فصلنـــامه دانـــش کـــارآفرینی

دوره ۳، شمـــاره ۹، زمستان ۱۴۰۲

پرورشِ گونه‌یِ علمی زبان فارسی مطالعه ای بر اساس واژه ها و اصطلاحات رشته‌یِ کارآفرینی

محمدمهدی مظاهری

استادیاردانشکده مدیریت واقتصاد دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

هاشم ابراهیمی ورکیانی (مسئول مکاتبات)

دانشجوی دکتری کارآفرینی،دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

hashem.ebrahimi@srbiau.ac.ir

تاریخ ارسال: ۱۷-۰۴-۱۴۰۱ **تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۲/۱۲/۱۳

چکیده

هدف این تحقیق، بررسی تلاش و نوآوری های است که در راستای پرورش گونه یِ علمی زبان فارسی در رشته یِ کارآفرینی صورت گرفته است. بدین منظورکل مقالات فصلنامه"توسعه کارآفرینی" دانشگاه تهران در سال های ۱۳۸۷ تا ۱۴۰۱ به کمک جدول تحلیل محتوا بررسی شد. این فصلنامه منبعی برای تولید متون فارسی نوین در زبانِ علمی فارسی دررشته یِ کارآفرینی است. برای تهیه جدول تحلیل محتوا، دسته بندی فرهنگستان زبان و ادب فارسی برای روش های واژه گزینی مورد استفاده قرارگرفت که شامل: نوگزینش ازگنجینه زبان فارسی،گسترشِ معنایی، اشتقاق، ترکیب، ساخت گروه یا عبارت، اختصارسازی و وام گیریِ واژگان میباشد. نتایج نهایی بیانگر آن است که فصلنامه کارآفرینی در طول ۱۵ سال انتشار، سبب افزایش سرمایه واژگانی درگونه یِ علمی زبان فارسی در رشته یِ کارآفرینی شده است. از روش های واژه گزینی شامل ساختِ ترکیب و ساختِ گروه به خوبی استفاده شده است ولی بعضی از ظرفیت های واژه گزینی مانند نوگزینش، اشتقاق و اختصارسازی همچنان مغفول مانده است. پژوهشگران، ساختِ ترکیب و گروه را براساس شم زبانی خود، به صرافتِ طبع، بی آنکه فرایندهای واژه سازی را آگاهانه آموخته باشند، به کارمی‌برند. اما استفاده از روش های دشوارتر مانند نوگزینش، اشتقاق و اختصارسازی برای پروراندن زبانِ علمی به آموزش نیاز دارد.

واژه‌های کلیدی: واژه گزینی، اصطلاح شناسی کارآفرینی، گونه یِ علمی زبان فارسی، زبانِ علمی فارسی، فارسی نوین

۱.مقدمه

مطابق تعریف فرهنگستان زبان و ادب فارسی درکتاب اصول واژه گزینی(۳۲:۱۳۹۸) زبانِ علم گونه ای از زبان است که نقش اصلی آن برقراری ارتباط میان اهل علم و بیان مطالب علمی درگفتار و نوشتار است و در عین تعامل با دیگر گونه های زبان و بهره گیری از واژگان و فرآیندهای واژه سازی آنها، دارای واژگان ویژه و روش های خاص خود در واژه گزینی است. وقتی از زبانِ علم سخن به میان می آوریم در حقیقت، با زبانی در درون زبان دیگر سر و کار داریم و این همان است که در اصطلاح زبان شناسان گونه یِ کاربردی زبان[1] خوانده می‌شود. به بیان دیگر، زبانِ علمی فارسی یکی از گونه های کاربردی زبان فارسی است. اما بدیهی است که علم شاخه های مختلف دارد و هر شاخه ای از اصطلاحات و سنت های خاص خود برخوردار است. برای مثال، زبانِ علم کارآفرینی، زبانِ علم فیزیک و زبانِ رایانه هرکدام یک گونه کاربردی در درون زبان فارسی است.

مقیسه(۲۵:۱۴۰۱) یکی از امتیازات ما ایرانیان را یکی بودن زبانِ ملی و زبانِ علمی مان می‌داند و بیان می‌کند که ازهمان آغاز ورود علم جدید به ایران، زبان فارسی به عنوان زبانِ علم برگزیده شده است.منصوری(۵۱:۱۴۰۱) نیز در کتاب "واژه گزینی در ایران و جهان"موضوع پرورشِ زبان علمی را درکشورهای مختلف بررسی کرده است و این طور بیان میکند که درجهان هستند کشورهایی که به گمان اینکه برگزیدن یک زبان پیشتاز علم به عنوان زبان علمی میتواند آنان را درکار انتقال علوم و غلبه بر عقب ماندگی علمی موفق کند، زبان ملی خود را به کارهای روزمره اختصاص داده اند و برای کاربردهای علمی یک زبان پیشتاز مانند زبان انگلیسی اختیارکرده اند و این طور نتیجه گرفته است که این کشورها در امر توسعه با مشکل مواجه شده اند. به تعبیر- آشوری(۹۳:۱۴۰۰) غافل ازآنکه هرسیاست توسعه اقتصادی، علمی و فرهنگی ارتباط مستقیم با گسترشِ زبان یک کشور دارد. برای روشن شدن مطلب دراینجا وضع زبان فارسی از نظر برنامه ریزی زبان را مرور میکنیم. حداد عادل(۱۳۸۲) برنامه ریزی زبان را تلاش برای تنظیم کاربرد، تعیین جایگاه و ساختار زبان از سوی دولت یا سایر مراجع ذی صلاح تعریف میکند که شامل مراحل زیر است:

- ✓ مرحله اول انتخاب یک زبان در مقام زبان ملی
- ✓ مرحله دوم انتخاب یک لهجه از آن زبان به منزله لهجه معیار
- ✓ مرحله سوم انتخاب خط
- ✓ مرحله چهارم انتخاب و ساختن اصطلاحات مورد نیاز نظام دیوان سالاری مانند اصطلاحات اداری و حقوقی
- ✓ مرحله پنجم *انتخاب* و *ساختن* و *یکسان کردن* اصطلاحاتی[2] که در عرصه علوم و فنون مورد نیاز است

زبان فارسی مراحل اول و دوم و سوم را طی کرده است و در مرحله چهارم نیز با مشکل روبرو نیست، اما در مرحله پنجم کم و بیش با دشواری هایی روبروست، هرچند که گام های بلندی نیز برداشته است. بدیهی است که مراحل چهارم و پنجم هیچ گاه به پایان نمیرسد و درآنها تلاش و نوآوری دائمی، ضروری است(داوری اردکانی،نگار،۱۳۸۲).

[1] Register

[2] Corpus standardization

از این رو، هدفِ این تحقیق بررسی تلاش و نوآوری های است که در راستای پرورش گونه یِ علمی زبان فارسی در رشته یِ کارآفرینی صورت گرفته است. از این رو به سوالات زیر پاسخ خواهیم داد:

الف) چگونگی ساخت واژگانِ جدید در رشته یِ کارآفرینی مطابق روش واژه گزینی فرهنگستان زبان و ادب فارسی

ب)آیا با سرعت تولید واژه در رشته یِ کارآفرینی برای مفاهیم تازه،گونه یِ علمی زبان فارسی توانمندی لازم در واژه گزینی را دارد؟

ج) بررسی یکسان بودن (معیار بودن) واژگانِ جدیدکه برای مفاهیم تازه انتخاب شده است

د) چگونگی ساماندهی واژگان رشته یِ کارآفرینی

۲.مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

علوم بسته به موضوع و هدفشان مبانی و روش های مختلفی دارند. ما در اینجا واژه گزینی را به مثابه علم در نظر گرفته ایم و نخست تاریخچه مختصری از واژه گزینی در ایران ارائه میکنم و سپس چند مفهوم اولیه و مهم در این علم را تعریف میکنیم و در انتها از اصولی یاد میکنیم که آنها را اصولِ موضوعه می نامند. پذیرفتن این اصول برای ورود به علم واژه گزینی ضروری است.

