

جامعة تكريت

كلية الاداب / قسم الاعلام

### محاضرات مادة الصحافة العربية والدولية للمرحلة الثالثة

اعداد : أ.م.د. سعد سلمان عبد الله

#### المحاضرة رقم (١) : مفهوم الصحافة الدولية

لابد لنا في البداية ان نعترف بصعوبة تعريف الصحافة الدولية . وفي الوقت نفسه فمن السهولة ان نفند ادعاءات كثير من الصحف التي تدعي لنفسها صفة الدولية . ولكي ندرك مدى الصعوبة في ايجاد تعريف جامع لمفهوم الصحافة الدولية يكفي ان نعرف أن عدد الصحف التي تصدر في العالم يصل الى ٤١٠ آلاف صحيفة وذلك طبقاً لإحصاء الاتحاد الدولي للصحافة الدورية، وان عدد الصحف اليومية يصل الى ثمانية آلاف جريدة يبلغ توزيعها ٤٠٠ مليون نسخة في اليوم .

وتعد عبارة الصحافة الدولية في المفهوم اللغوي، ترجمة للمصطلح الانجليزي (international press) ، وهو المعنى نفسه الذي يطلقه العديد من الباحثين على الصحافة الدولية بلفظة الطبعات الدولية (international editions) وجاءت تسميتها بكلا المصطلحين المذكورين في العديد من المؤلفات الإعلامية.

اما في المفهوم الاصطلاحي فتعرف الصحافة الدولية بانها : الصحف التي توجه الى جماهير القراء في دولة أخرى خارج حدود الدولة التي تصدر فيها الصحيفة، ومن ثم تراعي اهتمامات ولغة هذا القارئ الذي تتوجه اليه خارج الحدود، فتصدر بلغة يجيد قراءتها، سواء كانت لغته الوطنية او لغة أخرى.

وعلى وفق هذا التعريف فإن أهم ما يميز الصحافة الدولية عن الصحافة المحلية هو ان توزيع الصحيفة خارج حدود الدولة التي تصدر فيها، ويراعي مضمونها اهتمامات القارئ الذي تتوجه اليه ، فتشبع اهتماماته في معرفة ما يدور في العالم كله من قضايا ومشكلات ، ونقصد بها القضايا والمشكلات الدولية الكبرى، وليس القضايا المحلية التي لا يعنى بها سوى القارئ المحلي وحده ، فضلاً عن أن مضمون الصحيفة يراعي اللغة التي تصدر بها الصحيفة، والتي لا بد وان يجيد الجمهور المستهدف قراءتها.

كما تعرف الصحافة الدولية بأنها : وسيلة مهمة من وسائل الإعلام الدولي، نظراً للامكانات التي تملكها، سواء أكانت تلك الامكانات فنية أم بشرية أم مالية، فضلاً عن العدد الكبير من النسخ التي تصدرها وتوزعها على نطاق دولي . وثمة من يعدّ الطبعات الدولية التي تصدرها المجلة أو الجريدة المحلية أو الوطنية أو ما تسمى (بالصحيفة الام)، صحافة دولية ما دام الهدف من إصدارها هو التوزيع خارج حدود وطنها. وتعرّف الصحافة الدولية بأنها : تلك الصحف التي تصدر لتوزع خارج الدولة نفسها، بمعنى انها تعبر حدود وطنها، وتتم قراءتها خارج الحدود في بلاد غير البلاد التي تصدر فيها . وهناك من يعتمد طبيعة المضمون الذي تحمله الصحيفة ومدى تركيزها على دولية الأحداث والقضايا التي تتناولها ، مقياساً وحيداً في تحديد الصفة الدولية للصحيفة، إذ تعرف الصحافة الدولية على وفق هذا المقياس بأنها : تلك الصحف التي تخاطب اهتمامات القارئ الدولي، وتهتم بالقضايا الدولية ولا تقتصر على القضايا المحلية ذات النزعة الضيقة .

