

المسؤولية الاجتماعية للقطاع السمعي البصري الخاص في الجزائر

أ/بغداد بن ديدة

جامعة مستغانم

يعد الانفتاح على الإعلام الفضائي في ظل الإعلام الجديد في الجزائر؛ فرصة لإثبات مدى قابلية القطاع الخاص للاستثمار في الحقل الإعلامي، ليس فقط من أجل الربح السريع وإنما لإثبات العلاقة بين رأس المال المادي ورأس المال الثقافي، والهدف منه إرساء روح المسؤولية للحفاظ على الإرث الثقافي وبعثه من جديد في خضم العولمة التي تريد إن تبلعنا ثقافيا، وإبراز الخصوصية الثقافية للجزائر والاستفادة من إيجابيات العولمة ذلك القدر الحتمي الذي لا بد للإعلامي إن يتعامل معه بحذر شديد، فهو كسفينة في وسط إعصار وعلى قائدها أن يكون حذرا من أجل سلامة الجميع وان لا يجرفه التيار لما يريد.

وللتعاطي مع السلطة قصد الاستثمار بات مؤكدا الالتزام بدفتر الشروط الذي تعده هيئة سلطة الضبط، المخول الوحيد للعب الدور الرقابي وهذا مراعاة لمدى الالتزام من خلال البرامج المعروضة حفاظا على الأمن الاجتماعي من إي تهديد، والتي تراعي التماسك الأسري لأنه الخزان المنتج للقيم المجتمعية، فالحصانة الاجتماعية مهمة بمكان لصحة المجتمع، فالوسيلة مجرد ناقل وعلى المحتوى أن يتواءم مع جملة الأعراف والتقاليد والموروث العتيق؛ وهذا لإرساء قواعد الضبط الاجتماعي. فالإشكال الذي يطرحه الباحث :

هل سلطة الضبط تهدف إلى الدفع الإيجابي نحو الممارسة الأخلاقية أم أنها توجيه للعمل الإعلامي الفضائي؟

1- تحديد مفاهيم المداخلة

1-1 الإعلام الاجتماعي: يمكن تحديد الإعلام الاجتماعي كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالإنسان (فردا أو مجموعة) كفاعل أو كموضوع للاتصال.¹

1-2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية: أكدت النظريات الخاصة بالعلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، على أن تحديد هذه العلاقة ونتائجها، يتحكم فيها الفرد إلى حد كبير من خلال تأثير العوامل الاجتماعية والنفسية في تحديد الدوافع، لذا فالمسؤولية الاجتماعية هي التزام على المنشأة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عبر المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة المواصلات وغيرها.²

1-3 مفهوم قيم الممارسة الإعلامية: تعرف الدكتورة سامية محمد جابر أخلاقيات المهنة أو قيم الممارسة في الإعلام بأنها مصطلح يشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في مؤسسات ووسائل الاتجاهات

1- د. نهوند القادري عيسى: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكير، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت،

لبنان، 2008، ص 231

2- الصيرفي محمد المسؤولية الاجتماعية للإدارة، دار الوفاء لنديا الطباعة، ط2 2007، ص124

الفاعلة والدعاوى المتصلة بكل ما هو ملائم في أسلوب العمل والانجاز، من الأمثلة على قيم الممارسة الفكرة النموذجية التي تتمثل بالالتزام بالموضعية في إعداد الأنباء والدعاوى المتصلة بأكثر الصور التكنولوجية ملائمة لتحقيق مهمات اتصالية ذات نوعية خاصة، وكذلك الدعاوى الخاصة بتحديد مقاييس المسلسلات التلفزيونية الجيدة³

1-4 تعريف نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والإعلام: بأنها مجموعة من الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول شريطة أن يتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع⁴

