



وزارت فرهنگ و آموزش عالی
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پایان نامه:

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
رشته زبان شناسی همگانی

عنوان:

بررسی و تعیین اولویت‌های فرهنگ‌نگاری
بر اساس نیاز کاربران فارسی زبان

استاد راهنما:

آقای دکتر مصطفی عاصی

استاد مشاور:

آقای دکتر یحیی مدرسی

پژوهش:

نگار موهبت

بهمن ۱۳۸۶



پیشکش به:

مادرم به پاس فداکاری هایش

پدرم به پاس حمایت هایش

خاطره به پاس همراهی هایش

سپاس‌گزاری:

نگارش این پایان‌نامه بی‌شک کاری بود گروهی، و سهم نگارنده در مقابل بزرگوارانی که بدون بهره‌مندی از دانش و تجربه‌ی ایشان این امر تحقق نمی‌یافت، بسیار ناچیز است.

از استاد گرامی جناب آقای دکتر مصطفی عاصی، استاد محترم راهنما که در طول نگارش این پژوهش از هیچ کوشش و کمکی دریغ نکردند، و با محبت و شکیبایی خویش مرا از رهنمون‌های ارزنده‌ی خود بهره‌مند ساختند، خالصانه سپاس‌گزاری و قدردانی می‌نمایم.

نقش استاد ارجمند جناب آقای دکتر یحیی مدرسی در این پژوهش، به حق بیش از استاد مشاور بود. چرا که شیوه‌های علمی انجام پژوهش و دقت و بردباری در طول انجام آن، از جمله نکاتی است که در محضر این استاد فرزانه آموختم، از مشاوره‌های مفید ایشان صمیمانه تقدیر و تشکر می‌کنم.

از سرکار خانم دکتر ایران کلباسی، که در طول مدت تحصیل از فضل و تجربه‌ی ایشان برخوردار بودم، و نیز زحمت داوری این پایان‌نامه را برعهده داشتند، بسیار سپاس‌گزارم.

از دوستان عزیزی که جهت ارتباط با مترجمان مطبوعاتی و تخصصی مرا یاری دادند، و نیز از آقای مهدی علیخانی که زحمت تایپ این پژوهش را برعهده داشتند، تشکر می‌کنم.

در پایان، سپاس و ارادت بی‌پایان و خاشعانه‌ی خود را نثار پدر و مادر بزرگوارم، خواهران عزیز، و خاطره دوست فداکارم می‌کنم که اگر همدلی‌ها، محبت‌ها، و لطف و توجه آنان نبود، انجام و اتمام این پژوهش بی‌تردید میسر نمی‌شد.

«چکیده‌ی پایان‌نامه»

اخیراً فرهنگ‌نگاران به این نتیجه رسیده‌اند که فرهنگ‌ها باید برای پاسخ‌گویی به نیازهای خاص گروه‌های خاص کاربران طراحی و تدوین شود. این بدان معناست که فرهنگ‌ها منحصرأ، منبعی برای یافتن رخدادهای جالب و داده‌ها در مورد زبان نیستند، بلکه ابزاری برای حل مشکلات افراد در رویارویی با زبان و به کارگیری آن به شمار می‌روند. دیگر، نیازهای ادبی و جستجو از منظر تاریخی تنها عامل تعیین‌کننده در گزینش واژگان برای ثبت در فرهنگ‌ها نمی‌باشد، بلکه ارزش‌یابی‌های پیچیده‌ی نیاز کاربران و بسامد ارجاع آنان عامل مؤثر و تعیین‌کننده است. به همین سبب، به نظر می‌رسد شناخت کاربران، تشخیص و طبقه‌بندی نیازهای ارجاعی آنان، راهکاری مناسب جهت بسامان کردن وضعیت فرهنگ‌نگاری در کشورمان است. هدف پژوهش حاضر بر ارائه‌ی طرح پیشنهادی درخصوص ساختار و محتوای مناسب فرهنگ‌ها به منظور پاسخ‌گویی بهتر به نیاز کاربران فارسی زبان استوار است که با ارائه‌ی الگویی جامع برای تدوین فرهنگ‌ها با کارایی بیش‌تر براساس نیاز کاربران فارسی زبان حاصل می‌شود.

این پژوهش می‌کوشد تا برای پرسش‌های زیر پاسخ‌های مناسبی ارائه دهد:

- ۱- کاربران بیش‌تر براساس چه نوع نیازهای ارجاعی به فرهنگ مراجعه می‌کنند؟
 - ۲- فرهنگ‌ها براساس نیاز کاربران بهتر است چه ویژگی‌های ساختاری و چه ویژگی‌های محتوایی داشته باشند تا متناسب‌تر پاسخ‌گوی نیازهای کاربران خود باشند؟
- با مرور اجمالی بر گفته‌ها و نظرات پراکنده‌ی منتقدان فرهنگ و با توجه به تجربیات شخصی و برخورد با کاربران گوناگون فرهنگ‌ها، فرضیه‌هایی پیش‌بینی می‌شود که عبارتند از:
- ۱- نیازهای ارجاعی متفاوت کاربران سبب می‌شود تا به دلایل مختلف به فرهنگ‌های مختلف از نظر درکی، تولیدی، ... مراجعه نمایند.
 - ۲- ویژگی‌های ساختاری و نیز ویژگی‌های محتوایی فرهنگ‌ها برای پاسخ‌گویی بهتر به نیازهای ارجاعی مختلف گروه کاربران مختلف متفاوت است، می‌تواند و یا باید متفاوت باشد.
- از میان گروه‌های مختلف کاربر فرهنگ، شش گروه کاربر انتخاب شدند که جمعاً جامعه‌ی نمونه‌ی ۹۰ نفری را تشکیل می‌دهند. داده‌های مربوط به هر یک از آنان از طریق پرسش‌نامه‌ای حاصل شد که با مطالعه‌ی نظریه‌های زبان‌شناسان و فرهنگ‌نگاران و مباحث نظری داده‌های به‌دست آمده به صورت کمی و کیفی توصیف و تحلیل گردید.
- نتایج به‌دست‌آمده نیازهای ارجاعی متفاوت گروه‌های مختلف کاربر، ویژگی‌های ساختاری و محتوایی مناسب با هر گروه را نشان می‌دهد، و از طرف دیگر، جهت پاسخ‌گویی بهتر به برخی از نیازهای ارجاعی آنان طرح‌هایی پیشنهاد می‌گردد.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: مقدمه