۱.۲ تاریخچه یِ واژه گزینی

گزینش و ساختن اصطلاح برای مفاهیم مورد نیاز در ایران پیشینه ای بسیار طولانی دارد و دست کم به عصر ساسانیان باز میگردد. متونی که اکنون در دست ماست و درآنها نوعی واژه گزینی به چشم میخورد، به سه دسته یِ متون پهلوی، متون فارسی دری(فارسی کلاسیک) و متون فارسی نوین قابل تقسیم اند. با تاسیس مدرسه دارالفنون در سال ۱۲۳۰ شمسی آموزش علوم و فنون نوین به صورتی نظام مند آغاز گشت و از آنجا که به دلایل مختلف ضرورت ایجاب میکرد که تدریس به زبان فارسی صورت گیرد، ضرورت آماده سازی زبان فارسی برای بیان مفاهیم جدید عینیت بیشتری یافت(روستایی،۱۳۸۵). این نکته را باید در نظر داشت که از هنگام آشنایی ایرانیان با علوم و فنون غربی تا وقوع انقلاب اسلامی، جامعه ایران تنها در یک دوره شش ساله(فرهنگستان اول) و سپس یک دوره هفت ساله(فرهنگستان دوم) دارای نهاد رسمی واژه گزینی بوده است. پس از انقلاب اسلامی، اندیشه ایجاد فرهنگستان در سال های پایانی دهه ۶۰ و در مرکز نشردانشگاهی پدید آمد و سرانجام در سال ۱۳۶۸ فرهنگستان زبان و ادب فارسی(فرهنگستان سوم) تاسیس شد که بنا بر اساسنامه آن یکی از وظایفش واژه گزینی است(حدادعادل، ۱۳۹۴).

تصویر۱ : دسته بندی متون فارسی که اکنون در دست ماست و درآنها نوعی واژه گزینی به چشم میخورد

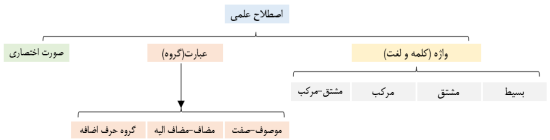
فرهنگستان سوم فعالیت خود را در شرایطی آغازکرده و تاکنون ادامه داده است که جامعه از نظر فرهنگی و اجتماعی در قیاس با دوره های پیشین در همه ابعاد تغییر یافته است. سوادآموزی و آموزش متوسطه و آموزش عالی در سراسر کشور گسترش روزافزون داشته است و شاهد تاسیس رشته های جدید در دانشگاه ها هستیم(پرویزی، ۱۳۹۵). از آن جمله میتوان به رشته یِ کارآفرینی اشاره کرد. خوشبختانه رشته یِ کارآفرینی در دوره ای تاسیس

شده است که علمِ زبان شناسی در ایران توسعه بیشتری یافته و پژوهش درباره دستور زبان و امکانات و روش های واژه سازی از وجهی علمی برخوردار شده است. با توجه به تصویر۱ میتوان گفت جامعه آماری این تحقیق تمام متون فارسی فصلنامه کارآفرینی دانشگاه تهران از سال ۱۳۸۷ تاکنون می باشد. فصلنامه"توسعه کارآفرینی" با صاحب امتیازی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران منبعی برای تولید متون فارسی نوین درگونه یِ علمی و در رشته یِ کارآفرینی میباشد.

۲.۲ چند مفهوم اولیه و مهم در واژه گزینی

واژه

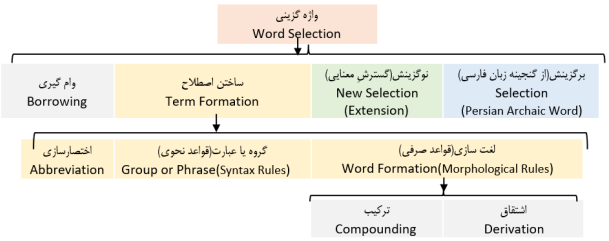
واژه دراین متن به دو معنی به کارمیرود. در معنی اول لفظی که از یک یا چند جزء معنی دار ساخته شده است و از لحاظ دستوری به یکی از مقوله های اسم یا ضمیر یا صفت یا قید یا فعل یا عدد یا حرفِ اضافه یا حرفِ ربط یا صوت تعلق دارد. چنین لفظی از نظر ساختمان ممکن است بسیط یا مشتق یا مرکب یا مشتق–مرکب باشد. در معنی دوم لفظی که دست کم در یکی از رشته های علمی و فنی و حرفه ای و هنری دارای تعریف مشخص است. چنین لفظی ممکن است یک واژه یا یک عبارت یا یک صورت اختصاری باشد. واژه در این معنی مترادف با اصطلاح است. در این متن کلمه "واژه" همواره به دو معنی به کار میرود، یعنی هم مترادف با "کلمه" و "لغت" و هم مترادف با "اصطلاح" است(فرشیدورد،خسرو،۱۳۹۹).



تصویر۲: اصطلاحِ علمی از نظر ساختمان

واژه گزینی

واژه گزینی فرایندی است که در طی آن برای یک مفهوم مشخص علمی یا فنی یا حرفه ای یا هنری معمولا یک و در مواردی بیش از یک لفظ برگزیده یا ساخته میشود و مطابق قواعد فرهنگستان زبان(۱۳۹۸) به چهار روش انجام میگیرد:



تصویر۳: واژه گزینی برای اصطلاحاتِ علمی در زبان فارسی

۱- برگزینش: انتخاب یک واژه یا عبارت از میان واژه ها و عبارت های موجود در زبان که تداول عام ندارد اما در *گنجینه واژگانی زبان فارسی* وجود دارد مانند واژه های: خویشکار، دُرّاج، همباز، نوآمد، سپه تاز و بادپا که از شاهنامه فردوسی به عنوان یکی از گنجینه های واژگانی زبان فارسی برگزینش شده است(قطبی زاده، ۱۳۹۵) و میتوان نیاز های زبانی در علم کارآفرینی را با آن ها پاسخ داد از قبیل اصطلاحات: تامین مالیِ خویشکار[1]، اقتصادِ دُرّاج[2]، همبازکارآفرین[3]، شرکتِ نوآمد، فرصت هایِ سپه تاز، سرمایه گذارِ بادپا .

۲- نوگزینش: از نو،گزینش کردن واژه وگسترش معنایی آن یکی از رایج ترین روش ها برای هماهنگ ساختن زبان با نیازهای جدید است. درگسترش معنایی، معنی سابق واژه حفظ میشود ولی معنی جدیدی هم برآن بار میگردد مانند واژه یِ مرشدکه

[1] Bootstrap Financing
[2] Gig Economy
[3] Copreneurship

افزون بر معنای سابق(مرشدِ زورخانه)، بر معنای جدید(منتور) نیز دلالت دارند(عزیزی و همکاران،۱۳۹۶).

۳- ساختن اصطلاح: ساختن اصطلاح با سه تکنیک لغت سازی(براساس قواعد صرفی)، ساختن گروه یا عبارت (براساس قواعد نحوی) و اختصارسازی انجام میگیرد.

۱-۳- لغت سازی: فرآیندی است که به دستگاه صَرف زبان مربوط میشود. در فارسی، لغت سازی به دو روش اشتقاق و ترکیب صورت میگیرد که اشتقاق عبارت است از ساختن یک واژه جدید از طریق وَندافزایی مانند" نو+آور" که با افزودن پسوند"آور" به صفت "نو" ساخته شده است و ترکیب عبارت است از به هم پیوستن دست کم دو واژه و ساخته شدن یک واژه مرکب مانند زیست+بوم

۲-۳- ساختن گروه یا عبارت: ساختن یک گروه بر اساس قواعد نحو زبان با به کار بردن دست کم دو واژه که با کسره اضافه(-ِ ، یِ) یا یکی از حروفِ اضافه به هم پیوند یابند انجام میگیردکه اغلب دارای یکی از ساختارهای زیر هستند: مضاف-مضاف الیه ، موصوف-صفت وگروه حرف اضافه دار مانند کارآفرینِ روستایی، پنجره یِ فرصت، ادراک ازخطر(نائیجی و همکاران،۱۳۹۶).

