



فرا تحلیل پایان‌نامه‌های مرتبط با رادیو

محمد حسین زاده

فرا تحلیل

فرا تحلیل نوعی خواندن تحقیقات و تحلیل‌های گذشته است؛ خواندن سیستماتیک که همه تحقیقات و گزارش‌ها و تحلیل‌های پراکنده و به‌شدت متکثر را به‌صورت یک پژوهش واحد عرضه می‌کند. کتابخانه بسیاری از سازمان‌ها و دانشگاه‌ها انباشته از تحقیقاتی است که اغلب توجه جدی به آنها نمی‌شود. هیچ مدیر و مسئولی نمی‌تواند تحقیقاتی را که هر روز به تعداد آنها افزوده می‌شود برای هر تصمیم‌گیری مرور کند. این مشکل زمانی بزرگتر می‌شود که تحقیقات مختلف در گفت‌وگو و تکمیل یکدیگر انجام نشده باشند. هر کس به اقتضای زمانی یا سلیقه‌ای به موضوعی پرداخته‌اند و در واقع یک ادبیات موضوعی را تشکیل نمی‌دهند، اگرچه در یک حوزه علمی قرار داشته باشند.

در هر پژوهش، بخش ادبیات تحقیق را می‌توان نوعی فرا تحلیل دانست. به کمک آن (فرا تحلیل) می‌توان تفاوت‌های موجود در پژوهش‌های انجام‌شده را استنتاج کرد و در دستیابی به نتایج کلی و کاربردی از آن بهره

در این مقاله قسمتی از اطلاعات مربوط به ۳۷ پایان‌نامه در مورد رادیو را فرا تحلیل خواهیم کرد. تحلیل نتایج و پیشنهادهای آن - که البته قسمت اصلی فرا تحلیل خواهد بود - به دلیل حجم زیاد آن ارائه نمی‌کنیم. پایان‌نامه‌هایی که در اینجا بررسی خواهند شد، حاصل جست‌وجو در سه کتابخانه معاونت صدا، کتابخانه دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات دانشگاه علامه و کتابخانه دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران است. در مقاله حاضر کوشش شده است موضوع، رویکرد نظری، روش‌شناسی و تعلق دانشگاهی پایان‌نامه‌ها و تغییرات این موارد از سال ۱۳۷۲ تاکنون مورد بررسی قرار گیرد.

در ابتدا تعریفی از فرا تحلیل ارائه‌داده و سپس ویژگی‌های اصلی پایان‌نامه‌ها را در جدولی ارائه خواهیم کرد. در این جدول ستون‌ها به مقوله‌های تحلیل و هر یک از سطرها به یک پایان‌نامه اختصاص دارند. در ادامه، یافته‌های برخی از مقولات را در جداول و نمودارهایی تحلیل می‌کنیم و در پایان به جمع‌بندی می‌پردازیم.

جست. این روش در واقع شیوه تفکر در ترکیب پژوهش‌هاست.

فرا تحلیل روشی در تحقیق است که می‌توان آن را برآیند پژوهش‌ها و تحلیل‌های گذشته برای دستیابی به نتایج کلی و کاربردی دانست. این روش که در عرصه تحقیقات اجتماعی کم و بیش شناخته شده است، در حوزه مطالعات رسانه‌ای نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. فرا تحلیل می‌تواند به عنوان برآیندی از پژوهش‌های مختلف در حوزه رسانه، زمینه مناسبی برای برنامه‌ریزی رسانه‌ای در اختیار مدیران رسانه قرار دهد و به‌صورت تطبیقی قوت و ضعف آن پژوهش‌ها را نیز نمایان سازد. نتیجه اینکه فرا تحلیل عبارت است از جمع‌آوری یافته‌های پژوهش از مطالعات منفرد و پراکنده به منظور ترکیب و یکپارچه‌سازی یافته‌های آن، جهت استفاده علمی و کاربردی.

جدول شماره «۱» تمامی اطلاعاتی را که در این مقاله مورد تحلیل قرار خواهیم داد در خود جای داده است. در ادامه در قالب جداول دوبعدی و نمودارها، فراوانی مقولات مختلف جدول فوق را به‌طور جداگانه بررسی خواهیم کرد.