| | |
|----|--|
| ۲ | ۱-۱- بیان مسأله |
| ۵ | ۲-۱- اهداف پژوهش |
| ۶ | ۳-۱- اهمیت پژوهش |
| ۸ | ۴-۱- پرسش‌های پژوهش |
| ۸ | ۵-۱- فرضیه‌های پژوهش |
| ۹ | ۶-۱- روش پژوهش |
| ۹ | ۱-۶-۱- گروه دانشجو |
| ۹ | ۱-۱-۶-۱- گروه دانشجویان زبان انگلیسی |
| ۱۰ | ۱-۱-۱-۶-۱- دانشجویان مترجمی زبان انگلیسی |
| ۱۰ | ۱-۱-۱-۶-۱- دانشجویان ادبیات انگلیسی |
| ۱۰ | ۱-۱-۶-۱-۲- گروه دانشجویان مهندسی- پزشکی |
| ۱۰ | ۱-۱-۶-۱-۲-۱- دانشجویان مهندسی کامپیوتر (نرم‌افزار) |
| ۱۰ | ۱-۱-۶-۱-۲-۲- دانشجویان پزشکی |
| ۱۰ | ۱-۱-۶-۱-۲-۶- گروه مترجم |
| ۱۰ | ۱-۱-۶-۱-۲-۶-۱- مترجم مطبوعاتی |
| ۱۱ | ۱-۱-۶-۱-۲-۶-۱-۲- مترجم تخصصی |
| ۱۲ | ۷-۱- ساختار پژوهش |
| ۱۳ | ۸-۱- تعریف برخی از مفاهیم |
| ۱۳ | ۱-۸-۱- فرهنگ، دایرةالمعارف |
| ۱۵ | ۱-۸-۱-۲- فرهنگ‌نگاری و واژگان‌شناسی |

- ۱۵ ۳-۸-۱- فرهنگ تک‌زبان، دوزبان، فرهنگ زبان‌آموز
- ۱۶ ۴-۸-۱- فرهنگ عمومی و فرهنگ تخصصی
- ۱۸ ۵-۸-۱- ساختار کلان و ساختار خرد
- ۲۰ ۶-۸-۱- کاربر

فصل دوم: پیشینه‌ی فرهنگ‌نگاری

- ۲۳ ۱-۲- پیشینه‌ی فرهنگ‌نگاری در غرب
- ۲۸ ۱-۱-۲- پژوهش‌های انجام شده در غرب
- ۳۴ ۲-۲- پیشینه‌ی فرهنگ‌نگاری و وضعیت آن در ایران
- ۴۲ ۱-۲-۲- پژوهش‌های انجام شده در ایران

فصل سوم: مبانی نظری

- ۴۷ ۱-۳- مقدمه
- ۴۷ ۲-۳- رده‌بندی فرهنگ
- ۴۸ ۱-۲-۳- ال. وی. اشچربا
- ۵۰ ۲-۲-۳- توماس ای. سیبیاک
- ۵۱ ۳-۲-۳- یاکوف مالکیل
- ۵۴ ۴-۲-۳- آ. جی. گلب
- ۵۵ ۵-۲-۳- ویلیام اس. کورنین
- ۵۵ ۶-۲-۳- لادیسلاو زگوستا
- ۵۷ ۷-۲-۳- علی محمد القاسمی
- ۵۸ ۸-۲-۳- گریانت و یانسن
- ۶۱ ۹-۲-۳- مصطفی عاصی
- ۶۴ ۳-۳- انواع فرهنگ
- ۶۴ ۱-۳-۳- فرهنگ واژگانی (زبانی) و فرهنگ دایرة‌المعارفی (فرازبانی)

