

صفحه	فهرست مطالب	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۲	۱-۱- طرح مسئله
۳	۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق
۴	۱-۳- اهداف تحقیق
۴	۱-۴- سوالات تحقیق
۵	۱-۵- تعریف مفاهیم
۹	۱-۶- درباره BBC
۱۱	۱-۷- درباره راگه عمر
۱۳	فصل دوم: مبانی نظری تحقیق
۱۴	۲-۱- بررسی تحقیقات پیشین
۱۹	۲-۲- چارچوب نظری تحقیق
۱۹	۲-۲-۱- اقناع و جنگ روانی
۲۲	۲-۲-۲- تاریخچه جنگ روانی
۲۳	۲-۲-۳- جنگ روانی
۲۷	۲-۳- تبلیغات و جنگ روانی
۲۹	۲-۳-۱- تاکتیکهای تبلیغات
۳۴	۲-۴- جنگ روانی در عصر حاضر
۳۸	۲-۵- فشارهای عملی در جنگ روانی
۴۸	۲-۶- اهداف جنگ روانی
۵۱	۲-۶-۱- عملیات روانی در کشورهای اسلامی
۵۳	۲-۶-۲- اهداف جنگ روانی علیه مسلمانان

۵۶ ۲-۷- تکنیکها و تاکتیکهای جنگ روانی
۷۹ ۲-۸- مستند و مستند خبری
۸۰ ۲-۸-۱- تقسیم بندی مستند خبری
۸۱ ۲-۸-۸-۱- عوامل موثر بر گیرایی مستند خبری
۸۵ ۲-۸-۸-۲- خبرنگاری داستانی
۸۶ ۲-۸-۸-۳- بخشهای یک داستان خبری
۹۱ ۲-۸-۸-۴- ادبیات کلامی در مستند خبری
۹۴ ۲-۹- قدرت نرم خبر
۹۵ ۲-۹-۱- نرم خبر و سخت خبر
۹۷ ۲-۱۰- کارکرد نقالی در خبر
۱۰۵ فصل سوم: روش تحقیق
۱۰۶ ۳-۱- تحقیق موردی
۱۰۹ ۳-۲- شات لیست برنامه های راگه
۱۲۷ ۳-۳- متن گفتار راگه در ایران
۱۷۰ فصل چهارم: یافته های تحقیق
۱۸۳ فصل پنجم: نتیجه گیری
۱۹۴ ۵-۱- پیشنهادها
۱۹۵ فهرست منابع و مآخذ
۲۰۰ ضمائم

فصل اول

کلیات تحقیق

فصل دوم

مبانی نظری تحقیق

فصل سوم

روش تحقیق Case Study

فصل چهارم

یافته های تحقیق

فصل پنجم

نتیجه گیری

۱-۱ - طرح مسئله

رسانه های غربی به منظور ایجاد شکاف بین آرای عمومی و ایجاد بی اعتمادی در مردم کشورهای هدف نسبت به مسئولان و رهبران سیاسی و همچنین نفوذ در افکار عمومی و جهت دادن آنها به نفع نظام های سلطه با بهره گیری از تکنیکهای عملیات روانی اقدام به تولید و پخش برنامه های جذاب و متنوع مستندات خبری می کند. به این امید که نگرش مردم کشورهای هدف را به نفع خود تغییر دهد. در دهه هفتاد هدف اصلی برنامه های مستند خبری غرب انقلاب اسلامی و نظام ج.ا.ا بوده است و با تولید برنامه هایی چون «ایران، روزهای بحران» و «پاسداران آیت ا...» تلاش نموده اند تا به اهداف از پیش تعیین شده خود برسند.

