اختلف الباحثون في تحديد مفهوم حرية الإعلام، حتى أن البعض شكك في وجودها، ولأن الكتابة هي صلب العملية الإعلامية يجب أن يدرك الكاتب ما الذي أمامه من حدود، فألقي نظرة حولك **ووضحي وجهة نظرك الشخصية فيما يخص حرية محتوى وسائل الإعلام.**

أرى إن من أبرز الحدود التي يجب أن يدركها كاتب المحتوى الإعلامي هي طبيعة المجتمع الذي يحيط به، والثقافة السائدة في هذا المجتمع من عادات وتقاليد وقيم ومبادئ، والأهم من كل ذلك الدين الإسلامي الذي يعتبر من أشد الحدود التي لا يمكن تجاوزها في مجتمعنا السعودي بشكلٍ خاص. وبما إننا نرى أن وسائل الإعلام لها القدرة الكافية على خلق رأي عام او إثارته بالدرجة الأولى حتى أصبح المجتمع في حالة تغيير مستمر نتاج ما يطرح من مواضيع، فأنه في أي لحظة قد يتخذ نظرةً او رأيًا آخر في موضوع معين بعد ما قُدم من محتويات إعلامية. بإمكان وسائل الإعلام التحكم حتى في أيديولوجية المجتمع وقناعاته مما يبين لنا خطورة وقوة تأثيرها، بلا شك لم توجد الحدود والقوانين ألا لتأكيد مدى تأثيرها، حتى أنه تم إطلاق على الإعلام مسمى السلطة الرابعة من بعد السلطة التشريعية، التنفيذية والقضائية. وقد اختلفت وجهات النظر فيما يخص حرية كاتب المحتوى الإعلامي منهم من يراها احتكار وعقبة في طريق كاتب المحتوى ومنهم من يتفق في أنه يجب أن تسن قوانين صارمة ورقابة على ما يتم تقديمه من محتوى داخل مجتمعاتنا لكي يتلاءم بطريقةٍ او أخرى مع طبيعة هذا المجتمع. ولا يتجاوز حدود الدين الذي يؤمن به المجتمع، ومن وجهة نظري أرى أن كل محتوى يضيف للمجتمع عادات جيدة ويدخل عليه أفضل مما كان موجود لا يجب أن يوضع له حد، فلا أرى بأس في التأثير الجيد والتغيير المستمر لمواكبة العالم فيما لا يتجاوز حدود الله. فأرى أن حتى ما يتم تداوله من عادات وتقاليد ليست شيئًا ثابتًا لا يمكن تغييره، بإمكان الجميع اكتساب ما هو أفضل والصمود على ما هو بأصله جيد وينفع الفرد والمجتمع ككل، وجميع هذه الأمور أرى أنها قد تحدث بواسطة استخدام وسائل الإعلام بشكلٍ هادف واحترام الحدود التي تفرضها ثقافة ودين المجتمع. كما ذكر شريف (٢٠١٢) "إذا لم يأت الإعلام معبراً تعبيراً صادقاً وأميناً على تراث الأمة وعاداتها وتقاليدها وروحها، ومناسباً لثقافاتها وتفكيرها، فإن الإعلام سوف لا يلائم جمهوره، وبالتالي لا تستطيع الجمهور فهمه أو التجاوب معه"

نلاحظ وجهة نظر الكاتب في هذا النص توضح لنا إذا لم يلائم الإعلام طبيعة جمهوره لن تكون منه فائدة تذكر، وهذا ما نراه بالفعل حين يخرج كاتب المحتوى عن الحدود التي توضع له.

المرجع:
شريف، عبد العزيز خالد (٢٠١٢). *اخلاقيات الاعلام*. الأردن: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.