



Audience Recognition of Book Dedication-Pages Published in Iran and Their Role in The Islamic-Iranian Society (Case study: Books of Shahid Avini Vayghan Public Library)

Ali Sadeghzadeh Vayghan*

* Expert in charge of research at the National Archives and Library of Iran. Sadeghzadeh3832@yahoo.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: The main purpose of this study is to express the importance of dedication and the audience study of book dedication-pages published in Iran.
Article history:	Methodology: Has been done by survey method. Information was collected through noting of 1,800 book titles.
Received: 02 March 2022	Results: About 10% of the books have a dedication-page. 78% of the presenters are men and 18% are women. More than 60% of dedications have an audience. On average, each dedication letter is presented to about 2 recipients.
Received in revised form: 01 May 2022	Authorial works, translation and text correction have the highest frequency of contributions, and 96.65% of contributions are written in books created by one person. 50.33% of the audience of the presentations are from the author's family and relatives. 9.26% of the audience of the offerings are the Imams (AS) that the frequency of Imam Zaman is higher than the rest. Professors had more audience than other groups and personalities. Out of 3143 audiences in the submissions, 102 audiences were other than individuals.
Accepted: 23 May 2022	Conclusion: The books authors' appreciation of the parents and relatives shows the religious culture and the deep connection of the children with the parents in the Iranian culture and families. The national sense and patriotism of the authors in today's world is a valuable cultural asset against the invasion and soft and cultural war and is very important. Paying attention to the discussion of environmental protection, natural resources and agricultural and livestock investments is a very valuable message and media for the preservation of these resources.
Published online: 05 June 2022	
Keywords: Book, Dedications, Iran, Communication, Media	

Cite this article: Sadeghzadeh Vayghan, A. (2022). Audience Recognition of Book Dedication-Pages Published in Iran and Their Role in The Islamic-Iranian Society (Case study: Books of Shahid Avini Vayghan Public Library). *Journal of Knowledge Studies*, 15(56), 54-106.

DOR: 20.1001.1.20082754.1401.15.56.6.0



© The Author(s).

Publisher: Islamic Azad University North Tehran Branch



مخاطب‌شناسی تقدیم‌نامه‌های کتاب‌های منتشر شده در ایران و نقش فرهنگی و ارتباطی آنها در جامعه اسلامی – ایرانی (مطالعه موردی: کتاب‌های کتابخانه عمومی شهید آوینی وایقان)

علی صادق‌زاده وایقان*

* کارشناس مسئول پژوهش سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران Sadeghzadeh3832@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: هدف اصلی نشان دادن اهمیت و نقش فرهنگی و ارتباطی تقدیم‌نامه‌نویسی و بررسی مخاطب‌شناسی تقدیم‌نامه‌های کتاب‌های منتشر شده در ایران است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۱	روش پژوهش: پژوهش به روش پیمایشی انجام شده است. اطلاعات از طریق فیش‌برداری از ۱۸۰۰ عنوان کتاب جمع‌آوری شده است.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۲/۱۱	یافته‌ها: حدود ۱۰ درصد از کتاب‌ها دارای تقدیم‌نامه هستند. پدیدآور ۷۸ درصد از تقدیم‌نامه‌ها مردان‌ها و ۱۸ درصد زنان هستند. بیش از ۶۰ درصد تقدیم‌نامه‌ها دارای یک مخاطب و به‌طور میانگین هر تقدیم‌نامه تقریباً به ۲ مخاطب تقدیم شده است. به‌ترتیب آثار تألیفی، ترجمه و تصحیح متون بیشترین فراوانی تقدیم‌نامه را دارند و ۹۶/۶۵ درصد تقدیم‌نامه‌ها در کتاب‌هایی نوشته شده که پدیدآور آن یک نفر است. ۵۰/۳۳ درصد مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها، از خانواده و بستگان پدیدآور است. ۹/۲۶ درصد از مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها ائمه اطهار (ع) است که فراوانی امام زمان (عج) بیشتر از بقیه است. شهدا، استادان و نوجوانان و جوانان، بیشتر از بقیه گروه‌ها و شخصیت‌ها مخاطب بوده‌اند. از ۳۱۴۳ مخاطب در تقدیم‌نامه‌ها، ۱۰۲ مخاطب غیر اشخاص بوده است.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۲	نتیجه‌گیری: تقدیم‌نامه‌نویسان کتاب‌ها، معتقد به آموزه‌های دین مبین اسلام به ویژه کلام الهی (قرآن) هستند. این موضوع سرمایه بسیار مهم معنوی و اعتقادی است که مدیران جامعه اسلامی و خانواده‌ها باید این نوع سرمایه‌ها را تقویت، تکریم و تجلیل نمایند. حس ملی و وطن‌پرستی پدیدآورندگان در تقدیم‌نامه‌ها در دنیای کنونی سرمایه فرهنگی ارزشمندی در مقابل تهاجم و جنگ نرم و فرهنگی بیگانگان و نقش‌آفرین است. توجه به بحث حفظ محیط زیست، منابع طبیعی و سرمایه‌های کشاورزی و دامپروری، پیام و رسانه بسیار ارزشمند برای حفظ این منابع است.
تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۱/۰۳/۰۵	
واژه‌های کلیدی: کتاب، تقدیم‌نامه‌نویسی، ایران، ارتباطات، رسانه	

استناد: صادق‌زاده وایقان، ع. (۱۴۰۱). مخاطب‌شناسی تقدیم‌نامه‌های کتاب‌های منتشر شده در ایران و نقش فرهنگی و ارتباطی آنها در جامعه اسلامی – ایرانی (مطالعه موردی: کتاب‌های کتابخانه عمومی شهید آوینی وایقان). *دانش‌شناسی*، ۱۵(۵۶)، ۵۴-۱۰۶.

DOR: 20.1001.1.20082754.1401.15.56.6.0



حق مؤلف © نویسنده گان.

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

مقدمه

کتاب علاوه بر این که ابزاری برای ذخیره، حفاظت و انتقال اطلاعات و دانش است، تحفه‌ای بسیار ارزشمند نیز محسوب می‌گردد. از دیرباز در بین علما و دانشمندان یکی از بهترین هدیه‌ها برای ابراز محبت، قدردانی، خوش آمدگویی (به اصطلاح امروزی‌ها پاگشایی و یا معارفه) و بدرقه یا تودیع، کتاب است. برای اهل پژوهش هیچ هدیه‌ای به اندازه کتاب ارزش ندارد، به ویژه اگر این کتاب اهدا شده توسط پدیدآور و یا کاتب/ ناشر کتاب صورت گرفته باشد. معمولاً اهداکننده عبارت یا جمله‌ای عاطفی و احساسی همراه با تواضع در ابتدای کتاب تحت عنوان «اهدا» یا «تقدیم» می‌نویسد، که به «تقدیم‌نامه‌نویسی» شهره دارد. در مواردی که پدیدآور، کاتب/ ناشر و یا مالک کتاب اهدانامه و یا تقدیم‌نامه نوشته باشد، معمولاً اهداگیرنده کتاب یادداشتی مبنی بر اینکه این کتاب را از چه کسی، در چه تاریخی و به چه مناسبتی دریافت نموده، می‌نویسد.

با توجه به این که نمی‌توان برای «تقدیم اثر علمی / کتاب» ارزش و معیار مادی در نظر گرفت، بنابراین یکی از مهم‌ترین و با ارزش‌ترین شیوه‌های قدردانی و سپاس محسوب می‌شود. بنابراین تقدیم‌نامه‌نویسی، تاریخچه‌ای در ازای تألیف دارد. آنچه اکنون تغییر کرده، محل، شیوه، انگیزه و تنوع مقدم‌آلیه است (بابایی، باقریان موحد، ۱۳۹۲).

تقدیم‌نامه‌نویسی^۱ و نگارش به نام و برای شاهان و ملوک از دیرباز در بسیاری از فرهنگ‌ها از جمله در فرهنگ اسلامی رواج داشته است. از جمله این موارد، در قرن دوم هجری، تألیف کتاب سیره نبوی ابن اسحاق است. به نقل مورخان، وی از مدینه به حیره آمد و کتاب سیره خود را برای ابوجعفر منصور تألیف کرد.^۲ در قرن دوم، قاضی ابو یوسف، کتاب الخراج را به دستور هارون نوشته و در مقدمه ضمن نصیحتی به او، از وی یاد کرده است. در قرن سوم، جاحظ آثارش را به امیران و وزیران تقدیم می‌کرد و از این بابت پول هنگفتی می‌گرفت و به وسیله آن ارتزاق می‌نمود^۳ (جعفریان، ۱۳۷۹). فرهنگ اهدای کتاب در مدارس برای تشویق دانش‌آموزان و طلاب توسط اولیای مدرسه و یا مدرسان و معلمان نیز سابقه‌ای طولانی دارد. کم نیست خانواده‌هایی که به مناسبت‌های متعدد از جمله سالروز/ جشن تولد، موفقیت تحصیلی و ... برای تشویق و ترغیب فرزندان‌شان به مطالعه، کتاب تهیه و اهدا می‌کنند. امروزه نیز در مراسم تودیع بسیاری از مدیران و دست‌اندرکاران، اهدا کتاب‌های نفیس، مرسوم و امری بسیار پسندیده است.

اما آنچه که مهم، ارزشمند، و نیازمند بررسی است تقدیم‌نامه‌ای است که توسط پدیدآور، کاتب/ ناشر و یا مالک نسخه در کتاب نوشته شده است. پیشینان اهدای کتاب یا اثر علمی را «اتحاف»^۴ می‌نامیدند. در فرهنگ بزرگ سخن، پس از تعریف اتحاف به پیش کش کردن و هدیه دادن، از رواینی نقل می‌کند که گفته است: «اتحاف کتاب ... به چنین خداوندی می‌باید» (نقل شده در: بابایی، باقریان موحد، ۱۳۹۲). در سایر فرهنگ‌ها «اتحاف» به شرح ذیل معنی و تعریف شده که بیشتر در مورد کتاب است:

«اهدا یا تقدیم» در انگلیسی معادل Dedication و در آلمانی معادل Widmung است. «اهدا یا تقدیم کردن» در انگلیسی معادل Dedication و در آلمانی معادل Widmen یا Spazialisieren است (پورممتاز، ۱۳۷۷، ص ۶۵). در لغت‌نامه دهخدا (۱۳۷۷، ج ۱، ص ۵۱۶) واژه «اهدا» به معنای «هدیه فرستادن و هدیه دادن» است. در دانشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، اهدا (پیش‌آورد/ پیشکش) را «یادداشتی که نویسنده در ابتدای اثر خود درج می‌کند و ضمن آن، اثر خود را به عنوان نشانه‌ای از احترام، محبت یا قدرشناسی و یا به عنوان تقاضایی برای حمایت، یا دوست یا مشوق و پشتیبان خود تقدیم می‌کند» دانسته‌اند (سلطانی، راستین، ۱۳۷۹)؛ البته مهاجری و امیرخانی (۱۳۸۱، ج ۱، ص ۳۷۲) معتقدند که این تعریف فقط بخشی از جنبه معنایی این اصطلاح را در برمی‌گیرد. پورممتاز (۱۳۷۷، ص ۶۵؛ ۱۳۸۸، ص ۵۲۵) در ذیل مدخل «اهدا کردن/ Dedicate» آورده است: «چاپ یادداشتی در کتاب که نویسنده طی آن کتاب را به شخصی که معمولاً از آشنایان یا دوستان اوست تقدیم می‌کند». وی همچنین «اهدا یا تقدیم / Dedication» را یادداشتی بیان کرده که معمولاً روی صفحه سمت راست

^۱ اصطلاح تقدیم‌نامه در گذشته به عنوان «تصویر» گفته می‌شده است.

^۲ ابن خلکان وفات الاعیان، تصحیح احسان عباس، ۲۷۷/۴.

^۳ بیهقی، معارج نهج البلاغه، ص ۱۰.

کتاب و پس از صفحه‌عنوان قرار می‌گیرد و در آن مؤلف کتاب را به یکی از دوستان یا آشنایان خود تقدیم می‌کند. پورممتاز (۱۳۷۷)، ص ۱۷۱) همچنین تقدیم‌نامه [یادداشت امضای کتاب] را «یادداشتی که در کتاب‌های هدیه شده به کسی نوشته می‌شود» بیان کرده و «تقدیم‌نامه دست‌نویس» را نیز «تقدیم‌نامه کتاب به خط خود نویسنده» توصیف نموده است.