در دهه هشتاد نوک تیر پیکان خود را به سوی اسلام و مسلمانان جهان هدف گرفته و با طرح ناکارآمدی دین مبین اسلام در توسعه صلح جهانی و نمایش قتل، ترور و بمب گذاری ها و وانمود کردن این مطلب که تمام خشونت ها از ناحیه مسلمانان انجام می شود سعی در مخدوش کردن نگاه مردم کشورهای خود و کشورهای اسلامی نموده اند. از جمله اقدامات انجام شده پخش کاریکاتورهای موهن علیه پیامبر مکرم اسلام در مطبوعات، سایت های اینترنتی و حتی تلویزیون های خود بوده اند. برنامه ای چون «جنگجویان خدا» که توسط کریستین امانپور خبرنگار CNN تهیه شده است نیز با هدف تروریست جلوه دادن طرفداران دین اسلام ساخته شده است. دیگر مثالها را می توان برنامه «ایران، چهره با حجاب» و برنامه «راگه در ایران» که هر دو در مورد ایران ساخته شده است را نام برد. شناخت فرآیند تولید و نوع چینش کلام و تصویر در این نوع برنامه و تکنیکهای عملیات روانی بکار رفته و نوع برنامه سازی و مستند کردن آنها از منظر برنامه سازی خبری حائز اهمیت است.

لذا پژوهشگر با توجه به اینکه دانشجوی کارشناسی ارشد ژورنالیزم می باشد و کشف روابط موجود در برنامه های مستند خبری از علاقه مندیهای وی است و شناخت نحوه عمل غربیها در

ساخت اینگونه برنامه را برای همکاران حوزه سیاسی و خبر لازم می داند سعی کرده است در روشنگری اهداف، تکنیکها و نحوه عمل عملیات روانی گامی برداشته و با تحلیل برنامه «راگه در ایران» بر مبنای شگردهای عملیات روانی گامی کوچک در تولید بردارد. لذا موضوع پایان نامه خود را «بررسی فرآیند جنگ روانی در مستندهای خبری بررسی مورد (Case)» مستند «راگه در ایران» را برگزیده است و با این سوال آغازین که مستندات خبری چرا و چگونه ساخته و پخش می شوند اقدام به پژوهش نموده است.

۱-۲- اهمیت و ضرورت تحقیق:

«نقش رسانه های بیگانه در شکل دهی به افکار عمومی داخلی (کشور هدف) نباید به هیچ رو نادیده گرفته شود زیرا این رسانه ها با کسب تجربیات طولانی و با استفاده از آزمونهای مختلف به جلب اعتماد مردم و ضربه زدن در لحظات حساس می پردازند» (آشنا، ۱۳۷۶، ص ۵۳).

با توجه به اینکه این رسانه ها از حمایت دولتهای متبوعشان برخوردارند و دارای نیروهای متخصص و مجرب و بودجه های کلان برای جمع آوری، گزینش و تدوین برای مستندهای خبری هستند ضرورت پرداختن به این مستندها که با چیدمان و گزینش در انتخاب سوژه، تصویر و کلام و موسیقی مناسب، با اهداف خاصی طراحی می شوند، ضرورتی انکارناپذیر است.

شاید در نگاه اول و در تعریف مستند خبری به نظر آید که وقت زیادی صرف اینگونه برنامه ها نمی شود، اما با برنامه ریزی که رسانه های بیگانه دارند سعی می کنند نگرش افکار عمومی کشور هدف را مورد حمله قرار دهند تا هنجارها را به سمت ارزشهای مطلوب خودشان تغییر دهند.

تغییر در علائق جوانان، مدل های پوشش و آرایش، بیگانگی با سنتهای فرهنگی و تضاد بین نسلها که باعث از هم پاشیدگی نظام ارزشی کشور مورد هدف می شود از اهداف این رسانه ها است، هویت ملی و دینی و اجتماعی هم از جمله کانون های مورد هدف فعالیتهای رسانه ای در قالب های جدید خبری هستند.

با توجه به تعدد مستندهای خبری و پخش آنها از رسانه های بیگانه و با توجه به استفاده فراوان این مستندها از تکنیکهای مختلف جنگ روانی، پرداختن به این مستندها و تجزیه و تحلیل آنها از نظر ساخت و محتوا ضرورت می یابد.

