المقتربات النظرية المتعلقة بمسألة التشريع للإعلام الجديد

د . عبد القادر دريـــدي – جامعة الجزائر 3 –

ملخص :

يحاول هذا المقال حصر مختلف الرؤى و المقتربات العلمية التي حاولت التعامل مع ظاهرة الاعلام الجديد كظاهرة اجتماعية ذات طابع اتصالي، بحيث تتنوع هذه الاقترابات حسب طبيعتها و أهدافها و أصولها العلمية، كما أننا نحاول من خلال هذا العمل توضيح العلاقات بين عملية التشريع – التي أصبح ينظر إليها بفعل العديد من الممارسات التعسفية عبر التاريخ على أنها أحد اسباب التضييق على الحريات المجتمعية — و بين الاعلام الجديد كفضاء جديد للحريات تجاوز بنجاح كل المضايقات التي عاشها الانسان في مرحلة ما قبل مجتمع المعرفة. كما أن هذا المقال يحاول الربط بين الإجتهادات العلمية بين مجالين بحثيين ما يربطهما أكثر مما يفرقهما ، و هما علوم الاعلام و الاتصال و العلوم القانونية و يحاول إيجاد مساحات مشتركة تجعلنا نفهم طبيعة هذه العلاقة و تسخيرها لخدمة الانسان على احسن وجه.

الكلمات المفتاحية : الاعلام الجديد، القانون، الضبط القانوني.

Abstract :

This article tries to limit the various visions and scientific approaches that tried to deal with the phenomenon of the new media as a social phenomenon of a communicative nature, so that these contradictions vary according to their nature, objectives and scientific origins. We also try to clarify the relationship between the legislative process - By many arbitrary practices throughout history as one of the reasons for restricting societal freedoms - and between new media as a new space.

This article attempts to link the scientific jurisprudence between two fields of research which links them more than what divides them. These are the sciences of communication and legal science and try to find common spaces that make us understand the nature of this relationship and harness it to serve the human being in the best way.

مقدمة :

تعد مسألة التشريع للإعلام الجديد من أبرز القضايا الجدلية التي طبعت النقاش القانوني و المهني (الاعلامي) خلال القرن الواحد و العشرين على اعتبار أن هذا الفضاء التواصلي الجديد يعد رمزا للحرية التي أصبحت تتمتع بها المجتمعات الحديثة لتسجل بذلك ثورة جديدة من ثورات الاتصال.

ويتخلص مضمون الجدل في من يرى أن أي محاولة للضبط أو التنظيم القانوني للإعلام الجديد ستمس لا محالة بحرية هذا الفضاء و تلحق به نفس الأضرار التي لحقت بالفضاءات الاتصالية التقليدية (الصحافة المكتوبة، الإذاعة و التلفزيون)، و من يرى بضرورة تنظيم هذا الفضاء الجديد لأن الحرية المطلقة التي يتمتع بها تسببت في الكثير من الأضرار المجتمعية ، خاصة مع تنامي ظاهرة الإرهاب واستخدامه لهذه البيئة لنشر أفكاره و التشجيع على الإضرار بمصالح الدول.

ويرى انصار هذا التيار أنه بما أن هناك أسبابا دفعت إلى تنظيم وسائل الإعلام التقليدية من دعاية ايديولوجية و إشهار كاذب و تشهير و قذف وما إلى ذلك من ممارسات لا أخلاقية ، فإن هناك أسباب موضوعية لا تقل أهمية عن سابقاتها تدفع إلى التفكير و بشكل جاد في تنظيم التعامل مع تكنولوجيا الإنترنت بوصفها إعلاما جديدا و ذلك على الرغم من الإختلافات التقنية الموجود بين الإعلام التقليدي و الجديد و إنعكاساتها على شكل و طبيعة المحتوى.

إن ورقتنا هذه تنطلق من هذا الجدل القائم في مسألة تنظيم التعامل مع الإنترنت عموما و سبل تعامل الصحفيين مع الشبكات الإجتماعية بوصفها إعلاما جديدا لتقدم الأسس النظرية التي يقدمها من يرى بضرورة تنظيم الاعلام الجديد قانونيا، ومن هنا نصوغ إشكاليتنا على النحو التالي : ما هي الأسس النظرية التي تقوم عليها عملية التشريع للإعلام الجديد ؟