وقد اتسع مفهوم الصحافة الدولية الذي تطور ليشمل بعداً جديداً، يمكن ان يضاف الى مفهوم الصحافة الدولية، الا وهو الصحف الالكترونية المقدمة عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، إنطلاقاً من كونها تصدر بلغات دولية، وعبر وسط يحقق لها الانتشار الدولي، وتهتم الدولية منها بالاحداث والقضايا والشؤون ذات الطابع الدولي . وبهذا المعنى يكون (المضمون) هو المعيار الذي يحدد (دولية) الصحف الالكترونية، إذ لا تعد الصحف الالكترونية بمجملها صحفاً دولية، لا سيما وان النسبة الغالبة من الصحف المحلية او الوطنية

قد اوجدت لها موقعاً عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، واصدرت نسخة الكترونية كاملة او جزئية منها، الا ان هذه الصحف تبقى محلية أو وطنية الطابع، لكونها تهتم بالقضايا والأحداث والشؤون ذات الطابع المحلي أو الوطني المحدود، على الرغم من كونها صحفاً الكترونية يتحقق لها الانتشار الدولي الواسع عبر شبكة المعلومات الدولية. وثمة معايير أخرى يضعها الباحثون لتمييز مفهوم الصحف الدولية عن غيرها من الصحف المحلية أو الوطنية أو الإقليمية هي:

١. تمتلك الصحافة الدولية جهازاً ضخماً من المراسلين المقيمين والجوالين المنتشرين في مختلف انحاء العالم، بينما تمتلك الصحافة المحلية أو الوطنية جهازاً من المراسلين المقيمين والجوالين في بعض من دول العالم .

٢. يتوافر للصحافة الدولية جهازاً كبيراً من الاختصاصيين في السياسية الدولية، بينما تولي الصحافة المحلية والوطنية اهتماماً أقل للشؤون الدولية، ومن ثم يندر ان تخصص محررين أو كتاباً يتخصصون بالقضايا والشؤون الدولية، ذلك ان تركيزها ينصب على القضايا المحلية - الوطنية .

٣. تهتم الصحافة الدولية بموضوع الخبر على الصعيد الدولي وتوضح مضمونه ، بينما تهتم الصحافة الوطنية المحلية بموضوع الخبر على الصعيد المحلي - الوطني.

ويصطف في قائمة الصحف الدولية طابور طويل متعدد الاشكال والالوان والانماط فهناك الصحف ذات الصبغة السياسية والاعخبارية والتي توزع باسلوب تجاري ويتخطى بعضها حدوده الوطنية ليصل الى قراء في العديد من الدول مثل : نيويورك تايمز وواشنطن بوست الأمريكية والفائنانشيال تايمز والصنڊاي تايمز والاوزيرفر البريطانية واللومند ولوفيجارو الفرنسية . ومن المجالات تتدرج تحت هذا اللون من الصحف مجلة تايم ونيوزويك الأمريكية واكونوميست البريطانية وهناك لون آخر من الدوريات التي يغلب عليها الطابع الثقافي مثل مجلة ريذرز دايجست التي يقرب توزيعها من ٢٩ مليون نسخة، وهي تصدر شهرياً باللغة

الانكليزية . وتوجد أيضاً الدوريات المتخصصة والتي توجه الى قطاعات معينة من القراء على مستوى العالم كله مثل صحف الأزياء والصحف النسائية العالمية فوك VOGUE ، بوردا Burda هاوس أند كاردن House & Garden . وهناك لون آخر من الصحف الوطنية، ذات قوة مؤثرة في اتجاهات السياسة الدولية، باعتبارها لسان حال بعض الدول الكبرى رغم عدم وجود قراء لها خارج حدودها الوطنية مثل جريدة (الشعب) الصينية. وتضم القائمة أيضاً لوناً من الصحف يصدر بلغته الوطنية ولكن في دول أجنبية وذلك بهدف مخاطبة أبناء لغته القومية المنتشرين في انحاء متفرقة من العالم، ومثال ذلك جريدة الشرق الأوسط التي يصدرها صحفيون سعوديون من لندن وتوزع في أي مكان توجد به تجمعات من القراء العرب بالإضافة إلى توزيعها في العالم العربي نفسه، وقريب منها جريدة الحياة التي تصدر من لندن، وهي جريدة لبنانية صدرت في البداية في بيروت، ثم انتقلت إلى لندن ثم بيعت إلى مستثمرين سعوديين، وهناك الطبعة الدولية التي تصدرها بعض الصحف مثل الطبعة الدولية للأهرام المصرية والطبعة الدولية للقبس الكويتية .