۳-۱- اهداف تحقیق:

جنگ روانی، عملی سازمان یافته و برنامه ریزی شده است، که با هدف تغییر افکار عمومی و تأثیر گذاری بر احساسات و تمایلات و رفتار کشور مورد هدف صورت می گیرد. رسانه های بیگانه با شگردهای تبلیغاتی و رسانه ای و بهره گیری از توان تبلیغاتی جهت پیشبرد اهداف و کسب اعتماد مخاطبین کشورهای مورد نظر سعی کرده اند تعداد مخاطبین خود را افزایش دهد.

رسانه های بیگانه برای تأمین نیاز مخاطب با ارائه زیبای پیام، زبان و ادبیات مخاطب و تنوع در ساخت محصولات فرهنگی، از جمله مستندهای خبری، و سرعت در پخش به موقع آنها کانون اندیشه را هدف قرار می دهند.

در این پژوهش محقق سعی کرده است اهداف زیر را دنبال کند:

- ۱- به اصول حاکم بر عملیات روانی بپردازد.
- ۲- فرآیند جنگ روانی را تشریح کند.
- ۳- روشهای عملیاتی جنگ روانی را معرفی کند.
- ۴- قالبهای برنامه سازی خبری را بیان کند.
- ۵- ویژگیهای مستندخبری را بر شمارد.
- ۶- اهمیت داشتن داستان، صدا، تصویر، موسیقی، تدوین و... بیان کند.
- ۷- مستند خبری « راگه در ایران » تولید بی بی سی را با توجه به یافته های نظری تحلیل کند.

۴-۱- سوالهای تحقیق

- ۱- چگونه از تاکتیکها و تکنیکهای جنگ روانی در مستندهای خبری استفاده می شود؟
- ۲- آیا مستندهای خبری در قالبهای خاصی ساخته می شوند؟
- ۳- آیا مستندهای خبری در رساندن پیام اهداف خاصی را دنبال می کنند؟
- ۴- مستندهای خبری چه ویژگی های ساختاری دارند؟
- ۵- آیا مستندهای خبری دارای ادبیات کلامی خاصی هستند؟

۶- آیا استفاده از ابزار فنی، نور و صدا و تصویر، تدوین، در خدمت پیشبرد مستند خبری به کار رفته است؟

۷- مستند خبری را که در ایران از کدامیک از تکنیکهای عملیات روانی بهره گرفته است؟

۱-۵ - تعریف مفاهیم:

جنگ روانی

عبارت است از انجام اقدامات عملیاتی که برای تحت شعاع قراردادن طرز تفکرات و عقاید افراد یک جامعه و ایجاد تنشها و بحران روانی و اجتماعی با استفاده از تکنیکها و تاکتیکها و شیوه های تبلیغی و روانی (ترور، فریبکاری، سانسور، جاسوسی، خشونت‌های سیاسی) برای رسیدن به اهداف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و نظامی بدون رویارویی نظامی صورت می گیرد.

تکنیک های رسانه ای:

تکنیکهایی که مضمون خود آشکار یا خود معرف دارد: برای تشخیص ویژگیهای این نوع تبلیغات هیچگونه اطلاعات اضافی ضرورت ندارد. تکنیک های اهانت و استفاده از شعارها دارای این ویژگی هستند.

تکنیکهایی که شناخت آن مستلزم اطلاعات اضافی است: برای تشخیص این تکنیک لازم است که هدف مورد نظر یا تحلیلگر، اطلاعات اضافی داشته باشد. دروغگویی نمونه ای از این تکنیک است. مخاطب یا تحلیلگر برای دانستن اینکه آیا به او دروغ گفته شده یا خیر، باید اطلاعات اضافی داشته باشد.

تکنیکهایی که تنها پس از بازدهی، آشکار می شود: تغییر آهنگ کلام نمونه ای از این تکنیک است. تا زمانی که میزانی متنوع و گوناگون از تبلیغات مورد توجه قرار نگرفته است، مخاطب و تحلیلگر هیچکدام نمی توانند به این نکته پی ببرند که تغییر آهنگ کلام روی داده است.

تکنیکهایی که استدلال در آن مورد استفاده قرار گرفته است: استدلال، دلیل یا رشته ای از دلایل است در پاسخ به این سوال که چرا مخاطب باید به روشی خاص رفتار کند، بیندیشد یا فکر کند. استدلال به طور ضمنی یا تلویحی بیان می شود.