۳-۳- اختصارسازی(کوته نوشت) :ساختن اختصار به یکی از روش های سرواژه سازی یا آمیزه سازی یا اختصار حرف به حرف انجام میشود. در ساختن سر واژه گاهی صورتی حاصل می آید که واژه ای معنی دار است، مانند واژه یِ " بُمب" که از عبارت"بنگاه مادرزاد بین المللی" گرفته شده است(فیض و همکاران،۱۳۹۷). اما اغلب سر واژه ها الفاظی بی معنی هستند و فقط با توجه به واژه های سازنده شان میتوان به مدلول آنها پی برد.

٤- وام گیریِ واژگان: اخذ یک واژه از زبان های بیگانه با همان مفهومی که در زبان مبدا دارد مانند واژه استارتاپ

معادل یابی

معادل یابی عبارت است از برگزیدن یک واژه یا عبارت یا صورت اختصاری در مقابل یک لفظ بیگانه که به دو صورت معادل یابی مفهومی وگَرده برداری(با فتحه گَ) انجام میگیرد.

معادل یابی مفهومی(مفهوم بنیاد): در این روش بدون توجه به ساختار اصطلاح بیگانه و فقط با در نظر گرفتن معنی و تعریف آن در زبان فارسی یک معادل یافته یا ساخته میشود.

گَرده برداری(داده بنیاد): در این روش معادل یابی با توجه به ساختار اصطلاح بیگانه صورت میگیرد، به این معنی که در مقابل هر جزء معنی دار اصطلاح بیگانه یک جزء معنی دار در زبان فارسی قرار داده میشود. مانند "قصدِ کارآفرینانه" که جزء به جزء در مقابل اصطلاح"Entrepreneurial intention " قرار گرفته است(قربان زاده،۱۳۹۹).

البته معادل یابی با هر یک از دو روش بالا که صورت گیرد، در قالب یکی از شیوه های واژه گزینی می گنجد. به عنوان مثال اصطلاح بَهامُهر یک معادلِ مفهومی برای واژه Token در زبان انگلیسی است(چیت ساز، احسان و همکاران،۱٤۰۰) و در عین حال از نظر شیوه واژه گزینی، ساختنِ اصطلاح به روشِ لغت سازی و در قالبِ ترکیب است.

اصطلاح نامه

اصطلاح نامه گنجینه ای از واژه هاست که علاوه بر نظم الفبایی متداول در فرهنگ ها، دارای شبکه معنایی و مفهومی میان واژه هاست به عبارتی اصطلاح نامه دارای ساختار درختی است و میتوان برای هر اصطلاح، نقشه یِ مفهومی ترسیم کرد. در تصویر٤ شبکه مفهومی بین واژگان از ساده به دشوار ترسیم شده است.

تصویر٤ : شبکه مفهومی بین واژگان از ساده به دشوار

معمولا اصطلاح نامه به یکی از دو روش قیاسی و استقرایی تدوین میشود. در روش قیاسی ابتدا چارچوب کلی زمینه موضوعی ترسیم میشود، یعنی مشخص میشود که محدوده آن چیست و چه موضوع های کلی را در برمیگیرد. سپس هر یک ازاین موضوع ها به موضوع های فرعی تر تقسیم میشوند (رجبی،تقی و همکاران،۱۳۹۸).

۳.۲ اصولِ موضوعه

مراد از اصولِ موضوعه، اصولی است که فرهنگستان زبان و ادب فارسی، با توجه به وظایفی که در اساسنامه(۱۳٦۸) برعهده اش نهاده شده است، پس از بحث و بررسی فراوان آنها را پذیرفته است. این اصول برای هر پژوهشگر فارسی زبان به عنوان نقشه راه می باشد و عبارت اند ازآنکه، توسعه علمی نیازمند **زبانِ علمی** است و زبانِ علم در ایران، زبان فارسی است و باید فارسی بماند و این **زبانِ علمی فارسی** برای بقا نیازمند واژه گزینی سازمان یافته و روشمند است.

با نگاه به تقسیم بندی کافی(۱۳۸٤) در مقبولیتِ زبان فارسی به عنوان زبانِ علم، سه گروه با نظرهای متفاوت وجود دارد: گروه اول بر این باورند که باید علم را به یکی از زبان هایِ پیشتاز مانند زبان انگلیسی آموخت. علم و تکنولوژی آنچنان گسترده است که فارسی زبانان را توان برگرداندن همه مطالب علمی به فارسی نیست.گروه دوم بر این اعتقادندکه باید هر علمی در هر سطحی به زبان فارسی آموخته شود. ایشان با اشاره به رابطه فکر و زبان معتقدند که آموزشِ علم به زبان فارسی از نظر علم آموزی نیز سودمندتر است. گروه سوم نظری بینابینی دارند و معتقدند که بهتر است برای بیان مطالب علمی به زبان فارسی سطحی در نظر گرفته شود. مثلا در سطح آموزش عمومی به زبان فارسی بیان شود و در سطح های بالاتر و تخصصی تر بهتر است از زبان های پیشتازِ علم استفاده شود. پرواضح است، پژوهشگری که اصولِ موضوعه فرهنگستان زبان و ادب فارسی را پذیرفته است درگروه دوم قرار میگیرد.

۳.روش شناسی

در این پژوهش در راستای پاسخگویی به سوالات تحقیق، کل مقالات فصلنامه کارآفرینی دانشگاه تهران در سال های ۱۳۸۷ تا ۱٤۰۱ به کمک جدول تحلیل محتوا[1] بررسی شد. برای تهیه جدول، دسته بندی فرهنگستان زبان و ادب فارسی برای روش های واژه گزینی مورد استفاده قرارگرفت. دسته بندی فرهنگستان میتواند به عنوان مبنای چارچوب مفهومی پژوهش در نظرگرفته شودکه در جدول۱ قابل مشاهد است. این جدول، نمایی از روش های واژه گزینی، ساختمان واژه ها و یک مثال از هر روش را نشان می دهد.

[1] Content analysis

جدول ۱ : نمایی از چهارچوب مفهومی پژوهش و تعریف اجزای آن

ردیف	روش واژه گزینی		ساختمان واژه	مثال
۱	برگزینش(از گنجینه زبان فارسی)		–	بادپا(سرمایه گذار)، نوآمد(شرکت)
۲	نوگزینش(گسترش معنایی)		بسیط	مرشد(زورخانه) – مرشد(کسب و کار)(منتور)
۳	ساختن اصطلاح	الف– لغت سازی(قواعد صرفی)	مشتق	فرصت+گرا
			مرکب	آزاد+کار
			مشتق– مرکب	کار+ آفرین+ انه
		ب–ساختن گروه(قواعد نحوی)	مضاف– مضاف الیه	نهادِ کارآفرین
			موصوف– صفت	بین المللیِ زودهنگام
			گروه حرف اضافه دار	خروج از مرکز رشد
		ج– اختصارسازی	اختصار حرف به حرف	Business Plan (B.P)
			آمیزه سازی	تولید و انتقال نیرو(توانیر)
			سر واژه سازی	بنگاه مادرزاد بین المللی(بمب)
٤	وام گیریِ واژگان		–	استارت آپ، برند، اکوسیستم

در این تحلیل برای دست یابی به نتایج قابل استفاده تر،کل مقالات بررسی و نمونه گیری انجام نشده است. تعداد مقالات فصلنامه که در طول ۱۵ دوره از سال ۱۳۸۷ و در قالب ٥٦ شماره به چاپ رسیده است حدود ٥٢٢ مقاله می باشد. چکیده وکلمات کلیدی تمامی مقالات مورد بررسی قرار گرفت و واژه ها از آن استخراج گردید و فقط برای شرحِ واژه و یافتن معادل انگلیسی واژه به متن مقالات مراجعه شده است. حدود ۲۰۵۹ واژه و اصطلاح استخراج گردیدکه بعد از حذف واژه های تکراری و غیر مرتبط حدود ۱۱۳۲ واژه ، مطابق جدول ۲ در یک فایل اکسل جمع آوری شده اند.