نیکنام (۱۳۷۹)، ص ۲۳ و ۲۴) معتقد است: «اگر اثر بخواهد اهدا شود، تصمیم بر این که به چه کسی تقدیم شود یا با چه عباراتی این تقدیم صورت بگیرد به عهده نویسنده است. ممکن است گفته شود که کلمه «تقدیم» در عبارت زائد است و فقط کلمه ساده «به» کافی است. لازم نیست که در مورد شخصی که اثر به او اهدا می‌شود به اطلاعات شخصی، مثل نام و نام‌خانوادگی، تاریخ تولد، تاریخ مرگ و ... حتماً اشاره شود. اگرچه ذکر هر کدام از این مشخصات نیز بلامانع است. ویراستار آثاری که به صورت اشتراکی انجام شده است، نمی‌تواند اثر را تقدیم کند، مگر اینکه رضایت همکاران را بدست آورد».

باب‌الحوائجی (۱۳۸۱)، ص ۷۳) «صفحه اهدا را صفحه‌ایی دانسته که در آن نویسنده، اثر خود را به کسی تقدیم می‌دارد». مدیح (۱۳۸۷)، ص ۳۵-۳۶) بیان می‌کند: صفحه تقدیم بعد از صفحه شناسنامه واقع شده و در آن مطالب تقدیم به ... یا سپاسگزاری و تشکر از ... نوشته می‌شود. دقت شود پشت این صفحه سفید است. همچنین در صفحه تقدیم می‌توانید اثر خود را به فرد یا قشر خاصی تقدیم نموده و یا حقوق مادی و معنوی خود را به بخش یا گروه خاصی مانند بیماران خاص یا موسسه خیریه مشخص و ... اختصاص دهید.

صادق‌زاده و ایقان (۱۴۰۰) نیز معتقد است: «هدا یا تقدیم یادداشتی درونی، عاطفی، احساسی، حماسی، علمی، هنری و ... از طرف پدیدآور (/ پدیدآورندگان)، برای ائمه اطهار (ع)، اعضای خانواده، اساتید و دانشمندان، همفکران، دوستان، آشنایان، جامعه‌ای، طبقه‌ای، صنفی و ... که با انگیزه محبت، قدردانی و ادای دین، جلب توجه برای ارتقاء جایگاه و یا مساعدت به موضوعی خاص یا قشری خاص، حل مشکلی و ... نوشته می‌شود».

راسل^۱ (۲۰۲۱) معتقد است: تقدیم کتاب راهی فوق‌العاده برای احترام گذاشتن به کسی یا چیزی است که برای شما یا نوشته شما ضروری است. مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها برای شما به عنوان یک نویسنده معنادار هستند، زیرا شما از آنها الهام گرفته‌اید و تحت تأثیر قرار گرفته‌اید. نوشتن یک متن عالی برای تقدیم‌نامه می‌تواند وقت، فکر و انرژی زیادی را به همراه داشته باشد، به خصوص اگر احساس شدیدی نسبت به موضوع خود داشته باشید.

دانپورت^۲ (۲۰۲۲ م.) معتقد است: «تقدیم کتاب به کسی کار بزرگی است. در اصل، تقدیم یادداشت شخصی نویسنده به شخصی مهم برای آنهاست. اگر کتاب خود را به کسی تقدیم کنید، به خواننده خود نشان می‌دهید که این شخص یا این گروه جایگاه ویژه‌ای برای شما دارد».

مکس^۳ (۲۰۲۲ م.) بیان می‌کند: تقدیم کتاب راهی برای نویسندگان است تا به شخصی (یا گروه کوچکی از مردم) که می‌خواهند آن‌ها را ستایش کنند یا به نحوی دیگر در کانون توجه قرار دهند، افتخار اعطا کنند به هر کسی که دوست دارند. تقدیم کتاب بخش اختصاصی کوتاه است و معمولاً روی یک شخص (یا گروه خاصی از افراد) متمرکز است، و معمولاً شخصی است، نه حرفه‌ای. در ویکی‌پدیا^۴ (دانشنامه آزاد) «تقدیم یا تقدیم کتاب، ابراز ارتباط دوستانه یا تشکر نویسنده از شخص دیگر» بیان شده است. تعریف‌ها، مفهوم‌ها و برداشت‌هایی بیان شده برای اهدا کتاب و تقدیم‌نامه‌نویسی در کتاب، یک پیام بسیار مهم دارد و آن این است که انتخاب واژه‌ها و کلمه‌ها، ادبیات، جمله‌بندی، زیبایی بصری، جامعیت، مخاطب/ مخاطبان و ... نیازمند تبحر و ذوق هنری است.

تقدیم‌نامه‌نویسی در قرن ۱۴ به رساله‌ها و پایان‌نامه‌ها دانشگاهی و حوزوی نیز راه یافته است. با توجه به این که پایان‌نامه‌های دانشگاهی و حوزوی یکی از آثار علمی و پژوهشی مهم و دست اول هستند و معمولاً اساس تدوین مقاله‌ها یا کتاب‌های منتشر شده بعدی هستند (مدیرامانی، ۱۳۸۱)، جریان دو سویه تقدیم‌نامه‌نویسی بین کتاب‌ها و پایان‌نامه‌ها در چند دهه اخیر بسیار شایع است، یعنی پژوهشگران در

1. Gloria Russell

2. Barrie Davenport

3. Tucker Max

4. Wikipedia

پایان‌نامه‌ها از تقدیم‌نامه کتاب‌ها و برعکس، پدیدآورندگان کتاب‌ها نیز از تقدیم‌نامه پایان‌نامه‌ها استفاده می‌کنند. یکی از علل این جریان، گنجاندن صفحه تقدیم در اجزاء و ساختار پایان‌نامه‌ها، از سوی متولیان آموزش عالی دانشگاهی و حوزوی است. البته نوشتن تقدیم‌نامه در پایان‌نامه‌ها اختیاری است. همچنین اگر چه متن این صفحه به سلیقه شخصی بستگی دارد، اما با توجه به شئون ملی و فرهنگ اسلامی کشور بایستی متن آن مورد تأیید تحصیلات تکمیلی دانشگاه و حوزه باشد.

بنابراین، تألیف یک اثر از نخستین کلمه در نخستین صفحات آغاز می‌شود، نه از اولین پردازش‌های علمی در ابواب اصلی اثر. عنوان اثر، شناسنامه، تقدیم‌نامه و هر چه پیش از مقدمه و متن اثر می‌آید، همانند اصل اثر، اهمیت و کارایی دارد. همواره غفلت از حواشی و یا آنچه به نظر حاشیه می‌آید، متن را نیز بی‌قدر و بها می‌کند. هرگونه بی‌ذوقی و بی‌مبالاتی در هر گوشه اثر، همه آن را از چشم می‌اندازد و به طاق نسیان می‌آویزد. هوشیاران، نیک می‌دانند که وقتی نامشان بر روی جلد اثری می‌نشیند، همه مسئولیت آن را باید بر دوش کشید. این سخن که نویسنده، تنها پاسخگوی مطالب و مدعیات علمی خویش است، اگرچه محکمه‌پسند است، هوشمندانه نیست. بنابراین آنچه بی‌واسطه از فکر و قلم نویسنده می‌تراود، بر دوش او بیشتر سنگینی خواهد کرد. اما بسیاری از مؤلفان در تدوین اثر، وظیفه‌ای جز پژوهش و کاغذین کردن آن نمی‌شناسند. بدین‌رو است که گاه خواننده خود را در نخستین صفحات اثر چنان ناامید یا بی‌اعتماد می‌کند که همه فصل‌ها و بخش‌های علمی اثر از عهده جبران آن بر نمی‌آیند.

بنابراین تقدیم‌نامه کتاب از اولین عرصه‌های هنرنمایی پدیدآور آن محسوب می‌شود. پدیدآور/ پدیدآورندگان ذوق‌مند، گاه برای نوشتن تقدیم‌نامه روزها می‌اندیشند و رأی می‌زنند و تجربه‌های دیگران را به تأمل می‌گیرند. این گروه، برای نوشتن چند نیم سطر در تقدیم‌نامه، همه توان علمی و ذوق خداداد خویش و دوستان خود را به کار می‌گیرند؛ زیرا به خوبی دریافته‌اند که نیمی از همه آنچه را که باید در کل اثر خود بگویند، می‌توان در همان نیم سطرهای تقدیم‌نامه گنجاند. پاره‌ای از تقدیم‌نامه‌هایی که در ساخت و چینش کلمات آن، ذوق و اندیشه به کار رفته است، چنین‌اند؛ یعنی به اندازه همه یا بخش مهمی از اثر، حامل پیام‌اند. مؤلفان کم‌ذوق، وقت چندانی برای این بخش از اثر خود هزینه نمی‌کنند و آن را از تزیناتی می‌دانند که مدگرایی زمانه برایشان تحمیل کرده است. حتی گاه اندکی نیز با خود نمی‌اندیشند که آیا از آن گریزی دارند یا نه؛ زیرا این رسم را بخشی از اثر می‌دانند که خواه ناخواه باید بدان تن دهند (بابایی، باقریان موحد، ۱۳۹۲).

با این اوصاف، تقدیم‌نامه را باید بخشی از امکاناتی دانست که پدیدآور/ پدیدآورندگان در اختیار دارند. استفاده بهینه از این امکان و موقعیت خاصی که چارچوب نشر در دسترس گذاشته است، می‌تواند گام بلند و مؤثری برای نزدیک‌تر کردن اثر به اهداف پژوهشی یا ترویجی‌اش باشد. عبارات کوتاه و کلمات معدود تقدیم‌نامه، می‌تواند پرده رنگارنگی از همه احساسات و باورهای نهانی نویسنده باشد. گاه آنچه از این بخش کوچک به خواننده مخابره می‌شود، بسی مؤثرتر و آشکارتر از همه فصول و بخش‌های متن اثر است. این ظرفیت پنهان را سهل نباید گرفت و از چند و چون آن غافل نباید بود. هدر دادن فرصت و امکانی که تقدیم‌نامه به پدیدآور/ پدیدآورندگان می‌دهد، مصداق روشن بی‌ذوقی و فرصت‌سوزی است (بابایی، باقریان موحد، ۱۳۹۲). از طرفی کتاب‌ها: ۱) منبع اصلی ذخیره، حفاظت و انتقال اطلاعات و دانش هستند، ۲) به جهت جلد، صفحه‌آرایی، صحافی، طراحی و ... حائز اهمیت هستند و کم نیستند کتاب‌های نفیس هنری که چاپ و منتشر می‌شوند، ۳) نقش رسانه‌ای مهم و فراگیر در جامعه دارد، و ۴) ارزش فرهنگی ویژه‌ای در تمام جوامع جهان دارد. با این توضیحات تقدیم‌نامه‌ها (/ صفحه تقدیم) علاوه بر اینکه بستری برای نمایاندن هنر و استعداد پدیدآور محسوب می‌گردد، به دلیل بار اطلاعاتی ارزش تأمل و بررسی علمی را دارند. به همین دلیل این پژوهش تقدیم‌نامه‌های تدوین شده را از ابعاد گوناگون، شامل: فراوانی، موضوع، جنسیت نویسنده، نوع مخاطبان، به ویژه نقش ارتباطی، اعتقادی، فرهنگی، سیاسی و ... بررسی نموده است؛ تا این فرصت و بستری که فراهم است مورد توجه اهل علم و فرهنگ قرار گیرد تا بار اطلاعاتی محتوایی و هنری تقدیم‌نامه‌ها پویا و غنی گردد و در نهایت به ارتقاء، توسعه و ترویج فضایل انسانی و اخلاقی در بین جوامع بشری کمک نماید.