ويرتبط مفهوم الصحافة الدولية بمفهوم الإعلام الدولي وهو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور الدولي بالحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات الدولية بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والإدراك لديه (الجمهور) ومما يسهم في تكوين رأي صائب حول المشكلات الدولية المطروحة . وعلى الرغم من ارتفاع نسبة توزيع جريدة البرافدا في روسيا حيث تصل نسبة توزيعها اليومي حوالي ١١ مليون نسخة وجريدة أزفستيا التي توزع تسعة ملايين نسخة وعلى الرغم من ان البرافدا هي لسان حال اللجنة المركزية للحزب الشيوعي السوفيتي وازفستيا لسان حال الحكومة السوفيتية فأنهما لا تعتبران بحال من الأحوال صحفاً دولية وذلك لاقتران توزيعها على مواطني الاتحاد السوفيتي بسبب عدم انتشار اللغة الروسية على مستوى عالمي.

وتعدّ الصحافة الدولية أحد أوجه العملية الاتصالية بأدواتها الجماهيرية، وهي جزء مهم من عملية (الاتصال الدولي) ولعل الهدف الذي يتفق عليه معظم المختصين من دراسة

الصحافة الدولية هو المساعدة في تكوين الرأي العام الدولي والعمل على تقليل الاحتكاك والصراع بين الدول . والصحافة الدولية هي أحد الأركان الأساسية للإعلام الدولي الذي يعرفه بعض أساتذة وخبراء الإعلام والرأي العام على أنه: (تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بعدالة قضايا الدولة التي يوجه إليها الإعلام الدولي وبالتالي تتبنى جماهير الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة) .

وهناك تعريفات أخرى للإعلام الدولي منها انه: انتقال الإشارات الصوتية والمرئية عبر الحدود الجغرافية للدولة ، فعندما تتخطى الإشارات اللاسلكية الصوتية أو الضوئية الحدود القومية للدولة لتصل إلى دول أخرى نكون بذلك قد انتقلنا من إعلام محلي إلى إعلام دولي وهو بذلك يخترق الحدود الدولية ليصل إلى الجمهور الخارجي في منطقته جغرافية مستهدفه لتحقيق احد أمرين أولهما تعريف الشعوب بالواقع الثقافي والحضاري والفكري للدولة وثانيهما تقديم خدمه إخبارية وثقافية .

مما تقدم من التعريفات السابقة نستطيع ان نؤكد ان التعرف على الشكل الدولي للصحافة يقوم على أمرين رئيسيين هما : أن الصحافة الدولية تخترق الحدود الجغرافية للبلدان، والآخر انها تقدم خدمة إخبارية وتفسير لوجهات النظر السياسية حول القضايا الدولية والإقليمية والمحلية. وعليه يمكننا ان نعرف الصحافة الدولية بأنها: تلك الصحف التي تخترق الحدود الدولية وتقدم خدمة إخبارية وثقافية وتسعى لتزويد الرأي العام الدولي والإقليمي بالأخبار والمعلومات التي تتعلق بقضايا محددة تهم النشاط الإنساني. وهي بهذا المعنى كل الدوريات التي تصدر بانتظام في دولة ما ويمتد توزيعها إلى العديد من الدول الأخرى مثل: ( نيويورك ، تايمز ، الكارديان ، اللوموند، الشرق الأوسط، الحياة، التايمز، واشنطن بوست، الاهرام، الخليج،