جدول ۲ : جدول تحلیل محتوا در قالب فایل اکسل

ردیف	۱	جمع کل
واژه	تستِ مامان	
۱–برگزینش و نوگزینش	–	۳
۲–اشتقاق	–	۱۱۳
۳–ترکیب	–	٤٥
٤–گروه	✓	۸۸۰
٥–اختصار	–	۱
٦–وام واژه	–	۹۰
توضیحات	واژهMam Test نام روشی است برای آزمون ایده های کسب و کار که بعدها در قالب کتاب نیز چاپ شده است.	–

برای تایید روایی ابزار پژوهش، پس از استخراج مدل و ساختن چارچوب مفهومی و دسته بندی لغات و اصطلاحات کارآفرینی در قالب یک فایل اکسل، ابزار در اختیار جمعی از خبرگان قرارگرفت. برای محاسبه پایایی هم کدگذاری مجددا تکرار شده و ضریب پی اسکات[1] محاسبه شد که این ضریب برابر با رقم قابل قبول ۸۷ درصد به دست آمد. تحلیلِ نتایج هم با بهره گیری از فراوانی، درصد، جداول توصیفی و هم چنین نقشه های ذهنی[2] انجام گرفت.

٤.یافته ها

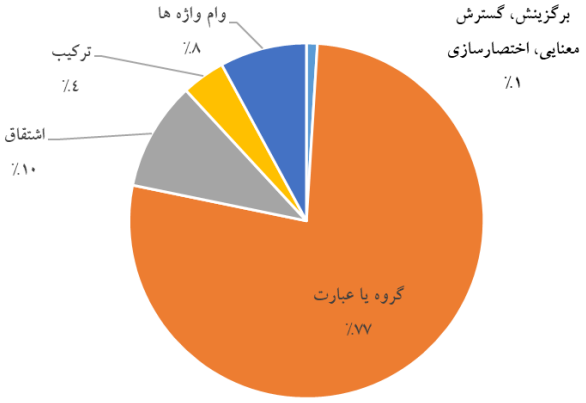
در این بخش سوالات پژوهش با استفاده از یافته های حاصل از تحلیل محتوا بررسی و پاسخ داده می شود.

الف) چگونگی ساخت واژگان جدید در رشته یِ کارآفرینی مطابق روش واژه گزینی فرهنگستان

[1] Scott's pi

[2] Mind Map

با توجه به نتایج آماری، از ظرفیت روش هایی مانند برگزینش از گنجیه زبان فارسی، گسترش معنایی و اختصارسازی استفاده نشده است و از نظر آماری کمتر از ۱٪ واژه ها در این قالب قرار میگیرند. وام واژه ها حدود ۷٪ لغات را تشکیل میدهد . دراین دسته بندی نیز ۱۰٪ واژه ها در قالب اشتقاق و ٤٪ واژه ها در قلب ترکیب جای میگیرد.گروه یا عبارت با ۷۸٪ واژه ها، بیشترین روش ساختِ واژه ها را به خود اختصاص میدهد. نحو زایاترین دستگاه زبان است و ساختن گروه یا عبارت بر اساسِ قواعد نحوی، پربسامدترین فرایندی است که پژوهشگران در مقالات فصلنامه کارآفرینی برای بیان مفاهیم مورد نظر خود به کار برده اند.

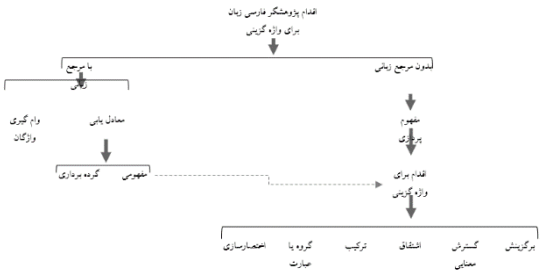


تصویر۵ : روش های واژه گزینی در فصلنامه کارآفرینی به تفکیک

در حال حاضر روش های شکل گیری مفاهیم در ذهن پژوهشگرِ فارسی زبان به دو صورت است: صورت اول بدون مرجع زبانی است. در این روش مفاهیم با اندیشیدن و یا مشاهده ی پدیده ها و بی آنکه قبلا واژه مشخصی حتی غیر فارسی محمل آن مفهوم باشد در ذهن پژوهشگر شکل میگیرد. صورت دوم با مرجع زبانی است و در این روش مفهوم به صورت غیر مستقیم و از راه زبان بیگانه(اغلب انگلیسی) در ذهن پژوهشگر شکل میگیرد. خدادای و همکاران(۱۳۹۹) در پژوهشِ خود از "اصطلاح سازی اولیه" و"اصطلاح سازی ثانویه" در مقابل "بدون مرجع زبانی" و "با مرجع زبانی" استفاده کرده اند.

صورت اول زمانی پیش می آید که پژوهشگر در مطالعات خود به مفهوم یا پدیده ای نو دست می یابد، یعنی قبلا برای دلالت برآن مفهوم واژه ای نبوده است و او بنا به ذوق و سلیقه یِ خود واژه ای برمیگزیند. به عنوان مثال فیض و همکاران(۱۳۹۷) درمقاله ای با عنوان تحلیل ابعاد بنگاه های مادرزاد بین المللی، اصطلاح "نهادِ کارآفرین" را بدون مرجع زبانی و برای اولین بار مطرح کرده لند. نهادِکارآفرین مطابق با یافته های پژوهش به عنوان نخستین وکلیدی ترین ویژگی در بین المللی سازی بنگاه می باشد.

با توجه به اینکه اغلبِ واژه های علمی کارآفرینی از زبان انگلیسی وارد زبان فارسی میشوند، صورت دوم بیشتر پیش می آید یعنی پژوهشگر، ضمن مطالعه تحقیقات مربوط به رشته یِ کارآفرینی با برخی از واژه های بیگانه مواجه میشود و ابتدا از راه این واژه، مفهومی درذهن او شکل میگیرد وآنگاه تصمیم میگیرد با توجه به مفهوم شکل گرفته در ذهن خود و نیز با توجه به واژه بیگانه، معادلی فارسی برای آن انتخاب کند. به عنوان مثال واژه Couple Business در زبان انگلیسی توسط Othman(2016) مفهوم سازی شده است و آراستی و همکاران(۱٤۰۰) برای آن معادل" کسب و کارِ زوجی" را انتخاب کرده اند. اغلبِ واژه گزینی در فصلنامه کارآفرینی با مرجع زبانی یعنی معادل یابی و از نوع گرده برداری می باشد.



تصویر٦ : نقشه ذهنی برای تصویرسازی روش های واژه گزینی برای یک پژوهشگر فارسی زبان

کاربرد صورت اختصاری در زبان فارسی بسیار محدود است و این موضوع معادل یابی را برای واژه هایی که در زبان مبدا از راه اختصارسازی ساخته شده اند، دشوارکرده است. بیشتر اختصارسازی ها در زبان انگلیسی به ترتیب از روش "حرف به حرف" و "آمیزه سازی" بدست آمده اند. روش حرف به حرف در زبان انگلیسی کاملا رایج است و فقط برای روش آمیزه سازی چند نمونه در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول۳ : نمونه هایی از روش آمیزه سازی برای ساخت اصطلاحاتِ کارآفرینی در زبانِ انگلیسی

معادل فارسی	واژه انگلیسی	توضیح
آموزش از طریق تفریحات سالم(احمدی و همکاران،۱۳۹٦)	Edutainment	Education + Entertainment
کارآفرینی زوجی(آراستی وهمکاران،۱٤۰۰)	Copreneurship	Couple + Entrepreneurship
پدیده تن آسایی میان فرزندِ کارآفرینان (مقیمی و همکاران،۱۳۹۹)	Affluenza	Affluence + Influenza

گاهی علاوه بر مبانی دستوری زبان، مانند صرف و نحو، اطلاعات خارج از حوزه دستوری مانند دانش ما از مشابهت دو پدیده میتواند مبنای ساخت واژه باشد. یکی از موثرترین پژوهش ها در این حوزه را میتوان مطالعات لیکاف و جانسون(۲۰۱۳) درکتاب" استعاره هایی که با آن زندگی میکنیم" ملاحظه کرد. وقتی میگوییم کارآفرینِ پخته، انتقال معنی از حوزه غذا به حوزه کارآفرینی صورت میگیرد که این امر نه در حوزه دستور زبان می‌گنجد و نه در حوزه واژگان، بلکه تنها در حوزه استعاره ی مفهومی[1] است. زبان شناسی شناختی، استعاره مفهومی را به شکلِ درک یک قلمرو مفهومی بر اساس قلمرو مفهومی دیگر تعریف میکند. این استعاره ها اغلب برای درک نظریه ها و مدل ها استفاده میشود(شیری،۱۳۹۹). به عنوان مثال، آقای راب فیتز پاتریک(۲۰۱۳)آزمونی برای بررسی ایده های کسب و کار طراحی میکند و نام آن را تستِ مامان میگذارد.«می‌گن از مامان‌تون نپرسین که ایده‌ی من برای کسب و کار خوبه یا نه؟ چون مامان‌تون دوست‌تون داره و خواسته یا ناخواسته به دروغ بهتون می‌گه که ایده‌تون عالیه.»