1-5 مفهوم حرية الإعلام: تعني حرية الاختيار الإرادي الحر في الفعل وعدم الفعل، مما يستوجب إزالة كل العوائق الممكنة التي تقف في وجه ممارسة حق طبيعي من حقوق الإنسان سواء كانت عوائق مادية أو قانونية وتعد حرية الإعلام حرية شاملة لحرية أساسية للإنسان في مجالات مختلفة، تتكامل فيما بينها لتحقيق الغاية وتجسيد الهدف في إيصال المعلومة والوصول إليها، فلا حديث عن حرية الإعلام إلا إذا تحققت حرية التعبير وحرية الرأي، وتوفرت حرية النشر والتوزيع والبت وحرية الوصول لمصادر المعلومات التي تحوزها الدوائر الحكومية والمخابر العلمية وحرية استعمال وسائل الاتصال والتكنولوجيا السلوكية واللاسلكية وحرية الصحافة ماهي إلا روافد من روافد حرية الإعلام، تضاف إليها الحريات الاقتصادية القائمة على المنافسة وحرية تداول المنتجات الإعلامية باعتبار المعلومة نتاج صناعي قابل للتعامل التجاري⁵.

2- نظرية المسؤولية الاجتماعية عند الفكر الغربي:

إن امتلاك واحتكار شخص واحد نسبة كبيرة من وسائل الإعلام في المدن الأمريكية؛ فيملك الصحيفة الصباحية وأخرى مسائية ومحطة إذاعية منها، لجأ المختصون إلى وضع لجنة حرية الإعلام سنة 1947، برئاسة الأستاذ هوتستير (hotchens)، التي شخصت الأوضاع وعادت بمسؤولية وسائل الإعلام، ورأت أن كل حرية تقابلها مسؤولية وطالبت بإنشاء هيئة لرصد انحراف الصحافة.

ويشار لغموض في تحديد هذه النظرية؛ لأن البعض يعتبر أن المسؤولية للصحافة ووسائل الإعلام إن لم تكن محددة قانوناً، وأن القانون يفتح نافذة للحكومة لمراقبة أداء الصحافة، وهذه النافذة غير محمودة العواقب، فإن أي توجيه لوسائل الإعلام يعد إكراها يتناقض مع الليبرالية، ويرى البعض لتكون الصحافة مسؤولة يجب أن تدافع على الجوانب الايجابية أكثر من التركيز على الأشياء السلبية، وعندما نتحدث عن مسؤولية وسائل الإعلام هل نتحدث عن مسؤولية الصحفيين ووسائل الإعلام؟ هل نتحدث عن مسؤولية الصحفيين أو

³ - د. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعرفة، الإسكندرية، 1984، ص275

- حسام محمد: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية للطباعة، ط1، القاهرة، ص 17⁴

droit de l information paris dolloz . 1976. P71:- jean marie aubyet robert ducosader 3

الناشرين؟ أم عن مدراء النشر أم عن المعلقين، أم عن مصادر الأخبار؟، ولمصلحة من تكون هذه المسؤولية؟ هل لمصلحة حزب معين؟ أم لجماعة ما؟ أو هي لمصلحة الوطن؟ أو مصلحة عامة، وهل هي كلها مبررات كافية تكفي باسمها الأفواه، ويلقى بالصحفيين في غياهب السجون، سواء كان باسم محاربة الخطر الأجنبي أو المساس بالنظام العام، وأخيراً محاربة الإرهاب؟ وأن طبيعة الاختلاف بين الأفراد والشعوب والدول قد لا تكون لهم مصلحة واحدة، وبه تختلف وتتوحد الجهة التي نكون مسئولين أمامها إن لم تكن مسؤولية قانونية تعكس القيم المشتركة داخل مجموعة وطنية منسجمة، رغم ما تحمله هذه النظرة من مخاطر الانحراف.