تکنیکهای جنگ رسانه ای: افکارسازی، تصویرسازی، تحریف، دستکاری اطلاعات، شایعه سازی، جعل خبری، شوک های خبری، بزرگنمایی و برجسته سازی و تبلیغات، تعدادی از این تکنیکها هستند.

تاکتیکها:

تاکتیک فریب: این تاکتیک را استراتژی دروغ بزرگ یا فریب تاریخی نیز می گویند، در این تاکتیک کوشش می شود تا مخاطب یا مخاطبان به سمت ساختن یک فضای روانی متفاوت با واقعیات سوق داده شوند.

تاکتیک اغراق: روشی است که برای بزرگ جلوه دادن به کار می رود.

تاکتیک تعدیل: این شگرد در نقطه متضاد اغراق است.

مستند خبری:

«مستند به برنامه یا فیلمی اطلاق می شود که پا را از ارائه صرف واقعیات فراتر می گذارد و به تفسیر آن می پردازد. در این مفهوم خود واقعیات در واقع مصالح و ابزاری هستند که ساختمان مستند توسط آنها شکل می گیرد» (محمدی مهر، ۱۳۷۷، ص ۶).

هدف از ساخت مستند خبری، اطلاع رسانی است، آگاه کردن بیننده به طور سریع نسبت به وقایعی که در محیط زندگی او یا جهان روی داده و یا در حال گذر است.

«از نظر محتوایی مستندهای خبری در سه گروه: ۱- اقناعی ۲- اطلاع رسانی ۳- دستوری، طبقه بندی می شود» (ساختار مقدماتی یک خبر، ۱۳۸۶).

^۱ Preliminary structure of News

تعدادل درخبر^۲: «در یک برنامه ی خبری ارائه نظرها و دیدگاههای مختلف یا انعکاس آواهای متفاوت برای جذاب کردن یک برنامه ی خبری انعکاس نقطه نظرات مثبت و منفی و خشتی برای نشان دادن بی طرفی رسانه» (میرفخرایی، ۱۳۸۵، ص ۱۲۵).

مستند خبری «راگه در ایران»:

«مستند خبری راگه در ایران»، گزارش مستندی است که BBC آن را تهیه کرده است و راوی آن راگه عمر گزارشگر مشهور و با سابقه BBC است. با استفاده از روایت مستقیم در چارچوب یک مستند ساده و صمیمی اوضاع ایران را برای مخاطبان انگلیسی و دیگر ملل جهان از جمله ایران به تصویر می کشد.

تقسیم بندی مستندها از نگاه خبرگزاری رویترز:

۱- مستند خبری اقناعی

۲- مستند خبری اطلاع رسان

۳- مستند خبری دستوری

۱- مستند خبری اقناعی: در این گونه مستندها با ارائه استدلال، واقعیات به گونه ای انعکاس می یابد که مخاطب به این نتیجه برسد که آنچه در فیلم ارائه می شود صحیح است.

۲- مستند اطلاع رسانی: در این گونه مستندها وقایعی به اطلاع مخاطب می رسد که یا مخاطب از آنها اطلاعی ندارد یا اطلاعات او ضعیف است و در این روش یا ارضای کنجکاوی مخاطب توجه عمومی به آنها جلب می کند.

۳- مستندهای دستوری: که به مخاطب دستوری برای اجرا داده می شود (ساختار مقدماتی یک خبر، ۱۳۸۴^۳).

^۲ Balance of Presentation

^۳ Preliminary structure of News

نورپردازی^۴: که نقش بسیاری مهمی در آفریدن جو و فضای فیلم مستند دارد، با نور پردازی می توان تاکید کرد، لحن خاصی ایجاد کرد، انزجار را القا کرد، افشا نمود و پنهان کرد.

رنگ^۵: رنگهای خاکستری، آبی و سفید برای مثال از لحن زبر و خشنی برای نمایش برخوردارند ، در حالیکه رنگهای کهربایی، صورتی و نارنجی به تصویر گرما می بخشند.