بسیاری از اصطلاحات رشته یِ کارآفرینی مانند: اقتصادِ گیگ، پدیده آفلوانزا، فرشتگانِ کسب وکار چنین وضعیتی دارند. از آنجا که استعاره ها ریشه در مفاهیم تاریخی و فرهنگی یک زبان دارد، واژه هایی که بر بستر استعاره(مفهومی) ساخته شده اند، معادل یابی را برای پژوهشگرِ فارسی زبان دشوار میکند.

جدول٤ : نمونه هایی از استعاره های مفهومی در زبان انگلیسی

ردیف	معادل فارسی	واژه انگلیسی	توضیح
۱	اقتصادِ گیگ (محبی،مجید و همکاران،۱٤۰۰)	**Gig** Economy (Kässi & Lehdonvirta, 2018)	گیگ به معنای فرفره و یا هر چیز چرخنده است.
۲	فرشتگانِ کسب و کار (هاشمی نیکو،علیرضا و همکاران،۱۳۹۷)	Business **Angels**	فرشتگان کسب و کار بطور معمول روی کسب و کارهای کارآفرینان در مراحل اولیه

[1] Conceptual metaphor

			سرمایه گذاری می‌کنند.
۳	تامین مالی خود راه انداز (چیت سازان،هستی و همکاران،۱۳۹۶)	**Boot Strap** Financing	تسمه ی چکمه که هنگام پوشیدن و درآوردن چکمه آن را می گیرند یا می کشند.
٤	کارآفرینِ کارکشته (داداشی،فاطمه و همکاران،۱۳۹۶)	**Veteran** Entrepreneur	در زبان انگلیسی، واژه Veteran برای کهنه سرباز به کار میرود.

ب) آیا با سرعت تولید واژه در رشته یِ کارآفرینی برای مفاهیم تازه کشف شده، گونه یِ علمی زبان فارسی توانمندی لازم در واژه گزینی را دارد؟

توانمندی گونه یِ علمی زبان فارسی را میتوان از سه جنبه مورد بررسی قرار داد: اولا خود زبان فارسی مطابق آنچه در بحث واژه گزینی ملاحظه شد توانمندی زیادی در ساخت لغت و واژه دارد و مطابق تصویر ۵ از این ظرفیت ها مانند ساختِ ترکیب و ساختِ گروه به خوبی استفاده شده است. ولی بعضی از ظرفیت ها ی واژه گزینی مانند برگزینش، اشتقاق و اختصارسازی همچنان مغفول مانده است. به نظر میرسد استفاده از این ظرفیت های بالقوه، توانایی معادل سازی برای بخش عظیمی از واژگانِ کارآفرینی را فراهم خواهد کرد. دوم آنکه امروزه اغلب واژه های علمی در زبان بیگانه تولید میشوند و پژوهشگران فارسی زبان برای واژه ها، معادل یابی در قالبِ گرده برداری انجام میدهند وگرده برداری کارِ واژه گزینی را تسهیل میکند.گرده برداری ساده ترین نوع واژه گزینی است که میتوان از این روش به عنوان نوعی" تعبیرِ قرضی" نام برد. سوم آنکه، اغلبِ واژه های بیگانه از زبان انگلیسی وارد زبان فارسی میشوند و این دو زبان در ساختن واژه های مرکب توانایی کم نظیری دارند و واژه هایی با مقوله دستوری متفاوت را با هم ترکیب میکنند(هورن، اسلام و همکاران،۱۳۹۹)که این مشابهت در ساختِ واژه های مرکب، معادل یابی را بری پژوهشگر فارسی زبان تسهیل میکند ، مانند: Free+lancer (آزادکار)، Eco+system (زیست بوم)

جدول۵: ظرفیت های بالفعل و بالقوه واژه گزینی در فصلنامه کارآفرینی

روش واژه گزینی		توضیح
بالفعل	گروه	ساختِ گروه در روش گرده برداری مناسب است ولی دیگر نمیتوان از آن واژه، صفت و قید و فعل ساخت.
	ترکیب	ترکیب و اشتقاق اصیل ترین و کامل ترین نوع واژه سازی است ساختِ ترکیب ساده است ولی اشتقاق نیاز به آموزش دارد.
	وام گیری واژگان	با رعایت اصولِ فرهنگستان مجاز است و میتوان استفاده کرد، زبان های زنده و پیشرو به خوبی واژه ها را از زبان های مختلف وام میگیرند. به تعبیرِ آشوری(۱٤۰۰) باید در وام واژه ها، گوارشِ زبانی اتفاق افتد و واژه همچون پاره ای طبیعی از زبان فارسی درآید.
بالقوه	برگزینش و نوگزینش	استفاده از گنجینه زبان فارسی مانند لغات شاهنامه فردوسی و گویش های محلی برای ساختِ واژه های جدید نیاز به انجام مطالعه تطبیقی و تسلط به ادبیات فارسی دارد.
	اشتقاق	در اشتقاق نیاز به آشنایی با پیشوندها و پسوندهای لغت ساز در زبان فارسی داریم. در فارسی امروز حدود ٦۰ پسوند و ۲۰ پیشوند فعال و نیمه فعال وجود دارد که به مقوله های مختلف پیوند میخورند و اسم و صفت و قید و فعل پیشوندی میسازند مانند : پیرا-تَرا-باره-بارگی-ناک (اصول واژه گزینی،۱۳۹۸:۵۲)
	اختصارسازی	اختصارسازی یک نوع روشِ مکانیکی است. برای زبانِ علم که یک زبانِ ابزاری

		می باشد روشِ مناسبی است. در اختصارسازی واژه را به یک کُد تبدیل میکنیم.

ج) بررسی معیار بودن(یکسان بودن) واژگان جدیدکه برای مفاهیم تازه انتخاب شده است

مهم ترین ویژگی واژه معیار بودن آن است. به تعبیرگالینسکی(۲۰۱۸) مدیر موسسه اینفوترم[1] و یکی از متخصصان برجسته اصطلاح شناسی، واژه اگرجمیع صفات لازم را داشته باشد ولی معیار نباشد واژه نیست. به عنوان نمونه اول، برای مفهوم بنگاه های اقتصادی که با سرعت فرآیند بین المللی شدن را طی میکنند در مقالات فصلنامه کارآفرینی، حدود پنج معادل یافت شدکه هیچ کدام معیارنیستند و تقریبا از تمامی آنها در ادبیاتِ کارآفرینی استفاده شده است. رایج ترین واژه ها برای توصیف این شرکت ها در جدول ٦ آمده است.

جدول٦ : رایج ترین واژه ها برای توصیف شرکت ها کوچکی که با سرعت بین المللی میشوند

ردیف	معادل فارسی	واژه انگلیسی	اختصارِ حرف به حرف	نام محققی که واژه سازی انجام داده است
۱	مادرزاد بین المللی	Born International	B.I	(Madsen & Servais, 1997)
۲	جهانی زاد	Born Global	B.G	(Oviatt & McDougall-Covin, 1995)
۳	بین المللی زودهنگام	Early International	E.I	(Rialp-Criado, Galván-Sánchez, & Suárez Ortega, 2010)
٤	کارآفرینان بین المللی	International Entrepreneurship	I.E	(Kuivalainen, Sundqvist & Servais, 2007)
٥	مخاطره پذیران جدید بین المللی	New International Venture	N.I.V	(Shrader, Oviatt, & McDougall, 1997)

به عنوان نمونه دوم در مقاله داداشی و همکاران(۱۳۹٦) کارآفرینانِ کارکشته معادلِ واژه Veteran entrepreneurs قرار گرفته است و در تحقیقی دیگر که پناهی و همکاران(۱۳۹٤) انجام داده اند، کارآفرینانِ کارکشته را معادل Habitual entrepreneurs قرار داده اند. سخدری(۱۳۹۹) در مقاله ای با عنوان "چارچوب سنجش پذیری سازه فرصت" برای واژه Non-Opportunity در یک پارگراف از معادل "نافرصت" و در جایی دیگر در همان مقاله از معادل "غیرفرصت" استفاده کرده است.