ويجب أن يواجه الغموض في تفسير مرامي المسؤولية الاجتماعية بصحافة متعددة، وصحافة للخدمة العمومية تفتح صفحاتها لمختلف التوجهات الموجودة في الرأي العام.⁶

2-1 النظرية الاشتراكية السلطوية في وسائل الإعلام: ترى هذه النظرية أن تكون وسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من أجهزة الدولة، وتعود ملكيتها لها، ويديرها الحزب وتتمثل وظيفتها في الدفاع عن الفكر الواحد النابع من التعاليم الماركسية، ولها أن تنتقد الأفراد والظواهر الهامشية، ولكن ليس لها أبداً أن تهاجم مبادئ النظام السياسي وهي بذلك أخذت تقسيماً خاصاً حسب الفئات الاجتماعية التي تشرف عليها المنظمات الجماهيرية والمناطق الجغرافية.⁷

وتضع هذه النظرية الجماهير موضع قاصر عن التفكير وقدرته عن متابعة عمل الحكومة أو انتقادها، وكثيراً ما يهتم ويرمي من يخرج عن هذا النهج وينتقد النظام بالعمالة وحتى الخيانة، وممارسة الإعلام وفق هذه النظرية نجد البرافادا تنتشر في كامل الجمهوريات السوفيتية، رغم اختلاف فئاتها فقد أفرزت جرائد للجيش وأخرى للعمال وأخرى للفلاحين، وهو النموذج الذي تبنته بعض بلدان العالم الثالث، مثل الجزائر التي كان لها جريدة الشعب والمجاهد كصحيفتين وطنيتين وصحيفتين جهويتين: الجمهورية في الغرب؛ والنصر في الشرق، تدعمها في ذلك مجالات تابعة للمنظمات الجماهيرية، كالثورة والعمل التابعة للاتحاد النسائي وأول نوفمبر للمجاهدين، والوحدة للشباب وغيرها، والتي حدد مهامها في الميثاق الوطني ولوائح الحزب والمنظمات الجماهيرية التابعة لها.⁸

2-2 أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية:

أ- تيار مستمد من الدراسات النفسية: ويعتبر هذا التيار أن للشخص المسئول اجتماعياً مواصفات محددة، فهو يعني بالتزاماته اتجاه الجماعة، يعتمد عليه وينفذه عادة ما يعد به، يحقق الأهداف المرجوة منه، ويفكر في مصلحته ومصلحة الجماعة.

1- جون ميرل، رالف لوينشتاين: الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة د. ساعد خضر العرالي الحارثي، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1989، ص 239.

- د. عاطف عبد الرحمن: مقدمة في الصحافة الإفريقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 135.

- د. جيهان أحمد رشتي: نظم الاتصال (الإعلام في الدول النامية)، دار الفكر العربي، 1999، ص 93.

ب- تيار مستمد من دراسات الإدارة والعلاقات العامة: لقد دفعت التطورات التي شهدتها القرن التاسع عشر لبروز الحاجة لإلزام المنشآت بمسئوليتها خاصة؛ بعد أن أصبح التوجه العام يتمثل في تحقيق مصالح المشاريع والمؤسسات على حساب المصلحة العامة للجمهور، وقد أدى هذا المناخ للاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

وتكتسب هذه النظرية أهميتها في الوقت الراهن لأسباب متعددة أبرزها:

- أنها تعتنى بالسياق أو البنية الاجتماعية المحيطة وتأخذ بعين الاعتبار أثناء ممارسة العمل الإعلامي.
- أنها تتادي بالألا يقتصر عمل الإعلام أو العلاقات العامة بل وحتى الشركات الخاصة على هدف تحقيق الربح للمالكين والمساهمين، بل تشدد على الجوانب الأخلاقية في ممارسة العمل.
- أنها تعتنى بعملية تنمية المجتمع عموما من خلال الإقرار بأن استمرار عمل المؤسسة بغض النظر عن تخصصها، يشترط عملها على تنمية المجتمعات المحيطة بها.
- أنها تشدد على التزام العاملين في المجال الصحفي بقيم عديدة أهمها: الدقة، الموضوعية، العدل، والحفاظ على ثقافة المجتمع.⁹

