

## عنوان مقاله:

مخاطب شناسی تقدیم نامه های کتاب های منتشر شده در ایران و نقش فرهنگی و ارتباطی آنها در جامعه اسلامی - ایرانی (مطالعه موردی: کتاب های کتابخانه عمومی شهید آوینی وایقان)

## محل انتشار:

مجله دانش شناسی، دوره 15، شماره 56 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

## نویسنده:

علی صادق زاده وایقان - کارشناس مسئول پژوهش سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران

## خلاصه مقاله:

هدف: هدف اصلی نشان دادن اهمیت و نقش فرهنگی و ارتباطی تقدیم نامه نویسی و بررسی مخاطب شناسی تقدیم نامه های کتاب های منتشر شده در ایران است. روش پژوهش: پژوهش به روش پیمایشی انجام شده است. اطلاعات از طریق فیش برداری از 1800 عنوان کتاب جمع آوری شده است. یافته ها: حدود 10 درصد از کتاب ها دارای تقدیم نامه هستند. پدیدآور 78 درصد از تقدیم نامه ها مردان ها و 18 درصد زنان هستند. بیش از 60 درصد تقدیم نامه ها دارای یک مخاطب و به طور میانگین هر تقدیم نامه تقریباً به 2 مخاطب تقدیم شده است. به ترتیب آثار تالیفی، ترجمه و تصحیح متون بیشترین فراوانی تقدیم نامه را دارند و 65/96 درصد تقدیم نامه ها در کتاب هایی نوشته شده که پدیدآور آن یک نفر است. 33/50 درصد مخاطبان تقدیم نامه ها، از خانواده و بستگان پدیدآور است. 26/9 درصد از مخاطبان تقدیم نامه ها ائمه اطهار (ع) است که فراوانی امام زمان (عج) بیشتر از بقیه است. شهدا، استادان و نوجوانان و جوانان، بیشتر از بقیه گروه ها و شخصیت ها مخاطب بوده اند. از 3143 مخاطب در تقدیم نامه ها، 102 مخاطب غیر اشخاص بوده است. نتیجه گیری: تقدیم نامه نویسان کتاب ها، معتقد به آموزه های دین مبین اسلام به ویژه کلام الهی (قرآن) هستند. این موضوع سرمایه بسیار مهم معنوی و اعتقادی است که مدیران جامعه اسلامی و خانواده ها باید این نوع سرمایه ها را تقویت، تکریم و تجلیل نمایند. حس ملی و وطن پرستی پدیدآورندگان در تقدیم نامه ها در دنیای کنونی سرمایه فرهنگی ارزشمندی در مقابل تهاجم و جنگ نرم و فرهنگی بیگانگان و نقش آفرین است. توجه به بحث حفظ محیط زیست، منابع طبیعی و سرمایه های کشاورزی و دامپروری، پیام و رسانه بسیار ارزشمند برای حفظ این منابع است.

## کلمات کلیدی:

کتاب، تقدیم نامه نویسی، ایران، ارتباطات، رسانه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1602255>