I. شبكة مفاهيمية :

1 – الإعلام الجديد : لقد أحدث الاعلام الجديد نوعية في مفهوم الإعلام ككل، بحيث انتقلت كل وسائل الاعلام التقليدية هذا الفضاء الاعلامي الجديد لتشكل جزاء منه، فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية، ولكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدّد لهذا الإعلام الجديد. ويتحدث "**Paul. Levinson**" في كتابه "**New Media** " عن قصة ظهور الإعلام الجديد وماذا يعني لنا كأناس عاديين أن يكون هناك إعلاماً جديداً (Levinson, 2009,p :84).أما الدليمي فيعرفه على أنه " تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بـ (الفيس بوك،تويتر ويوتيوب) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب، وإنّما من الناس أيضاً وهذا هو جوهر الموضوع" (عبد الرزاق محمد 2011، ص 77).

ان الاعلام لاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة دينامكية من التطوير و الانتشار، و كان في بدايته مجتمتعا انترنتيا على نطاق ضيق و محدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة اعلامية سمعية بصرية تؤثر في قرارات المتأثرين و استجاباتهم، و بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد (السمعي،و البصري ،و الحسي)،كون المتأثر و أنماطه محورا مهما في عملية التأثير(زهير عابد، 2012، ص 9).

2 **القانون** : ان التعريف المقبول اليوم على نطاق واسع للقانون هو ذلك الذي اقترحه روسكو باوند و الذي يقول فيه أنه " ضبط إجتماعي من خلال التطبيق المنهجي لقوة المجتمع المنظمة تنظيما سياسيا" فالقانون بهذا المعنى يوجد في مجتمعات بدائية عديدة و يورد لوي نماذج لنظم متطورة في تحقيق العدالة بين الشعوب الزنجية الافريقية ، و قد درس ماكس جلمكان مؤخرا العملية القضائية بالتفصيل عند أحد الشعوب الافريقية، هو شعب "لوزي في باروتسلاند و أوضح مدى الاتفاق الوثيق بينها و بين العملية القضائية في المجتمعات الغربية ، من حيث اساليب التبرير و المفاهيم الاساسية التي تستند اليها تلك العملية على أننا نلاحظ –كما اشار لوي – أن القانون لا يوجد كلية في عدد كبير من الشعوب البدائية ، كما هو الحال عند الاسكيمو مثلا ، الذين يقتربون اقترابا وثيقا من الفوضوية(عبد الحميد، 2015، ص 111)

II. المقتربات النظرية المتعلقة بمسألة التشريع للإعلام الجديد

تطرح أشكال التنظير للإعلام تساؤلات عديدة حول مفهوم الإعلام الجديد و ممارساته، فهل تعبر هذه المرحلة عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور، أو كما يرى البعض فإن هذه العملية مرتبطة أساسا بظهور أنماط إعلامية جديدة تتطلب التنظيم و الضبط . إن النقد الموجه للإعلام الجديد يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها هذا الصنف من الإعلام، فإمكانية الوصول إلى نموذج نظري للإعلام الجديد لا يتم عن طريق ما هو موجه من نقد للإعلام السائد بل إنطلاقا من مخرجات وتجارب وسائل الإعلام التي تطرح نفسها كبديل عن الإعلام الرسمي التقليدي. ويذهب بعض النقاد إلى الدعوة لدراسة الإعلام الجديد ليس إنطلاقا مما يجب أن يكون عليه بل عن طريق ما هو عليه، وهو ما سيمكننا من الحكم عليه إنطلاقا من مقدرته على عرض بدائل في مواجهة النماذج الإعلامية السائدة (أولغا جوديس 2009، ص32). و بتنامى إستعمالات الإعلام الجديد و بروز إشكاليات تتعلق أساسا بكيفياته تنظيمه بادر باحثون إلى تقديم مقاربات نظرية تتطرق أساسا إلى الأسباب النظرية التي تدفعنا إلى التفكير تنظيم الإنترنت و الإعلام الجديد من عدمه.