- ۶۵ ۲-۳-۳- فرهنگ در زمانی و فرهنگ هم زمانی
- ۶۵ ۱-۲-۳-۳- فرهنگ در زمانی / تاریخی
- ۶۶ ۲-۲-۳-۳- فرهنگ هم زمانی / توصیفی
- ۶۷ ۳-۳-۳- فرهنگ تک‌زبانه و فرهنگ دوزبانه
- ۶۷ ۱-۳-۳-۳- فرهنگ تک‌زبانه
- ۶۸ ۱-۱-۳-۳-۳- فرهنگ زبان‌آموز
- ۶۹ ۲-۳-۳-۳- فرهنگ دوزبانه
- ۷۰ ۱-۲-۳-۳-۳- فرهنگ زبان مبدأ و فرهنگ زبان مقصد
- ۷۲ ۲-۲-۳-۳-۳- فرهنگ برای کاربر انسانی و فرهنگ برای ترجمه ماشینی
- ۷۳ ۴-۳-۳- فرهنگ جامع، فرهنگ متوسط، فرهنگ کوچک، فرهنگ جیبی
- ۷۴ ۵-۳-۳- فرهنگ عمومی و فرهنگ تخصصی / محدود
- ۷۴ ۱-۵-۳-۳- فرهنگ عمومی
- ۷۵ ۱-۱-۵-۳-۳- فرهنگ توصیفی جامع
- ۷۶ ۲-۱-۵-۳-۳- فرهنگ توصیفی معیار
- ۷۷ ۲-۵-۳-۳- فرهنگ تخصصی / محدود
- ۷۷ ۶-۳-۳- فرهنگ درکی و فرهنگ تولیدی
- ۸۰ ۷-۳-۳- فرهنگ الکترونیکی
- ۸۱ ۷-۳-۳- تزاروس یا گنج‌واژه
- ۸۱ ۴-۳- منظر کاربر

فصل چهارم: توصیف و تحلیل داده‌ها

- ۸۴ ۱-۴- مقدمه
- ۸۷ ۲-۴- گروه‌های مورد بررسی
- ۸۹ ۳-۴- توصیف و تحلیل داده‌های گروه کاربری ۱

| | |
|-----|---|
| ۱۱۷ | ۴-۴- توصیف و تحلیل داده‌های گروه کاربری ۲ |
| ۱۴۴ | ۵-۴- توصیف و تحلیل داده‌های گروه کاربری ۳ |
| ۱۷۰ | ۶-۴- توصیف و تحلیل داده‌های گروه کاربری ۴ |
| ۱۹۵ | ۷-۴- توصیف و تحلیل داده‌های گروه کاربری ۵ |
| ۲۲۱ | ۸-۴- توصیف و تحلیل داده‌های گروه کاربری ۶ |

فصل پنجم: خلاصه و نتیجه‌گیری

| | |
|-----|---|
| ۲۴۷ | ۱-۵- مقدمه |
| ۲۴۷ | ۲-۵- گروه کاربری ۱: دانشجویان مترجمی زبان انگلیسی |
| ۲۵۳ | ۳-۵- گروه کاربری ۲: دانشجویان ادبیات انگلیسی |
| ۲۵۸ | ۴-۵- گروه کاربری ۳: دانشجویان مهندسی کامپیوتر (نرم‌افزار) |
| ۲۶۳ | ۵-۵- گروه کاربری ۴: دانشجویان پزشکی |
| ۲۶۸ | ۶-۵- گروه کاربری ۵: مترجمان مطبوعاتی |
| ۲۷۲ | ۷-۵- گروه کاربری ۶: مترجمان تخصصی |
| ۲۷۷ | ۸-۵- یافته‌های پژوهش |

کتاب‌نامه

| | |
|-----|-------------------|
| ۲۸۱ | کتاب‌نامه فارسی |
| ۲۸۳ | کتاب‌نامه انگلیسی |

پیوست‌ها

| | |
|-----|---------------------------|
| ۲۸۷ | پیوست ۱ |
| | پیوست ۲ |
| ۲۹۲ | واژه‌نامه فارسی _ انگلیسی |
| ۲۹۹ | واژه‌نامه انگلیسی _ فارسی |

فهرست جدول‌ها

صفحه

| | |
|-----|--|
| ۸۶ | جدول ۴-۱- مشخصات فردی کاربران |
| ۸۹ | جدول ۴-۲- درصد هدف و نیاز مراجعه به فرهنگ برحسب الویت‌ها در گروه کاربر ۱ |
| ۹۴ | جدول ۴-۳- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۱ |
| ۹۶ | جدول ۴-۴- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۱ |
| ۹۷ | جدول ۴-۵- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۱ |
| ۹۹ | جدول ۴-۶- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی دوزبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۰ | جدول ۴-۷- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی دوزبانه الویت اول در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۱ | جدول ۴-۸- درصد استفاده‌ی روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۲ | جدول ۴-۹- درصد مراجعه به اطلاعات متن فرهنگ براساس الویت اطلاعات ... در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۳ | جدول ۴-۱۰- درصد مراجعه به فرهنگ برحسب اطلاعات مختلف ذیل مدخل در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۴ | جدول ۴-۱۱- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۵ | جدول ۴-۱۲- درصد مراجعه به اطلاعات ضمائم و پیوست‌ها براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۶ | جدول ۴-۱۳- درصد ارزیابی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن... در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۷ | جدول ۴-۱۴- درصد ارزیابی کاربران در مورد ترتیب قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۹ | جدول ۴-۱۵- الویت مراجعه برحسب اندازه / حجم فرهنگ در گروه کاربر ۱ |
| ۱۱۱ | جدول ۴-۱۶- درصد مراجعه به مقدمه و ضمائم فرهنگ در گروه کاربر ۱ |
| ۱۱۵ | جدول ۴-۱۷- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس شماره الویت‌ها در گروه کاربر ۱ |
| ۱۱۷ | جدول ۴-۱۸- درصد هدف و نیاز مراجعه به فرهنگ برحسب الویت‌ها در گروه کاربر ۲ |
| ۱۲۱ | جدول ۴-۱۹- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲ |
| ۱۲۳ | جدول ۴-۲۰- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲ |
| ۱۲۴ | جدول ۴-۲۱- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲ |
| ۱۲۶ | جدول ۴-۲۲- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی دوزبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲ |
| ۱۲۷ | جدول ۴-۲۳- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی دوزبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۲ |
| ۱۲۸ | جدول ۴-۲۴- میزان استفاده‌ی روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۲ |
| ۱۲۹ | جدول ۴-۲۵- درصد مراجعه به اطلاعات متن فرهنگ براساس الویت اطلاعات ... در گروه کاربر ۲ |