تدوین^۶: تدوین در تنظیم ترتیب سکانسها بسیار موثر است. فیلمساز با هنر تدوین می تواند زمان و فضا را آنچنان بسازد و دستکاری کند تا به حال و هوای ویژه مورد نظرش برسد. صحنه سازی^۷: وقتی که یک فیلم را مشاهده می کنیم، هر آنچه که می بینیم. فیلم (فریمینگ)) بطور ضمیمه در هر فریم وجود دارد. آنچه می بینم ممکن است کاملا طبیعی به نظر برسد اما همین تصاویر بعدا توسط کارگردان با دقت بسیار گزینش و ترکیب بندی می شوند. کارگردان جایگاه افراد و اشیاء و دوربین را در هر فریم انتخاب می کند.

حرکت دوربین: اینکه دوربین کجا باشد و افکت های لازمه به چه طریقی صورت پذیرند که رویدادهای فیلم را به راحتی درک کنیم.

فوکوس^۸: وضوح تصویر و تنظیم حالت دوربین برای افکت های مناسب

دیالوگ فیلم^۹: تنظیم صدا و گویش فیلم

موسیقی^{۱۰}: اینکه چه نوع از موسیقی با مستند مورد نظر همخوانی دارد و چه حال و هوایی به: آن می دهد.

پیشینه و اتفاقات پیرامون اخبار^{۱۱}:

سابقه دو نقش را در فراورده خبری ایفا می کند. نخستین نقش آن تکمیل کننده خبر است و دومین نقش آن جهت دادن به خبر است.

^۴ Lighting

^۵ Color

^۶ Editing

^۷ Framing

^۸ Focus

^۹ Narration

^{۱۰} Music

^{۱۱} Background

برجسته سازی

در بحث برجسته سازی این نکته مدنظر بوده است که هرگاه در یک مطلب خبری چند ارزش خبری آمده باشد درجه برجستگی بر اساس اولویت ارائه، تعیین می شود و بدیهی است که ارزش اول مطرح شده از برجستگی بیشتری نسبت به سایر ارزش های استفاده شده برخوردار است.

اخبار مثبت: اخباری که بار مثبت داشته و با نوعی پیشرفت و موفقیت همراه است. مسائل مربوط به سازندگی، همبستگی مردم و مسئولان، بالا رفتن ضریب امنیت و آسایش مردم، تقویت اعتماد عموم به کارگزاران و مواردی از این دست در رده مثبت قرار می گیرد.

اخبار منفی: اخبار و مطالبی که سیر نزولی و عدم موفقیت را می رساند مانند: درگیری ها، تضادها، ناکارآمدی، ناآرامی و مواردی که با تلفیق گزینش شده جو منفی ایجاد می کند.

اخبار خنثی: اخباری که نه بار مثبت دارند و نه بار منفی

پخش خبر با روش تبلیغ سفید: تبلیغی که منبع آن مشخص و شناخته شده است و اطلاعات به سمت صداقت و درستی تمایل دارد (هدف تبلیغ سفید کسب اعتبار، در نظر مخاطبان است با حداقل دستکاری)

پخش خبر با روش خاکستری: هنگامی که هویت منبع خبر واضح نیست، نه کاملاً شناخته شده و نه کاملاً ناشناس، ممکن است منبع درست باشد و اطلاعات نادرست، اما گاهی اطلاعات درست است و منبع ناشناخته.

پخش خبر با روش سیاه: هم منبع و هم اطلاعات انتشار یافته نادرست و ابهام آمیز هستند، انتشار خبر دروغ به نقل از یک منبع مجهول.