الفرد ملزم اجتماعيا أن يخضع لحاجات الجماعة وألا يخرج عن عاداتها وتقاليدها، لذا تتحدد مسؤولياته وفقا للضمير الجمعي، فهو لا يستطيع الاستغناء عنها بكون الفرد كائن اجتماعي لذا على الشركات الإعلامية بثتى أنواعها أنها تتحلى بالمسؤولية الأخلاقية إعلاميا وتحترم تلك المعايير والإلزامات الأخلاقية وتخضع لها، وتضيف عملا تربويا ينشئ الفرد على أنماط سلوكية تنتجها الأسرة، باعتبار الإعلام من المفروض مكمل لعمل الأسرة وليس العكس، فهو امتداد لها، وإذا حدث العكس - وهو ما نراه اليوم في إعلامنا للأسف - أفرز تناقضا إذ معظم الفضائيات تخاطب غرائز ونزوات الفرد، لذا على وسائل الإعلام تغذية الجماعة؛ فكلما قوي اتصال أفرادها بعضهم ببعض كان المجتمع خاليا من المكدرات والمشاكل، إذ نجدها تحافظ على شكل العلاقات الاجتماعية: كاحترام الجيرة والدعوة إلى صلة الرحم واحترام الكبير وكل ما له دعوة إلى تماسك المجتمع، وإذا كان اتصال الجماعة ضعيفا كما نراه اليوم زادت المشكلات الاجتماعية تعقيدا: كالدعوة إلى التحرش الجنسي، الانتحار، العنوسة، العزوف عن الزواج، السرقة، القتل... الخ.

2-3 المسؤولية الاجتماعية عند النظرية القيمية: تعتبر القيم الإعلامية متماثلة بمعناها الواسع في جميع مناطق الكرة الأرضية لأن الفطرة الإنسانية واحدة، ففي حقيقة الأمر تركز الضوابط المهنية على قيم عالمية، كنبذ الكراهية والعنف وازدراء الإنسان (كالفاشية) أو بعض فئات من البشر (كالعنصرية)، وتتسجم مع معظم الإيديولوجيات: كاليهودية والبوذية والكنفوشوسية

- الغالبي، طاهير محسن وآخرون: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، ط2، دار الفكر للنشر والطباعة، عمان، 2010، ص 97

والمسيحية الكاثوليكية والبروتستانتية والإسلام المعتدل والمذاهب الإنسانية، ولكنها لا تتسجم مع الأنظمة المتطرفة ولا الشمولية ولا الأصولية.

ومن الواضح أن تراتب القيم يختلف من ثقافة لأخرى، وهكذا دلت دراسة مقارنة قام بها صحفيون من الولايات المتحدة الأمريكية ومن الصين؛ أن الطرفين يقدران أنه لا بد وأن يكون الخبر المقدم دقيقاً وغير منقوص، ولكن الطرف الأول يصنع في أولوياته الصحفية التصدي وحب الاستطلاع بينما يولي الطرف الثاني الأفضلية للتواضع والأمانة.¹⁰

إن تعدد الثقافات يبرز أولويات القيم في الممارسة الإعلامية والتعاملات الاجتماعية معها، لكن القيم تظل تخدم الإنسانية وتحدد مسؤولياته اتجاه بني جنسه لذا فالقطاع السمعي البصري في الجزائر يواجه التجربة ومخاض التعامل معها، إذ من جهة المستثمر الخاص في القطاع السمعي البصري همه الربح، وكذا على ثقافة مراعاة أمن المجتمع اجتماعياً؛ فتماسكه ضرورة حتمية لإبقاء تلك القيم الموروثة سارية المفعول.