- جدول ۴-۲۶- درصد راحت‌تر یافتن اطلاعات ذیل مدخل در گروه کاربر ۲ ۱۳۰
- جدول ۴-۲۷- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۲ ۱۳۱
- جدول ۴-۲۸- درصد مراجعه به اطلاعات ضمائم و پیوست‌ها براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲ ۱۳۲
- جدول ۴-۲۹- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۲ ۱۳۳
- جدول ۴-۳۰- درصد ارزیابی کاربران در مورد ترتیب قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۲ ۱۳۴
- جدول ۴-۳۱- الویت مراجعه برحسب اندازه/ حجم فرهنگ در گروه کاربر ۲ ۱۳۶
- جدول ۴-۳۲- درصد مراجعه به مقدمه و ضمائم فرهنگ در گروه کاربر ۲ ۱۳۸
- جدول ۴-۳۳- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس شماره‌ی الویت‌ها در گروه کاربر ۲ ۱۴۲
- جدول ۴-۳۴- درصد هدف و نیاز مراجعه به فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳ ۱۴۴
- جدول ۴-۳۵- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳ ۱۴۸
- جدول ۴-۳۶- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبان براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳ ۱۵۰
- جدول ۴-۳۷- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی تک‌زبان براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳ ۱۵۱
- جدول ۴-۳۸- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی دوزبان براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳ ۱۵۲
- جدول ۴-۳۹- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی دوزبان براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳ ۱۵۳
- جدول ۴-۴۰- درصد استفاده‌ی روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۳ ۱۵۴
- جدول ۴-۴۱- درصد مراجعه به اطلاعات متن فرهنگ براساس الویت اطلاعات ... در گروه کاربر ۳ ۱۵۵
- جدول ۴-۴۲- درصد مراجعه به فرهنگ برحسب اطلاعات مختلف ... در گروه کاربر ۳ ۱۵۶
- جدول ۴-۴۳- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۳ ۱۵۷
- جدول ۴-۴۴- درصد مراجعه به اطلاعات ضمائم و پیوست‌ها براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳ ۱۵۸
- جدول ۴-۴۵- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۳ ۱۵۹
- جدول ۴-۴۶- درصد ارزیابی کاربران در مورد ترتیب قرارگرفتن اطلاعات در ... در گروه کاربر ۳ ۱۶۰
- جدول ۴-۴۷- الویت مراجعه برحسب اندازه / حجم فرهنگ در گروه کاربر ۳ ۱۶۲
- جدول ۴-۴۸- درصد مراجعه به مقدمه و ضمائم فرهنگ در گروه کاربر ۳ ۱۶۴
- جدول ۴-۴۹- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس شماره‌ی الویت‌ها در گروه کاربر ۳ ۱۶۸
- جدول ۴-۵۰- درصد هدف و نیاز مراجعه به فرهنگ براساس اولویت‌ها در گروه کاربر ۴ ۱۷۰
- جدول ۴-۵۱- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس اولویت‌ها در گروه کاربر ۴ ۱۷۵
- جدول ۴-۵۲- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبان براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۴ ۱۷۶

- جدول ۴-۵۳- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی تک‌زبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۴ ۱۷۷
- جدول ۴-۵۴- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی دوزبانه براساس اولویت‌ها در گروه کاربر ۴ ۱۷۸
- جدول ۴-۵۵- درصد استفاده‌ی روزانه‌ی از فرهنگ در گروه کاربر ۴ ۱۸۰
- جدول ۴-۵۶- درصد مراجعه به اطلاعات متن فرهنگ براساس الویت اطلاعات ... در گروه کاربر ۴ ۱۸۱
- جدول ۴-۵۷- درصد راحت‌تر یافتن اطلاعات ذیل مدخل در گروه کاربر ۴ ۱۸۲
- جدول ۴-۵۸- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۴ ۱۸۳
- جدول ۴-۵۹- درصد مراجعه به اطلاعات ضمائم و پیوست‌ها براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۴ ۱۸۴
- جدول ۴-۶۰- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۴ ۱۸۶
- جدول ۴-۶۱- درصد ارزیابی کاربران در مورد ترتیب قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۴ ۱۸۷
- جدول ۴-۶۲- الویت مراجعه برحسب اندازه/ حجم فرهنگ در گروه کاربر ۴ ۱۸۸
- جدول ۴-۶۳- مراجعه به مقدمه و ضمائم فرهنگ در گروه کاربر ۴ ۱۹۰
- جدول ۴-۶۴- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس شماره الویت‌ها در گروه کاربر ۴ ۱۹۳
- جدول ۴-۶۵- درصد هدف و نیاز مراجعه به فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۵ ۱۹۵
- جدول ۴-۶۶- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۵ ۲۰۰
- جدول ۴-۶۷- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۵ ۲۰۱
- جدول ۴-۶۸- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی تک‌زبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۵ ۲۰۳
- جدول ۴-۶۹- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی دو زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۵ ۲۰۴
- جدول ۴-۷۰- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی دوزبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۵ ۲۰۵
- جدول ۴-۷۱- درصد استفاده‌ی روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۵ ۲۰۶
- جدول ۴-۷۲- درصد مراجعه به اطلاعات متن فرهنگ براساس الویت اطلاعات ... در گروه کاربر ۵ ۲۰۷
- جدول ۴-۷۳- درصد مراجعه به فرهنگ برحسب اطلاعات مختلف ... در گروه کاربر ۵ ۲۰۸
- جدول ۴-۷۴- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۵ ۲۰۹
- جدول ۴-۷۵- درصد مراجعه به اطلاعات ضمائم و پیوست‌ها براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۵ ۲۱۰
- جدول ۴-۷۶- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۵ ۲۱۲
- جدول ۴-۷۷- درصد ارزیابی کاربران در مورد ترتیب قرارگرفتن اطلاعات در فرهنگ‌های ... در گروه کاربر ۵ ۲۱۳
- جدول ۴-۷۸- الویت مراجعه برحسب اندازه / حجم فرهنگ در گروه کاربر ۵ ۲۱۴
- جدول ۴-۷۹- درصد مراجعه به مقدمه و ضمائم فرهنگ در گروه کاربر ۵ ۲۱۶