در مورد تقدیم‌نامه‌نویسی در کتاب‌ها، تعداد اندکی پژوهش منتشر شده است. کولی و سن^۱ (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان «صفحات تقدیم: یک بررسی»، صفحه تقدیم ۶۰۰ عنوان کتاب را به منظور شناخت انواع مخاطبان بررسی نموده است. یافته این پژوهش نشان می‌دهد: «تعداد مخاطبان متفاوت و در برخی موارد از ده یا حتی بیشتر است: ۵۴ درصد به یک نفر/مخاطب، ۲۲/۳۷ درصد به دو نفر/مخاطب، ۵/۸۴ درصد به سه نفر/مخاطب، ۴/۱۷ درصد به چهار نفر/مخاطب و ۱۱/۱۹ درصد به ده نفر/مخاطب و یا بیشتر تقدیم شده است. به ترتیب والدین، همسران، معلمان، فرزندان، دوستان و دانش‌آموزان بیشترین فراوانی را در بین مخاطبان دارند؛ برخی از پدیدآورندگان کتاب‌های مذهبی، اثر خود را به خدایان، الهه‌ها و مقدسین تقدیم نموده‌اند، هموطنان، فداکاران [ایثارگران]، رهبران و میهن‌دوستان نیز جزو مخاطبین هستند. برخی از پزشکان و استادان رشته پزشکی کتاب‌های خود را به بیمارانشان تقدیم نموده‌اند. در این پژوهش دلایلی که برای تقدیم‌نامه‌نویسی بیان شده، عبارت است از: ۱) قدردانی یا ادای احترام به والدین، پدربزرگ، بستگان، معلمان و غیره که به پدیدآور کمک نموده، ایده داده و یا تشویق و راهنمایی نموده‌اند؛ ۲) احترام گذاشتن به خدایان و الهه‌ها که توفیق معنوی تدوین کتاب را به پدیدآور عطا نموده‌اند؛ ۳) ابراز محبت به همسر و دوستانی که بدون همراهی آنان کتاب به نتیجه نمی‌رسید؛ ۴) ابراز محبت و علاقه به فرزندان، نوها و ... که مایه خوشحالی و دلگرمی پدیدآور هستند، و یا در نوشتن کتاب نقش داشتند؛ ۵) دعا برای زندگی شاد و موفق بستگان و خویشاوندان، ۶) یاد نمودن از کسانی که با مرگ زود هنگام از دنیا رفته‌اند؛ ۷) گرامیداشت یاد و خاطره کسانی که برای اعتلای کشور فداکاری کرده‌اند، و ۸) قدردانی از افرادی که محیطی ایده‌آل برای تألیف کتاب فراهم نموده‌اند. کولی و سن نتیجه گرفته‌اند که تقدیم‌نامه‌نویسی ابزاری برای قدردانی از هر نوع کمکی در طول حیات نویسنده است. گاهی افراد سالخورده و والدین ناتوان توسط فرزندان شایسته خود رها می‌شوند، معلمان توسط دانش‌آموزان مورد توهین یا ضرب و شتم قرار می‌گیرند، فاصله بین زن و شوهر منجر به طلاق می‌شود، دوستی‌ها به دلیل اختلافات جزئی می‌شکند و غیره که نشانه‌های یک جامعه سالم نیست. این‌ها را می‌توان با ادای احترام، برافروختن محبت و نظایر آن در قالب واژه‌ها و جملات کوتاه شادی‌آفرین و امیدبخش در تقدیم‌نامه‌ها برطرف [درمان] کرد، و همین نگرش و نگاه نویسنده می‌تواند دنیا را به سوی آرامش سوق دهد». راسل (۲۰۲۱ م.) در پژوهشی به سؤالات: تقدیم‌های کتاب چیست؟ چه کاربردی دارند؟ پاسخ داده و نکاتی را برای نحوه نوشتن تقدیم‌نامه بیان نموده و در ادامه چندین نمونه تقدیم‌نامه را بیان کرده است. وی نتیجه گرفته: یک تقدیم ممکن است یک قطعه جمله کوتاه باشد، مانند «به مادرم»، یا ممکن است پاراگرافی باشد که چند مخاطب/نفر را فهرست می‌کند که نویسنده می‌خواهد کتاب را به آنها تقدیم کند. تقدیم‌ها معمولاً بیشتر از چند جمله نیستند. برخی از نویسندگان نیز از این بخش برای تنظیم لحن خاص (به ویژه در نوشتن کم‌دی) یا شوخی استفاده می‌کنند. هیچ قاعده سخت و سریعی برای آنچه که یک تقدیم باید شامل چه اجزا و ساختاری باشد، وجود ندارد، به جز اینکه باید کوتاه باشد و قبل از شروع کتاب آمده باشد. در نتایج پژوهش مکس (۲۰۲۲ م.) افرادی که کانون اصلی تقدیم کتاب هستند، عبارتند از: ۱) اعضای خانواده: همسر، فرزندان، خواهر و برادر، والدین؛ ۲) دوستان نزدیک؛ ۳) افرادی که تحت تأثیر کتاب قرار گرفته‌اند یا در آن حضور دارند؛ ۴) خوانندگان کتاب؛ ۵) چهره‌های الهام‌بخش یا حمایت‌کننده در زندگی فرد، و ۶) افرادی که نویسنده می‌خواهد به نوعی برجسته کند. مکس همچنین در ادامه پژوهش خویش پیشنهادهایی را برای نحوه تدوین تقدیم‌نامه ارائه نموده است. جعفریان (۱۳۷۹) در «تقدیم‌نامه‌نویسی در دیباچه کتاب‌ها با تأکید بر تقدیم‌نامه‌نویسی در آثار شیعی» تقدیم‌نامه‌های آثار مربوط به دوره صفویه را بررسی نموده است. بابایی (۱۳۸۴) در «آیین تقدیم‌نامه‌نویسی» به ساختار و محتوای تقدیم‌نامه‌ها، انگیزه تقدیم‌نامه‌نویس، مخاطبان و ادبیات تقدیم‌نامه‌ها اشاره نموده است. بابایی و باقریان موحد (۱۳۹۲) مقاله‌ای با عنوان «مقدمه‌ای بر «تقدیم‌نامه‌نویسی» بر کتاب» منتشر نموده‌اند که ویرایش و تکمله مقاله قبلی بابایی (۱۳۸۴) است؛ و یافته‌های پژوهش صادق‌زاده و ایقان (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی مخاطب‌شناسی در تقدیم‌نامه‌های پایان‌نامه‌های دانشجویی و حوزوی ارائه شده بعد از انقلاب اسلامی با تأکید بر نقش فرهنگی و ارتباطی» نشان داد: حدود ۸۵ درصد از پایان‌نامه‌ها دارای تقدیم‌نامه هستند. بیشتر تقدیم‌نامه‌ها دارای دو مخاطب است؛ و به‌طور میانگین هر تقدیم‌نامه به سه مخاطب تقدیم شده است. زنان نسبت به مردان به مخاطبان

1. Koley and Sen

بیشتری تقدیم نموده‌اند. ۷۲ درصد مخاطبان، از خانواده و بستگان پدیدآور هستند، که بستگان درجه یک بیشترین فراوانی را دارند. ۱۳ درصد مخاطبان، ائمه اطهار (ع) هستند، که امام زمان (عج)، حضرت محمد (ص)، و امام علی (ع) بیشتر از بقیه مورد توجه بوده‌اند. حدود ۱۵ درصد تقدیم‌نامه‌ها نیز به سایر گروه‌ها و شخصیت‌های علمی، دینی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و ... تقدیم شده‌اند که به ترتیب استادان، دبیران و معلمان، شهدا، امام خمینی (ره)، دوستان و دانشمندان جهان اسلام بیشترین فراوانی را دارند. لذا همان‌طور که ملاحظه می‌شود تاکنون پژوهشی کمی در مورد تقدیم‌نامه‌های کتاب‌های چاپ و منتشر شده در قرن ۱۴ شمسی منتشر نشده است، و لذا نگارنده را بر آن داشت تا با طرح سوالاتی به شرح ذیل، نسبت به بررسی و تحلیل تقدیم‌نامه کتاب‌ها اقدام کند:

۱. چند درصد کتاب‌ها دارای تقدیم‌نامه هستند؟
۲. بر اساس رده‌بندی دیویی کدام رده/ موضوع از کتاب‌ها دارای بیشترین تقدیم‌نامه هستند؟
۳. کدام رده/ موضوع از کتاب‌ها بر اساس جنسیت پدیدآور/ پدیدآورندگان دارای بیشترین تقدیم‌نامه هستند؟
۴. تقدیم‌نامه‌ها دارای چندین مخاطب هستند؟
۵. بر اساس نقش پدیدآور/ پدیدآورندگان (تألیف، ترجمه و تصحیح)، چه نوع کتاب‌هایی دارای بیشترین تقدیم‌نامه هستند؟
۶. آیا ارتباطی بین پدیدآور/ پدیدآوران و مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها وجود دارد؟
۷. باورها و اعتقادات دینی پدیدآور/ پدیدآورندگان چه جایگاهی در تقدیم‌نامه‌های مورد مطالعه دارند؟
۸. آیا شخصیت‌ها و گروه‌های شاخص (علمی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی، اقتصادی، متخصصین، هنرمندان، درمانی و ... در اندیشه و باورهای پدیدآور/ پدیدآورندگان تقدیم‌نامه‌ها جایگاهی دارند؟
۹. قوم‌ها، ملت‌ها، نژادهای، گروه‌های خاص و ... ایرانی و غیر ایرانی چه جایگاهی در تقدیم‌نامه‌ها دارند؟
۱۰. آیا تمام مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها اشخاص هستند؟

روش پژوهش

این پژوهش به روش پیمایشی انجام شده است. شیوه گردآوری اطلاعات از طریق مشاهده و فیش‌برداری از کتاب‌های چاپی «کتابخانه عمومی شهید آوینی وایقان» آذربایجان شرقی صورت گرفته که به روش دهمی دیویی سازماندهی شده است. تقدیم‌نامه‌های کتاب‌های موجود در مخزن اصلی این کتابخانه در ده گروه جداگانه بر اساس رده‌بندی دیویی به انضمام اطلاعات کتابشناختی کتاب‌هایی که دارای تقدیم‌نامه بود، فیش‌برداری و تدوین گردید. سپس اطلاعات گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار اکسل پردازش شد. کتابخانه عمومی شهید آوینی وایقان در سال ۱۳۷۷ تأسیس شده و بالغ بر ۲۰ هزار عنوان کتاب چاپی در مخزن اصلی آن گزارش شده است. این کتابخانه جزو کتابخانه‌های مجهز، فعال و درجه یک شهرستان شبستر است. در این پژوهش کتاب‌های مرجع، کمک آموزشی و کودکان که در سایر مخازن نگهداری می‌شود، بررسی و مطالعه نشده است.

یافته‌ها

الف. جامعه آماری

۱. پراکندگی جغرافیایی ناشران کتاب‌های مورد مطالعه در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. جامعه آماری بر اساس پراکندگی جغرافیایی ناشران

ردیف	نقش و تعداد پدیدآور	محل نشر	جنسیت پدیدآور				جمع استان	جمع شهر
			تنالگان	زن و مرد	زن	مرد		
۱	آذربایجان شرقی	تبریز	۴	-	۸	۵۱	۶۳	
		شبستر	-	-	-	۲	۲	
۲	آذربایجان غربی	ارومیه	-	-	-	۶	۶	
		خوی	-	-	-	۱	۱	
۳	اردبیل	اردبیل	-	-	-	۱	۱	
۴	اصفهان	آران و بیدگل	-	-	-	۱	۱	
		اصفهان	-	-	۸	۱۸	۲۶	
		کاشان	-	-	-	۶	۶	
۵	البرز	کرج	-	-	۴	۱	۵	
۶	ایلام	ایلام	-	-	۱	-	۱	
۷	تهران	تهران	۴۹	۱۷	۲۷۶	۱۱۱۰	۱۴۵۲	
		ورامین	-	-	-	۱	۱	
۸	چهارمحال و بختیاری	فرخ شهر	-	-	-	۱	۱	
۹	خراسان رضوی	مشهد	-	۱	۶	۲۴	۳۱	
		سبزوار	-	-	۱	۴	۵	
		نیشابور	-	-	-	۱	۱	
۱۰	خوزستان	آبادان	-	۱	-	۱	۲	
		اهواز	-	-	۳	-	۳	
		ماه شهر	-	-	-	۱	۱	
۱۱	زنجان	زنجان	-	-	-	۲	۲	
۱۲	سیستان و بلوچستان	زاهدان	-	-	-	۱	۱	
		ایرانشهر	-	-	-	۱	۱	
۱۳	فارس	شیراز	-	-	۳	۶	۹	
۱۴	قزوین	قزوین	-	-	-	۳	۳	
۱۵	قم	قم	۱	-	۱۳	۱۲۹	۱۴۳	
۱۶	کردستان	سقز	-	-	-	۱	۱	
		سنندج	-	-	-	۱	۱	
۱۷	کرمان	کرمان	-	-	۳	۱	۴	
۱۸	کرمانشاهان	کرمانشاه	-	-	-	۱	۱	
۱۹	گیلان	رشت	-	-	-	۳	۳	
۲۰	لرستان	خرم آباد	-	-	-	۱	۱	

۳	۱	۱	-	-	-	ساری	مازندران	۲۱
	۲	۲	-	-	-	قائم شهر		
۳	۳	۳	-	-	-	همدان	همدان	۲۲
۲	۲	۲	-	-	-	اردکان	یزد	۲۳
۳	۳	۲	۱	-	-	بی جا		۲۴
۱۷۹۰	۱۷۹۰	۱۳۹۰	۳۲۷	۱۹	۵۴	جمع		

داده‌های جدول ۱ نشان می‌دهد کتاب‌های مورد مطالعه در ۲۳ استان (۳۵ شهرستان) چاپ و منتشر شده است. استان تهران با ۱۴۵۳ عنوان (۸۱/۱۷ درصد) در رتبه اول، قم با ۱۴۳ عنوان (۷/۹۹ درصد) و آذربایجان شرقی با ۶۵ (۳/۶۳ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

۲. وابستگی سازمان ناشران کتاب‌های مورد مطالعه در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. جامعه آماری بر اساس وابستگی سازمانی ناشران

جمع	وابستگی سازمان/ نوع ناشر						نوع پدیدآور	ردیف
	بی نا	پدیدآور	نهاد عمومی	نظامی	دولتی	خصوصی		
۵۴	-	-	-	۱	۴۴	۹	تالگان	۱
۱۹	-	-	-	-	۱	۱۸	زن و مرد	۲
۳۲۷	۱	۶	۳	-	۳۰	۲۸۷	زن	۳
۱۳۹۰	۳	۳۲	۲۵	۵	۲۳۸	۱۰۸۷	مرد	۴
۱۷۹۰	۴	۳۸	۲۸	۶	۳۱۳	۱۴۰۱	جمع	
۱۰۰	۰/۲۲	۲/۱۲	۱/۵۶	۰/۳۳	۱۷/۴۸	۷۸/۲۷	درصد	

داده‌های جدول ۲ نشان می‌دهد وابستگی سازمانی ناشران کتاب‌های مورد مطالعه به ترتیب فراوانی شامل: ناشران خصوصی (۸۷/۲۷ درصد)، ناشران دولتی (۱۷/۴۸ درصد)، ناشر مؤلف/ پدیدآور (۲/۱۲ درصد)، نهادهای عمومی (۱/۵۶ درصد) و نظامی (۰/۳۳ درصد) است. ناشر ۴ عنوان کتاب (۰/۲۲ درصد) مشخص نیست.

