننده این موضوع است که آشنایی افراد با فرهنگ‌ها و شیوه استفاده از آن‌ها ارتباط زیادی با سابقه آموزشی آنان دارد. به عبارت دیگر، نقش آموزش در عملکرد افراد در این مورد بسیار مهم و تأثیرگذار است.

نکته دیگر آن‌که به نظر می‌رسد که اغلب کاربران از فرهنگ‌های موجود اظهار رضایت کرده‌اند. با توجه به این‌که افراد مورد بررسی اشکالاتی را در فرهنگ‌های یادشده ذکر

کرده‌اند، تداوم استفاده از چنین فرهنگ‌هایی از سوی کاربران ممکن است معلول نبود آموزش مناسب و عدم شناخت نیازهای واقعی ایشان باشد. همچنین، عدم دسترسی کاربران به فرهنگ‌های معتبر و استاندارد به عنوان عاملی برای اظهار رضایت آنان از فرهنگ‌های موجود چندان غیر محتمل نیست. لذا نتیجه دیگری که بر اساس یافته‌های حاصل از این تحقیق به دست می‌آید آن است که، در جامعۀ زبانی مورد بررسی، نیاز به تدوین فرهنگ عمومی یک‌زبانۀ در اولویت قرار ندارد بلکه نبود فرهنگ‌های تخصصی نظیر فرهنگ کودک، فرهنگ دانش‌آموز و غیره امری است که باید در اولویت قرار گیرد. از سوی دیگر، با بررسی داده‌های استخراج‌شده از فرهنگ‌ها می‌توان گفت که انجام اصلاحاتی در فرهنگ‌های موجود و تقویت جنبۀ کاربر - محور بودن فرهنگ‌های عمومی نیز امری است که می‌بایست در مرحلۀ بعدی به آن توجه شود.

از مقایسۀ مقاله حاضر با کار افرادی همچون بارنهارت (1962)، کوئیرک (1973)، بژوان (1981)، گرین بام و دیگران (1984) و لوفر (1992) این نتیجه به دست آمد که جامعۀ مورد بررسی در این تحقیق، در مقایسه با کار این افراد، که آزمودنی‌ها اغلب، دانشجو، معلم و مترجم بوده‌اند، از تنوع بیشتری برخوردار است. نیازهای ارجاعی کاربران فارسی‌زبان و به‌ویژه اقلام مورد جست‌وجو در کار افراد مذکور با نتیجه‌ای که پژوهشگر این مقاله بدان دست یافته تا حد زیادی مشابهت دارد و شامل جست‌وجوی «معنا»، «تلفظ» و «املا» است. همچنین در این بررسی معلوم شد که اغلب افراد فارسی‌زبان، همچون آزمودنی‌های کوئیرک، به مطالب آغازین و پایانی فرهنگ‌ها مراجعه نمی‌کنند. تفاوت این بررسی با آثار یادشده در این است که، در آثار اخیر، «دشوار بودن» یا «رضایت‌بخش نبودن تعاریف» به عنوان یکی از مشکلات فرهنگ‌ها ذکر شده بود، حال آن‌که کاربران فارسی‌زبان «به‌روز نبودن اطلاعات» و «نیافتن اطلاعات» را عمده‌ترین اشکال فرهنگ‌های فارسی بیان کرده بودند.

پی‌نوشت

۱. این نظریه از اوایل دهۀ ۱۹۹۰ میلادی توسط پژوهشگران مرکز فرهنگ‌نویسی (Center for Lexicography) شهر آرهوس (Aarhus) در دانمارک مطرح شد.
۲. در مورد سایر گروه‌ها، تحقیقات کمتری نسبت به دانشجویان انجام شده و نتایج این پژوهش‌ها کمتر در دسترس عموم قرار گرفته است.

۳. رشته تحصیلی کاربران به دو شاخه علوم انسانی و غیر علوم انسانی تقسیم شده است.
۴. منظور از دانشجویان کسانی هستند که در یکی از دانشگاه های کشور، اعم از دولتی و غیر دولتی مشغول به تحصیل در یکی از رشته های علوم انسانی، مهندسی، پزشکی و غیره هستند.
۵. مدرسان شامل معلمان مدرسه، در سه مقطع ابتدایی، راهنمایی و دبیرستان در مدارس دولتی و غیر انتفاعی، و نیز مدرسان دانشگاه های دولتی و غیر دولتی می باشند.
۶. افراد این گروه را کسانی تشکیل می دهند که به کار نوشتن اشتغال دارند.
۷. کارشناس علوم و فنون به کسی اطلاق می شود که در رابطه با تخصص یا رشته تحصیلی خود فعالیت می کند. محققان نیز افرادی هستند که در یک زمینه علمی، فنی و غیره به تحقیق و پژوهش اشتغال دارند.
۸. منظور از این گروه، افراد غیر فارسی زبانی اند که در حال یادگیری زبان فارسی می باشند و به نوعی با آن سروکار دارند.
۹. افراد این گروه را کسانی تشکیل می دهند که هیچ یک از شرایط افراد گروه های پنج گانه فوق را ندارند. به بیان دیگر، این افراد هیچ یک در زمینه تخصص یا رشته تحصیلی خود فعالیت نمی کند.
۱۰. از آن جایی که، در سؤالات چندگزینه ای، برخی از آزمودنی ها تمام گزینه ها را با شماره مشخص نکرده بودند و به اصطلاح جای خالی در جدول دیده می شد، در این سؤال و سؤالات مشابه که مستلزم اولویت بندی بود، تنها سه اولویت اول در جدول فراوانی نشان داده شد و سپس به دلیل آن که حجم داده ها بسیار زیاد شده و تحلیل آن ها با دشواری همراه بود، و همچنین پس از انجام آزمون معناداری (خی دو) مشخص شد که، در برخی از سؤالات، اولویت سوم معنادار نیست، تصمیم گرفته شد که، در تحلیل نهایی، تنها اولویت اول افراد مورد بحث قرار گرفته و با نمودار نشان داده شود.
۱۱. سایر نمودارها در متن مقاله نیامده اند.
۱۲. مطالب برونی به بخش هایی همچون مقدمه، راهنمای کاربران، جدول اختصارات و سایر مطالبی اطلاق می شود که در آغاز یا پایان فرهنگ ها می آیند.