ردیف	سال	دانشگاه	رشته	استاد راهنما	عنوان پایان نامه	هدف پایان نامه	کانون توجه به لحاظ رادیو	رویکرد نظری	جامعه آماری	روش تحقیق	شکل ارائه یافته‌ها
۱	۱۳۷۲	تهران	زبان‌شناسی	علی‌محمد حوشتاس	زبان و رسانه گروهی: آشنایی با زبان رادیو	شناسایی ویژگی‌های رادیویی	زبان و گویندگی در رادیو	---	---	کتابخانه‌ای	توصیفات غیرسیستماتیک
۲	۱۳۷۴	تهران	جامعه‌شناسی	مرتضی کتبی	نقش رسانه در توسعه و تحلیل محتوای برنامه‌های رادیویی «جنگ جوان» و «عصر به‌خیر تهران»	شناخت ابعاد توسعه‌ای رسانه رادیو	محتوای توسعه‌ای	نوسازی	رادیو سراسری و رادیو تهران	تحلیل محتوا	جداول توصیفی و توضیحات
۳	۱۳۷۴	علامه طباطبایی	ارتباطات اجتماعی	نعیم بدیعی	بررسی چگونگی روستائیان از برنامه روستا در مازندران	تأثیر ویژگی‌های فردی و اجتماعی از رادیو	مخاطب‌شناسی	بهره‌مندی و نیاز جویی	دهستان کلپجان رستاق در شهرستان ساری	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و آزمون‌های آماری و توضیحات
۴	۱۳۷۵	علامه طباطبایی	ارتباطات اجتماعی	نعیم بدیعی	بررسی میزان بهره‌مندی جوانان از محتوای وسایل ارتباط جمعی (رادیو، تلویزیون و مطبوعات)	تأثیر ویژگی‌های فردی و اجتماعی جوانان از رسانه‌ها	مخاطب‌شناسی	بهره‌مندی و نیاز جویی	جوانان منطقه ۶ آموزش و پرورش و شهر تهران	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول، نمودارها و آزمون‌های آماری
۵	۱۳۷۵	علامه طباطبایی	ارتباطات اجتماعی	کاظم معتمدنژاد	مسئله تأسیس رادیو و تلویزیون خصوصی در ایران: نظر سنجی از متخصصان و مسئولان	مقایسه نظر متخصصان و مسئولان در مورد رادیو و تلویزیون خصوصی	رادیوی خصوصی	---	استادان و مسئولان سازمان صداوسیما	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و آزمون‌های آماری
۶	۱۳۷۶	علامه طباطبایی	ارتباطات اجتماعی	نعیم بدیعی	بررسی رضامندی نوجوانان سال آخر دبیرستان شهرستان مراغه از رسانه‌های جمعی (مطبوعات، رادیو و تلویزیون)	شناخت ویژگی‌های فردی و اجتماعی نوجوانان در بهره‌مندی و رضامندی و انگیزه آنان در استفاده از رسانه‌ها	مخاطب‌شناسی	نظریه بهره‌مندی و رضامندی و نظریه نیاز جویی	نوجوانان سال آخر دبیرستان مراغه	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و آزمون‌های آماری
۷	۱۳۷۹	علامه طباطبایی	ارتباطات اجتماعی	علی‌اصغر کیا	وضعیت بهره‌مندی جوانان از وسایل ارتباط جمعی (رادیو، تلویزیون و مطبوعات) در شهر قم	ویژگی‌های فردی و اجتماعی در بهره‌مندی و رضامندی از رادیو	مخاطب‌شناسی	نظریه بهره‌مندی و رضامندی و نظریه نیاز جویی	دانش آموزان دوره متوسطه شهر قم	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و آزمون‌های آماری
۸	۱۳۸۰	علامه طباطبایی	ارتباطات اجتماعی	عزت‌الله سام آرام	بررسی الگوی بهره‌مندی و انتظارات مخاطبان برنامه رادیویی روستایی کردی	شناسایی چگونگی بهره‌مندی و رضامندی و همچنین نیاز جویی	مخاطب‌شناسی	نظریه بهره‌مندی و رضامندی	دهستان شهرستان شبروان	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و آزمون‌های آماری
۹	۱۳۸۰	علامه طباطبایی	ارتباطات اجتماعی	حسین‌علی افخمی	تحلیل محتوای اخبار رادیوهای برون‌مرزی	مقایسه ساختار خبری (موضوع، شیوه ارائه، ارزش، منابع و جهت‌گیری خبر) در رادیوهای برون‌مرزی	خبر و رادیوهای بیگانه	امپریالیسم و سلطه رسانه‌ای	بخش فارسی رادیوهای بی‌بی‌سی، مدی‌آمریکا و دوچونه در ۳ ماهه آخر ۱۳۷۹	تحلیل محتوا	جداول توصیفی و آزمون‌های آماری
۱۰	۱۳۸۱	تهران مرکز	مدیریت دولتی	غلامرضا معمارزاده	بررسی عوامل مؤثر بر اثربخشی برنامه‌سازی در رادیو	شناسایی میزان اثربخشی عوامل مختلف برنامه‌سازی رادیویی (از دید کارمندان)	مدیریت عوامل تولید رادیویی	اثربخشی	گروه‌های مختلف شغلی در هفت شبکه رادیویی واقع در شهر تهران	پیمایشی- مصاحبه و پرسشنامه	جداول و آزمون‌های آماری
۱۱	۱۳۸۲	آزاد علوم تحقیقات	کتابداری و اطلاع‌رسانی	فهیبه باب‌الحوانجی	بررسی میزان استفاده برنامه‌سازان از منابع موسیقی موجود در آرشیو معاونت صدا	میزان استفاده برنامه‌سازان از منابع موسیقی آرشیو	مدیریت منابع موسیقی	---	برنامه‌سازان کارکنان آرشیو [شامل در تهران]	ترکیبی- پرسشنامه و تحلیل محتوا	جداول و نمودارهای آماری و توصیفی