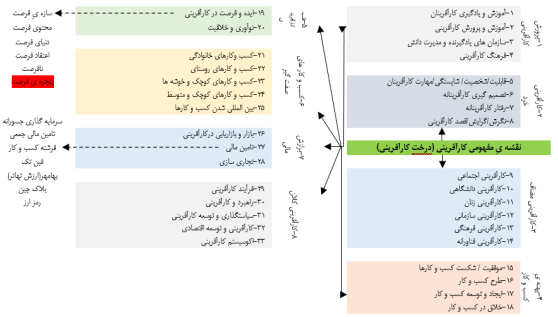
فقدان دقت ناشی از کاربرد چندین واژه نزدیک به هم برای یک معنای مشخص و یا نبود وحدتِ واژگانی سبب آشفتگی ذهنی برای مخاطب میگردد. نویسندگان مقالات فصلنامه کارآفرینی اکثرا برای غلبه بر معیار نبودن معادل های فارسی، از واژه انگلیسی در پانویس استفاده کرده لند، به عبارتی معادل های فارسی به زحمت میتوانند بندِ ناف خود را از واژه یِ مرجع جدا کنند.

د) چگونگی ساماندهی واژگان رشته یِ کارآفرینی

همانطورکه بیان شد کامل ترین نوع ساماندهی واژگان علمی، تدوین اصطلاح نامه است که به دو روش قیاسی و استقرایی تدوین میشود. در علوم قدیمی تر مانند علم شیمی میتوان از روش قیاسی استفاده کرد، چون چهارچوب کلی این علم در منابع معتبر به صراحت تقسیم بندی شده است اما در علوم جدیدتر مانند کارآفرینی، طبقه بندی با این صراحت

[1] Info term مرکز بین المللی اطلاعاتِ اصطلاح شناسی

وجود ندارد. به عبارتی در تدوین اصطلاح نامه فارسیِ کارآفرینی که قدم اول آن طراحی نقشه یِ مفهومی میباشد، باید از روش استقرایی بهره گرفت، به این صورت که اول تمامی واژگان و اصطلاحات جمع آوری شود و سپس رابطه هم ارزی بین آنها مشخص شود و در یک دسته بندی قرارگیرد. در ساختار درختی که دارای شبکه معنایی می باشند، ارتباط معنایی میان واژه ها برجسته میشود و به این ترتیب پژوهشگر فارسی زبان، در گزینش واژه های بیگانه به منظور وضع برابرنهاده فارسی و سپس سازماندهی آنها ابزار تازه ای خواهد داشت. در فصلنامه کارآفرینی تلاش هایی برای ساماندهی واژگان انجام شده است، به عنوان مثال کلید واژه ها به ترتیب حروف الفبا نمایه شده است. همچنین موضوعِ مقاله ها در۳۳ شاخه دسته بندی شده است که میتواند مقدمه ای برای طراحی نقشه مفهومی کارآفرینی باشد. در تصویر۷ این دسته بندی را به هشت شاخه اصلی کاهش داده ایم و هرشاخه اصلی را نام گذاری کرده و نقشه یِ مفهومی اولیه فارسی برای علم کارآفرینی طراحی کرده ایم.(۱-پرورشِ کارآفرینی۲- کارآفرینی خرد ۳-کارآفرینی کلان ٤-کارآفرینی مضاف ٥-پهنه یِ کسب وکار ٦-قلبِ کارآفرینی ۷-کسب وکارهای موصوف ۸-برازشِ مالی)



تصویر۷ : دسته بندی موضوعاتِ فصلنامه کارآفرینی، مقدمه ای برای طراحی نقشه یِ مفهومی کارآفرینی

حدود ۱۱۳۲ واژگان استخراج شده از فصلنامه را به عنوان برگ های درخت کارآفرینی در نظر میگیریم. به عبارتی درختِ کارآفرینی شامل ۸ شاخه اصلی، ۳٤ زیر شاخه فرعی و ۱۱۳۲ برگ است. به عنوان مثال اصطلاحِ "پنجره یِ فرصت" به عنوان یکی از ۱۱۳۲برگِ درخت کارآفرینی، زیرشاخه یِ "ایده و فرصت های کارآفرینی" و در شاخه یِ اصلی "قلب کارآفرینی" قرار میگیرد.

جدول۷ : نقشه ذهنی درختِ کارآفرینی و شاخ و برگ آن

درختِ کارآفرینی	مثال:
شامل ۸ شاخه اصلی	**قلبِ کارآفرینی** یکی از ۸ شاخه اصلی درختِ کارآفرینی است.
۳٤ زیرشاخه فرعی	**ایده و فرصت** یکی از ۳٤ زیر شاخه درخت کارآفرینی است که در شاخه اصلی قلب کارآفرینی قرار دارد.
دارای ۱۱۳۲ برگ	اصطلاح **پنجره یِ فرصت** یکی از ۱۱۳۲ برگِ درخت کارآفرینی است. که در زیر شاخه ایده و فرصت قرار دارد.

همانطور که در تصویر۷ مشاهده میشود، در هنگام طراحی نقشه یِ مفهومی با محدودیت هایی روبرو هستیم و نمیتوان همه یِ ۱۱۳۲ واژگان بدست آمده را بر روی یک صفحه نمایش داد . به عبارتی واپایشِ روابط معنایی میان واژگانِ کلیدی بر روی کاغذ کار بسیار دشواری است. به نظر میرسد برای تعیین و واپایشِ روابط میان واژه ها لازم است از نرم افزار مناسبی استفاده شود.

۵.بحث و نتیجه گیری

انتظار داریم آنچه درباره یِ پرورش زبانِ علمی فارسی در رشته یِ کارآفرینی گفته شد، کم و بیش در سایر رشته های علمی نیز صادق باشد. آنچه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت را میتوان در چهارمرحله دسته بندی کرد.

مرحله اول روشن لندیشی: در مرحله اول و در مواجه با زبان فارسی به عنوان زبانِ علم، به بحث فلسفه یِ زبان پرداختیم و جهان بینی خودمان را مشخص کردیم و با پذیرش اصولِ موضوعه فرهنگستان درگروه دوم پژوهشگران فارسی زبان قرارگرفتیم(باید هر علمی در هر سطحی به زبان فارسی آموخته شود).پرواضح است که در مقابل زبان های پیشتازِ علم و تکنولوژی با دستگاه عظیم واژگانی، نیازمند توسعه یِ بی امان و بی نهایت زبانِ علمی فارسی هستیم.

مرحله دوم افزایش سرمایه واژگانی: بعد از این نظروَرزی هایِ فلسفی، تلاش کردیم چگونگی ساخت واژگان جدید در رشته یِ کارآفرینی مطابق روش واژه گزینی فرهنگستان زبان و ادب فارسی بررسی کنیم و دیدیم که فصلنامه کارآفرینی در طول ۱۵ سال انتشار، سبب افزایش سرمایه واژگانی درگونه یِ علمی زبان فارسی در رشته یِ کارآفرینی شده است.

مرحله سوم ایجاد وحدتِ واژگانی: در مرحله سوم بحث یکسان کردن واژه ها مطرح گردید. همانطور که ملاحظه شد،گونه یِ علمی زبان فارسی از نبود واژگانِ معیار رنج میبرد. وجود یک نهاد تخصصی معتمد و ذیصلاح مانند یک زیرمجموعه از فرهنگستان جهت یکسان سازی واژه های منتخب ضروری به نظر میرسد. استنباط عموم در ایران از واژه گزینی یافتن برابرنهاده فارسی در مقابل کلمه های بیگانه است در صورتی که درزبان های پیشتاز علم، منظور استلندارد کردن مفاهیم و الفاظی است که برآنها اطلاق میشود(منصوری،۱۴۰۱).