منابع

- انوری، حسن (۱۳۸۱). فرهنگ بزرگ سخن، تهران: سخن.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۲). لغت نامه، ۱۴ جلد، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- صدری افشار، غلامحسین و دیگران (۱۳۸۱). فرهنگ فارسی امروز، تهران: کلمه.
- عاصی، مصطفی (۱۳۷۳). «طرحی برای تهیه فرهنگ های تخصصی با کمک کامپیوتر»، در مجموعه مقالات دومین کنفرانس زبان شناسی نظری و کاربردی، به کوشش علی میرعمادی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

- عمید، حسن (۱۳۵۷). *فرهنگ فارسی*، تهران: امیرکبیر.
- معین، محمد (۱۳۷۵). *فرهنگ فارسی*، ۵ جلد، تهران: امیرکبیر.
- موهبت، نگار (۱۳۸۶). «بررسی و تعیین اولویت‌های فرهنگ‌نگاری بر اساس نیاز کاربران فارسی‌زبان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- وشوقی، حسین (۱۳۸۲). *واژه‌شناسی و فرهنگ‌نگاری در زبان فارسی*، تهران: باز.

- Barnahrt, C. L. (1962). "Problems in Editing Commercial Monolingual Dictionaries", in *Problems in Lexicography: Report of the Conference on Lexicography Held at Indiana University November 11-12, 1960*, F. W. Householder and Sol Saporta (eds.), Bloomington: Indiana University.
- Baxter, J. (1980). "The Dictionary and Vocabulary Behavior: a Single Word or a Handful?", *TESOL Quarterly*, 14, 3.
- Béjoint, H. (1981). "The Foreign Student's use of Monolingual English Dictionaries: a Study of Language Needs and Reference Skills", *Applied Linguistics*, 2, 3.
- Bergenholtz, Henning and Sven Tarp (2003). "Two Opposing Theories: On H. E. Wiegand's Recent Discovery of Lexicographic Functions", in *Hermes, Journal of Linguistics*, No. 31.
- Greenbaum, S. et al. (1984). "The Image of the Dictionary for American College Students", *Dictionaries*, 6.
- Hartmann, R. R. K. (1983). "On Theory and Practice: Theory and Practice in Dictionary-Making", in *Lexicography: Principles and Practice*, R. R. K. Hartmann (ed), London, New York: Academic Press.
- Laufer, Batia & Linor Melamed (1994). "Monolingual, Bilingual and Bilingualized Dictionaries: Which are More Effective, for What and for Whom", in *EURALEX '94 PROCEEDINGS, Papers from 6th EURALEX International Congress on Lexicography Amsterdam*, Willy Martin et al. (eds).
- Laufer, Batia (1992). "Corpus-based Versus Lexicographer Examples in Comprehension and Production of New Words", in *EURALEX '92 Proceedings I-II: Papers Submitted to the 5th EURALEX International Congress in Lexicography in Tampere, Finland*, H. Tommola et al. (eds.).
- Quirk, R. (1973). "The social impact of dictionaries in the U. K.", in *Lexicography in English*, R.I. McDavid and A. R. Duckert (eds.), New York: New York Academy of Sciences.
- Tarp, Sven (2009). "Reflections on Data Access in Lexicographic Works", in *Lexicography in the 21st Century*, Sandro Nielsen and Sven Tarp (eds.), Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins Publishing House.
- Tomaszczyk, J. (1979). "Dictionaries: Users and Uses", *Glottodidactica*, 12.
- Trap, Sven (2008). *Lexicography in the Borderland between Knowledge and Non-knowledge: General Lexicographical Theory with Particular Focus on Learner's Lexicography*, Tübingen: Max Niemeyer.
- Zgusta, Ladislav (1971). *Manual of Lexicography*, The Hague: Mouton.