جدول شماره ۱: اطلاعات کلی پایان‌نامه‌ها

ردیف	سال	دانشگاه	رشته	استاد راهنما	عنوان پایان نامه	هدف پایان نامه	کانون توجه به لحاظ رادیو	رویکرد نظری	جامعه آماری	روش تحقیق	شکل ارائه یافته‌ها
۱۲	۱۳۸۲	دانشکده صداوسیما	ارتباطات اجتماعی	حسین علی افخمی	بررسی نقش رادیو در فرایند توسعه روستایی مناطق مرزی استان آذربایجان شرقی	بررسی نقش رادیو در توسعه روستایی با توجه به برنامه‌های پنج‌ساله اول، دوم و سوم توسعه	رادیو و توسعه	الگوی وحدت‌گرا- رهایی‌بخش در ارتباطات توسعه	اعضای شورای اسلامی روستاهای شهرستان کلپیر در آذربایجان شرقی	کتابخانه‌ای و پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و آزمون‌های آماری
۱۳	۱۳۸۳	دانشکده صداوسیما	ارتباطات اجتماعی	محمد رضا سعیدآبادی	بررسی عوامل مؤثر بر نگرش کارکنان شبکه جوان نسبت به تغییرات در این شبکه	شناسایی واکنش کارمندان در مقابل تغییرات سازمانی	عملکرد کارکنان	مدیریت- تغییر سازمان و نگرش کارکنان	کارکنان رادیو جوان	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و آزمون‌های آماری
۱۴	۱۳۸۳	دانشکده صداوسیما	ارتباطات اجتماعی	ناصر باهنر	جایگاه رادیو معارف در توسعه ارتباطات دینی تحلیل محتوای برنامه‌ها و بررسی سیاست‌ها	شناسایی وضع مطلوب رادیو معارف و ارائه مدل ارتباطات دینی	دین و رادیو	همگرایی رسانه با نظام فرهنگی و همگرایی سنت و مدرنیته	برنامه‌های نیمه‌اول سال ۱۳۸۳ و اسناد شبکه	ترکیبی - اسنادی، تحلیل محتوا، پیمایشی	تحلیل اسناد و منابع کتابخانه‌ای و جداول آماری
۱۵	۱۳۸۳	علامه طباطبایی	ارتباطات اجتماعی	علی اصغر کیا	تحلیل محتوای وبسایت‌های رادیوهای برون‌مرزی	بررسی ساختار خبری (موضوع، شیوه ارائه، ارزش، منابع و جهت‌گیری خبر) در وبسایت رادیوهای برون‌مرزی و مقایسه	خبر و رادیوهای بیگانه	ارتباطات اینترنتی و امپریالیسم فرهنگی	دو هفته از وبسایت‌های رادیوهای بی‌جی‌سی، صدای آمریکا، دیوچه‌وله و سرویس جهانی رادیو جمهوری اسلامی ایران	تحلیل محتوا	جداول توصیفی و آزمون‌خندو
۱۶	۱۳۸۳	علامه طباطبایی	مدیریت بازرگانی و اجرایی	نادر مظلومی	تهیه چارچوبی راهبردی برای معاونت صدای جمهوری اسلامی ایران (بر پایه ترکیب نظر متخصصان)	شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای رادیو در جذب مخاطب و کشف استراتژی‌های متناسب با آن	اهداف و استراتژی‌های رادیو	مدیریت- جدول سوات (SOWT)	خبرگان و متخصصان مرتبط با آشنا با رادیو	روش دلفی و پرسشنامه‌ای	جداول با توضیحات و تحلیل
۱۷	۱۳۸۴	پیام‌نور	زبان‌شناسی	فرزان سجودی	بررسی کارکردهای متنی و ارتباطی تبلیغات رادیویی	بررسی ویژگی‌های نشانه‌شناختی تبلیغات رادیویی	زبان تبلیغات رادیویی	زبان‌شناسی و نقش‌گرا و اسطوره‌شناسی روان بارت	تبلیغات شبکه‌های سراسری، پیام و رادیوجوان	تجزیه و تحلیل نشانه‌شناختی با روش رولان بارت	نوع‌شناسی و توضیحات
۱۸	۱۳۸۴	پیام‌نور	زبان‌شناسی	فرزان سجودی	بررسی نظام متنی نمایش رادیویی	نشانه‌شناسی نمایش رادیویی	زبان‌شناسی نقش‌گرا	نمایش‌های رادیویی شبکه‌های مختلف	نمایش‌های رادیویی در شبکه‌های مختلف	تجزیه و تحلیل نشانه‌شناختی	کارکرد کلام، موسیقی و افکت در هر صحنه از نمایش تحلیل شده
۱۹	۱۳۸۴	دانشکده صداوسیما	ارتباطات اجتماعی	سید محمد مهدی زاده	میزان استفاده و اعتماد شهروندان تهرانی به اخبار رادیوهای داخلی و خارجی	مقایسه اعتماد مخاطبان به اخبار رادیوهای داخلی با اعتماد به اخبار رادیوهای خارجی	مخاطب‌شناسی اخبار داخلی و خارجی	---	افراد بالای ۱۵ سال شهر تهران	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و نمودارهای آماری
۲۰	۱۳۸۴	تهران مرکز	پژوهش هنر	امیر اشرف آریان‌پور	مقایسه کارگردانی نمایش در رادیو و دیگر رسانه‌ها	بررسی تفاوت کارگردانی نمایش رادیویی با تئاتر، سینما و تلویزیون	اهمیت صدا نمایش رادیویی	---	---	کتابخانه‌ای	نوشتار توضیحی
۲۱	۱۳۸۵	دانشکده صداوسیما	ارتباطات اجتماعی	سید محمد دادگران	بررسی میزان رعایت ملاک‌های جذابیت در محتوای برنامه قلمه ظهر جمعه	شناسایی عوامل جذابیت در رادیویی	قصه‌گویی رادیویی	---	۲۷ سال سابقه پخش برنامه	تحلیل محتوا	جداول و نمودارهای توصیفی
۲۲	۱۳۸۵	دانشکده صداوسیما	ارتباطات اجتماعی	محمدعلی هرمزی زاده	بررسی عوامل مؤثر بر نگرش برنامه‌سازان رادیو به شیوه ارتباط با مخاطب	چه ویژگی‌هایی در برنامه‌ساز موجب نگرش مشارکتی نسبت به مخاطب می‌شود	مخاطب شناسی	نظریه مکتوبیل در مورد رابطه ارتباط‌گر با مخاطب	برنامه‌سازان رادیو [شاغل در تهران]	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول توصیفی و آزمون‌خندو