الاتحاد، اخبار الخليج، الرياض، الرأي، القبس، الشرق ...). كذلك فان مفهوم الصحف الدولية يمتد ليشمل الصحف التي تصدر أكثر من طبعة في أماكن مختلفة من دول العالم وبلغات أخرى غير لغتها الأصلية التي تصدر في موطنها الأصلي، ومثال ذلك مجلة (بلاي بوي)، إذ أنها بالإضافة إلى طبعاتها الإقليمية في الولايات المتحدة الأمريكية وطبعتها العسكرية لما وراء البحار، تقوم بإصدار طبعات بلغات أجنبية إلى كل من : فرنسا، وإيطاليا، وألمانيا، واليابان، والمكسيك، والبرازيل لكن يوجد اختلاف في المواد الصحفية الداخلية في بعض هذه الطبعات، كذلك يوجد لهذه المجلة عناوين مختلفة، إذ تسمى في المكسيك (كاباليرو) و(هومين) في البرازيل . كذلك مجلة بوردا مود BURDA وهي شهرية ألمانية تعنى بجمال ورشاقة المرأة، وأزيائها، وتوزع شهرياً ٦،١ مليون نسخة، ولها طبعات بلغات متعددة، منها اللغة العربية، وآخرها طبعة باللغة الروسية . كما قررت مجلة (جويس) النسائية الفرنسية، إصدار طبعة باللغة الإسبانية وهي تصدر حالياً بالفرنسية واليابانية والألمانية وتتافس مجلة (فوج) VOGUE النسائية الألمانية الشهيرة، التي تباع نصف إصداراتها في الولايات المتحدة الأمريكية واليابان . ومن أهم الصحف الدولية في عالمنا اليوم نجد صحيفة النيويورك تايمز والواشنطن بوست الأمريكيتان وصحيفة هيرالد تريبيون انترناشنال التي صدرت من باريس بالاشتراك بين صحيفتي النيويورك تايمز والواشنطن بوست ولها أربع طبعات خارج الولايات المتحدة وهي : فرنسا، وبريطانيا، وسويسرا، وهونج كونج، وكذلك مجلة نيوزويك التي تطبع في ستة وثلاثين مطبعة موزعة على دول العالم، بطريقة نقل الصفحات عن طريق الانترنت . وتوزع الهيرالد تريبيون التي تطبع في باريس، ١٣٥ ألف نسخة - عدا الاشتراكات - أما النيوزويك فيبلغ توزيعها داخل الولايات المتحدة ثلاثة ملايين نسخة أسبوعياً، بينما يبلغ توزيعها في طبعاتها الدولية (المسماة بالاطلسي، والهادي، وأمريكا اللاتينية) نحو ٥٧٨ ألف نسخة .

وتعمل المؤسسات الصحفية على نشر المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار بغرض الإقناع والتأثير على الأفراد والجماعات داخل المجتمع وعندما تخرج هذه المؤسسات عن نطاق المحلية وتجتاز وسائلها الإعلامية الحدود الجغرافية والسياسية للدولة لنقل تلك المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار لمواطني الدول الأخرى تأخذ هذه المؤسسات الصحفية صفة الصحافة الدولية التي هي جزء لا يتجزأ من السياسة الخارجية للدولة ووسيلة فاعلة من الوسائل التي تحقق بعض أهداف السياسة الخارجية لكل دولة داخل المجتمع الدولي . ويمكننا أن نلاحظ اليوم على الصعيد الدولي أن أكبر خمس مجموعات إعلامية دولية في العالم هي :

١. تايم ورنر Time Warner :

وهي أكبر مؤسسة إعلامية في العالم إذ تفوق مبيعاتها ٢٥ مليار دولار، ثلثها من أمريكا والباقي من دول العالم . وتملك العديد من الأنشطة الإعلامية المتنوعة .

٢. مجموعة برتلزمان Bertelsmann :

وهي أكبر مجموعة في أوروبا وثالث أكبر مجموعة في العالم دخلها السنوي يتجاوز ١٥ مليار دولار وتتميز بان لها تحالفات وتعاوناً مع العديد من المجموعات الإعلامية الدولية في أوروبا واليابان .