۲. تاریخ انتشار کتاب‌های مورد مطالعه به تفکیک سال در جدول ۳ نشان داده شده است.

داده‌های جدول ۳ نشان می‌دهد کتاب‌های چاپ و منتشر شده در سال‌های ۱۳۸۴ (۴/۷۵ درصد)، ۱۳۸۸ (۴/۰۸ درصد) و ۱۳۸۹ (۳/۶۹ درصد) به ترتیب دارای بیشترین فراوانی تقدیم‌نامه هستند.

جدول ۳. فراوانی کتاب‌هایی دارای تقدیم‌نامه به تفکیک سال انتشار

سال	تعداد	سال	تعداد	سال	تعداد	سال	تعداد
بی تا	۱۱	۱۳۶۰	۱	۱۳۷۲	۳۰	۱۳۸۴	۸۵
۱۳۳۷	۱	۱۳۶۱	۹	۱۳۷۳	۳۳	۱۳۸۵	۶۵
۱۳۴۵	۱	۱۳۶۲	۷	۱۳۷۴	۴۶	۱۳۸۶	۵۹
۱۳۴۹	۱	۱۳۶۳	۳	۱۳۷۵	۳۶	۱۳۸۷	۶۵
۱۳۵۰	۲	۱۳۶۴	۴	۱۳۷۶	۶۰	۱۳۸۸	۷۳
۱۳۵۱	۱	۱۳۶۵	۱	۱۳۷۷	۱۱۳	۱۳۸۹	۶۶
۱۳۵۲	۱	۱۳۶۶	۷	۱۳۷۸	۱۰۴	۱۳۹۰	۶۰
۱۳۵۳	۲	۱۳۶۷	۴	۱۳۷۹	۱۴۲	۱۳۹۱	۲۹
۱۳۵۴	۳	۱۳۶۸	۹	۱۳۸۰	۱۴۶	۱۳۹۲	۲۱
۱۳۵۶	۲	۱۳۶۹	۲۰	۱۳۸۱	۱۳۸	۱۳۹۳	۹
۱۳۵۷	۴	۱۳۷۰	۱۹	۱۳۸۲	۱۳۷	۱۳۹۴	۱۰
۱۳۵۸	۲	۱۳۷۱	۲۱	۱۳۸۳	۱۲۰	۱۳۹۵	۷
جمع							۱۷۹۰

ب. پاسخ به سؤالات پژوهش

سؤال ۱. چند درصد کتاب‌ها دارای تقدیم‌نامه هستند؟

فراوانی کتاب‌های دارای تقدیم‌نامه به تفکیک رده‌بندی دیویی در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. فراوانی کتاب‌های دارای تقدیم‌نامه بر اساس رده‌بندی دیویی

ردیف	رده بندی دیویی	تعداد کل کتاب‌ها	کتاب‌های دارای تقدیم‌نامه	
			تعداد (عنوان)	فراوانی (درصد)
۱	کلیات (۰۰۰)	۸۰۴	۳۸	۴/۷۲
۲	فلسفه و روانشناسی (۱۰۰)	۷۴۲	۳۷	۴/۹۸
۳	دین (۲۰۰)	۳۹۶۴	۲۴۶	۶/۲۱
۴	علوم اجتماعی (۳۰۰)	۱۸۹۶	۲۴۵	۱۲/۹۲
۵	زبان (۴۰۰)	۳۶۴	۱۶	۴/۳۹
۶	علوم محض (۵۰۰)	۸۵۶	۴۲	۴/۹۰
۷	علوم کاربردی (۶۰۰)	۱۵۷۱	۲۳۲	۱۴/۷۶
۸	هنر، سرگرمی و ورزش (۷۰۰)	۸۰۱	۷۵	۹/۳۶
۹	ادبیات (۸۰۰)	۴۶۶۸	۵۴۴	۱۱/۶۵
۱۰	تاریخ و جغرافیا (۹۰۰)	۲۳۹۸	۳۱۵	۱۳/۱۳
جمع			۱۷۹۰	۹/۹۱

داده‌های جدول ۴ نشان می‌دهد از ۱۸۰۶۴ عنوان کتاب مورد مطالعه، تعداد ۱۷۹۰ عنوان (۹/۹۱ درصد = حدود ۱۰ درصد) دارای تقدیم‌نامه هستند.

سؤال ۲. بر اساس رده‌بندی دیویی کدام رده/موضوع از کتاب‌ها دارای بیشترین تقدیم‌نامه هستند؟

داده‌های جدول ۴ نشان می‌دهد بر اساس رده‌بندی دیویی کتاب‌های رده/موضوع علوم کاربردی با ۱۴/۷۶ درصد، تاریخ و جغرافیا با ۱۳/۱۳ درصد و علوم اجتماعی با ۱۲/۹۲ درصد به ترتیب دارای بیشترین تقدیم‌نامه نسبت به سایر رده/موضوع‌ها هستند. کتاب‌های رده/موضوع زبان (۴/۳۹ درصد) کمترین تقدیم‌نامه را دارند.

سؤال ۳. کدام رده/موضوع از کتاب‌ها بر اساس جنسیت پدیدآور/پدیدآورندگان دارای بیشترین تقدیم‌نامه هستند؟

فراوانی کتاب‌های دارای تقدیم‌نامه بر اساس جنسیت پدیدآور به تفکیک رده‌بندی دیویی در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵. فراوانی کتاب‌های دارای تقدیم‌نامه بر اساس جنسیت پدیدآور به تفکیک رده‌بندی دیویی

ردیف	رده‌بندی دیویی	جنسیت			تئالگان	جمع
		مرد	زن	مشترک		
۱	کلیات (۰۰۰)	۳۰	۶	۲	-	۳۸
۲	فلسفه و روانشناسی (۱۰۰)	۲۲	۱۴	۱	-	۳۷
۳	دین (۲۰۰)	۲۲۴	۲۱	-	۱	۲۴۶
۴	علوم اجتماعی (۳۰۰)	۲۰۰	۴۲	۱	۲	۲۴۵
۵	زبان (۴۰۰)	۱۵	۱	-	-	۱۶
۶	علوم محض (۵۰۰)	۳۸	۴	-	-	۴۲
۷	علوم کاربردی (۶۰۰)	۱۷۱	۴۸	۱۲	۱	۲۳۲
۸	هنر، سرگرمی و ورزش (۷۰۰)	۶۳	۱۲	-	-	۷۵
۹	ادبیات (۸۰۰)	۳۹۳	۱۴۷	۲	۲	۵۴۴
۱۰	تاریخ و جغرافیا (۹۰۰)	۲۳۴	۳۲	۱	۴۸	۳۱۵
	جمع	۱۳۹۰	۳۲۷	۱۹	۵۴	۱۷۹۰
	درصد	۷۷/۶۵	۱۸/۲۷	۱/۰۶	۳/۰۲	۱۰۰

داده‌های جدول ۵ نشان می‌دهد:

۱. مردان با ۱۳۹۰ عنوان (۷۷/۶۵ درصد) بیشترین فراوانی تقدیم‌نامه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند، و زنان با ۳۲۷ عنوان (۱۸/۲۷ درصد) در اولویت بعدی قرار دارند.
۲. در بین تقدیم‌نامه‌های مردان، به ترتیب بیشترین فراوانی در موضوع‌های «ادبیات» با ۳۹۳ عنوان (۲۸/۲۷ درصد)، «تاریخ و جغرافیا» با ۲۳۴ عنوان (۱۶/۸۳ درصد) و «دین» با ۲۲۴ عنوان (۱۱/۱۶ درصد) است.

۳. در بین تقدیم‌نامه‌های زنان، به ترتیب بیشترین فراوانی در موضوع‌های «ادبیات» با ۱۴۷ عنوان (۴۴/۹۵ درصد)، «علوم کاربردی» با ۴۸ عنوان (۱۴/۶۸ درصد) و «علوم اجتماعی» با ۴۲ عنوان (۱۲/۸۴ درصد) است.
۴. در بین تقدیم‌نامه‌های مشترک (پدیدآور زن و مرد)، بیشترین فراوانی در «علوم کاربردی» با ۱۲ عنوان (۲۲/۲۲ درصد) است.
۵. در بین تقدیم‌نامه‌های تنالگانی (پدیدآور سازمانی و نهادی)، بیشترین فراوانی در موضوع «تاریخ و جغرافیا» با ۴۸ عنوان (۸۸/۸۸ درصد) است.

سؤال ۴. تقدیم‌نامه‌ها دارای چندین مخاطب هستند؟

فراوانی تعداد مخاطبان در تقدیم‌نامه‌ها به تفکیک رده‌بندی دیویی کتاب‌ها در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶. فراوانی تقدیم‌نامه‌ها بر اساس تعداد مخاطبان به تفکیک رده‌بندی دیویی

ردیف	رده‌بندی دیویی	تعداد مخاطب / مخاطبان											جمع	
		یک	دو	سه	چهار	پنج	شش	هفت	هشت	نه	ده	یازده		دوازده
۱	کلیات (۰۰۰)	۱۶	۱۸	۳	۱	-	-	-	-	-	-	-	-	۳۸
۲	فلسفه و روانشناسی (۱۰۰)	۲۵	۱۰	۱	۱	-	-	-	-	-	-	-	-	۳۷
۳	دین (۲۰۰)	۱۴۹	۴۱	۲۹	۱۶	۷	۱	۱	۱	۱	-	-	-	۲۴۶
۴	علوم اجتماعی (۳۰۰)	۱۲۸	۶۷	۲۲	۱۶	۶	۴	۱	-	-	-	-	-	۲۴۵
۵	زبان (۴۰۰)	۶	۳	۳	۳	-	۱	-	-	-	-	-	-	۱۶
۶	علوم محض (۵۰۰)	۲۷	۷	۵	۲	-	-	-	-	-	-	۱	-	۴۲
۷	علوم کاربردی (۶۰۰)	۱۰۹	۶۹	۲۵	۱۰	۹	۴	۲	۱	۱	۱	۱	-	۲۳۲
۸	هنر، سرگرمی و ورزش (۷۰۰)	۵۰	۱۴	۵	۳	۲	۱	-	-	-	-	-	-	۷۵
۹	ادبیات (۸۰۰)	۳۷۲	۱۱۰	۳۶	۱۳	۷	۵	-	-	-	-	-	-	۵۴۴
۱۰	تاریخ و جغرافیا (۹۰۰)	۱۹۳	۶۴	۳۰	۱۰	۴	۸	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۳۱۵
	جمع	۱۰۷۵	۴۰۳	۱۵۹	۷۵	۳۵	۲۴	۵	۴	۴	۴	۴	۱	۱۷۹۰
	درصد	۶۰/۰۵	۲۲/۵۱	۸/۸۸	۴/۱۹	۱/۹۵	۱/۳۴	۰/۲۸	۰/۲۲	۰/۲۲	۰/۲۲	۰/۲۲	۰/۵۰	۱۰۰
	جمع با ضریب	۱۰۷۵	۸۰۶	۴۷۷	۳۰۰	۱۷۵	۱۴۴	۳۵	۳۶	۴۰	۱۱	۱۲	-	۳۱۴۳

داده‌های جدول ۶ نشان می‌دهد:

۱. بیشتر تقدیم‌نامه‌ها (۶۰/۰۵ درصد) دارای یک مخاطب است. تقدیم به دو الی دوازده مخاطب به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارد. به‌طور میانگین در کتاب‌های مورد مطالعه، هر تقدیم‌نامه به حدود ۲ مخاطب/ نفر (به‌طور دقیق ۱/۷۵ مخاطب/ نفر) تقدیم شده است. این

میانگین بر اساس جنسیت پدیدآور/ پدیدآورندگان کتاب‌های مورد مطالعه، به ترتیب برای تنالگان ۲/۰۵، مردان ۱/۷۶، زنان ۱/۶۹ و دو جنسیتی ۱/۴۷ مخاطب/ نفر است.