الممتهن لوسائل الإعلامية يجب يكون مسؤولاً أولاً اتجاه نفسه؛ إذ عليه ألا يخون معتقداته وأن يرفض تنفيذ مهمة تخالف مبادئه، كما أنه مسؤول اتجاه مستخدمه، فلا يجوز له مثلاً أن يكشف عن شيء من الأعمال الداخلية، بل يحترم القانون وألا يجلب العار للهيئة الإعلامية، فلا حياته الخاصة ولا التزاماته السياسية ولا الأرقام العالية لمنحه الخارجية يجب أن تولد لدى الآخرين شكاً بنزاع سببه المصلحة، كما يجب أن يقلل لصالح مستخدميه الآخرين دون إذن مسبق وخاصة لدى منافسين، دون الكلام عن الغش عبر قرص مغناطيسي أو على عملة ورقية، بل إن الإعلامي مسؤول بشكل خاص اتجاه الأفراد المشيرين للجدل، واتجاه المنتفعين من الوسائل الإعلامية.¹¹

إن الضمير الإعلامي كفيل لوحده لإيقاظ روح المسؤولية لدى الفرد الممتهن للإعلام، وهذا للحفاظ على معتقده ومبادئه أمام مخالفه، وكذا إحترام الآخرين سواء في مجال العمل أو مع المنافسين أو مع المنتفعين، فالقيم عملة تجذب إلى الفرد منافع عامة يصاحبها الاحترام المتبادل.

3- حدود المسؤولية في قطاعي السمعي البصري بالجزائر:

بعد ثورة الربيع العربي عرف قانون الإعلام النور واستطاعت الجزائر أن تتخلص من عقدة قانون الطوارئ، وخلق هذا جواً من المرونة في التعامل السلس مع ملف السمعي البصري لأول مرة منذ استقلال الجزائر، ولعل الظروف الدولية السياسية والاقتصادية والاجتماعية ساهمت إلى حد بعيد في بلورة نوع من الحرية الإعلامية؛ إلا أن السؤال حينها: ما هي حدود هذه الحرية الإعلامية عند القانونيين في لوائح حملت أكثر مادة قانونية في حين سجل الإعلام وهبئات

- جان كلود برتراند: أدبيات الإعلام (ديولوجيا الإعلام)، ترجمة رباب عابد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت لبنان،

2008، ص 50.¹⁰

- جان كلود برتراند: أدبيات الإعلام (ديولوجيا الإعلام): المرجع السابق، ص 69.¹¹

إعلامية في الجزائر تحفظا من هذا القانون؛ حيث أوضحت لجنة حماية الصحفيين أن قانون الإعلام الجديد لا يرقى إلى مستوى ما وعدت به السلطة بالإصلاح كما أنه لا يعني بالمعايير الدولية لحرية التعبير، وحسب اللجنة أن 32 مادة على الأقل يمكن استخدامها لتقييد حرية التعبير، فيما تتسم عدة قوانين بالغموض وتفرض قيودا غير ضرورية للوصول إلى المعلومات بالإضافة إلى غرامات باهظة ضد من ينتهك القانون.¹²

إن خبرة القانونيين في الإعلام تبدو أنها مازالت سلطوية نتيجة القبضة الأمنية المحكمة منذ الاستقلال إلى اليوم، والنضج السلطوي لا يتم إلا بعد جمود الثقة ما بين الإعلام الخاص المتمثل في شخصيات إعلامية مثقفة مشبعة بالحرية؛ وما بين السلطة الحاكمة التي ترى أن الانفلات في الحرية قد يأتي على حساب الأمن المجتمعي ككل مما يخلق نوعا من الإرباك والريبة بينهما، وإذ تعد سلطة الضبط بمثابة الوسيط الذي يحل محل كتلة الجليد بينهما ويقرب مسافة الحوار للتوصل إلى أرضية لفض الخلافات.

4- سلطة الضبط في قطاعي السمعي البصري بالجزائر:

