

أولاً : مقومات العمل الإعلامي :

- 1- الالتزام بقول الحقيقة : تلجأ الحكومات إلى تحديد أطر الحريات لمرحلة معينة ، نظراً لدقة ما يجري من أحداث ، لأن أي خلل قد يسيء إلى السياسة العامة في البلاد ويُعرضها للخطر ، من هنا يُمكن تحديد كيفية وطريقة عرض الخبر بالحدود التي تراها الدولة مناسبة .
فالصحافي مهما كان موضوعياً ، يتأثر في ما يكتبه بالنظام السياسي داخل مجتمعه . وهو يرى الحقيقة بمنظاره الخاص ويعبر عنها وفقاً لتفكيره .
- 2- الموضوعية : لا تحقق وظيفة الإعلام الاجتماعية هدفها إلا إذا كانت المعلومات المنقولة صادقة وموضوعية .
فالموضوعية تقتضي الابتعاد عن تضليل الجمهور والمتاجرة بثقته ، ومن ثم تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة .
- 3- تأكيد مبدأ الحرية والاستقلالية : تكمن أهمية الصحافة الحرة في ممارسة الديمقراطية ضمن إطار المسؤولية والأخلاق المهنية ، لا في طعن الحرية والإساءة إليها .

ثانياً : سلبيات بعض الممارسات الإعلامية :

بعض وسائل الإعلام تتصرف عن أداء دورها الأساسي من ربط الجمهور بقضايا تهمّه ، إلى الاهتمام بمخاطبة غرائز الجمهور ، ولاسيما في الصحافة التي تُسمّى " صحافة الفضائح " التي لا تتورّع عن نشر صورة غير لائقة في الصفحة الأولى مثلاً أو استخدام عبارات مبتذلة تخذش الحياء العام ، أو التركيز على الشائعات والفضائح .
ومن أجل الحدّ من الممارسات السلبية ، وضعت الصحافة في دول متعدّدة عهوداً ومواثيق أبرزها :

- عهد شرف صادر عن المؤتمر العالمي لاتحاد الصحافة سنة 1953 .
- ميثاق شرف صادر عن نقابة الصحافة اللبنانية سنة 1962 .
- شرعة الأخلاق المهنية في لبنان التي وضعتها نقابة الصحافة اللبنانية ، في 4 شباط 1974 ، ومن أهم بنودها :

- أ- تلتزم بمبدأ الصدق والأمانة والسرية والمهنية .
- ب- تعبئ الرأي العام دفاعاً عن البلاد وعن الحق والعدل .

ت- تتجنّب إثارة النعرات وتتحاشى القبح والذم .

ث- لا تتعرّض لحياة الأفراد الخاصة وتحترم سمعة الفرد وتصون كرامته .

ج- الشتائم والفضائح من خصائص الصحافة الصفراء (أي صحافة الفضائح) التي لا تعرفها الصحافة اللبنانية .

ح- تتجنّب الصحيفة نشر الأخبار غير الموثوق بصحتها ، وإذا اضطررت لنشرها فعليها أن تشير إلى أنها غير مؤكدة .

ثالثاً : العولمة والأخلاق الإعلامية :

1- العولمة والإعلام المرئي والمسموع : يجري ما يُعرف اليوم في الغرب بالإعلام العالمي ، على خطّ موازٍ مع العولمة .

فبين العولمة والإعلام علاقة إنتاج ، وأصبح أكيداً ما بلغت ثورة الإتصال من قدرة هائلة على غزو كلّ ما يتعلّق بميادين النشاط البشري الحديث .

لقد أظهر الإعلام الفضائي ، بشقيّه المرئي والمسموع ، فاعليّة ، في حين ، بدا كما لو أنّ الصحافة المكتوبة فقدت أهميّتها في سرعة إيصالها الصوت والصورة عند تغطية أي حدث في أي مكان من العالم .
من هنا تتكرّر النداءات لوضع شرعة لمراقبة الإعلام وضبطه لا سيّما المرئي والمسموع ، ولجعله إعلاماً يُراعي القيم الأخلاقية للشعوب . فالأخلاق الإعلامية هي بنوع خاص ، كلّ ما لا ينصّ عليه القانون .

2- مسؤوليّة الإعلام : لا يُمكن للإعلام بإسم الحرية أن يقول كلّ شيء دون التزام الموضوعيّة والحقيقة والمسؤوليّة .

فحرية الصحفي لا يُمكن فصلها عن مسؤولياته المهنيّة والوطنية . وعلى الصحفي أن لا يُقدّم إلّا الأخبار الصحيحة والمفيدة وأن يتحقّق من صحّة المعلومات قبل نشرها لأن أي خطأ هو إخلال بشرف المهنيّة .