- جدول ۴-۸۰- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس شماره الویت‌ها در گروه کاربر ۵
- جدول ۴-۸۱- درصد هدف و نیاز مراجعه به فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۸۲- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۸۳- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۸۴- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۸۵- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی دوزبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۸۶- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی دوزبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۸۷- درصد استفاده روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۸۸- درصد مراجعه به اطلاعات متن فرهنگ براساس الویت اطلاعات ... در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۸۹- درصد راحت‌تر یافتن اطلاعات مختلف ذیل مدخل در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۹۰- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۹۱- درصد مراجعه به اطلاعات ضمیمه و پیوست‌ها براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۹۲- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۹۳- ترتیب قرارگرفتن اطلاعات در فرهنگ‌های ... در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۹۴- الویت مراجعه برحسب اندازه/ حجم فرهنگ در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۹۵- درصد مراجعه به مقدمه و ضمیمه فرهنگ در گروه کاربر ۶
- جدول ۴-۹۶- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس شماره‌ی الویت‌ها در گروه کاربر ۶

فهرست نمودارها

صفحه

| | |
|-----|--|
| ۸۹ | نمودار ۱-۴- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت اول) در گروه کاربر ۱ |
| ۹۰ | نمودار ۲-۴- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت دوّم) در گروه کاربر ۱ |
| ۹۰ | نمودار ۳-۴- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت سوّم) در گروه کاربر ۱ |
| ۹۰ | نمودار ۴-۴- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت چهارم) در گروه کاربر ۱ |
| ۹۱ | نمودار ۵-۴- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت پنجم) در گروه کاربر ۱ |
| ۹۲ | نمودار ۶-۴- ترتیب بالاترین میزان مراجعه به فرهنگ براساس نیازها در گروه کاربر ۱ |
| ۹۳ | نمودار ۷-۴- درصد الویت اول استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۱ |
| ۹۴ | نمودار ۸-۴- درصد الویت دوّم استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۱ |
| ۹۵ | نمودار ۹-۴- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویتها در گروه کاربر ۱ |
| ۹۶ | نمودار ۱۰-۴- درصد مراجعه به فرهنگهای عمومی تک زبانه براساس الویتها در گروه کاربر ۱ |
| ۹۸ | نمودار ۱۱-۴- درصد مراجعه به فرهنگ تخصصی تکزبانه براساس الویتها در گروه کاربر ۱ |
| ۹۹ | نمودار ۱۲-۴- درصدمراجعه به فرهنگ عمومی دوزبانه براساس الویتها در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۰ | نمودار ۱۳-۴- درصد مراجعه به فرهنگ تخصصی دوزبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۱ | نمودار ۱۴-۴- درصد استفادهی روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۲ | نمودار ۱۵-۴- ارزش واقعی مراجعه به فرهنگ برحسب اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۳ | نمودار ۱۶-۴- ارزش واقعی راحت تر یافتن اطلاعات... در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۴ | نمودار ۱۷-۴- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۵ | نمودار ۱۸-۴- درصد مراجعه به اطلاعات ضائم و پیوستها براساس الویتها در گروه کاربر ۱ |
| ۱۰۷ | نمودار ۱۹-۴- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۱ |
| ۱۱۰ | نمودار ۲۰-۴- میانگین مراجعه به اندازه / حجم فرهنگ در گروه کاربر ۱ |
| ۱۱۲ | نمودار ۲۱-۴- درصد مراجعه به مقدمه و ضائم فرهنگ در گروه کاربر ۱ |
| ۱۱۲ | نمودار ۲۲-۴- درصد آموزش نحوهی استفادهی صحیح از فرهنگ در گروه کاربر ۱ |
| ۱۱۶ | نمودار ۲۳-۴- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس میانگین الویتها در گروه کاربر ۱ |
| ۱۱۷ | نمودار ۲۴-۴- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت اول) در گروه کاربر ۲ |
| ۱۱۸ | نمودار ۲۵-۴- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت دوّم) در گروه کاربر ۲ |