1 – المقترب السوسيولوجي (الإجتماعي) : يركز المقترب السوسيولوجي على التعامل مع المعلومات كظاهرة إجتماعية و من ثمة فإن القانون كمنظم للعلاقات الإجتماعية يؤثر بشكل مباشر على إنتاج المعلومات و محتواها، و عملية الإتصال في حد ذاتها ، الأمر الذي يؤكد أهمية التحليل الإجتماعي للقوانين، و النظرة المعمقة لمفهوم المعلومات ضمن و خارج السياق القانوني. ويقترح هذا المدخل هيكلا تصوريا لتحليل المعالجة القانونية للمعلومات من خلال ثلاثة أبعاد و هي :

– المعلومات كإشارات من المرسل إلى المستقبل.
– المعلومات كإنتاج للمعاني و الأفكار ووجهات النظر
– المعلومات كعنصر جوهري يؤثر على العناصر السياسية و الإقتصادية و الثقافية التي تشكل المجتمع
ويشمل التنظيم القانوني لتدفق المعلومات مجالين رئيسيين حسب هذا المدخل :
– **المجال الخاص** : و يتعلق بإرسال المعلومات بين الأشخاص و المنظمات الخاصة ، أي المحتوى الشخصي للمعلومات و العلاقات الإقتصادية بين الأشخاص الخاصين و من ثم تتشكل حقوق الملكية الفكرية و الخصوصية و الأسرار التجارية و الإبتزاز و التشهير و المجون و الكفر و العنصرية و حماية البيانات و الرقابة الإعلامية.
– المجال العام : عرف هابرماس المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري تواجده في مكان معروف أو مميز، فهو يتكون في الأساس من مجموعة من الافراد لهم سمات مشتركة يجتمعون بعضهم ببعض كجمهور، لكي يقوموا بوضع وتحديد احتياجات المجتمع من الدولة. و يعتبر المجال العام مصدرا لتكوين الرأي العام ، و هو يتطلب شرعية السلطة لتفعيل اي ديمقراطية، فهو يبرز الآراء و الإتجاهات من خلال السلوكيات و الحوار (شريف دوريش 2011، ص 75) .
من الناحية التطبيقية، يتعلق المجال العام بإرسال المعلومات بين الممثلين الرسميين و الخاصين، و من ثمة يشمل حرية الرأي و التعبير و حرية المعلومات و حرية الصحافة و تنظيم خدمات الإتصال من إرسال إذاعي و خدمات بريدية و لا سلكية. ويتضمن المجال العام ثلاثة مجالات فرعية وهي : التنظيم القانوني للحريات، التنظيم القانوني للخدمات المعلوماتية و التنظيم القانوني للسلطة القضائية(محمد سعد 2007، ص : 19). و من أهم النماذج المقترحة في هذا السياق ، نجد نموذج جون كايير للتحليل الاجتماعي لقوانين المعلومات، الذي يفترض أن المعلومات كظاهرة إجتماعية تؤثر على الحكومة من خلال العلاقة بين العملية السياسية و حرية التعبير حيث لا يحدث التغيير السياسي ولا تكتمل المشاركة السياسية بدون معلومات و حرية الرأي و التعبير ، كما أن السياسي يحتاج إلى المعلومات من أجل بناء القرار السياسي الذي يستند في تشكيله على كمية و نوعية المعلومات . وإذا كانت المعلومات توثر على الإنتاج الإقتصادي و السوق التنافسية و الهياكل الإقتصادية و الإجتماعية فإنها تؤثر بالضرورة على الإنتاج الثقافي و أشكال التعبير الثقافي (نفس المرجع، ص : 20).

2 – المقترب (السلوكي) المعرفي : الذي يمثله نموذج روبرت إليكسون للسيطرة السلوكية، و ينطلق هذا المقترب من قناعة مفادها أن وسائل الإعلام بصفة عامة و الإعلام الجديد بوجه خاص هو مصدر للمعلومات بالنسبة لكثير من الناس و ربما المصدر الوحيد لبعضهم و بالتالي فما تقدمه هذه التكنولوجيات و ما تتميز به ثراء في المحتوى له أثر بالغ على المستويات المعرفية و الوجدانية و السلوكية . وعملية إكتساب المعلومات هي عملية معرفية معقدة أساسا ، كما تؤكد نظريات على النفس التربوي ، و هي مرتبطة بمسألة التعلم الذي هو عملية عقلية داخلية نستدل على وقوعها من خلال العواقب المترتبة عليها، كأن يطرأ تعديل على سلوك الفرد سواء على المستوى الوجداني أو العقلي (المعرفي) (عزي عبد الرحمان، 2010 ، ص 93).