جدول شماره ۱: اطلاعات کلی پایان‌نامه‌ها

ردیف	سال	دانشگاه	رشته	استاد راهنما	عنوان پایان نامه	هدف پایان نامه	کانون توجه به لحاظ رادیو	رویکرد نظری	جامعه آماری	روش تحقیق	شکل ارائه یافته‌ها
۲۳	۱۳۸۵	دانشکده صداوسیما	مدیریت رسانه	حسن خجسته	پیامدهای تخصصی شدن شبکه‌های رادیویی از دیدگاه اندیشمندان و صاحب نظران	شناسایی پیامدهای مثبت و منفی افزایش شبکه‌های رادیویی	شبکه‌های تخصصی رادیو	---	صاحب نظران علم ارتباطات و علوم مرتبط	مصاحبه عمیق	ذکر متن کامل مصاحبه‌ها
۲۴	۱۳۸۵	دانشکده صداوسیما	مدیریت رسانه	غلامرضا گودرزی	بررسی نظام‌های مدیریتی جدید باتاکید بر وظیفه کنترل و نظارت: تحلیل مدل (قالب) MC در شبکه رادیو فرهنگ	بررسی کارایی مدل MC در فرهنگ	عوامل تولید	مدیریت تغییر سازمانی	ذکر نشده است	مصاحبه عمیق	ذکر پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان
۲۵	۱۳۸۵	دانشکده صداوسیما	مدیریت رسانه	سید حسن حسینی	پیام‌سازی رادیویی در بحران زلزله تهران از منظر تهیه‌کنندگان و مدیران رادیو	شناسایی واکنش احتمالی و واکنش مناسب برنامه‌سازان رادیو در ساعات اولیه وقوع زلزله	محتوای رادیو و در شرایط بحران	بهره‌مندی و رضامندی [نظریه نامناسب است]	تهیه‌کنندگان، برنامه‌سازان و مدیران شبکه‌های رادیویی [شافل در تهران]	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و نمودارهای توصیفی
۲۶	۱۳۸۶	دانشکده صداوسیما	ارتباطات اجتماعی	محمدعلی هرمزی زاده	بررسی میزان شنونده و میزان جذابیت برنامه‌های ترکیبی در رادیوهای ایران، تهران و جوان و ارتباط آن با میزان استفاده از عوامل جذابیت برنامه‌های رادیویی	بررسی میزان تاثیر هر یک از عوامل جذابیت بر میزان شنونده	مخاطب و عوامل جذابیت	بهره‌مندی و رضامندی	افراد ۱۵ سال و بالاتر شهر تهران و برنامه‌های ترکیبی شبکه‌های ایران، تهران و جوان در نیمه دوم سال ۱۳۸۵	ترکیبی- پرسشنامه و تحلیل محتوا	جداول و آمار توصیفی
۲۷	۱۳۸۶	دانشکده صداوسیما	ارتباطات اجتماعی	ناصر باهنر	حضور رسانه سنتی منبر در رسانه‌های مدرن رادیو و تلویزیون	ارائه راهبردهایی برای حضور منبر در برنامه‌های رادیو و تلویزیون	دین و رادیو	بهره‌مندی و رضامندی و نظریه همگرایی و کارکردگرایی	افراد ۱۸ سال و بالاتر ساکن شهر تهران	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و نمودارهای آماری
۲۸	۱۳۸۶	دانشکده صداوسیما	مدیریت رسانه	حسن خجسته	ارزشیابی عملکرد رادیو جوان در زمینه اشاعه ارزش‌های الهی- انسانی	ارزشیابی عملکرد رادیو جوان در پوشش یکی از اهداف تعیین شده	ارزشیابی عملکرد رادیو جوان	---	جوانان ۲۰ تا ۲۷ ساله ساکن تهران	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و نمودارهای توصیفی
۲۹	۱۳۸۶	دانشکده صداوسیما	مدیریت رسانه	سید محمد دادگران	بررسی فرهنگ‌سازمانی و رابطه آن با عملکرد کارکنان صدا	بررسی فرهنگ‌سازمانی و رابطه آن با عملکرد کارکنان صدا	عملکرد کارکنان	مدیریت فرهنگ سازمانی	کارکنان معاونت صدا [شافل در تهران]	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و نمودارهای آماری
۳۰	۱۳۸۶	دانشکده صداوسیما	مدیریت رسانه	طاهر روشندل	آسیب‌شناسی فرایند پژوهشی تولیدات شبکه صدای استان مرکزی [از دید کارمندان]	بررسی عوامل مؤثر بر نقش فرایند پژوهش در اثر بخشی تولیدات رادیویی	پژوهش و تولید	اثر بخشی سازمانی	کارمندان مرکز صداوسیما استان مرکزی	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و نمودارهای آماری
۳۱	۱۳۸۶	دانشکده صداوسیما	مدیریت رسانه	طاهر روشندل	بررسی ارتباط بین مدیریت مشارکتی و اثر بخشی کارکنان رادیو ورزش	بررسی نقش مدیریت مشارکتی در اثر بخشی سازمان	عملکرد کارکنان	اثر بخشی و مشارکتی	کارکنان رادیو ورزش	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جداول و نمودارهای آماری
۳۲	۱۳۸۶	پیام‌نور	زبان‌شناسی	آریتا افراشی	بررسی ویژگی‌های ساختاری-محتوایی طنز در برنامه‌های رادیویی	ویژگی‌های زبان‌شناختی طنز رادیویی	طنز رادیویی	زبان‌شناسی نقش‌گرا	رادیو جوان به‌ویژه برنامه «جوونی به وقت فردا»	تحلیل گفتمان زبان‌شناختی	تمام جملات نمونه جداگانه مورد تحلیل قرار گرفته است
۳۳	۱۳۸۶	آرآر تهران مرکز	زبان‌شناسی	زهرا ابوالحسنی چیمه	بررسی گفتمان متون تبلیغاتی رادیو	کشف عناصر زبانی ترغیب‌کننده مخاطب در تبلیغات رادیویی	زبان تبلیغات رادیویی	نظریه گفتمان در زبان‌شناسی	آگهی‌های بازرگانی در شبکه‌های جوان-پیام و سراسری	تحلیل گفتمان زبان‌شناختی	بیان ویژگی‌های تبلیغات رادیویی با ذکر مثال

جدول شماره ۱: اطلاعات کلی پایان نامه‌ها

ردیف	سال	دانشگاه	رشته	استاد راهنما	عنوان پایان نامه	هدف پایان نامه	کانون توجه به لحاظ رادیو	رویکرد نظری	جامعه آماری	روش تحقیق	شکل ارائه یافته‌ها
۳۴	۱۳۸۶	شهید بهشتی	زبان‌شناسی	فرهاد ساسانی	بررسی عناصر انسجام‌بخش در متون اجتماعی رادیو	تأثیر عناصر زبانی، پیرایه‌زبانی، غیرزبانی و غیرمتنی بر انسجام متون رادیویی	متن رادیویی	نظریه نقش‌گرا در زبان‌شناسی	برنامه‌های اجتماعی رادیو جوان	تحلیل گفتمان زبان‌شناختی	تحلیل جداگانه خرده‌متن‌های نمونه
۳۵	۱۳۸۷	دانشکده صداوسیما	مدیریت رسانه	طاہر روشندل	بررسی ارتباط بین ساختار و تعهد سازمانی کارکنان معاونت صدا در سال ۱۳۸۶ از دید کارکنان	شناسایی تأثیر ساختار اداری بر تعهد کارکنان معاونت صدا	تعهدسازمانی کارکنان رادیو	مدیریت- سرمایه‌ انسانی	کارکنان دبیرم و به بالای معاونت صدا [شاغل در تهران]	پیمایشی- پرسشنامه‌ای	جدول و آزمون‌های آماری
۳۶	۱۳۸۷	تهران مرکز آزاد	زبان‌شناسی	منصور فهیم	ارزیابی آگهی‌های بازرگانی رادیو به زبان فارسی بر پایه نظریه کنش‌گفتاری	شناسایی انواع افعال (از حیث کنش گفتاری) در پیام‌های بازرگانی رادیو	زبان تبلیغات رادیویی	نظریه کنش‌گفتاری	نامعلوم: [نمونه: ۲۶ آگهی بازرگانی]	تحلیل گفتمان زبان‌شناختی	متن هر تبلیغ جداگانه تحلیل شده است
۳۷	[احتمالاً ۱۳۸۵]	دانشگاه عالی دفاع	مدیریت استراتژیک	ابراهیم حسن‌بیگی	بررسی تهدید رسانه‌ای غرب علیه جمهوری اسلامی، مطالعه موردی رادیوهای بیگانه	شناسایی فنون تبلیغات و جنگ رسانه‌ای رادیوهای بیگانه و تأثیر بر امنیت ملی ایران	رادیو در جنگ رسانه‌ای	استراتژی‌های امنیتی در جامعه اطلاعاتی	۱۰۷ بولتن‌های محوری از سال ۸۲ تا سال ۸۴	ترکیبی- کتابخانه‌ای، تحلیل محتوا، پرسشنامه	نوشتار، جدول و آزمون‌های آماری