٣. مجموعة فياكنم Viacom :

وهي مجموعة إعلامية قوية في أمريكا دخلها السنوي (١٣ مليار دولار) رابعه من خارج أمريكا ولها نشاط للتوسع الدولي ، حيث أنفقت في السنوات الأخيرة مليار دولار للتوسع في أوروبا ولها تحالفات مع العديد من المجموعات الإعلامية .

٤. ديزني Disney :

وهي أكبر متحدٍ لمجموعة تايم ورنر ولها دخل سنوي يفوق ٢٤ مليار دولار ولها حضور قوي في مجال الأطفال بل تعدّ أكبر منتج للسلع الثقافية الخاصة بالأطفال في العالم .

## ٥. نيوز كورپوريشن News Corporation :

وهي خامس أكبر مجموعة إعلامية من حيث الدخل (١٠ مليار دولار) لكنها أكبر لاعب دولي في مجال الإعلام حول العالم حيث أسسها روبرت مردوخ ويملك حالياً ثلثها، ولها وجود في جميع أنحاء العالم من خلال أنشطتها الإعلامية .

وترتبط البدايات الأولى لمفهوم الصحافة الدولية بالمفهوم الأوسع الذي يشملها وهو مفهوم الإعلام الدولي في سياق تاريخي واجتماعي وسياسي محدد تمثل بالثورة الصناعية وما رافقها من تشكل رأسمالي فكانت الاختراعات والتكنولوجيا بمثابة قفزات نحو عالمية الإعلام بدءاً من وكالة الأنباء المرافقة لاختراع التلغراف إلى الإذاعة المرافقة لاختراع اللاسلكي وصناعته وصولاً إلى البث الفضائي المرافق للأقمار الصناعية والكمبيوتر. وبالرغم مساهمة وكالات الأنباء في النصف الثاني من القرن التاسع عشر في اختراق حدود الدولة فإنه لم يصبح عالمياً إلا بعد ثورة الاتصالات اللاسلكية التي كانت بداياتها الأولى اكتشاف الاتصالات اللاسلكية (١٨٩٦) ثم ظهور الإذاعة (١٩٢٠) والتلفزيون (١٩٤٠) .

وتشير الوقائع اليومية في أي بلد من العالم إلى وجود كم هائل ومتدفق من البث الإذاعي والتلفزيوني فضلاً عن الصحف والمجلات والكتب، والتي تنقل إلى الناس أخبار العالم بأسره عبر وسائل محلية وعبر الوسائل الدولية إلى درجة أصبحت فيه محطات مثل (سي ان ان) الأمريكية و(بي بي سي) البريطانية معروفة في أكثر البلدان كمحطاتها المحلية .

لقد نمت الصحافة الدولية بشكل مثير ومفاجئ وشكلت مصدراً إخبارياً مهماً ومتزايداً، وكما حصل في السابق مع التلفزيون فقد غطت المساهمات الفردية للصحافة غالبية الأحداث الإخبارية في المحطات لحظة حدوثها . ولقد خدمت أحداث التنويع الملكي لعام ١٩٥٣ في بريطانيا والانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام ١٩٦٠ ومصرع الرئيس كندي في عام ١٩٦٣،



وأول إنسان مشى على سطح القمر نيل أرمسترونج عام ١٩٦٩ التلفزيون وساعدت على إنشاء وتكوين وسيط إخباري ثابت ورصين . أما بالنسبة للصحافة الدولية بشكلها الالكتروني فان إعلان نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام ١٩٩٦ على الشبكة قد لفت انتباه الناس إلى قوة هيمنة هذا الوسيط الجديد، ويثير العديد من داعمي شبكة الانترنت إلى أنها توفر فرصاً جديدة ومهمة لإرسال وبث الأنباء التي يستفيد منها قراء هذه الشبكة . ولقد بدأت العديد من الصحف في بث معلومات الكترونية عبر هذه الخدمة قبل ان يظهر الوسيط الآلي والانترنت، الا ان حضور هذه الصحف كان محدوداً لغاية قيامهم بنشر نسخهم الالكترونية على الشبكة الالكترونية .