و من هذا المنظور ينطلق نموذج روبرت إليكسون في تحديد المتغيرات التي تحكم سلوك الأفراد في تعاملهم مع الشبكات الإجتماعية الإلكترونية بشكل عام ويتضمن خمسة مستويات لآليات التنظيم و السيطرة و نوجزها على النحو التالي :

جهاز السيطرة	القواعد	العقوبات
الفرد	الأخلاق و القيم الشخصية	الموافقة الذاتية
أشخاص آخرون أو أجهزة من طرف ثاني	البنود التعاقدية	آليات المساعدة الذاتية
مؤسسات إجتماعية غير منظمة	المعايير الإجتماعية	العقوبات الإجتماعية
منظمات غير حكومية	القواعد المنظمة	العقوبات المنظمة
الحكومة	القوانين	العقوبات القانونية و الرسمية

ووفقا لهذا النموذج فإن تعدد مؤسسات السيطرة الإجتماعية و التشريعية و السياسية يؤدى إلى حالة التضارب و النزاع ، فإذا كانت الدولة تمتلك القدرة على فرض قانون رسمي بالقوة العمومية فإن طبيعة شبكة الإنترنت تعوق أو تحد من قدرة الحكومة على تطبيق عقوباتها و تزود المستخدمين (الأفراد) بإمكانية الخروج من نطاق السيطرة القانونية التي تتسم بالتشدد (القانون الرسمي) إلى نطاق سيطرة أكثر تحررا.

وإذا كانت الدولة لديها القدرة على فرض قانونها على أجهزة السيطرة الإجتماعية فإن تلك الأجهزة ليست لديها القدرة على فرض قواعدها و من ثمة تصبح سعي المستخدمين المنتهكين للقانون إلى تجنب إكتشافهم أو الإنسحاب من السلطة القضائية إلى سلطة أخرى. وهكذا تصبح فكرة الخروج Exit قابلة للتعميم على كافة أجهزة السيطرة، فكل جهاز قادر على فرض قواعده في الأجهزة التي تليه في الترتيب و في المقابل فإن الأجهزة الأخرى تسعى لممارسة نوع من الخروج لمواجهة فرض القواعد و القوانين و العقوبات (محمد سعد 2007، ص : 20).

3– **المقترب الاخلاقي** : يقوم المقترب الاخلاقي على اعتبار القيمة هي المعيار في الرسالة الاعلامية مهما كان وعائها، سواء كان تقليديا (اعلام تقليدي) أو اعلاما جديدا، و تنزع هذه الرؤية إلى التشريع على اساس قيمي، بحيث يراعي المشرع المصلحة الاخلاقية للمجتمع في كل مسألة مرتبطة بتنظيم و ضبط الاعلام .

وترتكز رؤية عزي عبد الرحمان في تنظيم و اخلقة الاعلام على القيمة، و يُقصد بالقيمة، في منظور عبد الرحمن عزي فإن القيمة ما يعلو عن الشيء ويرتبط بالمعاني الكامنة في الدين، أما إعلاميا فإن دراسة الأثر او تأثيرا وسائل الإعلام لا تتم من دون مرجعية تربط محتويات وسائل الإعلام بالقيمة. وفي هذا السياق يقول عزي: "إن التأثير يكون إيجابيا إذا كانت محتويات وسائل الإعلام وثيقة الصلة بالقيمة، وكلما كانت الوثائق أشد كان التأثير إيجابيا ، و بالمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت محتويات وسائل الإعلام لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض معها" (عزي عبد الرحمان، ص 112).

يعرف عزي عبد الرحمن مفهوم الأخلاق (الأخلاقيات) في الممارسة الإعلامية على أنها الحجة الأخلاقية في التمييز بين الخير و الشر أو بين الصحيح و الخطأ عند اتخاذ القرارات اليومية في انتاج الرسالة الإعلامية، كما يقول عزى أن الصحفي كل ما كان أخلاقيا كلما أقترب من الإحترافية (Abderrahmane Azzi, 2016 , P : 65.). وإذا كان عزي عبد الرحمن يربط بين مفهوم الأخلاق و الأخلاقيات، فإن نصر الدين العياضي يرى بينهما فرقا، حيث يعرف الأخلاق على أنها مجمل المبادئ للحكم على سلوك ما، وقواعد تحدد الشر والخير والواجبات، أما الأخلاقيات فهي مجموعة من التوصيات الأدبية والاعتبارية ومدونة سلوكية يتبعها المحترفون في مختلف المهن، ويستدلون بها في نشاطهم لأنها توجههم نحو ما هو أفضل للتصرف في مواقف وأوضاع معينة. أي أنها اختيار طوعي لا يمكن أن يفرض بالقوة، لذا تترك للمهنيين المعنيين، مثل الصحفيين، أنفسهم وليس غيرهم لصياغة المبادئ المحددة لسلوكهم المهني. فاللوائح والمدونات الأخلاقية لا تملك طابعا إلزاميا، وتتمتع بسلطة معنوية وأدبية، وترتبط بالتزام المهنيين تجاه الأفراد أو المجموعة البشرية التي ينتمون إليها باحترام جملة من القيم والأعراف التي ترسخ في أوساط المهنة بوعي مهنييها ومشاركتهم الفاعلة. وفي هذا السياق يرى العياضي أن والأخلاقيات ليست تنزيلا آليا للأخلاق في الواقع العملي وإن كان البعض يسميها الأخلاق الاجتماعية (نصر الدين العياضي،2015).