۲. تقدیم‌نامه‌های کتاب‌های رده/ موضوع ادبیات با ۵۴۴ عنوان (۱۷/۳۱ درصد)، تاریخ و جغرافیا با ۳۱۵ عنوان (۱۰/۰۲ درصد)، دین با ۲۴۶ عنوان (۷/۸۲ درصد)، و علوم اجتماعی با ۲۴۵ عنوان (۷/۷۹ درصد) به ترتیب دارای بیشترین مخاطب هستند.

سؤال ۵. بر اساس نقش پدیدآور/ پدیدآورندگان (تألیف، ترجمه و تصحیح)، چه نوع کتاب‌هایی دارای بیشترین تقدیم‌نامه هستند؟ فراوانی تقدیم‌نامه‌ها بر اساس تعداد و نقش پدیدآور (تألیف، ترجمه و تصحیح) در جدول ۷ نشان داده شده است.

جدول ۷. فراوانی تقدیم‌نامه‌ها بر اساس تعداد و نقش پدیدآورندگان در کتاب‌ها

ردیف	نقش و تعداد پدیدآور			تألیف			ترجمه			تصحیح			جمع
	۱ نفر	۲ نفر	۳ نفر	۱ نفر	۲ نفر	۳ نفر	۱ نفر	۲ نفر	۳ نفر	۱ نفر	۲ نفر	۳ نفر	
۱	۲۲	۶	۱	۹									۳۸
۲	۱۵	۱		۲۰	۱								۳۷
۳	۲۱۷	۲		۱۹	۴		۴			۴			۲۴۶
۴	۱۸۵	۱		۵۴	۴	۱							۲۴۵
۵	۱۴			۲									۱۶
۶	۳۶			۵		۱							۴۲
۷	۱۴۹	۵	۱	۵۷	۱۸	۲							۲۳۲
۸	۵۹			۱۵	۱								۷۵
۹	۳۹۵	۳		۱۴۲	۴								۵۴۴
۱۰	۲۷۲	۲	۱	۳۷	۱		۲						۳۱۵
	۱۳۶۴	۲۰	۳	۳۶۰	۳۳	۴	۶						۱۷۹۰
	۹۸/۴۱	۱/۴۴	۰/۲۲	۹۰/۶۸	۸/۳۱	۱/۰۰	۱۰۰						
	جمع												
	۱۳۸۶			۳۹۷			۶						
	۷۷/۴۳			۲۲/۱۸			۰/۳۳						

داده‌های جدول ۷ نشان می‌دهد:

- به ترتیب آثار تألیفی با ۱۳۸۶ عنوان (۷۷/۴۳ درصد)، ترجمه با ۳۹۷ عنوان (۲۲/۱۸ درصد) و تصحیح متون با ۶ عنوان (۰/۳۳ درصد) بیشترین فراوانی تقدیم‌نامه را دارند.
- در هر سه نوع آثار (تألیف، ترجمه و تصحیح)، بیشترین تقدیم‌ها (بالای ۹۰ درصد) در کتاب‌هایی نوشته شده که یک پدیدآور دارد. به عبارتی دیگر، ۱۷۳۰ عنوان (۹۶/۶۵ درصد) تقدیم‌نامه‌ها در کتاب‌هایی نوشته شده که پدیدآور آن یک نفر/ سازمان است. پدیدآور ۵۳ عنوان (۲/۹۶ درصد) از کتاب‌های دارای تقدیم‌نامه، دو نفر/ سازمان و تعداد پدیدآور تقدیم‌نامه‌های ۷ عنوان (۰/۳۹ درصد) کتاب، سه نفر/ سازمان است.

سؤال ۶. آیا ارتباطی بین پدیدآور/ پدیدآوران و مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها وجود دارد؟

ارتباط بین پدیدآور و مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها در جدول ۸ نشان داده شده است.

جدول ۸. جمع‌بندی سه گروه اصلی مخاطبان در تقدیم‌نامه‌ها

ردیف	نوع مخاطب/ مخاطبان	جنسیت پدیدآور				فراوانی	
		تالگان	زن و مرد	زن	مرد	تعداد	درصد
۱	خانواده، بستگان، دوستان و عزیزان	۲	۱۸	۳۶۷	۱۱۹۵	۱۵۸۲	۵۰/۳۳
۲	ائمه اطهار، اهل بیت (ع)، دوست‌داران و شیفتگان آنها	۱۰	-	۳۹	۲۴۲	۲۹۱	۹/۲۶
۳	آزادگان، ایثارگران و شهدا	۷۷	۱	۳۵	۲۹۴	۴۰۷	۱۲/۹۵
۴	شخصیت‌ها و گروه‌های علمی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی، اقتصادی، متخصصین، هنرمندان، درمانی و ...	۱۷	۴	۶۳	۴۸۰	۵۶۴	۱۷/۹۴
۵	قوم‌ها، ملت‌ها، نژادهای و ... ایرانی و غیر ایرانی	۵	۴	۲۹	۱۵۹	۱۹۷	۶/۲۷
۶	۱۰۲	۱	۱	۲۲	۷۸	۱۰۲	۳/۲۵
	جمع	۱۱۲	۲۸	۵۵۵	۲۴۴۸	۳۱۴۳	۱۰۰

داده‌های جدول ۸ نشان می‌دهد ۵۰/۳۳ درصد مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها، از خانواده و بستگان پدیدآور هستند. جزئیات این ارتباط در

جدول ۹ نشان داده شده است.

جدول ۹. فراوانی تقدیم به خانواده، بستگان، دوستان و عزیزان

ردیف	نوع مخاطب/ مخاطبان	جنسیت پدیدآور				جمع فراوانی	
		تالگان	زن و مرد	زن	مرد	تعداد	درصد
۱	مادر، مادران: کلی، مادر بزرگ، مادر همسر، بی‌بی	۲	۶	۱۰۵	۳۲۶	۴۳۹	۲۷/۷۵
۲	پدر، پدران: کلی، پدر بزرگ، پدر همسر	-	۴	۷۲	۲۸۷	۳۶۳	۲۲/۹۵
۳	همسر، همسران: کلی	-	۱	۵۰	۲۵۶	۳۰۷	۱۹/۴۱
۴	فرزند/ فرزندان، فرزندان: ایران و کلی	-	۳	۶۳	۱۵۰	۲۱۶	۱۳/۶۵
۵	برادر، زن برادر، برادرزاده	-	-	۲۰	۴۶	۶۶	۴/۱۷
۶	خواهر، شوهر خواهر، خواهرزاده	-	۲	۱۸	۲۶	۴۶	۲/۹۱
۷	خانواده، بزرگان خانواده	-	۱	۱۰	۲۵	۳۶	۲/۲۸
۸	عروس، داماد، نوه‌ها	-	-	۳	۱۰	۱۳	۰/۸۲
۹	والدین، ابا و اجداد	-	-	۳	۷	۱۰	۰/۶۳
۱۰	بستگان: عمو، پسرعمو، عمه، دایی	-	-	۲	۵	۷	۰/۴۴
۱۱	عزیزان	-	-	۳	۴	۷	۰/۴۴
۱۲	دوست	-	۱	۱۸	۵۳	۷۲	۴/۵۵
	جمع	۲	۱۸	۳۶۷	۱۱۹۵	۱۵۸۲	۱۰۰

داده‌های جدول ۹ نشان می‌دهد از بستگان درجه یک به ترتیب مادر (۲۷/۷۵ درصد)، پدر (۲۲/۹۵ درصد)، همسر (۱۹/۴۱) و فرزند (۱۳/۶۵ درصد) بیشترین ارتباط با پدیدآور تقدیم‌نامه دارند. البته چون امکان شناسایی مجرد یا متأهل بود پدیدآورندگان تقدیم‌نامه‌ها مقدور نبود، این احتمال وجود دارد که تغییراتی در این اولویت‌ها بوده باشد. در مجموع حدود ۸۸ درصد مخاطبان از بستگان درجه یک، و حدود ۱۲ درصد از بستگان درجه دو پدیدآور محسوب می‌شوند.

سؤال ۲. باورها و اعتقادات دینی پدیدآور/پدیدآورندگان چه جایگاهی در تقدیم‌نامه‌های کتاب‌ها دارند؟

علاوه بر ردیف ۱، داده‌های ردیف ۲ و ۳ جدول ۸ نشان می‌دهد بیش از ۲۲ درصد مخاطبان تقدیم‌نامه‌های کتاب‌های مورد مطالعه، «ائمه اطهار، اهل بیت (ع)، دوست‌داران و شیفتگان آنها» و «شهادا و ایثارگران» هستند، که جزئیات این باورهای دینی در جداول ۱۰ و ۱۱ نشان داده شده است.

جدول ۱۰. فراوانی تقدیم به ائمه اطهار، اهل بیت (ع)، دوست‌داران و شیفتگان آنها

ردیف	نوع مخاطب / مخاطبان	جنسیت پدیدآور				فراوانی	
		تنالگان	زن و مرد	زن	مرد	جمع	درصد
۱	الله (جل جلاله)	-	-	۶	۵	۱۱	۳/۷۸
۲	آدم، حوا، حضرت مریم	-	-	۱	۲	۳	۱/۰۳
۳	قرآن کریم	-	-	-	۱	۱	۰/۳۴
۴	حضرت محمد (ص)	۱	-	۱	۱۵	۱۷	۵/۸۴
۵	حضرت خدیجه کبری (س)	-	-	-	۲	۲	۰/۶۹
۶	حضرت فاطمه زهرا (س)	-	-	۶	۲۶	۳۲	۱۱/۰۰
۷	امام علی (ع)	-	-	۱	۳۰	۳۱	۱۰/۶۵
۸	امام حسن (ع)	-	-	-	۱	۱	۰/۳۴
۹	امام حسین (ع)	-	-	۲	۱۱	۱۳	۴/۴۷
۱۰	امام زین العابدین (ع)	-	-	-	۵	۵	۱/۷۲
۱۱	امام رضا (ع)	-	-	۲	۶	۸	۲/۷۵
۱۲	امام هادی (ع)	-	-	-	۱	۱	۰/۳۴
۱۳	امام زمان (عج)	۷	-	۹	۸۸	۱۰۴	۳۵/۷۴
۱۴	چهارده معصوم / ائمه اطهار (ع)	-	-	۳	۷	۱۰	۳/۴۴
۱۵	حضرت زینب (س)	۱	-	۲	۵	۸	۲/۷۵
۱۶	بی بی شهربانو	-	-	-	۱	۱	۰/۳۴
۱۷	مسلم بن عقیل (س)	-	-	-	۱	۱	۰/۳۴
۱۸	حضرت ابوالفضل العباس (ع)	۱	-	-	۴	۵	۱/۷۲
۱۹	حضرت علی اکبر (ع)، حضرت علی اصغر (ع)	-	-	۲	-	۲	۰/۳۴
۲۰	حضرت ام البنین (س)	-	-	-	۱	۱	۰/۳۴
۲۱	حضرت فاطمه معصومه (س)	-	-	۱	۶	۷	۲/۴۱
۲۲	حضرت نرگس خاتون (ع)	-	-	-	۲	۲	۰/۶۹

۲۳	حضرت علی بن باقر (ع) (اردهال)	-	-	-	۱	۱	۰/۳۴
۲۴	مرتبط با چهارده معصوم (ع) ^۱	-	-	۳	۲۴	۲۱	۸/۲۵
	جمع	۱۰	-	۳۹	۲۹۱	۲۴۲	۱۰۰

داده‌های جدول ۱۰ نشان می‌دهد از ائمه اطهار/ چهارده معصوم (ع) به ترتیب امام زمان/ مهدی (عج) (۳۵/۷۴ درصد)، حضرت فاطمه زهرا (س) (۱۱ درصد)، و امام علی (ع) (۱۰/۶۵ درصد) بیشتر از بقیه مخاطبان، مورد توجه پدیدآورندگان بوده‌اند.