- ۱۱۸ نمودار ۴-۲۶- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت سوّم) در گروه کاربر ۲
- ۱۱۸ نمودار ۴-۲۷- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت چهارم) در گروه کاربر ۲
- ۱۱۸ نمودار ۴-۲۸- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت پنجم) در گروه کاربر ۲
- ۱۱۹ نمودار ۴-۲۹- ترتیب بالاترین میزان مراجعه به فرهنگ براساس نیازها در گروه کاربر ۲
- ۱۲۱ نمودار ۴-۳۰- درصد الویت اول استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۲
- ۱۲۱ نمودار ۴-۳۱- درصد الویت دوّم استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۲
- ۱۲۲ نمودار ۴-۳۲- میزان مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲
- ۱۲۳ نمودار ۴-۳۳- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲
- ۱۲۵ نمودار ۴-۳۴- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲
- ۱۲۶ نمودار ۴-۳۵- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی دوزبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲
- ۱۲۷ نمودار ۴-۳۶- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی دوزبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۲
- ۱۲۸ نمودار ۴-۳۷- درصد استفاده‌ی روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۲
- ۱۲۹ نمودار ۴-۳۸- ارزش واقعی مراجعه به فرهنگ برحسب اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۲
- ۱۳۰ نمودار ۴-۳۹- ارزش واقعی راحت‌تر یافتن اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۲
- ۱۳۱ نمودار ۴-۴۰- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۲
- ۱۳۲ نمودار ۴-۴۱- درصد مراجعه به اطلاعات ضمائم و پیوست‌ها براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۲
- ۱۳۴ نمودار ۴-۴۲- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۲
- ۱۳۶ نمودار ۴-۴۳- میانگین مراجعه به اندازه / حجم فرهنگ در گروه کاربر ۲
- ۱۳۸ نمودار ۴-۴۴- درصد مراجعه به مقدمه و ضمائم فرهنگ در گروه کاربر ۲
- ۱۳۹ نمودار ۴-۴۵- درصد آموزش نحوه‌ی استفاده‌ی صحیح از فرهنگ در گروه کاربر ۲
- ۱۴۲ نمودار ۴-۴۶- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس میانگین الویت‌ها در گروه کاربر ۲
- ۱۴۴ نمودار ۴-۴۷- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت اول) در گروه کاربر ۳
- ۱۴۴ نمودار ۴-۴۸- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت دوّم) در گروه کاربر ۳
- ۱۴۵ نمودار ۴-۴۹- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت سوّم) در گروه کاربر ۳
- ۱۴۵ نمودار ۴-۵۰- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت چهارم) در گروه کاربر ۳
- ۱۴۵ نمودار ۴-۵۱- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت پنجم) در گروه کاربر ۳
- ۱۴۶ نمودار ۴-۵۲- ترتیب بالاترین میزان مراجعه به فرهنگ براساس نیازها در گروه کاربر ۳

- ۱۴۸ نمودار ۴-۵۳- درصد الویت اول استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۳
- ۱۴۸ نمودار ۴-۵۴- درصد الویت دوم استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۳
- ۱۴۹ نمودار ۴-۵۵- میزان مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳
- ۱۵۰ نمودار ۴-۵۶- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳
- ۱۵۱ نمودار ۴-۵۷- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳
- ۱۵۲ نمودار ۴-۵۸- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی دوزبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳
- ۱۵۳ نمودار ۴-۵۹- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی دوزبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳
- ۱۵۴ نمودار ۴-۶۰- درصد استفاده‌ی روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۳
- ۱۵۵ نمودار ۴-۶۱- ارزش واقعی مراجعه به فرهنگ برحسب اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۳
- ۱۵۶ نمودار ۴-۶۲- ارزش واقعی راحت‌تر یافتن اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۳
- ۱۵۷ نمودار ۴-۶۳- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۳
- ۱۵۸ نمودار ۴-۶۴- درصد مراجعه به اطلاعات ضمیمه و پیوست‌ها براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۳
- ۱۶۰ نمودار ۴-۶۵- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۳
- ۱۶۲ نمودار ۴-۶۶- میانگین مراجعه به اندازه/ حجم فرهنگ در گروه کاربر ۳
- ۱۶۴ نمودار ۴-۶۷- درصد مراجعه به مقدمه و ضمیمه فرهنگ در گروه کاربر ۳
- ۱۶۵ نمودار ۴-۶۸- درصد آموزش نحوه‌ی استفاده‌ی صحیح از فرهنگ در گروه کاربر ۳
- ۱۶۸ نمودار ۴-۶۹- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس میانگین الویت‌ها در گروه کاربر ۳
- ۱۷۰ نمودار ۴-۷۰- میزان مراجعه براساس نیاز(الویت اول) در گروه کاربر ۴
- ۱۷۱ نمودار ۴-۷۱- میزان مراجعه براساس نیاز(الویت دوم) در گروه کاربر ۴
- ۱۷۱ نمودار ۴-۷۲- میزان مراجعه براساس نیاز(الویت سوم) در گروه کاربر ۴
- ۱۷۱ نمودار ۴-۷۳- میزان مراجعه براساس نیاز(الویت چهارم) در گروه کاربر ۴
- ۱۷۲ نمودار ۴-۷۴- میزان مراجعه براساس نیاز(الویت پنجم) در گروه کاربر ۴
- ۱۷۲ نمودار ۴-۷۵- ترتیب بالاترین میزان مراجعه به فرهنگ براساس براساس نیازها در گروه کاربر ۴
- ۱۷۴ نمودار ۴-۷۶- درصد الویت اول استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۴
- ۱۷۴ نمودار ۴-۷۷- درصد الویت دوم استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۴
- ۱۷۵ نمودار ۴-۷۸- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۴
- ۱۷۶ نمودار ۴-۷۹- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۴