مرحله چهارم استفاده از ابزارهایِ زبانی: درمرحله چهارم چگونگی ساماندهی واژه ها مطرح شد، که در مقابل تولید صنعتی واژه های علمی، ساماندهی واژگان امری اجتناب ناپذیر است. از قبیل چگونگی انتخاب واژگانِ کلیدی، استفاده از ابرواژگان، نمودار درختی بین مفاهیم و اصطلاحات علمی که خود نوعی زورآزمایی با واژه هاست و میتوان از آن ها به عنوان ابزارهایِ زبانی نام برد.

از آنجا که یکی از رسالت های پژوهش واژه گزینی برای مفاهیم علمی است و با توجه به قواعد اعلامی فرهنگستان زبان و ادب فارسی که یکی از منابع معتبرگنجینه زبان فارسی برای واژه گزینی را واژه های متعلق به زبان و گویش های زنده ایرانی میدلند، در این پژوهش واژه کلونگ را برای نام گذاری مراحل اول تا چهارم در نظر میگیریم. واژه کِلَوْنگ /kelawang/ با کسره کاف و فتحه لام و واو درگویشِ خراسانی به معنای درگیرکاری بودن یا پیوسته درگیربودن ذهن به یک موضوع و سر-و-کلّه زدن با آن می باشد(گروه زبان و گویش های ایرانی فرهنگستان، ۱۳۹۹). به عبارتی، یک پژوهشگر صاحبِ فلسفه و اجتهادِ علمی(PhD) در دانشِ مورد نظر خود باید کلونگِ واژه ها باشد.

٦.پیشنهادات

۱-٦- پژوهشگران در هرشاخه ی تخصصی، قواعد پربسامد را براساس شم زبانی خود، به صرافت طبع، بی آنکه فرایندهای واژه سازی را آگاهانه آموخته باشند، به کار میبرند. اما استفاده از قواعد کم بسامدتر به آموزش نیاز دارد و از آنجا که در پرورش زبانِ علمی فارسی ناگزیریم از همه امکانات زبان بهره بگیریم، آموختن این قواعد ضروری است. پیشنهاد میگردد سرفصل واژه گزینی به درس روش تحقیق اضافه شود.آشنایی با روش های واژه گزینی، مکملِ بحث واژه شناسی(ترمینولوژی) برای یک پژوهشگرِ فارسی زبان خواهد بود.

۲-٦- اختصارسازی در زبان فارسی سابقه نداشته است اما اکنون کاربرد آن رو به افزایش است و میتوان از ظرفیت اختصار سازی استفاده بیشتری کرد. با توجه به رسم الخط فارسی که سَرهم نویسی است، روش های "سرواژه سازی" و "آمیزه سازی" مناسب تر به نظر میرسد و روش "حرف به حرف" کاربرد چندانی ندارد.

جدول۸: پیشنهاد کوته نوشت با تکنیک آمیزه سازی برای ساختِ اصطلاحات کارآفرینی

ردیف	معادل فارسی واژه در مقالات فصلنامه	توضیح	واژه ی پیشنهادی
۱	آموزش از طریق تفریحات سالم	تفریح+آموزش=فرح آموز، به عنوان مثال میگوییم روشِ فرح آموز	فرح آموز
۲	پدیده تن آسایی میان فرزندِ کارآفرینان	پولداری+تن آسایی=پول آسایی، به عنوان مثال میگوییم پدیده یِ پول آسایی	پول آسایی

۳-٦- استفاده از ظرفیت برگزینش واژه ها از گنجینه زبان فارسی مانند لغات و واژه های موجود در شاهنامه فردوسی و گویش های محلی برای ساخت استعاره های مفهومی راهگشاست. پیشنهاد میگردد پژوهشگران علاقه مند به زبان و ادبیات فارسی در قالب مطالعه تطبیقی بین شاهنامه فردوسی و کارآفرینی، واژه های مرتبط را استخراج کنند و سرمایه واژگانی زبانِ علمیِ فارسی در رشته یِ کارآفرینی را افزایش دهند.

جدول۹: پیشنهاد برگزینش واژه ها از شاهنامه فردوسی برای ساختِ استعاره ها در کارآفرینی

ردیف	معادلِ فارسی واژه در مقالات فصلنامه	واژه یِ مرجع	واژه یِ پیشنهادی
۱	اقتصادِ گیگ	Gig Economy	اقتصادِ دُرّاج
۲	تامینِ مالی خود راه انداز	Bootstrap Financing	تامین مالیِ خویشکار
٤	بین المللی زودهنگام	Early International	بین المللیِ سپه تاز

٤-٦- پیشنهاد میگردد کارگروهی برای معیار سازی(یکسان سازی) واژه ها در فصلنامه کارآفرینی

تشکیل گردد. اگر نهادی وجود نداشته باشدکه معادل هایِ فارسی را یکسان کند هیچ گاه زبانِ علمِ معیار به وجود نمی آید.

۵-٦- اصطلاح نامه را میتوان ابزارِ ارتقای کیفیت کلید واژه ها و افزایش قابلیت آن ها در مراحل دستیابی به اطلاعات دانست. از این رو پیشنهاد میگردد واژگان رشته یِ کارآفرینی در نظام اصطلاح نامه ای ساماندهی شود. به عبارتی تهیه گنج واژه یا اصطلاح نامه فارسی کارآفرینی زیر مجموعه فصلنامه کارآفرینی صورت گیرد.

٦-٦-پیشنهاد میشودکسره یِ اضافه (ـِ)یا صورت دیگر آن(یِ) را همه جا بنویسیم، زیرا که تکواژِ نحوی پربسامد و رابط معنایی اساسی در زبان فارسی است و همانطورکه در این تحقیق ملاحظه شد، اصطلاحات رشته یِ کارآفرینی در قالبِ گروه نحوی و به وسیله همین کسره ساخته شده اند از قبیل: کارآفرینِ شرکتی، پنجره یِ فرصت، اکوسیستمِ کارآفرینی.

بیان این نکته در پایان شاید ضروری باشد که چنین پژوهشی با توجه به همه یِ جنبه های مساله هرگز نمیتواند پاسخگوی نیازهای بیشمار زبانِ علم فارسی در رشته یِ کارآفرینی باشد. امید است که در پژوهش های مستقل دیگر به این نیازهای زبانی پرداخته شود.

تصویر۸ : پرورشِ زبانِ علمی فارسی و نیازهای بیشمار آن

منابع

آراستی, زهرا, صادقی, لاله, سعیدیان, مریم, ایمانی پور, نرگس (۱٤۰۰)." کارآفرینی زوجی در ایران: چه عوامل محیط درونی موجب موفقیت زوج‌های کارآفرین می‌شوند؟". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱٤(۳), ۳۸۰-۳٦۱.

آشوری، داریوش(۱٤۰۰)، *زبان باز: پژوهشی درباره زبان و مدرنیت*، چاپ هشتم، تهران، نشر مرکز.

آشوری، داریوش(۱۳۹۹)، *باز اندیشی زبان فارسی*، چاپ دهم، تهران، نشر مرکز.

احمدپور داریانی, محمود, قیصری, وحید, چیت سازان, هستی, باقری, افسانه. (۱۳۹۸)." ارائه الگوی شکل گیری سرمایه گذاری جسورانه پایدار در ایران از منظر نهادی (با استفاده از نظریه مبتنی بر داده)". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱۲(۲), ۱٦۱-۱۸۰.

چوپان‌زاده، مرضیه؛محضری، آویشن (۱۳۹۵)، "استعاره در اصطلاح‌شناسی (بررسی واژه‌های مصوّب حوزه‌ی رایانه و فنّاوری اطلاعات)" ، *مطالعات واژه گزینی(ویژه نامه نامه فرهنگستان)* ،شماره ۱ ، ۱۳۹ تا ۱٦۰

چیت سازان, هستی, طالبی, کامبیز, محب علی, امیر. (۱۳۹٦)." شناسایی و اولویت بندی رایج ترین روش های تأمین مالی خودراه انداز در کسب و کارهای نوپای حوزه IT". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱۰(۱), ٦۱-۷۹.

چیت ساز, احسان, بیگدلی, محمد (۱٤۰۰)."عوامل مؤثر بر موفقیت تأمین مالی جمعی به روش عرضه‌ی اولیه‌ی بهامُهر از طریق صرافی‌های آنلاین". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱٤(۲), ۲۲۱-۲٤۰.