جدول ۱۱. فراوانی تقدیم به آزادگان، ایثارگران، سخاوتمندان و شهدا

ردیف	نوع مخاطب / مخاطبان	جنسیت				جمع فراوانی	
		تنالگان	زن و مرد	زن	مرد	تعداد	درصد
۱	آزادگان، احرار، آزادی‌خواهان و اسرا	-	-	۱	۱۰	۱۱	۲/۷۰
۲	ایثارگران	-	-	-	۷	۷	۱/۷۲
۳	بسیجیان	۱	-	۱	۸	۱۰	۲/۴۶
۴	جانبازان، فرزندان جانبازان و ...	-	-	۱	۱۴	۱۵	۳/۶۹
۵	خانواده شهدا: پدر، مادر، فرزندان، همسر، خواهر و برادر	-	-	۳	۲۷	۳۰	۷/۳۷
۶	رزمندگان: رزم‌آوران، سریداران، مبارزان و ...	-	-	۱	۲۰	۲۱	۵/۱۶
۷	سخاوتمندان: تلاشگران، خادمان، خیرین، دردمندان، دلسوزان، دل‌های شفاجو، صبوران	-	-	۷	۱۵	۲۲	۵/۴۱
۸	شهدا: انقلاب، دفاع مقدس، سرداران، خبرنگاران، عکاسان، علمای لبنان، فلسطین و مکه	۷۴	۱	۱۲	۱۳۱	۲۱۸	۵۳/۵۶
۹	شیرزنان: زنان شهادت طلب فلسطین، بانوان فداکار و ...	۱	-	۴	۱۴	۱۹	۴/۶۷
۱۰	شیفتگان شهدا	۱	-	-	-	۱	۰/۲۵
۱۱	قربانیان سیاست	-	-	-	۲	۲	۰/۴۹
۱۲	کار آفرینان، سنگرسازان، جهادگران	-	-	-	۲	۲	۰/۴۹
۱۳	مردان: دلاور مردان، دریا دلان، جوان مردان، رادمردان، آزادمردان، بیدار دلان	-	-	۲	۱۶	۱۸	۴/۴۲
۱۴	مدافعان و مبارزان دین، انقلاب، وطن و ...	-	-	۳	۱۴	۱۷	۴/۱۸
۱۵	مفقودالائثر	-	-	-	۳	۳	۰/۷۴
۱۶	نظامیان ارتش: همافران، هوانیروز، ژاندارمری، فرماندهان جنگ و ...	-	-	-	۱۱	۱۱	۲/۷۰
	جمع	۷۷	۱	۳۵	۲۹۴	۴۰۷	۱۰۰

۱. اصحاب عاشورا و دوستان حسین و ... اقتداکنندگان (مرد: ۶)؛ شیفتگان و منتظران ظهور امام زمان (زن: ۲، مرد: ۴)؛ اولیا (مرد: ۲)؛ دوستان ائمه اطهار (ع) (زن: ۱، مرد: ۵)؛ شیفتگان و دوستان نهج البلاغه (مرد: ۲)؛ قنبر غلام امام علی (ع) (مرد: ۱)؛ غدیری‌ها (مرد: ۱).

داده‌های جدول ۱۱ نشان می‌دهد از بین مخاطبان مربوط به آزادگان، ایثارگران، سخاوتمندان و شهدا، به ترتیب شهدا (۵۳/۵۶ درصد)، خانواده شهدا (۷/۳۷ درصد)، سخاوتمندان (۵/۴۱ درصد)، رزمندگان (۵/۱۶ درصد) و شیرزنان (۴/۶۷ درصد) بیشتر از بقیه مخاطبان، مورد توجه پدیدآورندگان بوده‌اند.

سؤال ۸. آیا شخصیت‌ها و گروه‌های شاخص (علمی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی، اقتصادی، متخصصین، هنرمندان، بهداشتی و درمانی و ...) در اندیشه و باورهای پدیدآور/ پدیدآورندگان تقدیم‌نامه‌ها جایگاهی دارند؟
جایگاه شخصیت‌ها و گروه‌های شاخص (علمی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی، اقتصادی، متخصصین، هنرمندان، بهداشتی و درمانی ...) در اندیشه و باورهای پدیدآور/ پدیدآورندگان تقدیم‌نامه‌ها در جدول ۱۲ نشان داده شده است.

جدول ۱۲. فراوانی تقدیم به شخصیت‌ها و گروه‌های علمی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی، اقتصادی، متخصصین، هنرمندان، بهداشتی و درمانی و ...

ردیف	نوع مخاطب / مخاطبان	جنسیت				جمع فراوانی	
		تالگان	زن و مرد	زن	مرد	تعداد	درصد
۱	آزاداندیشان، آگاهان جامعه، روشنفکران، متفکران	-	-	۴	۸	۱۲	۲/۱۳
۲	استاد/استادان	۱	-	۱۷	۱۰۹	۱۲۷	۲۲/۵۲
۳	اصحاب قلم، اندیشه، رسانه و مطبوعات	-	-	۲	۱۲	۱۴	۲/۴۸
۴	امام خامنه‌ای	۳	-	-	۲۹	۳۲	۵/۶۷
۵	امام خمینی	۹	-	۳	۵۰	۶۲	۱۰/۹۹
۶	اندیشمندان، دانشمندان، مشاهیر، نام‌آوران	۱	-	۱	۲۴	۲۶	۴/۶۱
۷	بهداشت و درمان: پزشکان، پیراپزشکان، پرستاران، درمانگران، روانشناسان، مدافعان سلامت، و ...	-	۴	۷	۱۵	۲۶	۴/۶۱
۸	جامعه دانشگاهی و پیشگامان علم، اندیشه و خرد	-	-	۱	۵	۶	۱/۰۶
۹	حامیان، خادمان و علاقه‌مندان دانش و فرهنگ و تمدن ایران	-	-	۴	۲۹	۳۳	۵/۸۵
۱۰	دانشجویان	-	-	۵	۲۰	۲۵	۴/۴۳
۱۱	دانش‌پژوهان، محققان، مخترعان، نخبگان، نوآوران و نویسندگان	۱	-	۲	۲۶	۲۹	۵/۱۴
۱۲	دل‌باختگان میراث گذشته و آثار فرهنگی	-	-	-	۳	۳	۰/۵۳
۱۳	دولت‌مردان، سیاست‌مداران و مدیران	۱	-	-	۲۱	۲۲	۳/۹۰
۱۴	شاعران	-	-	-	۱۰	۱۰	۱/۷۷
۱۵	شاگردان و دانش‌آموزان	-	-	۳	۷	۱۰	۱/۷۷
۱۶	شیفتگان (خریداران و خوانندگان) کتاب و کتابداران	۱	-	۶	۷	۱۴	۲/۴۸
۱۷	عارفان و عالمان دین اسلام و سایر ادیان	-	-	۱	۱۹	۲۰	۳/۵۵
۱۸	فرزانگان، فرهیختگان	-	-	-	۱۴	۱۴	۲/۴۸

۰/۷۱	۴	۲	۲	-	-	متخصصان و مهندسين	۱۹
۸/۳۳	۴۷	۴۴	۳	-	-	معلمان: آموزگاران، دبیران، فرهنگیان، مربیان	۲۰
۱/۷۷	۱۰	۱۰	-	-	-	ورزشکاران: دوستان، قهرمانان و ...	۲۱
۳/۱۹	۱۸	۱۶	۲	-	-	هنرمندان: نقاشی، موسیقی، قالبیافی، خوشنویسی، سینما	۲۲
۱۰۰	۵۶۴	۴۸۰	۶۳	۴	۱۷	جمع	

داده‌های جدول ۱۲ نشان می‌دهد از بین مخاطبان مربوط به گروه‌ها و شخصیت‌های علمی، دینی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، هنری و ... به ترتیب استادان (۲۲/۵۲ درصد)، امام خمینی (ره) (۱۰/۹۹ درصد)، معلمان (۸/۳۳ درصد) و حامیان، خادمان و علاقه‌مندان دانش و فرهنگ و تمدن ایران (۵/۸۵ درصد) بیشتر از بقیه، مورد توجه پدیدآورندگان بوده‌اند.

سؤال ۹. قوم‌ها، ملت‌ها، نژادها، گروه‌های خاص و ... ایرانی و غیر ایرانی چه جایگاهی در تقدیم‌نامه‌ها دارند؟

جایگاه قوم‌ها، ملت‌ها، نژادها، گروه‌های خاص و ... ایرانی و غیر ایرانی در تقدیم‌نامه‌های جامعه مورد مطالعه در جدول ۱۳ نشان داده شده است.

جدول ۱۳. فراوانی تقدیم به قوم‌ها، ملت‌ها، نژادها، گروه‌های خاص و ... ایرانی و غیر ایرانی

رتبه	جمع	جنسیت پدیدآور				نوع مخاطب / مخاطبان	ردیف
		مرد	زن	زن و مرد	تنالگان		
۳/۵۵	۷	۶	۱	-	-	بچه‌ها	۱
۶/۰۹	۱۲	۵	۳	۴	-	بیماران و خانواده بیمار	۲
۳/۵۵	۷	۷	-	-	-	حامیان جمهوری اسلامی، رهبری، امام و ...	۳
۲/۰۳	۴	۳	۱	-	-	حامیان و دوستان کودکان	۴
۱/۰۲	۲	۲	-	-	-	دوستان داران ایران	۵
۴/۵۷	۹	۵	۴	-	-	دوستان ادبیات و زبان فارسی	۶
۰/۵۱	۱	-	-	-	۱	زائران مکه	۷
۳/۰۵	۶	۶	-	-	-	زوج‌های جوان	۸
۰/۵۱	۱	-	۱	-	-	سیگاری	۹
۷/۶۱	۱۵	۱۵	-	-	-	صلح و آزادی و عدالت جویان، حق جویان و دوستانشان	۱۰
۰/۵۱	۱	-	۱	-	-	طرفداران زنان کوچک	۱۱
۰/۵۱	۱	-	۱	-	-	علاقه‌مندان شیلات و گیاهان دارویی	۱۲
۰/۵۱	۱	۱	-	-	-	غالیان	۱۳
۱/۵۲	۳	۳	-	-	-	غریبان، مستضعفان و یتیمان	۱۴
۰/۵۱	۱	۱	-	-	-	قانون‌مندان	۱۵
۱/۰۲	۲	۲	-	-	-	کارگران و راننده‌ها	۱۶

۹/۶۴	۱۹	۱۳	۶	-	-	کودکان استثنایی	۱۷
۲/۵۴	۵	۵	-	-	-	گروه‌های خاص: ایل، کوچ نشینان، کولیان	۱۸
۴/۰۶	۸	۸	-	-	-	مردم تاجیکستان، افغانستان، فلسطین، ترکیه و ...	۱۹
۲/۵۴	۵	۵	-	-	-	مردم و قوم کرد	۲۰
۹/۶۴	۱۹	۱۶	۲	-	۱	ملت مناطق مختلف ایران: ایلام، سنگسر، و ...	۲۱
۲/۰۳	۴	۴	-	-	-	مؤمنین و مخلصین	۲۲
۱/۵۲	۳	۲	۱	-	-	میانسالان و سالمندان و بزرگسالان	۲۳
۱۳/۷۱	۲۷	۲۱	۴	-	۲	نسل سوم، نوجوانان و جوانان	۲۴
۱۲/۱۸	۲۴	۲۴	-	-	-	ایران و ملت ایران/ وطن و هم وطن	۲۵
۵/۰۸	۱۰	۵	۴	-	۱	همکاران	۲۶
۱۰۰	۱۹۷	۱۵۹	۲۹	۴	۵	جمع	

داده‌های جدول ۱۳ نشان می‌دهد از بین مخاطبان مربوط به قوم‌ها، ملت‌ها، نژادها، گروه‌های خاص و ... ایرانی و غیر ایرانی به ترتیب: نسل سوم، نوجوانان و جوانان (۱۳/۷۱ درصد)، ایران و ملت ایران/ وطن و هم‌وطن (۱۲/۱۸ درصد)، کودکان استثنایی و ملت مناطق مختلف ایران: ایلام، سنگسر، و ... به صورت مشترک (۹/۶۴ درصد) بیشتر از بقیه مخاطبان، مورد توجه پدیدآورندگان بوده‌اند.

سؤال ۱۰. آیا تمام مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها اشخاص هستند؟

مخاطبان غیر اشخاص در تقدیم‌نامه‌های جامعه مورد مطالعه در جدول شماره ۱۴ نشان داده شده است.

جدول ۱۴. فراوانی تقدیم به غیر اشخاص: طبیعت، مناسبت‌ها، نهادها و ...