وتبرز أهمية الصحافة الدولية على النطاق الدولي كونها مظهراً من مظاهر التقدم والتطور الحضاري، ووسيلة جوهرية من وسائل دعم ونشر السلام وعاملاً قوياً ودعامة متينة وركيزة مهمة في تحقيق عمل خطط التنمية. وتهدف الصحافة الدولية الى إيصال المعلومات للراي العام العالمي في مختلف القضايا الإقليمية والدولية الى دول العالم ، سواء أكانت هذه المعلومات سياسية أو اجتماعية أم اقتصادية أم مجرد معلومات عامة .

وتعدّ الصحافة الدولية جزءاً هاماً ورئيسياً من وسائل الإعلام المختلفة فالإعلام ظاهرة فنية أحدثتها الحضارة الحديثة بطائفة من الإمكانيات الهائلة التي ضاعفت من قيمتها وجعلت منها قوة كبيرة لا تستغني عنها الشعوب ولا الحكومات وللصحافة أهمية كبيرة في المجال الدولي من خلال انها معبرة حقيقية عن الإعلام الدولي بأنواعه ومستوياته، والدعاية بألوانها وأنواعها والعلاقات العامة، والحرب النفسية التي تستهدف في كل منها تحقيق أهداف معينة إلا أن المتغير الذي يربطها جميعا هو كونها عمليات اتصالية تستخدم فنون الاتصال ووسائله وتقنياته في تحقيق أهدافها . والصحافة في المجال الدولي هي عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الإعلام المحلي والإقليمي والقارئ الغربي وبالعكس، وهي في الوقت الحاضر

ظاهرة طورتها ثورة الاتصالات الحديثة وجعلتها خطيرة ودعمتها بإمكانات عظيمة ، حولتها الى قوة لا يستغني عنها الإعلام الدولي .

وهناك سياسة خاصة للتعامل مع الصحافة حيث تكنى هذه السياسة بالسياسة الإعلامية التي تعرف بأنها : مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وإشكال الاتصال المختلفة، في إطار الأنموذج السياسي والاجتماعي الذي تأخذ به الدولة، وهي ممارسات واعية ومدروسة للسلوكيات الاتصالية تهدف الى تلبية الاحتياجات الاتصالية الفعلية من خلال الاستخدام الأمثل للإمكانيات أو أحد المصادر البشرية والطبيعية في المجتمع . ومما تقدم نستطيع القول ان السياسة الداخلية والخارجية تؤكد ضرورة امتلاك الصحافة لرؤية سياسية لتحقيق الأهداف التي يحددها القرار السياسي، وبالتالي فإن هوية الرسالة تعتمد على الموقف السياسي وتعكسه . يضاف الى ذلك قدرة إدارة المؤسسات الصحفية على التوظيف وعلى عملية النشر ذاتها، وعلى اتخاذ القرار كما تؤثر بالرسالة الإعلامية. ويرى الدكتور صالح أبو إصبع أن تطبيقات السياسة الإعلامية للدولة على المؤسسات الصحفية تأتي بإشكال مختلفة للسيطرة عليها، وبحسب تلك السياسة في الوطن العربي مثلاً هناك قيود قانونية مفروضة على المؤسسات ، فضلاً عن وجود كوابح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية وعوامل ضغط داخلية ترتبط بطبيعة المؤسسة نفسها من حيث بيئتها التنظيمية وملاكاتها التي تتلخص بما يأتي :

١. حق الدولة في منح الترخيص وسحبه والأشراف المباشر عليه. فمثلاً أن وزارات الإعلام في الوطن العربي تمتلك الحق في منح الترخيص وسحبه من المؤسسات الإعلامية كالمؤسسات الصحفية ومؤسسات الطباعة والنشر ، بينما لا توجد في الكثير من الدول الأوروبية والأمريكية وزارات للإعلام أصلاً ، كما تقوم هذه الوزارات أو الجهات المتخصصة بالرقابة بمتابعة المؤسسات الصحفية ورصد ما تنشره وما يمكن عده مخالفة للسياسة العامة

، كما في الاردن وتكون قرارات سحب الترخيص بناء على درجة مخالفات المؤسسة الإعلامية .