و تشكل مفاهيم نظرية الحتمية القيمية نوعا من القطيعة المعرفية المفاهيمية مع مفاهيم السياق الإعلامي الحالي الموروثة في معظمها عن أدبيات غربيّة نتيجة الاحتكاك الذي ساد ويسود المنظومة الأكاديميّة الإعلامية والاجتماعية مع المنظومة الأكاديمية الغربيّة منذ السبعينيات من القرن الماضي. ويمكن، بمقتضى مفاهيم نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، دراسة أفكار الفعل المعرفي من زاوية الأنا وليس الآخر، ومن رؤية أصيلة تراعي كل ما هو دخيل. فهي تندرج في أبحاث عزي بمنطق خاص وتنمو لا بالاستعارات التي يتعاطاها الخطاب الإسلامي الإعلامي الذي يؤسس للظاهرة الإعلامية بمفاهيم من الداخل في غياب شبه تام لمفاهيم خارج الوعي بالمشكلة. إن المنظومة المفاهيمية عنده هي من داخل الظاهرة (الوعي بالمشكلة) و من خارجها (الوعي خارج المشكلة) (نصير بوعلي).

3 – المقترب الإقتصادي : يفترض هذا المدخل أن المستوى المثالي و الأكثر كفاءة للتنظيم القانوني الإلكتروني هو الذي يحقق الحد الأقصى من القيم الإجتماعية و الحضارية و ذلك من خلال تحقيق التوازن بين المنافع الإجتماعية لحرية التعبير و عدم تنظيم المحتوى الإلكتروني و بين التكلفة الإقتصادية و الإجتماعية لتنظيم المحتوى و إحتمالات الاخطاء القانونية المترتبة على تطبيق القوانين المتعلقة بأخلاقيات التعامل مع الإنترنت خاصة في قضايا التشهير مثلا.

ويقدم راي ابراهيم Ray Ibrahim المعادلة التالية التي تتلخص في أن تكون تكلفة قمع الحرية أقل من الأضرار المترتبة عن عدم تنظيم المحتوى الإلكتروني : $V+E \leq (PL\backslash 1+n^1)$

V تعنى قيمة الأضرار المترتبة عن تنظيم المحتوى الإلكتروني

E هي تكلفة الأخطاء القانونية المترتبة عن تطبيق قوانين التشهير

P الأضرار المحتملة للخطاب الإعلامي غير المنظم

L المسؤولية الإجتماعية المترتبة على المحتوى الضار و غير الشرعي

N الزمن المنقضى بين نشر خطاب التشهير و الأضرار الناجمة عن النشر
$(1+n^1)$ تعني قيمة الأضرار الحالية و المستقبلية

ووفق هذه المعادلة فإن جمهور الإنترنت اقل عرضة للضرر المترتب على عدم التنظيم القانوني للمحتوى و من ثمة فإن الأضرار المحتملة للخطاب الإعلامي الإلكتروني غير المنظم اقل مقارنة باضرار الخطاب في وسائل الإتصال التقليدية و هو ما يمكن تبريره بارتفاع معدل الإثارة العاطفية و ارتفاع معدل تدفق المعلومات و ارتفاع المستوى التعليمي و الثقافي لمستخدمى الإنترنت و تمتعهم بخاصيتي السرية الفريدة و التصحيح الذاتي و الفورى للبيانات الكاذبة. وهذه السمات الفريدة للإنترنت تترجم وفق منظور التحليل الإقتصادي إلى معدل أقل للضرر و احتمال أقل لحدوث الضرر و من ثم فإن الحاجة تكون أكبر إلى توسيع نطاق الحماية الدستورية و القانونية للخطاب الإعلامي الإلكتروني في حين تكون الحاجة أقل إلى تحديد المسؤولية الجنائية عن التشهير.