حسین پناهی, شنه, محمدی الیاسی, قنبر, رضایی زاده, مرتضی, محمدی, انور (۱۳۹٤)." شناسایی و مدلسازی ویژگی‌های شخصیتی تسهیل‌کنندهٔ یادگیری تأملی در کارآفرینان کارکشته". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۸(٤),٦٦۹-٦۸۷.

حداد عادل،غلامعلی(۱۳۸۲)،"درآمدی بر واژه گزینی مردمی"، *مجموعه مقالات دومین هم اندیشی واژه گزینی و اصطلاح شناسی*،تهران،فرهنگستان زبان و ادب فارسی، ص ۳٦۷-۳۷۲.

حمدی,آیدا,محمدکاظمی,رضا,محمدی،الیاسی,قنبر(۱۳۹٦).."شناسایی شیوههای آموزش کارآفرینی درحیطه یادگیری عاطفی با رویکرد «آموزش از طریق تفریحات سالم»". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱۰(۲), ۲۰۱-۲۲۰.

خدادادی، رؤیا، فرشید،سمایی، عطاریان،رضا(۱۳۹۹)." انگیزش در اصطلاحات علمی: مطالعهٔ موردی واژه‌های فیزیک مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی"، *نامه فرهنگستان،ویژه‌نامهٔ مطالعات واژه‌گزینی*،شمارهٔ ۸۱ ، صفحهٔ ٤۸ ـ ۸٤ .

داداشی, فاطمه, محمدی الیاسی, قنبر, رضایی زاده, مرتضی(۱۳۹٦)." شناسایی محورهای توسعه قابلیت متقاعد سازی در کارآفرینان کارکشته". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱۰(٤),٦۷۵-٦۹٤.

داوری اردکانی،نگار(۱۳۸۲)،"جایگاه واژه گزینی در نظریه برنامه ریزی زبان"، *مجموعه مقالات دومین هم اندیشی واژه گزینی و اصطلاح شناسی*، تهران،فرهنگستان زبان و ادب فارسی، ص ۱۷-۳۷.

سخدری, کمال. (۱۳۹۹)." ارائه چارچوب سنجش پذیری سازه فرصت در پژوهش های کارآفرینی با استفاده از رویکرد فراترکیب". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱۳(۲), ۲۳۵-۲٥٤.

شیری، معصومه، رضوی، محمدرضا (۱۳۹۹)." استعاره های مفهومی در گونه علمی زبان فارسی"، *نامه فرهنگستان*، ۱۷(٤)، ۱٥۲-۱۳۷.

عزیزی, محمد,آقایی پور, عاطفه. (۱۳۹٦). طراحی برنامه مرشدی در کسب و کار: انتخاب متربی شایسته. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی, ۱۰(۲), ۲۷۹-۲۹۸.

فرهنگستان زبان و ادب فارسی، گروه واژه گزینی (۱۳۹۸)، *اصول و ضوابط واژه گزینی همراه با شرح و توضیحات*،چاپ اول،تهران،نشرآثار.

فرهنگستان زبان و ادب فارسی، گروه زبان و گویش های ایرانی (۱۳۹۹)، *راهنمای گردآوری گویش های ایرانی*،چاپ اول،تهران،نشرآثار.

فرشیدورد ،خسرو(۱۳۹۹)،*دستور برای لغت‌سازی فرهنگ پیشوندها و پسوندهای فارسی همراه گفتارهایی درباره دستور زبان فارسی*،چاپ دوم،تهران،نشر زوار.

فیض, داود, جلالی, علی اکبر, زارعی, عظیم, سوری, احسان(۱۳۹۷)."تحلیل ابعاد بنگاه‌های مادرزاد بین‌المللی (بمب) حوزهٔ فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در ایران". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱۱(۲), ۳۶۰-۳٤۱.

کافی، علی(۱۳۸٤)" مبانی علمی واژه سازی و واژه گزینی مقاله" ، *نامه فرهنگستان* ، شماره ۲، صفحه ٤۹ تا ٦۷

رجبی, تقی, علائی‌ابوذر, الهام, حسینی بهشتی, ملوک‌السادات. (۱۳۹۹). "نقشه مفهومی اصطلاح‌نامه زبان‌شناسی". زبان و زبان‌شناسی, ۱٦(۳۱) ،۱۱۷-۱۳٤.

محبی, مجید, تاش, مهیم (۱٤۰۰). "تحلیل ساختاری نقش اقتصاد گیگ در توسعه کارآفرینی اجتماعی (مورد مطالعه: استان سیستان و بلوچستان)". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱٤(٤),۷۱۷-۷۳٦.

محمدی الیاسی, قنبر, نوتاش, هادی. (۱۳۹۰). "شناسایی ریشه‌های شکست کارآفرینان کارکشته ایرانی: نگاهی روایتی گفتمانی". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ٤(۳), ۳۱-۵۰.

منصوری، رضا(۱٤۰۱)، واژه گزینی در ایران و جهان، چاپ اول، تهران، نشر دیبایه.

مقیمی, سیده فاطمه, شیروانی جوزانی, علیرضا, علیپور درویش, زهرا. (۱۳۹۹)."واکاوی پدیدهٔ آفلوانزا و ذهنیت کارآفرینی گریزی در میان فرزندان کارآفرینان (با استفاده از نظریهٔ داده‌بنیاد)". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ۱۳(٤), ۵۸۱-٦۰۰.

مقیسه،محمدحسن(۱٤۰۱)،امین زبان و ادب پارسی: راهکارهای علمی و عملی حضرت آیت الله خامنه ای درباره پویش و گسترش زبان و ادبیات فارسی،چاپ سوم،تهران، انتشارات انقلاب اسلامی.

نائیجی, محمدجواد,اسفندیاری, زینب. (۱۳۹٤). تأثیر اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد و خوش‌بینی بر تصمیم به شروع فعالیت‌های نوآورانه؛ نقش میانجی ادراک از خطر. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی, ۸(۳), ۵۳۱-۵۵۰.

نوتاش, هادی. (۱۳۹۲). "ارائهٔ چارچوب یادگیری از شکست کارآفرینان کارکشتهٔ ایرانی با نگاهی فرایندی". *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*, ٦(٤)،۱۳۱-۱٤۹.

هورن،اسلام؛ منشی زاده، مجتبی(۱۳۹۹)، "واژه سازی در فارسی از منظر یک نظریه نام شناختی"، مطالعات واژه گزینی (ویژه نامه نامه فرهنگستان)، شماره ٤، ۲۸ تا ٤۷.

Fitzpatrick, Rob (2013), the Mom Test, Create Space Independent Publishing Platform; first edition (September 10, 2013), ISBN-10 : 1492180742

Kuivalainen, O., Sundqvist, S., & Servais, P. (2007). Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. Journal of World Business, 42(3), 253-267.

Kässi, O., & Lehdonvirta, V. (2018). Online labour index: Measuring the online gig O'Donovan, Caroline. (2016). "If Most of Your Income Comes from On-Demand Work, you're probably a Racial Minor- ity." Buzzfeed, January 7.

Lakoff, George and Johnson, Mark (2013), Metaphors We Live By, University of Chicago Press

Madsen, T. K., & Servais, P. (1997). The internationalization of Born Globals: An evolutionary process? International Business Review, 6(6), 561-583.

Othman, N., Mohamed, S., & Suradi, S. (2016). Motivating factors of couple involvement in copreneurship businesses in Malaysia, International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering, 10(1), 256-259.

Oviatt, B. M., & McDougall-Covin, P. (1995). Global start-ups: Entrepreneurs on a worldwide stage. Academy of Management Perspectives, 9(2), 30-44.

Rialp-Criado, A., Galván-Sánchez, I., & Suárez-Ortega, S. M. (2010). A configuration-holistic approach to born-global firms' strategy formation process. European Management Journal, 28(2), 108-123.

Shrader, R. C., Oviatt, B. M., & McDougall, P.P. (1997). Overcoming foreign market risks: the case of new ventures. Atlanta, Ga.: Georgia Tech Center for International Business Education and Research, School of Management, Georgia Institute of Technology.

Stekaure, Pavol (2011) 'Fundamental Principles of an Onomasiological Theory of English

Word-Formation', in Grzega, Joachim (ed.) a Recollection of 11 Years of

Onomasiology Online.