٢. السيطرة الاقتصادية من خلال تحكم مالك وسائل الإعلام ، سواء أكان المالك هو الدولة أم أفراد وكذلك من خلال تأثير المعلن في الادارة ، وفيه يقرر مالك المؤسسة الإعلامية سياستها وأهدافها ويقوم بتوجيهها .

٣. القوانين واللوائح المنظمة للإعلام وفيها يحق للدولة منح الترخيص وسحبه .  
وتعاني الصحافة الدولية العربية اليوم من السيطرة الحكومية أيا كان نوعها الى جوانب حياة أو نشاط أفراد المجتمع كافة ، فالمواطن يخضع لسيطرة ونفوذ حكومي متشعب يتناول كل من يمارسه وينظم حياته بوصفه عضواً اجتماعياً ، حيث يصبح الفرد من قبل مولده الى ما بعد وفاته واقعاً تحت سيطرة الحكومة، فهي تنظم العلاقات الشخصية والزواج وينصرف تدخلها الى نوع ومستوى الرعاية الطبية والصحية التي تتلقاها المواطنة الحامل. ويصل النفوذ الذي تتحلى به الحكومة الى تحديد نوع التعليم والتخصص الذي يتاح للمواطن . ولعل هذا النشاط الحكومي من أهم ما يحدد مستقبل الفرد والمجتمع مثلما تتدخل في تحديد أنواع النشاط الاقتصادي، والاستثمار المالي التي يمكن للفرد أن يقوم بها ، أين وكيف يمكن ممارستها، والشروط التي عليه مراعاتها في هذا الصدد وحتى وفاة الفرد وإجراءات أسلوب دفنه لا تخرج عن سلطة الحكومة. ان التدخل الحكومي في سلطة الإعلام في العالم الثالث جعله ذا رؤية سياسية لعل أهم ملامحها تتسم بما يأتي :

١. ارتباط الإعلام بالسياسة ارتباطاً وثيقاً .
٢. تولي الحكومات أهمية كبيرة للإعلام بعده الوجه الآخر للسياسة .
٣. تستمد السياسة الإعلامية خصوصيتها من العقيدة السياسية للدولة .
٤. تتبع السياسة الإعلامية من طبيعة الحقائق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسة الخاصة بها .

ومن هذا المنطلق فالسياسة الإعلامية للدولة تخضع مضمون الرسالة الإعلامية الى الرقابة التي تعرف بأنها : حجب تداول الآراء والأفكار التي تتناقض والمفاهيم العامة لمجتمع من المجتمعات ، إضافة الى قيام المجتمع برقابة أعمال الدولة كي لا تتعسف في استعمال السلطة وهي تنقسم الى أنواع عدة :

١. الرقابة الاستثنائية : وهي الرقابة المفروضة أيام الأزمات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية أو في أوقات الحرب .
٢. الرقابة الردعية : وهي الرقابة المفروضة على المواد الإعلامية قبل نشرها، أو طبعها، أو بثها في الأنظمة الإدارية كالمطبوعات .
٣. الرقابة الوقائية : وهي الرقابة اللاحقة لنشر المادة الإعلامية التي يحكم فيها القضاء، حماية للمجتمع مثلما يحكم في جرائم النشر .
٤. الرقابة الدائمة وخنق الحريات بتحميل النصوص أكثر مما تطيق أو تتحمل .
٥. الرقابة الذاتية : تعني هذه الرقابة تمتع الإعلامي بكامل الحرية في ممارسة العمل الإعلامي ضمن حدود مسؤوليته الذاتية تجاه المجتمع والوطن والدولة.
٦. الرقابة الجماهيرية : تمارس الرقابة الجماهيرية من قبل الافراد والمنظمات الجماهيرية في الأنظمة الاشتراكية، ومعظم البلدان النامية وهذه الرقابة تأخذ شكل النقد السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي الموجه الى أجهزة الدولة.

**المصدر : أ.م.د سعد سلمان المشهداني : الصحافة العربية والدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات) ، الامارات العربية المتحدة ، دار الكتاب الجامعي ، ٢٠١٤.**