رتبه	جمع	جنسیت پدیدآور				نوع مخاطب/ مخاطبان	ردیف
		مرد	زن	زن و مرد	تنالگان		
۰/۹۸	۱	-	-	-	۱	انتقادی	۱
۱/۹۶	۲	۲	-	-	-	تولید و اقتصاد	۲
۱۳/۷۳	۱۴	۱۴	-	-	-	طنزگونه‌ها	۳
۹/۸۰	۱۰	-	۱۰	-	-	طبیعت، زاینده رود، گل‌ها، پروانه‌ها، زنبورها و ...	۴
۲۴/۵۱	۲۵	۱۷	۸	-	-	عارفانه و عاشقانه	۵
۲۳/۵۳	۲۴	۲۴	-	-	-	کشاورزی و منابع طبیعی، حیوانات، طبیعت، جنگل و ...	۶
۱۷/۶۵	۱۸	۱۴	۳	۱	-	مبهم و نامعلوم	۷
۳/۹۲	۴	۴	-	-	-	مناسبت‌ها: المپادها، شب یلدا، سال جهانی ریاضیات و ...	۸
۳/۹۲	۴	۳	۱	-	-	نهادهای دولتی، فرهنگی و مردم نهاد	۹
۱۰۰	۱۰۲	۷۸	۲۲	۱	۱	جمع	

داده‌های جدول ۱۴ نشان می‌دهد از ۳۱۴۳ مخاطب در تقدیم‌نامه‌ها، ۱۰۲ مخاطب (۳/۲۵ درصد) غیر اشخاص بوده و شامل طبیعت، مناسبت‌ها، نهادها و ... است. در بین این گروه از مخاطبان، به ترتیب عارفانه و عاشقانه (۲۴/۵۱ درصد)، کشاورزی و منابع طبیعی، حیوانات، طبیعت، جنگل و ... (۲۳/۵۳ درصد)، مبهم و نامعلوم (۱۷/۶۵ درصد) و طنزگونه‌ها (۱۳/۷۲ درصد) بیشتر از بقیه مخاطبان، مورد توجه پدیدآورندگان بوده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

کتاب‌ها معمولاً از سه بخش یا جزء «پیش از متن»، «متن» و «پس از متن» تشکیل شده‌اند؛ عنوان اثر، شناسنامه، تقدیم‌نامه و هر چه پیش از متن اثر می‌آید، به عنوان جزء «پیش از متن» همانند اصل و متن کتاب، اهمیت و کارایی دارد. بابایی و باقریان موحد (۱۳۹۲) معتقدند: «غفلت از حواشی و یا آنچه به نظر حاشیه می‌آید، متن را نیز بی‌قدر و بها می‌کند. هر گونه بی‌ذوقی و بی‌مبالاتی در هر گوشه اثر، همه آن را از چشم می‌اندازد و به طاق نسیان می‌آویزد. هوشیاران، نیک می‌دانند که وقتی نامشان بر روی جلد کتابی یا اثری می‌نشیند، همه مسئولیت آن را بر دوش باید کشند. این سخن که نویسنده یا پژوهشگر، تنها پاسخگوی مطالب و مدعیات علمی خویش در اثر است، اگرچه محکمه‌پسند است، اما هوشمندانه نیست»؛ اما با این اوصاف، داده‌های جدول ۴ نشان می‌دهد که فقط حدود ۱۰ درصد از کتاب‌های مورد مطالعه دارای تقدیم‌نامه هستند. همچنین بر اساس رده‌بندی دیویی کتاب‌های رده «علوم کاربردی» با ۱۴/۷۶ درصد، «تاریخ و جغرافیا» با ۱۳/۱۳ درصد و «علوم اجتماعی» با ۱۲/۹۲ درصد به ترتیب دارای بیشترین تقدیم‌نامه نسبت به سایر رده‌ها هستند؛ و کتاب‌های رده «زبان» (۴/۳۹ درصد) کمترین تقدیم‌نامه را دارند.

داده‌های جدول ۵ که گزارش پدیدآورندگان تقدیم‌نامه‌ها به تفکیک جنسیت است، نشان می‌دهد پدیدآور ۷۸ درصد از کتاب‌های دارای تقدیم‌نامه مردان و پدیدآور ۱۸ درصد زنان هستند. ضمناً بر اساس رده‌بندی دیویی، هم در تقدیم‌نامه‌های مردان و هم در تقدیم‌نامه‌های زنان، بیشترین فراوانی در کتاب‌های رده/موضوع «ادبیات» است؛ اما در بین تقدیم‌نامه‌های کتاب‌هایی که پدیدآور مشترک (زن و مرد) دارند، بیشترین فراوانی در رده/موضوع «علوم کاربردی» و در بین تقدیم‌نامه‌های کتاب‌هایی که پدیدآور آنها تنالگان (پدیدآور سازمانی و نهادی) است، بیشترین فراوانی در رده/موضوع «تاریخ و جغرافیا» است.

داده‌های جدول ۶ نشان می‌دهد بیشتر تقدیم‌نامه‌ها (۶۰/۰۵ درصد) دارای یک مخاطب است، که با پژوهش کولی و سن (۲۰۰۶) که ۵۴ درصد به یک نفر/مخاطب گزارش شده هم‌خوانی دارد. تقدیم به دو الی دوازده مخاطب به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارد. به‌طور میانگین در کتاب‌های مورد مطالعه، هر تقدیم‌نامه به حدود ۲ مخاطب/نفر (به‌طور دقیق ۱/۷۵ مخاطب/نفر) تقدیم شده است، این میانگین در تقدیم‌نامه‌های پایان‌نامه‌ها طبق پژوهش صادق‌زاده و ایقان (۱۴۰۰) حدود ۳ مخاطب/نفر (به‌طور دقیق ۲/۸۳۹ مخاطب/نفر) است. این میانگین بر اساس جنسیت پدیدآور/پدیدآورندگان در کتاب‌های مورد مطالعه، برای مردان بیشتر از زنان است؛ در حالی که بر اساس پژوهش صادق‌زاده و ایقان (۱۴۰۰) در پایان‌نامه‌ها برای زنان بیشتر از مردان است؛ لذا می‌توان گفت تقدیم‌نامه کتاب‌ها برای اشخاص یا گروه‌های خاص کمتری تدوین می‌شود و پدیدآورندگان دنبال اهداف مشخص و معینی هستند.

همچنین داده‌های جدول ۶ نشان می‌دهد تقدیم‌نامه‌های کتاب‌های رده «ادبیات» (۱۷/۳۱ درصد)، «تاریخ و جغرافیا» (۱۰/۰۲ درصد)، «دین» (۷/۸۲ درصد)، و «علوم اجتماعی» (۷/۷۹ درصد) به ترتیب دارای بیشترین مخاطب هستند. این اولویت‌ها اولاً حاکی از رونق و شیوع تقدیم‌نامه‌نویسی در علوم انسانی است، ثانیاً چون پدیدآورندگان حوزه ادبیات و در کل علوم انسانی از قلم شیوا و رسایی بهره‌مند هستند و در هنرنمایی و بازی با کلمات مسجع تسلط و تبحر بیشتری دارند، صفحه تقدیم را نیز فرصت و بستری برای هنرنمایی و قلم‌فرسایی می‌دانند و از نوشتن تقدیم‌نامه غفلت نمی‌کنند.

داده‌های جدول ۷ نشان می‌دهد به ترتیب: آثار تألیفی (۷۷/۴۳ درصد)، ترجمه (۲۲/۱۸ درصد) و تصحیح متون (۰/۳۳ درصد) بیشترین فراوانی تقدیم‌نامه را دارند. در هر سه نوع آثار (تألیف، ترجمه و تصحیح)، بیشترین تقدیم‌ها (بالای ۹۰ درصد) در کتاب‌هایی نوشته شده که یک پدیدآور دارد. به عبارتی دیگر، ۹۶/۶۵ درصد تقدیم‌نامه‌ها در کتاب‌هایی نوشته شده که پدیدآور آن یک نفر/سازمان است.

داده‌های جدول ۸ نشان می‌دهد ۵۰/۳۳ درصد مخاطبان تقدیم‌نامه‌ها، از خانواده و بستگان پدیدآور هستند. طبق یافته‌های صادق‌زاده وایقان (۱۴۰۰) خانواده و بستگان در تقدیم‌نامه پایان‌نامه‌ها نیز با ۷۲ درصد در اولویت اول قرار دارد. داده‌های جدول ۹ نیز نشان می‌دهد که از بستگان درجه یک، به ترتیب: مادر (۲۷/۷۵ درصد)، پدر (۲۲/۹۵ درصد)، همسر (۱۹/۴۱) و فرزند (۱۳/۶۵) بیشترین ارتباط را با پدیدآور تقدیم‌نامه دارند. در مجموع حدود ۸۸ درصد مخاطبان از بستگان درجه یک، و حدود ۱۲ درصد از بستگان درجه دو پدیدآور محسوب می‌شوند که با یافته‌های صادق‌زاده وایقان (۱۴۰۰) در تقدیم‌نامه‌های پایان‌نامه‌ها که به ترتیب: مادر (۳۱/۴۶ درصد)، پدر (۲۹/۵۸ درصد)، همسر (۱۶/۲۴ درصد) و فرزند (۷/۳۲ درصد) بیشترین ارتباط را با پدیدآور تقدیم‌نامه دارند، همخوانی دارد؛ همچنین با پژوهش کولی و سن (۲۰۰۶) که به ترتیب: والدین، همسران، معلمان، فرزندان، دوستان و دانش‌آموزان بیشترین فراوانی را در بین مخاطبان گزارش شده، و پژوهش مکس (۲۰۲۱ م.) تا حدود زیادی همخوانی دارد. این نتایج نشان می‌دهد که علاوه بر دین مبین اسلام که نشأت گرفته از کلام الهی و ائمه معصومین (ع) است، به عنوان فرهنگ دینی، تکریم و قدردانی از زحمات والدین را تکلیف شرعی و انسانی و اخلاقی بیان کرده‌اند، و نشان دهنده ارتباط عمیق فرزندان با والدین در فرهنگ و خانواده‌های ایرانی نیز محسوب می‌گردد؛ همچنین نشان می‌دهد که در سایر ادیان الهی نیز تکریم والدین و خانواده سفارش شده و دانایان و آگاهان تمام ادیان الهی به ارکان اصلی خانواده احترام و اعتقاد راسخ دارند. داده‌های جدول ۱۰ نشان می‌دهد ۹/۲۶ درصد از مخاطبان تقدیم‌نامه کتاب‌ها ائمه اطهار (ع) هستند که این رقم در تقدیم‌نامه پایان‌نامه‌ها ۱۳/۱۶ درصد است. از ائمه اطهار/ چهارده معصوم (ع) به ترتیب امام زمان/ مهدی (عج) (۳۵/۷۴ درصد)، حضرت فاطمه زهرا (س) (۱۱/۰۰ درصد)، و امام علی (ع) (۱۰/۶۵ درصد) بیشتر از بقیه مخاطب توسط پدیدآورندگان مورد توجه قرار گرفته است. این یافته‌ها در رتبه اول (امام زمان «عج»)، و رتبه سوم (امام علی «ع»)، با یافته‌های تقدیم‌نامه‌های پایان‌نامه‌ها همخوانی دارد ولی در اولویت دوم با پایان‌نامه‌ها که حضرت محمد (ص) است همخوانی ندارد (صادق‌زاده وایقان، ۱۴۰۰). بنابراین عشق به ائمه اطهار (ع) و انتظار فرج از دغدغه‌های پدیدآورندگان ایرانی است. در پژوهش کولی و سن (۲۰۰۶) نیز گزارش شده که برخی از پدیدآورندگان کتاب‌های مذهبی، اثر خود را به خدایان، الهه‌ها و مقدسین تقدیم نموده‌اند. این سرمایه که پشتوانه و دژ مستحکمی برای ادیان الهی و به‌ویژه یک کشور اسلامی است بایستی توسط دست‌اندرکاران عالی فرهنگی کشور و دولتمردان قدر و پاس داشته شود.

داده‌های جدول ۱۱ نشان می‌دهد از بین مخاطبان مربوط به آزادگان، ایثارگران، سخاوتمندان و شهدا، به ترتیب شهدا (۵۳/۵۶ درصد)، خانواده شهدا (۷/۳۷ درصد)، سخاوتمندان (۵/۴۱ درصد)، رزمندگان (۵/۱۶ درصد) و شیرزنان (۴/۶۷ درصد) بیشتر از بقیه مخاطبان، مورد توجه پدیدآورندگان بوده‌اند که رتبه‌های اول و دوم با یافته‌های پژوهش صادق‌زاده وایقان (۱۴۰۰) و پژوهش کولی و سن (۲۰۰۶) همخوانی دارد. زنده نگه داشتن یاد و نام فداکاران، ایثارگران، شهدا، دفاع مقدس، و تجلیل از خانواده‌های شهدا در مهمترین رسانه علمی، فرهنگی، تاریخی و تمدنی کشور تحت عنوان «کتاب» بسیار مؤثر، ماندگار و قابل تحسین است.