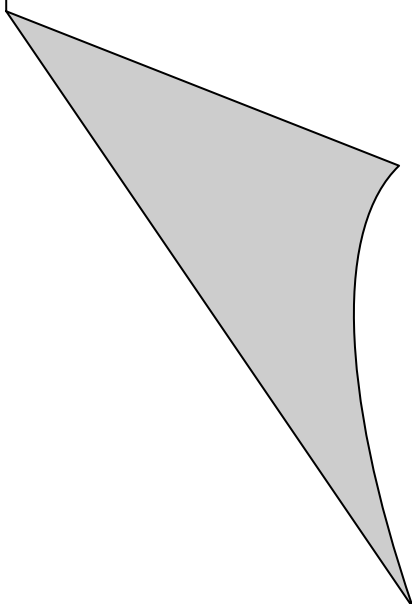
- ۱۷۷ نمودار ۴-۸۰- درصد مراجعه به فرهنگ تخصصی تک زبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۴
- ۱۷۹ نمودار ۴-۸۱- درصد مراجعه به فرهنگ های عمومی دوزبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۴
- ۱۷۹ نمودار ۴-۸۲- درصد مراجعه به فرهنگ تخصصی دوزبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۴
- ۱۸۰ نمودار ۴-۸۳- درصد استفاده‌ی روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۴
- ۱۸۱ نمودار ۴-۸۴- رزش واقعی مراجعه به فرهنگ برحسب اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۴
- ۱۸۲ نمودار ۴-۸۵- ارزش واقعی راحت‌تر یافتن اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۴
- ۱۸۳ نمودار ۴-۸۶- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۴
- ۱۸۵ نمودار ۴-۸۷- درصد مراجعه به اطلاعات ضمیمه و پیوست هابراساس الویت‌ها در گروه کاربر ۴
- ۱۸۶ نمودار ۴-۸۸- درصد آگاهی کاربران درخصوص قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۴
- ۱۸۹ نمودار ۴-۸۹- میانگین مراجعه به اندازه/ حجم فرهنگ در گروه کاربر ۴
- ۱۹۰ نمودار ۴-۹۰- درصد مراجعه به مقدمه وضمائم فرهنگ در گروه کاربر ۴
- ۱۹۱ نمودار ۴-۹۱- آموزش نحوه‌ی استفاده‌ی صحیح از فرهنگ در گروه کاربر ۴
- ۱۹۴ نمودار ۴-۹۲- مشخصات فرهنگ در هنگام خریدبراساس میانگین الویت‌ها در گروه کاربر ۴
- ۱۹۵ نمودار ۴-۹۳- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت اول) در گروه کاربر ۵
- ۱۹۶ نمودار ۴-۹۴- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت دوّم) در گروه کاربر ۵
- ۱۹۶ نمودار ۴-۹۵- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت سوّم) در گروه کاربر ۵
- ۱۹۶ نمودار ۴-۹۶- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت چهارم) در گروه کاربر ۵
- ۱۹۷ نمودار ۴-۹۷- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت پنجم) در گروه کاربر ۵
- ۱۹۸ نمودار ۴-۹۸- ترتیب بالاترین میزان مراجعه به فرهنگ براساس نیازها در گروه کاربر ۵
- ۱۹۹ نمودار ۴-۹۹- درصد الویت اول استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۵
- ۲۰۰ نمودار ۴-۱۰۰- درصد الویت دوّم استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۵
- ۲۰۱ نمودار ۴-۱۰۱- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۵
- ۲۰۲ نمودار ۴-۱۰۲- درصد مراجعه به فرهنگ های عمومی تک زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۵
- ۲۰۳ نمودار ۴-۱۰۳- درصد مراجعه به فرهنگ تخصصی تک زبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۵
- ۲۰۴ نمودار ۴-۱۰۴- درصد مراجعه به فرهنگ های عمومی دوزبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۵
- ۲۰۵ نمودار ۴-۱۰۵- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی دوزبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۵
- ۲۰۶ نمودار ۴-۱۰۶- درصد استفاده‌ی روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۵