جدول شماره ۱: اطلاعات کلی پایان‌نامه‌ها

رشته	ارتباطات اجتماعی	مدیریت رسانه	زبان‌شناسی	جامعه‌شناسی	کتابداری و اطلاع‌رسانی	پژوهش هنر	مدیریت دولتی	مدیریت استراتژیک	مدیریت بازرگانی و اجرایی
دانشگاه تهران			۱						
علامه طباطبایی	۸								۱
دانشگاه بهشتی			۱						
دانشکده صداوسیما	۸	۸							
دانشگاه آزاد (تهران مرکز)			۲			۱	۱		
دانشگاه آزاد (علوم تحقیقات)									
پیام نور			۳						
دانشگاه عالی دفاع								۱	
جمع	۱۶	۸	۷	۱	۱	۱	۱	۱	۱

جدول شماره ۲: فراوانی پایان‌نامه‌ها براساس رشته و دانشگاه

زبان‌شناسی مرتبط با رادیو در دانشگاه پیام‌نور و پس از آن در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز انجام شده است، حال آنکه این موضوع در دو دانشگاه علامه طباطبایی و صداوسیما اساساً مورد توجه نبوده است. ضروری می‌نماید توجه ویژه‌ای به این مقوله (زبان‌شناسی رادیو) صورت گرفته و ارزش این پایان‌نامه‌ها از دید علم ارتباطات مورد بررسی قرار گیرد.

دانشکده صدا و سیما دفاع شده است که این امر نشان از اختصاص این رشته به دانشکده صداوسیما دارد. البته دانشگاه تربیت مدرس نیز به تازگی رشته‌ای با عنوان «مدیریت رسانه» تأسیس کرده است که متأسفانه در بخش میدانی این تحقیق کتابخانه آن دانشگاه هنوز مورد جست‌وجو قرار نگرفته است. جالب‌توجه‌ترین یافته این جدول آنکه بیشترین پایان‌نامه‌های

همانطور که در جدول شماره «۱» مشاهده می‌شود، بیشترین پایان‌نامه‌های مرتبط با رادیو در دانشگاه علامه طباطبایی و دانشکده صداوسیما دفاع شده و بیش از همه در رشته علوم ارتباطات اجتماعی بوده است. پس از آن رشته‌های مدیریت رسانه و زبان‌شناسی بیشترین پایان‌نامه‌ها را به خود اختصاص دادند. تمام پایان‌نامه‌های مربوط به مدیریت رسانه در

نام استاد راهنما	سال و دفعات راهنمایی پایان‌نامه	موضوع پایان‌نامه	چارچوب نظری اتخاذ شده
نعیم بدیعی	۱۳۷۶-۱۳۷۴-۱۳۷۵	مخاطب‌شناسی (۳بار)	بهره‌مندی و نیازجویی (۲بار) بهره‌مندی و رضامندی و نیازجویی
علی اصغر کیا	۱۳۸۳ - ۱۳۷۹	مخاطب‌شناسی - خبر و رادیوهای بیگانه	بهره‌مندی و رضامندی و نیازجویی - امپریالیسم فرهنگی
حسین‌علی افخمی	۱۳۸۲-۱۳۸۰	خبر و رادیوهای بیگانه - توسعه و رادیو	امپریالیسم فرهنگی - الگوی وحدت‌گرا و رهایی‌بخش
ناصر باهنر	۱۳۸۶ - ۱۳۸۳	دین و رادیو (۲ بار)	همگرایی رسانه با نظام فرهنگی و همگرایی سنت و مدرنیته استفاده و رضامندی و نظریه همگرایی
فرزان سجودی	۱۳۸۴ - ۱۳۸۴	زبان تبلیغات رادیویی - نشانه‌شناسی نمایش رادیویی	زبان‌شناسی نقش‌گرا (۲بار)
سیدمحمد دادگران	۱۳۸۶ - ۱۳۸۵	قلم‌گویی رادیویی- عملکرد کارکنان	ارائه مباحثی مرتبط - مدیریت فرهنگ سازمانی
محمدعلی هرمزی‌زاده	۱۳۸۶ - ۱۳۸۵	نگرش برنامه‌سازان به مخاطب عوامل تولید و جذابیت	نظریه مکتونیل درمورد رابطه ارتباط‌گر با مخاطب استفاده و رضامندی
حسن خجسته	۱۳۸۶-۱۳۸۵	شیکه‌های رادیویی تخصصی ارزیابی عملکرد شبکه رادیویی جوان	ارائه مباحثی مرتبط (۲بار)
طاہر روشندل	۱۳۸۷-۱۳۸۶-۱۳۸۶	پژوهش و تولید - عملکرد کارکنان- تعهد سازمانی کارکنان	اثربخشی سازمانی - اثربخشی و مدیریت مشارکتی- مدیریت سرمایه انسانی

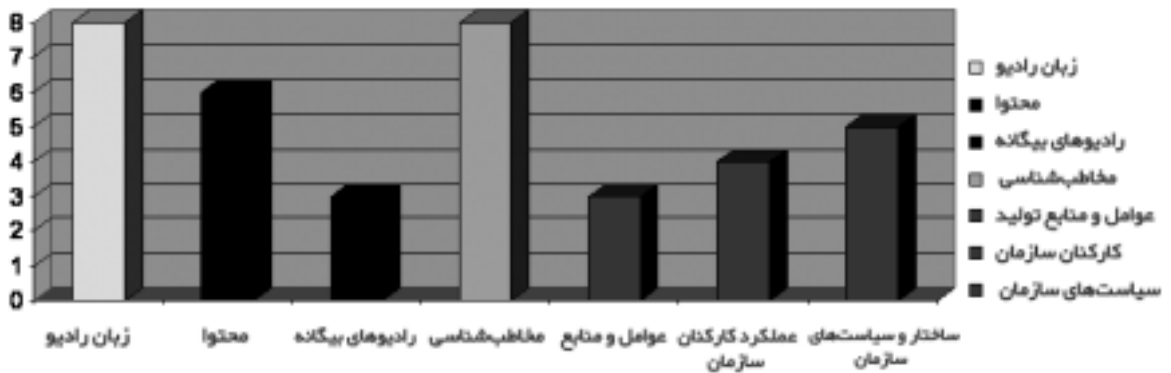
جدول شماره ۳: در این جدول اساتیدی که استاد راهنمای بیش از یک پایان‌نامه در مورد رادیو بوده‌اند، با تفصیل سال راهنمایی، موضوع و رویکرد نظری معرفی شده‌اند.