و في هذا الإطار يقترح هذا النموذج تضييق نطاق المسؤولية الجنائية عن التشهير الإلكتروني لتكون قاصرة على المحرر أو المؤلف و يعفى منها مزود الخدمة و كل من له دور ثانوي خدماتي ، لأن توسيع نطاق المسؤولية يترتب عليه إغلاق المجموعات الإخبارية و الإجهاد المالي للشركات المقدمة لخدمات الإنترنت و بالتالي الإضرار بصناعة المعلومات. ووفقا لهذا المنظور فإن الحماية القانونية الممنوحة للشخص الخاص أعلى بكثير من الحماية الممنوحة للشخص العام في جريمة التشهير ، نظرا لأن الأضرار المترتبة على قمع المعلومات وحرية التعبير تكون اكبر بكثير في حالة التشهير بالشخص العام إذا ما قرننا بين المصلحة العامة للمجتمع و حماية سمعة الشخص العام (محمد سعد 2007، ص21).

خاتمة :

توضح لنا هذه المداخلة الابعاد الأكثر أهمية التي توضح رؤية الداعين إلى التنظيم القانوني لاستخدام الاعلام الجديد، بحيث يضمن القانون مصلحة كل الأطراف المعنية بهذا الفضاء الإتصالي الذي يمكن أن يكون مجالا للإضرار بمصالح الأشخاص الماديين أو المعنويين.

إلا أن عملية تنظيم الاعلام الجديد قانونا يجب أن تكون في بيئة سياسية نزيهة تقوم على الديمقراطية التشاركية و بدون ذلك تصبح عملية التشريع للاعلام الجديد مجرد طريقة للتضييق على الحريات الفردية و المجتمعية مثلما هو الحال في العديد من دول العالم الثالث.

وعلى هذا الأساس لا يزال الجدل قائما بهذا الخصوص، حيث يرى انصار الحرية المطلقة في استخدام تكنولوجيات التواصل الاجتماعي أن التبريرات التي يقدمها انصار الضبط و التنظيم القانوني تصب لا محالة في مصلحة طرف من الأطراف إما السياسية أو الاقتصادية أو الأمنية وبالتالي الهدف منها هو تحقيق مصلحة معينة على حساب حق الفرد في الاتصال الحر و الحصول على المعلومة.

قائمة المصادر و المراجع :

– بالعربية :

أ / الكتب ومراجع :

1 – أولغا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاربنتيير، 2009، فهم الإعلام البديل، ترجمة علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية.

2 – الدليمي عبد الرزاق محمد ،2011، الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية ، ط1، الأردن، دار وائل للنسر و التوزيع.

3 – آمال عبد الحميد و عدلي محمود السمري و آخرون،2015 ، علم الاجتماع القانوني و الضبط الاجتماعي ، عمان الاردن دار المسيرة للنشر و التوزيع.

4 – محمد سعد ابراهيم،2007، أخلاقيات الإعلام و الانترنت، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع.

5 – عزي عبد الرحمان ، السعيد بومعيزة ، 2010، الإعلام و المجتمع، الجزائر، الورسم للنشر و التوزيع.

6 – عزي عبد الرحمان،2009، دراسات في نظرية الإتصال، نحو فكر إعلامي متميز، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية.

7 – شريف دوريش اللبان، 2011، مداخلات في الاعلام البديل و النشر الالكتروني، ط1،مصر، دار العالم العربي.

ب / منشورات و دوريات :

1 – زهير عابد،2012، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحور التغيير الاجتماعي و السياسي، فلسطين، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، مجلد 26(6).

2 – نصير بوعلي، مفاهيم نظرية الحتمية القيمية للإعلام، مقاربة نقدية، منشورات كلية الإتصال جامعة الشارقة، مقال منشور على الرابط التالي :

http://www.caus.org.lb/PDF/EmagazineArticles/mustaqbal_422_nasir_bou_ali.pdf ، تم تصفح الموقع بتاريخ : 12 جوان 2018 على الساعة 23 :00.

3 – نصر الدين العياضي ، بين القانون والأخلاق والأخلاقيات، يومية الخبر، 23 ماي 2015.

– En français :

1 - Abderrahmane Azzi, les nouvelles tendances de l'éthique et les lois de l'information, paru au « recueil de conférences formation » 2016, ministère de la communication, Alger, CNDPI.

2 – Levinson, 2009 ,New Media, Allyn & Bacon, 1er Edition, USA.