۱-۶- درباره بی بی سی BBC

بی بی سی بزرگترین شبکه خبررسانی جهان است که در سال ۱۹۲۲ تاسیس شد. این شبکه ابتدا برنامه های رادیویی پخش می کرد و از سال ۱۹۳۲ برنامه تلویزیونی بی بی سی نیز آغاز به کار کرد. علاوه بر رادیو و تلویزیون، بی بی سی از طریق اینترنت نیز اخبار و مطالب خود را انعکاس می دهد. بودجه دولتی این سرویس خبررسانی ۴ میلیارد پوند در سال است. تجربه طولانی، وجود نیروهای

مغرب، آینده نگری و بهره برداری به موقع از فن آوری موجب پدید آمدن این شبکه قدرتمند و اثرگذار شده است. آنچه موجب شهرت بی بی سی شده، اخبار و اطلاع رسانی این شبکه است و سایر برنامه های بی بی سی از نظر کمی و کیفی به برنامه های خبری آن نمی رسد. دسترسی خبرنگاران و تحریریه های خبری به تصاویر آرشیو از طریق رایانه و به کمک نرم افزار مورد استفاده در بی بی سی بسیار آسان است و همچنین پایگاه خبری بی بی سی در اینترنت با بیش از دویست کارمند خبری، ۲۴ ساعته فعال است. (قلی زاده، ۱۳۸۶، ص ۱۲)

بخش جهانی رادیو بی بی سی به عنوان یک رسانه جهانی، در سرتاسر دنیا بیش از ۱۵۰ میلیون شنونده دارد و ماهانه بیش از ۷۵ میلیون بار به سایت های اینترنتی آن مراجعه می شود. محبوبیت بخش جهانی بی بی سی بیشتر به دلیل گزارش همه جانبه از رخدادها و پرداختن به کنگه مسائل جهانی است که به همین دلیل جوایز بین المللی زیادی نیز به دست آورده است. برنامه های بی بی سی به ۴۳ زبان پخش می شود و همه این برنامه ها از طریق اینترنت با امکان پخش صدا قابل دسترسی است. خبرهای بین المللی در مرکز کار بخش جهانی بی بی سی قرار دارد. علاوه بر برنامه سازان خبره که در ۳۳ قسمت در بخش جهانی بی بی سی فعالند، ۲۵۰ خبرنگار نیز به طور شبانه روزی مهمترین تحولات بین المللی تاثیرگذار در زندگی مردم را به ۴۳ زبان، به دنیا ارائه می کنند.

در مورد سرویس جهانی بی بی سی باید گفت که در آیین نامه نصب شده بر دیوار اتاق خبر آن از انگلیسی های مقیم خارج به عنوان یک گروه هدف کوچک اما تعیین کننده یاد شده است که احتمالاً از این سرویس به عنوان منبع اصلی اخبار خود استفاده کرده و علاقه ای به تفسیر برنامه های آن ندارند (بی بی سی، ۱۳۸۶).

بنابراین اساس استراتژی بی بی سی ماموریت سه گانه متمرکز روی تامین نیازهای بریتانیاست:

- ۱- متحد کردن جامعه در حال تقسیم
- ۲- مکمل برنامه های تجاری بودن
- ۳- تامین نیازهای گروه های گوناگون مخاطب

سایت فارسی بی بی سی در ماه مه ۲۰۰۱ راه اندازی شد. این سایت در ۹ صفحه جداگانه شامل صفحه نخست (خبرهای جهان، ایران و منطقه)، صفحه ایران، افغانستان، تاجیکستان، جهان، فرهنگ و

هنر، دانش و فن، اقتصاد و بازرگانی، نگاه ژرف، جدیدترین اخبار، تصاویر، گزارشها و تحلیلها را در این زمینه ها به کاربران ارائه می دهد. سایت فارسی بی بی سی که نخستین سایت خبری فارسی زبان از نوع خود است، توانسته در مدت کوتاهی مخاطبان بسیاری را از کشورهای مختلف به خود جلب کند. آمار نشان می دهد که از زمان راه اندازی این سایت، همچنان هر ماه به تعداد مراجعه به آن افزوده شده است. در اکتبر سال ۲۰۰۶ سایت فارسی بی بی سی، جایزه بهترین سایت خبری فارسی آکادمی جهانی هنر، ادبیات و رسانه را دریافت کرده است و همچنین سایت اینترنتی بی بی سی فارسی توانست جایزه شیر طلایی را در رشته بهترین سایت خبری دریافت کند

در کتاب دستورالعمل برنامه سازی BBC به ۶ گروه توجه ویژه شده است، که عبارتند از ۱- زنان ۲- اقلیتهای قومی ۳- معلولین ۴- گروههای مذهبی ۵- کسانی که گرایشهای جنسی غیر متعارف دارند ۶- کهنسالان (بلیغ، ۱۳۸۰، ف ۶).