که به «محتوا» پرداخته‌اند در رتبه بعدی قرار دارند اما توجه به اینکه در «رادیوهای بیگانه» نیز بیشتر محتوای خبر مورد بررسی بوده، می‌توان آن را به ستون محتوا اضافه کرد. به‌همین ترتیب موضوعات «عوامل و منابع تولید»، «عملکرد کارکنان سازمان»، «ساختار و سیاست‌های سازمان» را نیز می‌توان بنا بر گروه آموزشی آنها در مقوله «مدیریت رسانه» قرار داد. این ترکیب موضوعات را می‌توان در نمودار شماره «دو» مشاهده کرد. از منظری دیگر پایان‌نامه‌های مدیریت رسانه که با رنگ قرمز در نمودار مشخص شده‌اند متعلق به گروه آموزشی مدیریت رسانه در دانشکده صدا و سیما هستند. موضوع مخاطب‌شناسی که با رنگ سبز در جدول مشخص شده بیشتر پایان‌نامه‌هایی را شامل می‌شود که در دانشگاه علامه طباطبایی دفاع شده‌اند و رنگ زرد پایان‌نامه‌هایی را نشان می‌دهد که خارج از علم ارتباطات و بیشتر در دامن علم زبان‌شناسی است و در دانشگاه‌های پیام‌نور و آزاد تهران مرکز انجام و دفاع شده‌اند.

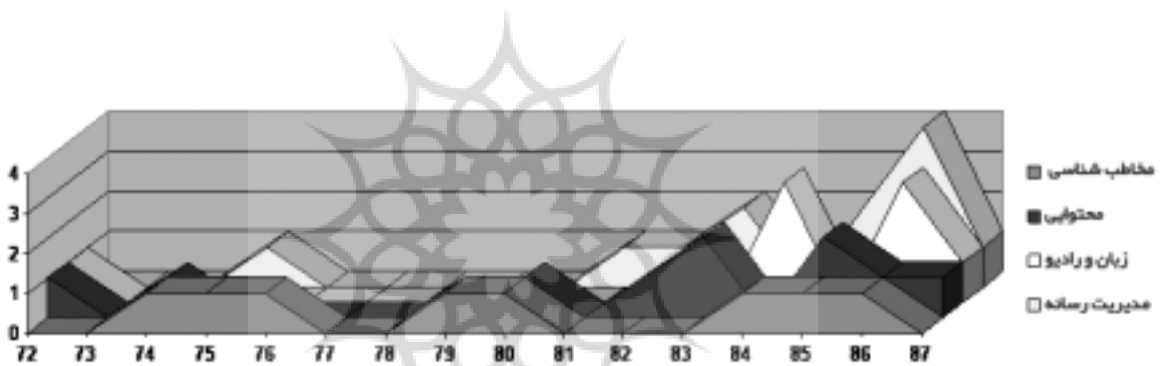
نمودار شماره «دو» نشان می‌دهد که در چه سال‌هایی چه موضوعاتی در پایان‌نامه‌ها مورد توجه بوده‌اند. چنانکه مشاهده می‌شود، غیر از

جدول شماره «۳» اساتیدی را معرفی می‌کند که استاد راهنمای بیش از یک پایان‌نامه در مورد رادیو بوده‌اند و موضوع و رویکرد نظری اتخاذ شده در این پایان‌نامه‌ها را نشان می‌دهد. هدف از این جدول، شناسایی متخصصان علاقه‌مند به رادیو و نظر خاص ایشان به رادیو است. از سوی دیگر جدول فوق تناسب موضوعی پایان‌نامه‌های راهنمایی شده را نیز نشان می‌دهد. آقایان بدیعی و روشندل بیشترین پایان‌نامه مرتبط با رادیو را راهنمایی کرده‌اند. بیشترین یکنواختی در پایان‌نامه‌های راهنمایی شده توسط آقای بدیعی مشاهده می‌شود که موضوع و رویکرد نظری یکنواختی را در سه پایان‌نامه پیش‌برده‌اند. ارزش این تداوم در انباشت حجم قابل توجهی از اطلاعات قابل مقایسه است که در مجموع می‌تواند شناخت وسیعی را حاصل نماید. در رتبه دوم پایان‌نامه‌های راهنمایی شده توسط آقایان روشندل، سجودی و باهنر یکنواختی و تداوم قابل توجهی را نشان می‌دهند.

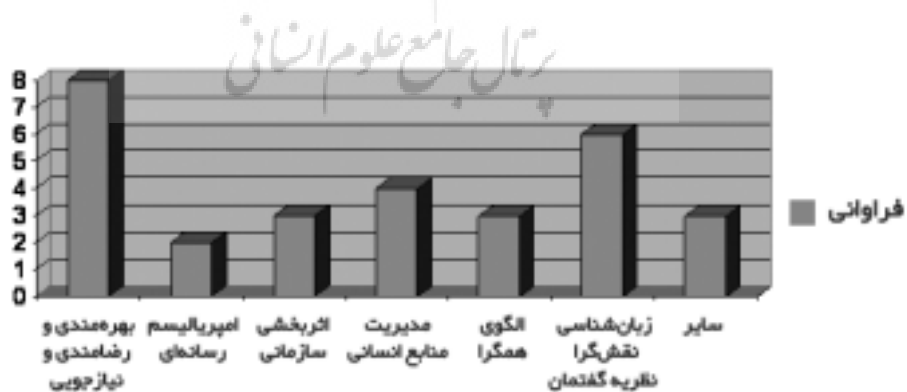
نمودار شماره «۱» بیشترین فراوانی موضوعی را در دو موضوع «مخاطب‌شناسی» و «زبان رادیو» نشان می‌دهد. پایان‌نامه‌هایی