- ۲۰۸ نمودار ۴-۱۰۷- ارزش واقعی مراجعه به فرهنگ برحسب اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۵
- ۲۰۹ نمودار ۴-۱۰۸- ارزش واقعی راحت دریافتن اطلاعات برحسب اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۵
- ۲۱۰ نمودار ۴-۱۰۹- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۵
- ۲۱۱ نمودار ۴-۱۱۰- درصد مراجعه به اطلاعات ضنائم وپیوست هابراساس الویت‌ها در گروه کاربر ۵
- ۲۱۲ نمودار ۴-۱۱۱- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۵
- ۲۱۴ نمودار ۴-۱۱۲- میانگین مراجعه به اندازه / حجم فرهنگ در گروه کاربر ۵
- ۲۱۶ نمودار ۴-۱۱۳- درصد مراجعه به مقدمه وضمائم فرهنگ در گروه کاربر ۵
- ۲۱۷ نمودار ۴-۱۱۴- آموزش نحوه‌ی استفاده صحیح ازفرهنگ در گروه کاربر ۵
- ۲۲۰ نمودار ۴-۱۱۵- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس میانگین الویت‌ها در گروه کاربر ۵
- ۲۲۱ نمودار ۴-۱۱۶- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت اول) در گروه کاربر ۶
- ۲۲۲ نمودار ۴-۱۱۷- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت دوم) در گروه کاربر ۶
- ۲۲۲ نمودار ۴-۱۱۸- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت سوم) در گروه کاربر ۶
- ۲۲۲ نمودار ۴-۱۱۹- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت چهارم) در گروه کاربر ۶
- ۲۲۳ نمودار ۴-۱۲۰- میزان مراجعه براساس نیاز (الویت پنجم) در گروه کاربر ۶
- ۲۲۳ نمودار ۴-۱۲۱- ترتیب بالاترین میزان مراجعه به فرهنگ براساس نیازها در گروه کاربر ۶
- ۲۲۵ نمودار ۴-۱۲۲- درصد الویت اول استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۶
- ۲۲۵ نمودار ۴-۱۲۳- درصد الویت دوم استفاده از فرهنگ براساس زبان در گروه کاربر ۶
- ۲۲۶ نمودار ۴-۱۲۴- درصد مراجعه به نوع فرهنگ براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- ۲۲۷ نمودار ۴-۱۲۵- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- ۲۲۸ نمودار ۴-۱۲۶- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی تک‌زبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- ۲۳۰ نمودار ۴-۱۲۷- درصد مراجعه به فرهنگ‌های عمومی دوزبانه براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶
- ۲۳۱ نمودار ۴-۱۲۸- درصد مراجعه به فرهنگ‌های تخصصی دوزبانه (الویت اول) در گروه کاربر ۶
- ۲۳۲ نمودار ۴-۱۲۹- درصد استفاده روزانه از فرهنگ در گروه کاربر ۶
- ۲۳۳ نمودار ۴-۱۳۰- ارزش واقعی مراجعه به فرهنگ برحسب اقلام اطلاعی ... در گروه کاربر ۶
- ۲۳۴ نمودار ۴-۱۳۱- ارزش واقعی راحت‌تر یافتن اطلاعات مختلف ... در گروه کاربر ۶
- ۲۳۵ نمودار ۴-۱۳۲- درصد آگاهی کاربران درخصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۶
- ۲۳۶ نمودار ۴-۱۳۳- درصد مراجعه به اطلاعات ضنائم و پیوست‌ها براساس الویت‌ها در گروه کاربر ۶

- ۲۳۷ نمودار ۴-۱۳۴- درصد آگاهی کاربران در خصوص محل قرارگرفتن اطلاعات ... در گروه کاربر ۶
- ۲۴۰ نمودار ۴-۱۳۵- میانگین مراجعه به اندازه/ حجم فرهنگ در گروه کاربر ۶
- ۲۴۱ نمودار ۴-۱۳۶- درصد مراجعه به مقدمه و ضمائم فرهنگ در گروه کاربر ۶
- ۲۴۲ نمودار ۴-۱۳۷- درصد آموزش نحوه‌ی استفاده‌ی صحیح از فرهنگ در گروه کاربر ۶
- ۲۴۵ نمودار ۴-۱۳۸- مشخصات فرهنگ در هنگام خرید براساس میانگین الویت‌ها در گروه کاربر ۶

فصل اوّل:

مقدمه



فصل اول: مقدمه

۱-۱- بیان مسأله

زبان پدیده‌ای است پویا، تحول می‌پذیرد و سطوح گوناگون آن دگرگون می‌شود. باور زبان‌شناسان و فلاسفه‌ی زبان بر این است که زبان به منظور ایجاد ارتباط به کار برده می‌شود، و مهم‌ترین نقش ارتباطی آن انتقال اطلاعات است (بران و یول^۱، ۱۹۸۳: ۱). این ارتباط می‌تواند از نوع درون‌زبانی^۲ (میان گویشوران یک زبان) یا برون‌زبانی^۳ (میان گویشوران دو یا چند زبان) باشد. بدیهی است که نخستین حاجت هر زبانی فرهنگ^۴ یا کتاب لغت است. نیاز به ارتباط درون‌زبانی گاه منجر به پیدایش و تألیف فرهنگ‌های تک‌زبان^۵ می‌شود، و ارتباط برون‌زبانی است که تألیف فرهنگ‌های دو‌زبان^۶ را ایجاب می‌کند. درخصوص ارتباط برون‌زبانی است که موضوعات ترجمه، و آموزش زبان دوم یا بیگانه مطرح می‌شود. فرهنگ‌های دو‌زبان نقش بسیار مهمی را در تسریع این امور ایفا می‌کنند، چرا که همواره «می‌توانند به عنوان یک پل ارتباطی میان دو فرهنگ عمل کنند و تبادل دانش و اطلاعات را آسان‌تر سازند» (عاصی، ۱۹۸۹: ۲۷).

از سوی دیگر، بسیاری بر این باورند که برای دریافت، انتقال و بومی‌ساختن دانش نوین، مهم‌ترین ابزار، زبانی توانا، کارا و علمی است. از آنجا که واژگان زبان بزرگ‌ترین سهم را در باز نمودن مفاهیم و معانی داراست، می‌توان نتیجه گرفت که یکی از بنیادی‌ترین اقدام‌ها در جهت کمک به توانمندی و کارایی علمی زبان، تقویت و گسترش واژگان آن به ویژه در حوزه‌ی دانش و فن است. از این روست که کار تدوین فرهنگ‌ها و واژه‌نامه‌ها، واژه‌گزینی و واژه‌سازی روز به روز اهمیت و رواج بیشتری می‌یابد (عاصی، ۱۳۷۶: ۱۴ و ۱۵).

1- G. Brown and G. Yule
 2- intralingual
 3- interlingual
 4- dictionary
 5- monolingual dictionary
 6- bilingual dictionary