با توجه به این دستورالعمل نه تنها کشورهای اروپایی، حتی امریکا در بحث عملیات روانی روی نکته هایی که تقریباً نقطه ی مشترک دارند، انگشت می گذارند، از جمله زنان در برنامه های تصویری جایگاه ویژه ای دارند، در این مستند با ۴ زن به طور اخص و زنان فرعی اماکن عمومی یا در مجله چلچراغ به طور اعم مصاحبه شده است، همینطور مسائل عمومی مثل موسیقی که هنوز حدود و ثغور آن در کشور ما مشخص نیست، BBC انگشت تاکید روی این مساله مبهم گذاشته است.

۱-۷- مشخصات راگه عمر:

راگه عمر در ۱۹ جولای سال ۱۹۶۷ در سومالی به دنیا آمده است. او از ۴ فرزند خانواده نفر آخر است.

در ۱۹۹۰ میلادی راگه عمر در دانشگاه آکسفورد لیسانس هنر در تاریخ مدرن گرفته است. و از همان سال (۱۹۹۰) فعالیت خود را به عنوان یک ژورنالیست در بریکستون شروع و سپس به مجله City Limits Magazine رفت.

در سال ۱۹۹۱ به اتیوپی رفت و به عنوان خبرنگار آزاد کارهایی را انجام داد که از طریق BBC پخش شد.

در سال ۱۹۹۲ به لندن بازگشت و به عنوان تهیه کننده در مسائل آفریقا به فعالیتش ادامه داد. حد فاصل سال ۱۹۹۴ تا ۱۹۹۶ به عنوان ژورنالیست تلویزیونی با **World Service** و به عنوان گزارشگر و تهیه کننده **News Hour** همکاری کرد.

در سال ۱۹۹۶ در یک دوره ی سه ماهه در دانشگاه اردن به فراگیری عربی پرداخت. این برنامه در سال ۲۰۰۷ از شبکه ۴، **BBC** پخش شده است، که در آن سال راگه دارای هفده سال سابقه کاری بوده است. تسلط او هنگام مصاحبه ها و تسلط بر زبان انگلیسی، صبر و حوصله در حین انجام کار از شاخصه های بارز اوست.

۲-۱- بررسی تحقیقات پیشین :

صالح نیا دانشجوی ارشد گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما در پایان نامه خود تحت عنوان «تحلیل محتوای خبرهای تیرماه ۱۳۸۲ مربوط به ایران در رادیو اسرائیل با در نظر گرفتن متغیرهای جنگ روانی به تحلیل محتوای (سالگرد وقایع تیرماه ۱۳۸۲)» پرداخته است. (این پایان نامه با راهنمایی حوا صابر آملی و مشاوره هرمزی زاده انجام شده است).

ایشان تحقیق را در ۶ فصل انجام داده اند که در فصل اول طرح تحقیق قرار گرفته ، با زیر مجموعه مسئله تحقیق ، اهمیت موضوع و ضرورت انجام تحقیق ، اهداف تحقیق ، سوالهای تحقیق و فرضیه های تحقیق در فصل دوم؛ بررسی تحقیقات پیشین را مطرح کرده اند و در بخش سوم مبانی نظری تحقیق نگارش شده است که شامل ، مفاهیم مختلف جنگ روانی ، واژه های مورد استفاده در ادبیات تبلیغات و جنگ روانی ، شستشوی مغزی ، شایعه ، ترغیب ، تاریخچه جنگ روانی، روشهای مدرن جنگ روانی، تکنیکهای موثر در جنگ روانی، ویژگیهای متخصصان جنگ روانی، اهمیت جنگ روانی، نیازمندیهای اطلاعاتی جنگی روانی، شرایط لازم برای تاثیر جنگ روانی، تبلیغات القایی، ملاحظات عملیات روانی، رویارویی با جنگ روانی، جنگ روانی و تهاجم فرهنگی و در پایان این بخش جنگ روانی غرب علیه کشورهای مستقل شرح داده شده است. فصل چهارم به روش تحقیق که تحلیل محتوا بوده است پرداخته و روش نمونه گیری، حجم نمونه و متغیرهای تحقیق مطرح شده است .