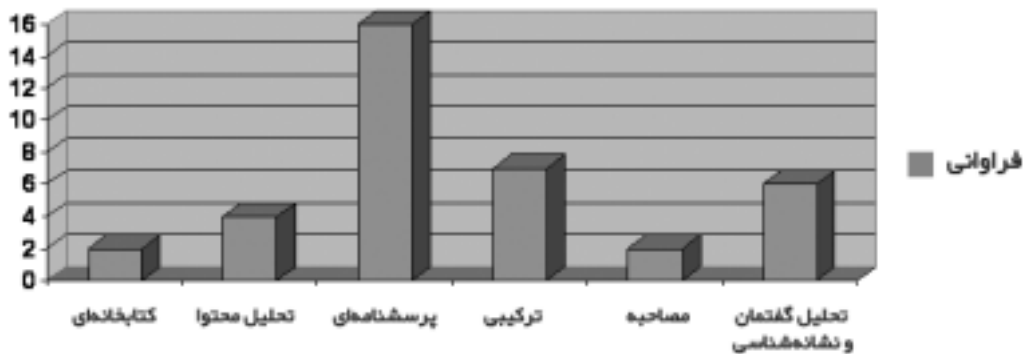
نمودار شماره ۱: این نمودار فراوانی کانون توجه در پایان‌نامه‌های مورد بررسی را نشان می‌دهد. بدیهی است که موارد مشابه تحت عناوینی جامع مقوله‌بندی شده‌اند.



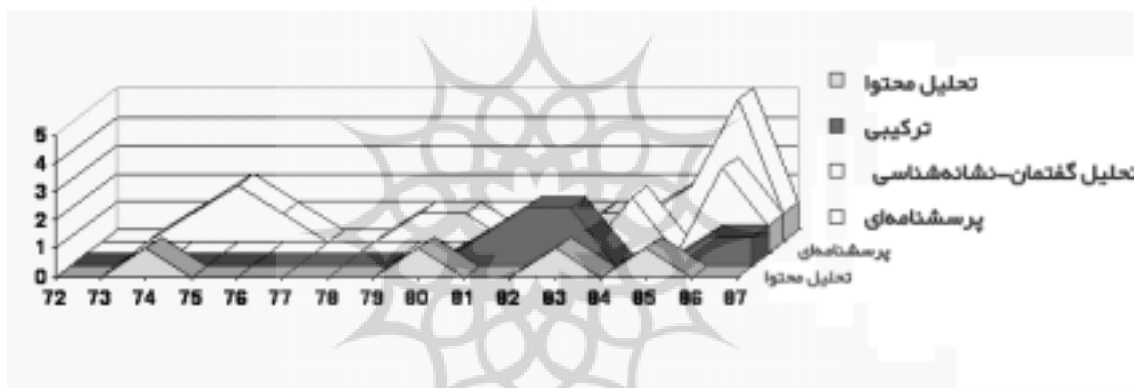
نمودار شماره ۲: (این نمودار فراوانی پایان‌نامه‌ها را در مقولات موضوعی در طول سالهای مورد بررسی نشان می‌دهد).



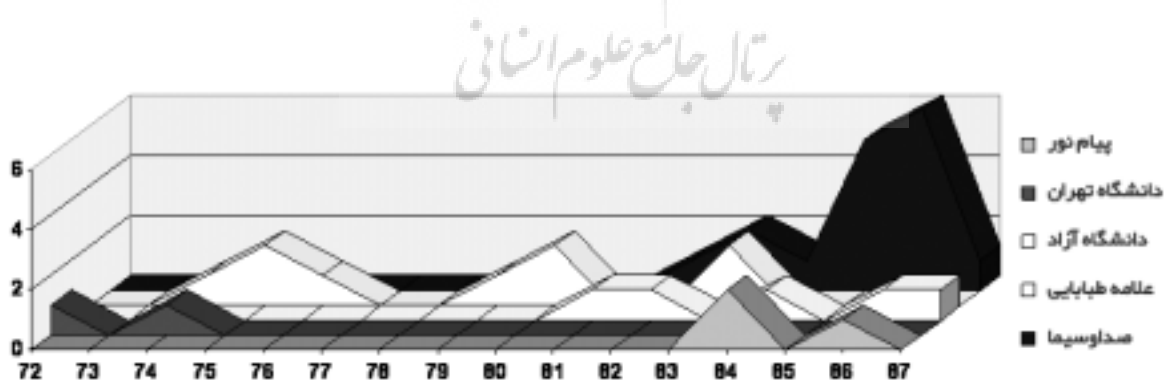
نمودار شماره ۳: (این نمودار فراوانی «رویکردهای نظری» در پایان‌نامه‌های مورد بررسی را نشان می‌دهد. بدیهی است که موارد مشابه تحت عناوینی جامع مقوله‌بندی شده‌اند. با این حال مواردی که قابل ترکیب نبودند در مقوله «سایر» قرار داده شدند.)



نمودار شماره ۴: (این نمودار فراوانی «روش‌های مورد استفاده» در پایان‌نامه‌های مورد بررسی را نشان می‌دهد).



نمودار شماره ۵: (این نمودار فراوانی روش‌های مورد استفاده در پایان‌نامه‌ها را در طول سالهای مورد بررسی نشان می‌دهد).



نمودار شماره ۶: (این نمودار فراوانی پایان‌نامه‌هایی که در طول سالهای مورد بررسی دفاع شده‌اند را به تفکیک سال و دانشگاه نشان می‌دهد).

«مخاطب‌شناسی» که تقریباً میزان ثابتی در این دوره زمانی داشته است؛ سایر مقولات در چند سال اخیر با رشد کمی قابل توجهی روبرو بوده‌اند. بیشترین رشد در موضوع «مدیریت رسانه» بوده که علت آن تأسیس رشته‌ای با همین عنوان در دانشکده صداوسیماست. رشد ناگهانی موضوع «زبان و رادیو» نیز به علت توجه اساتید و دانشجویان زبان‌شناسی به بررسی رادیو به‌ویژه فعالیت‌های علمی آقای فرزاد سجودی بوده است. رشد در تحقیقات محتوایی نیز تحت تأثیر رشته «ارتباطات اجتماعی» در دانشکده صداوسیماست.