يبدو أن نقص الخبرة في الممارسة الإعلامية في قطاعي السمعي البصري الخاص في الجزائر، يؤثر على العلاقة بين الإعلامي والسلطة من جهة؛ وعلى المحتوى المقدم للجمهور، لذا سلطة الضبط جاءت كوسيط بينهما، فالإعلامي قد يراها محدد يعيق من إبداعه، ويجبره على التراجع عن بعض التغطيات الإعلامية، وترسم السلطة له خطوطا حمراء لا يتجاوزها، وأن سلطة الضبط تدخلت مرتين لحماية الشخصيات السياسية، ويبدو أن تفسير السب والقذف ما زال مبنيا على الشخصية، وعلى العكس من ذلك كان لابد أن يكون مبنيا على المحتوى المقدم لهذه الشخصية، بمعنى أن الإعلامي ينتقد ممارسات مقدمة من طرف السياسي وليس شخصية المواقف وحصرها في زاوية الأمور الشخصية؟!، كما أن المؤسسات التي يتعامل من خلالها الإعلامي لم تنصب بعد، وكانت وزارة الاتصال قد وضعت عدة مشاريع عمل بعد صدور قانون الإعلام ويتعلق الأمر بإعداد مشروع قانون السمعي البصري، وترافق مع ذلك إعداد دفتر شروط إنشاء القنوات الخاصة ومشروع قانون إنشاء المجلس الأعلى للإعلام الذي لم ير النور بعد، فضلا عن إنشاء مجلس لأخلاقيات المهنة، وتنصيب سلطة الضبط للصحافة المكتوبة قبل التوجه إلى إعداد قانون الإشهار الذي يشهد مشروعه تأخرا في الصدور.¹³

الخاتمة:

- د. بوحنيفة قوي: فتح قطاع السمعي البصري بالجزائر الضوابط القانونية والممارسة الميدانية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 4 ، 2015، ص 103.

- د. بوحنيفة قوي: فتح قطاع السمعي البصري بالجزائر الضوابط القانونية والممارسة الميدانية: المرجع السابق، ص 7.

لا يمكن التحدث عن المسؤولية الاجتماعية لدى الإعلامي في قطاعي السمعي البصري؛ دون التركيز على خصوصية المجتمع الثقافية، إذ أن الجماعة المرجعية تفرض على جميع الفاعلين التركيز على أمن التركيبة الاجتماعية، المعرضة للتغير الاجتماعي اللامحمود، فالمعروض إعلاميا يجب أن يخضع لمختصين ليس فقط في الإعلام؛ بل وفي علم الاجتماع واثروبوجيا وعلماء دين ونفسانيين وعلماء تاريخ، كل في حدود اختصاصه للحفاظ على الموروث الثقافي والاجتماعي والديني، إذ المحافظة عليه في ظل الصراع على المصالح الاقتصادية باتت العولمة تريد ابتلاعنا ثقافيا، التي تود أن تجعل الثقافة محدد ومرجعية واحدة ألا وهي الأمركة، وان التعددية الثقافية في عالمنا المعاصر أصبح سلاح نواجه به ثقافة القطبية الواحدة التي تريد أن تبتلعنا عبر الإعلام، لذا فمسؤولية الجميع دون استثناء في الحفاظ على الهوية والذات في عالم يريد أن يجعل من التطور التكنولوجي ذريعة للقضاء على الخصوصية الثقافية للمجتمعات.

المراجع العربية:

- 1- د. بوحنيفة قوي: فتح قطاع السمعي البصري بالجزائر الضوابط القانونية والممارسة الميدانية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 4، 2015.
- 2- جون ميرل، رالف لوينشتاين: الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة د. ساعد خضر العرالي الحارثي، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1989.
- 3- د. جيهان أحمد رشتي: نظم الاتصال (الإعلام في الدول النامية)، دار الفكر العربي، 1999.
- 4- جان كلود برتراند: أدبيات الإعلام (ديولوجيا الإعلام)، ترجمة رباب عابد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 2008.
- 5- حسام محمد: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية للطباعة، ط1، القاهرة، 2003.
- 6- د. نهوند القادري عيسى: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2008.
- 7- د. سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعرفة، الإسكندرية، 1984.
- 8- د. عاطف عبد الرحمن: مقدمة في الصحافة الإفريقية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
- 9- الغالبي، طاهير محسن وآخرون: المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، ط2، دار الفكر للنشر والطباعة، عمان، 2010.

المراجع الأجنبية:

1- jean marie aubyet robert ducosader : droit de l information , paris ,

Dalloz . 1976.