فصل پنجم یافته های تحقیق و توزیع فراوانی ، تفسیر و توصیف خبرهای بررسی شده و فصل ششم جمع بندی مطالب و اظهار نظر محقق نگارش شده است و همچنین نتیجه گیری کرده است که : رادیو اسرائیل با انتخاب هدفدار ، گزینشی و برنامه ریزی شده مسائل مربوط به ایران، سعی کرده است به انحاء مختلف از مسائل منفی حتی رویداد های طبیعی و موضوعات کم اهمیت در جهت ضربه زدن به نظام جمهوری اسلامی استفاده کند ، بر این اساس ارزش خبری کشمکش در بعد منفی حجم زیادی از اخبار رادیو اسرائیل را تشکیل داده است . این رادیو سعی کرده است از مسائل اجتماعی و عاطفی مردم بیشترین بهره برداری را بعمل آورد و به نوعی مسائل و مشکلات جزئی را به کل جامعه تعمیم داده و به برجسته سازی مشکلات کوچک دست زند.

این رادیو با جهت گیری منفی و با استفاده از الفاظ و صفات ارزشی و روشهای مختلف تبلیغاتی وضعیت جامعه ایران را در بعد داخلی و بین المللی ناامید کننده ، متزلزل و تاریک جلوه داده و با استفاده از نقل قولهای منفی مخالفان بیشترین اعمال نظر از طریق استفاده از لیدهای استنباطی و با بهره گیری از سوابق منفی رویدادها انجام داده و مطالب مجهول را به نقل از منابع غیر مستند نقل می نماید تا در واقع نوعی جریان سازی منفی به وجود آورده و با ایجاد کانون های خبری منفی روحیه یاس ، ناامیدی را در جامعه ایران القاء نماید.

مهدی حق وردی طاقانکی نیز در تحقیقی با عنوان «جنگ روانی در جنگ تحمیلی»، که در سال ۱۳۸۲ منتشر شده است ، به بیان توطئه های مختلف علیه ایران می پردازد ، در ادامه خلاصه ای از این تحقیق مطرح می شود :

از همان ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی کشورهای غربی و استعمارگر ، در راس آنها آمریکا سعی در نابودی انقلاب داشتند و در این راه متوسل به هر وسیله ای شدند که یکی از این ابزار ، کودتا بود که با شکست مواجه شد ، پس از آن بود که به تحریک و حمایت آمریکا عراق به ایران حمله کرد ، اما نکته قابل توجه این است که هشت سال دفاع مقدس تنها یک تهدید نظامی صرف نبود ، بلکه دشمن برای دست یابی به مقاصد خود به صورت وسیع از سایر ابزارها به ویژه جنگ روانی استفاده کرد تا در سطح داخلی ، منطقه ای و بین المللی موقعیت ایران را تضعیف کند . آقای حق وردی در ادامه بحث برخی از وجوه جنگ روانی ایجاد شده را به این شرح بر می شمرد:

- تحریک عربها و تبلیغ ناسیونالیسم عربی برای حمایت کشورهای عربی از عراق
- معرفی ایران به عنوان تهدیدی برای منطقه و جهان
- زدن اتهامهای گوناگون به ایران از قبیل تروریست بودن یا حامی گروههای تروریستی
- انتساب هر حادثه خبرساز بین المللی مثل هواپیما ربایی ، درگیری و آشوبهای داخلی در کشورهای مختلف به ایران یا هواداران آن
- سعی در وانمود کردن اینکه غرب ستیزی مردم ایران تحت فشار گروههای خاص است.
- تلاش در جهت وانمود کردن اینکه غرب ستیزی مسئولان شعاری بیش نیست و درخفا با آمریکا رابطه دارند (قضیه مک فارلین)
- بزرگنمایی اختلافات میان مسئولان نظام