در نمودار شماره «۳» بیشترین فراوانی رویکرد نظری اتخاذشده متعلق به نظریه بهره‌مندی و رضامندی و نظریه نیازجویی است. این نظریه یکی از مناسب‌ترین رویکردهای نظری برای تحقیقات مخاطب‌شناختی است. همانطور که مشاهده می‌شود، فراوانی آن نیز با تعداد پایان‌نامه‌های مخاطب‌شناختی در نمودار قبل برابر است. اما باید متذکر شد که محبوبیت این نظریه در میان محققان علوم ارتباطات استفاده از آن را در هر تحقیق توجیه نمی‌کند. در موارد متعددی مشاهده شد که در برخی از پایان‌نامه‌ها که چارچوب نظری مشخصی برگزیده‌اند و به ارائه مباحث نظری پراکنده‌ای اقدام کرده‌اند، یکی از نظریاتی که در این موارد به کرات ذکر شده بود نظریه بهره‌مندی و رضامندی بود. ضروری می‌نماید در مورد امکانات و محدودیت‌های این نظریه که از محبوبیت زیادی برخوردار است، اطلاع‌رسانی شود. زبان‌شناسی نقش‌گرا و نظریه گفتمان نیز در اغلب تحقیقات زبان‌شناختی مورد استفاده قرار گرفته است. در میان محققان رسانه، آشنایی نسبتاً خوبی با نظریه گفتمان وجود دارد ولی نظریه نقش‌گرا در زبان‌شناسی که مقوم بعد زبان‌شناختی نظریه گفتمان نیز هست، تقریباً در میان محققان رسانه ناآشناست. بررسی دقیق‌تر پایان‌نامه‌های این بخش نشان داد که این نظریه قابلیت توجه بیشتر در تحقیقات ارتباطی را دارد. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی برای شناسایی ابعاد ارتباطی و رسانه‌ای این نظریه انجام شود و در مرحله نخست پایان‌نامه‌های این بخش مورد مطالعه و اطلاع‌رسانی دقیق قرار گیرد.

نمودار شماره «۴» بیش از هر چیز نشان از یک افراط و تفریط دارد. تحلیل محتوا و تحلیل

گفتمان از مناسب‌ترین روش‌های تحقیق در رسانه و ارتباطات است، اما متأسفانه مشاهده شده در مواردی که مناسب‌ترین روش روش تحلیل محتوا بوده است از روش پیمایش پرسشنامه‌ای استفاده شده است. در پایان‌نامه‌های موردبررسی حتی یک مورد تحلیل گفتمان که در رشته ارتباطات انجام شده باشد؛ مشاهده نشد. آنچه در نمودار مشاهده می‌شود منحصر به تحقیقات زبان‌شناختی است. شایان ذکر است نسبت تحقیق‌ها با روش تحلیل محتوا در دانشکده صداوسیما کمتر از این نسبت در دانشگاه علامه است. همچنین باید متذکر شد که تحقیقاتی که از ترکیب روش‌های مختلف (اغلب پرسشنامه با تحلیل محتوا و یا با مصاحبه) استفاده نموده‌اند، به نسبت، چارچوب و یافته‌های بهتری را عرضه کرده‌اند.

همانطور که در نمودار شماره «۵» مشاهده می‌شود، پرسشنامه در تمام سال‌های موردبررسی غیر از سال‌های ۸۲ و ۸۳ بیش از سایر روش‌ها مورد استفاده بوده است. البته باید توجه داشت در روش ترکیبی که در دو سال مذکور بیشترین فراوانی را داشته، اغلب اوقات پرسشنامه رکن اصلی محسوب می‌شود. رشد شدید روش تحلیل گفتمان و نشانه‌شناسی منحصراً تحت تأثیر پایان‌نامه‌هایی است که در سال‌های اخیر به زبان‌شناسی یا نشانه‌شناسی رادیو پرداخته‌اند. مهم‌ترین سؤالی که از مشاهده این نمودار مطرح می‌شود، علت توجه کم به روش تحلیل محتواست؛ درحالی که این روش یکی از مناسب‌ترین روش‌ها در تحقیقات رسانه‌ای است.

نمودار شماره «۶» نشان می‌دهد که بیشترین پایان‌نامه‌ها در سال‌های ۷۴ تا ۸۱ در دانشکده علامه طباطبایی دفاع شده‌اند و عوارض نمودارهای ۲ و ۶ در بین این سال‌ها بیشتر ویژگی‌های پایان‌نامه‌هایی را نشان می‌دهد که در این دانشگاه دفاع شده است. از سوی دیگر بیشترین پایان‌نامه‌ها در سال‌های ۸۵ و ۸۶ در دانشکده صداوسیما انجام شده و بیشتر عوارض سال‌های ۸۵ و ۸۶ در نمودارهای ۲ و ۶ (غیر از موضوع زبان و رادیو و روش تحلیل گفتمان و نشانه‌شناسی) مربوط به ویژگی‌های پایان‌نامه‌های این دانشکده است.

نتیجه

دانشکده صداوسیما در کمیت پایان‌نامه‌های

مرتبط با رادیو رشد قابل توجهی داشته است؛ اما به نظر می‌رسد با تأسیس رشته «مدیریت رسانه» گام‌های درخوری در جهت رشد کیفی پایان‌نامه‌ها برداشته نشده است؛ از جمله اینکه توجه کافی به روش تحلیل محتوا و موضوع مخاطب‌شناسی صورت نگرفته است. تداوم و یکنواختی موضوعات و رویکرد نظری و روش‌شناختی پایان‌نامه‌ها می‌تواند اثر مثبتی بر افزایش کیفیت پایان‌نامه‌های مربوط به رادیو داشته باشد. به نظر می‌رسد تداوم موضوعی، روشی و تا حدودی نظری در پایان‌نامه‌هایی که آقای دکتر طاهر روشندل راهنمایی کرده‌اند، پیش گرفته شده که می‌تواند جایگزینی جدید برای برنامه پژوهشی رادیو در دانشگاه علامه باشد که گویا چند سالی است که از حرکت باز ایستاده است. در مورد دانشگاه تهران نیز این سؤال مطرح است که چرا با وجود رشته «ارتباطات» و «مطالعات فرهنگی و رسانه» که سابقه قابل توجهی نیز دارند، در این دانشگاه پایان‌نامه‌هایی مرتبط با رادیو انجام نشده است؟!

شایسته است اقداماتی جهت سامان‌دادن به پژوهش‌های ارزشمند اما پراکنده زبان‌شناسی که در سه دانشگاه مختلف صورت گرفته است انجام شود. همچنین از انجام پایان‌نامه مربوط به رادیو در رشته‌های مختلف حمایت شود تا چشم‌اندازهای جدید به موضوع، خودنمایی کند. البته ضروری می‌نماید در مورد امکانات و محدودیت‌های نظریات مورد استفاده در تحقیقات رسانه‌ای اقداماتی صورت گیرد و از پژوهش‌هایی که از روش‌های تحلیل محتوا و تحلیل گفتمان استفاده می‌کنند، استقبال شود.