داده‌های جدول ۱۲ نشان می‌دهد از بین مخاطبان مربوط به گروه‌ها و شخصیت‌های علمی، دینی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، هنری و ... به ترتیب: استادان (۲۲/۵۲ درصد)، امام خمینی (ره) (۱۰/۹۹ درصد)، معلمان (۸/۳۳ درصد) و حامیان، خادمان و علاقه‌مندان دانش و فرهنگ و تمدن ایران (۵/۸۵ درصد) بیشتر از بقیه، مورد توجه پدیدآور/ پدیدآورندگان بوده‌اند، که تا حدودی با یافته‌های پژوهش صادق‌زاده وایقان (۱۴۰۰) همخوانی دارد. تکریم از استادان به منزله تکریم علم و دانش است که در آیات قرآن و روایات دین مبین اسلام به آن تأکید شده است. لذا تکریم، تواضع و قدردانی پدیدآور/ پدیدآورندگان از استادان بر مبنای آموزه‌های دین مبین اسلام و ستودنی است.

داده‌های جدول ۱۳ نشان می‌دهد از بین مخاطبان مربوط به قوم‌ها، ملت‌ها، نژادها، گروه‌های خاص و ... ایرانی و غیر ایرانی به ترتیب: نسل سوم، نوجوانان و جوانان (۱۳/۷۱ درصد)، وطن و هم‌وطن (۱۲/۱۸ درصد)، کودکان استثنایی، و ملت مناطق مختلف ایران: ایلام، سنگسر، و ... (۹/۶۴ درصد) بیشتر از بقیه مخاطبان، مورد توجه پدیدآورندگان بوده‌اند؛ که مورد وطن‌پرستی در پژوهش کولی و سن (۲۰۰۶) نیز گزارش شده است. این موارد حس ملی و وطن‌پرستی پدیدآورندگان تقدیم‌نامه‌ها را نشان می‌دهد که در دنیای کنونی به مثابه سرمایه فرهنگی در مقابل تهاجم و جنگ نرم و فرهنگی بسیار حائز اهمیت است.

داده‌های جدول ۱۴ نشان می‌دهد از ۳۱۴۳ مخاطب در تقدیم‌نامه‌ها، ۱۰۲ مخاطب (۳/۲۵ درصد) غیر اشخاص بوده و شامل طبیعت، مناسبت‌ها، نهادها و ... است. در بین این گروه از مخاطبان، به ترتیب: عارفانه و عاشقانه (۲۴/۵۱ درصد)، کشاورزی و منابع طبیعی، حیوانات، طبیعت، جنگل و ... (۲۳/۵۳ درصد)، مبهم و نامعلوم (۱۷/۶۵ درصد) و طنزگونه‌ها (۱۳/۷۲ درصد) بیشتر از بقیه مخاطبان در تقدیم‌نامه‌ها مورد توجه پدیدآورندگان بوده‌اند. این یافته‌ها با توجه به بحث آلودگی هوا، محیط زیست، نشست زمین، کمبود آب، تخریب منابع طبیعی و به طور کلی اهتمام به حفظ محیط زیست، منابع طبیعی و سرمایه‌های کشاورزی و دامپروری، می‌تواند پیام مهمی را به مخاطبان کتاب‌ها و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور منتقل کند. شیوع، رونق و اهتمام به این گروه از مخاطبان آنهم توسط اصحاب قلم و اندیشه (پدیدآورندگان کتاب‌ها) پیام و رسانه بسیار ارزشمندی برای نجات محیط زیست، منابع طبیعی و سرمایه‌های کشاورزی و دامپروری محسوب می‌گردد.

یافته‌های جداول ۱۱ الی ۱۴ با تعریف پورممتاز (۱۳۷۷، ص ۶۵؛ ۱۳۸۸، ص ۵۲۵) از تقدیم‌نامه که معتقد است: «چاپ یادداشتی در کتاب که نویسنده طی آن کتاب را به شخصی که معمولاً از آشنایان یا دوستان اوست تقدیم می‌کند»، همخوانی ندارد و نشان می‌دهد که حدود نیمی از مخاطبان تقدیم‌نامه کتاب‌ها از آشنایان و دوستان نیستند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تقدیم‌نامه‌ها می‌توانند در سطح ملی و عمومی مورد توجه قرار گیرند.

به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت کتاب علاوه بر منبع اصلی ذخیره حفظ و انتقال دانش، و جنبه هنری، ابزار مهم ارتباطی، رسانه‌ای، فرهنگی و علمی است و جایگاه و نقش مهمی در جامعه اطلاعاتی ایفا می‌نماید. لذا باید از فرصت و بستری که صفحه تقدیم‌نامه و تقدیم‌نامه‌نویسی در اختیار پدیدآور/ پدیدآورندگان می‌گذارد استفاده بهینه کرد، تا علاوه بر سطح ملی، در کتاب‌هایی که به زبان‌های متعدد ترجمه و منتشر می‌شوند، به همگرایی هنری، فرهنگی و علمی و حتی اشتراکات مذهبی جوامع مختلف در سطح بین‌المللی مساعدت کرد و ارزش‌های اخلاقی و انسانی را گسترش و غنا بخشد.

به طور اخص از یافته‌های این پژوهش نتیجه می‌شود تقدیم‌نامه‌نویسان معتقد به آموزه‌های دین مبین اسلام، به‌ویژه کلام الهی (قرآن) و علاقه‌مند به دفاع از ارزش‌های انقلاب اسلامی هستند، و این موضوع سرمایه بسیار مهم معنوی و اعتقادی است که مدیران جامعه اسلامی و خانواده‌ها باید برای حفظ و حراست و تقویت بنیه‌های آن از هیچ کوششی دریغ نکنند و این نوع سرمایه‌ها را تقویت، تکریم و تجلیل نمایند. همچنین تقدیم‌نامه‌ها بستر، رسانه و کانال اطلاعاتی برای حل مشکلات و چالش‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، طبیعی، علمی، و به‌ویژه اسلامی و دینی هستند. پژوهشگران می‌توانند با بررسی عمیق و ابعاد متعدد تقدیم‌نامه‌ها، این رسانه و کانال ارتباطی و اطلاعاتی را توسعه، ترویج و تبلیغ نمایند. همچنین جمع‌آوری، تنظیم موضوعی و انتشار تقدیم‌نامه‌های کتاب‌ها می‌تواند در ارائه الگو و تشویق پدیدآورندگان کتاب‌ها برای نوشتن تقدیم‌نامه به عنوان محملی برای ارتباطات و ابراز احساسات عاطفی و انسانی برای توسعه و تقویت نشاط، عاطفه و انسان‌دوستی و همچنین رفع نفرت‌ها، کدورت‌ها و دشمنی‌ها مؤثر و نقش‌آفرین باشند، زیرا این نوع آثار در تقویت و تحکیم روابط خانوادگی و آموزه‌های انسانی و اسلامی و فرهنگ اصیل ایرانی نقش کلیدی و حیاتی دارند؛ همان‌طور که کولی و سن (۲۰۰۶) نیز نقش و اهمیت تقدیم‌نامه‌ها را علاوه بر ادای احترام و قدردانی، حل مشکلات و معضلات اجتماعی با برافروختن محبت و دمیدن شادی و امید به جامعه و در نهایت سوق دادن جامعه به سوی آرامش بیان نموده‌اند.

منابع

- باب‌الحوادثی، ف. (۱۳۸۱). *آشنایی با مبانی چاپ و نشر*. تکوک زرین.
- بابایی، ر. (۱۳۸۴). آیین تقدیم‌نامه‌نویسی. *پژوهش و حوزه*، ۲۳ و ۲۴، ۲۲۳-۲۳۸.
- بابایی، ر. و باقریان موحد، س. (۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر «تقدیم‌نامه‌نویسی» بر کتاب. *کتاب‌های اسلامی*، ۵۲ و ۵۳، ۱۷-۳۴.
- پورممتاز، ع. (۱۳۷۷). *فرهنگ کتاب: فارسی، انگلیسی، آلمانی، همراه با گنج‌واژه‌های فارسی و انگلیسی*. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان چاپ و انتشارات.
- پورممتاز، ع. (۱۳۸۸). *فرهنگ جامع چاپ و نشر*. شرکت تعاونی کارآفرینان فرهنگ و هنر.

- جعفریان، ر. (۱۳۷۹). تقدیم‌نامه‌نویسی در دیباچه کتاب‌ها با تاکید بر تقدیم‌نامه‌نویسی در آثار شیعی در: مجموعه مقالات کنگره بین‌المللی کتاب و کتابخانه در تمدن اسلامی. آستان قدس رضوی، بنیاد پژوهش‌های اسلامی. ۱۲۲-۱۵۷.
- دهخدا، ع. (۱۳۷۷). لغت‌نامه. دانشگاه تهران.
- سلطانی، پ.، و راستین، ف. (۱۳۷۹). دانشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی. فرهنگ معاصر.
- صادق‌زاده و ایقان، ع. (۱۴۰۰). بررسی مخاطب‌شناسی در تقدیم‌نامه‌های پایان‌نامه‌های دانشگاهی و حوزوی ارائه شده بعد از انقلاب اسلامی با تاکید بر نقش فرهنگی و ارتباطی. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۲۵ (۹۵)، ۳۳-۹۵.
- مدیح، غ. (۱۳۸۷). آشنایی با اصول نشر و تولید کتاب: ویژه دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیر. دانشگاه آزاد اسلامی.
- مدیرامانی، پ. (۱۳۸۱). «پایان‌نامه» در: دایره‌المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی (جلد اول). کتابخانه ملی ایران. ۵۵۷-۵۵۹.
- مهاجری، ف.، و امیرخانی، غ. (۱۳۸۱). «اهداء» در: دایره‌المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی (جلد اول). کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران. ۳۷۲-۳۷۳.
- نیکنام، م. (۱۳۷۹). بیکره‌شناسی کتاب. سرا.

References

- Babai, R. (2005). Dedication Regulations. *Research and Havze*, 23, 24, 223-238 [In Persian]
- Babai, R. & Ghorbanian-Movahhed, S. (2013). Introduction to book dedication. *Islamic Books*, 52, 53, 17-34 [In Persian]
- Babalhavaeji, F. (2002). *Introduction to Publishing and Printing Foundations*. Takvak Zarin Pub. [In Persian]
- Davenport, Barrie (23 March 2022). How to Write A Unique Book Dedication Page + 11 Examples. [Retrieve in]: <https://authority.pub/dedication-page>
- Dehkhoda, A. (1998). *Loghatnameh*. Tehran: Tehran University [In Persian]
- Jafarian, R. (2000). Dedication notes in book introductions emphasizing chemical books, *Proceedings of the International Congress on Book and Book writing in Islamic Civilization*. Astane Qods Razavi Pub Co., 122-157. [In Persian]
- Koley, Susanta S., & Sen, B. (2006). Dedication pages: A Study. *Dedication pages: A Study*, 53, 198-202.
- Madih, Gh. (2008). *Introduction to Publishing and Printing Principles in Islamic Azad University*. Islamic Azad University [In Persian].
- Max, Tucker (2022). *How To Write A Book Dedication (With Examples)*. [Retrieve in]: <https://scribemedi.com/write-book-dedication>.
- Modiramani, P. (2002). Thesis, In: *The Encyclopedia of Library and Information Science*. National Library of I.R. of Iran, Vol. 1, 557-559 [In Persian].
- Mohajeri, F. & Amirkhani, Gh. (2002). "Dedication", In: *The Encyclopedia of Library and Information Science*. National Library of I.R. of Iran, 1, 372-373 [In Persian].
- Niknam, M. (2000). *Study of Book Corpus*. Sara [In Persian]
- Pourmontaz, A. (1998). *Book Dictionary and Vocabulary in Persian, English and Germany*. Cultural and Islamic Guidance Ministry Pub Co. [In Persian]
- Pourmontaz, A. (2009). *A Comprehensive Dictionary of Printing and Publishing*. Culture and Arts Entrepreneurship Co. [In Persian]
- Russell, Gloria (2021). 10 Book Dedication Examples to Help Your Next Book. [Retrieve in]: <https://self-publishingschool.com/book-dedication-examples>.
- Sadeghzade-Vayghan, A. (2021). Studying audience in thesis dedication notes presented after Iran Islamic Revolution and their cultural-communicational roles. *Library and Information Science Quarterly*, 25 (95), 33-95 [In Persian]
- Soltani P., & Rastin, F. (2000). *Library and Information Science Encyclopedia*. Farhange Mo'aser [In Persian]
- Wikipedia :The free encyclopedia