

الفصل التاسع
النظام العالمي الجديد والعولمة

obeikandi.com

العولمة (la mondialisation) ، بالأساس، هي مفهوم ذو بعد اقتصادي قبل أن تكون مفهوما علميا وسياسيا أو ثقافيا أو اجتماعيا. كما أن أكثر ما يتبادر إلى الذهن عند الحديث عن العولمة (la mondialisation) هو العولمة الاقتصادية (mondialisation économique)، ويعود هذا الارتباط العميق والعضوي بين العولمة من ناحية والعولمة الاقتصادية من ناحية أخرى إلى أن المظاهر والتجليات الاقتصادية للعولمة هي الأكثر وضوحا في هذه المرحلة من مراحل بروز وتطور العولمة (la mondialisation) ك لحظة تاريخية جديدة.

وإذا كانت العولمة الاقتصادية (mondialisation économique) تبدو حتى الآن واضحة كل الوضوح، في مراميها وأهدافها الكوكبية، فإن النظام العالمي الجديد للإعلام (N.O.M.I) ، وعلى العكس من ذلك ليس بنفس دقة وضوح العولمة الاقتصادية (mondialisation économique). كما أنه إذا كانت العولمة الاقتصادية تبدو للبعض مكتملة على أرض الواقع، والعالم برتمته بالكاد يوشك أن يكون معولما عولمة اقتصادية كاملة، فإن النظام العالمي الجديد للإعلام (N.O.M.I) ليس بنفس القدر من الاكتمال، والعالم اليوم بعيد كل البعد من أهداف النظام العالمي الجديد المنشود.

والنظام الإعلامي الدولي كما يرى (فورتينار fortiner) و (جالتينج galting)¹ — رغم اختلافات منهجية عميقة فيما بينهما — هو نظام فرعي

¹ عالم الفكر، العدد2، أكتوبر / ديسمبر سنة 1999، الكويت.

ضمن النظام الدولي (l'ordre mondial) ويتكون النظام الإعلامي (الاتصالي) الدولي من عناصر: فنية، واقتصادية، وسياسية، وتنظيمية، وثقافية، عناصر للسيطرة الاجتماعية.

ومن الضروري عند دراسة النظام الإعلامي (الاتصالي) تحليل عناصره ومكوناته على مستوى النظم الفرعية، وعلاقات التأثير المتبادل بينهما. وفي هذا السياق فإن عناصر التحليل تتضمن: التكنولوجيا المستخدمة وفلسفات النظام من سياسة وإيديولوجيا، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، والمضمون، والعلاقات بين النظام الدولي (l'ordre mondial) للاتصالات والنظم الفرعية، وعناصر كل نظام، وأخيرا الجماهير المتلقية.

والجدير بالملاحظة، أن فاروق أبو زيد¹ كان قد حدد خمسة أبعاد لمفهوم النظام الإعلامي هي: الفلسفة الإعلامية التي يقوم عليها النظام الإعلامي، وهي مجموعة المبادئ والأسس الفكرية، ثم السياسات الإعلامية وهي البرامج التطبيقية للفلسفة الإعلامية، ثم الإطار القانوني الذي يترجم الفلسفة الإعلامية إلى تشريعات تحكم عمل المؤسسات الإعلامية، ثم البنية البشرية المتاحة والإمكانات المادية وغيرها، وأخيرا تأتي الممارسات الإعلامية في الواقع الفعلي.

¹ فاروق أبو زيد، بهيلز النظم الإعلامي الدولي، القاهرة، د.ن.، سنة 1991.

المبحث الأول

عولمة الإعلام

في ضوء ما تقدم، ورغم الاستخدام الواسع لمفهوم العولمة (la mondialisation) فإن ثمة محاولات كثيرة ومتعددة لتحديد المقصود بالعولمة خاصة في جانبها الإعلامي، ويلاحظ المتابع لهذه المحاولات أن العولمة كمفهوم تتطابق مع مفهوم العملية أو العمليات المستمرة على أكثر من صعيد وميدان دولي.

وفي سياق التركيز على الجانب الاقتصادي في تحديد مفهوم وعمليات العولمة (la mondialisation) ، أو فيما يعرف برسمة العالم فإنه يجري تناول عمليات وآليات عولمة الإعلام والاتصالات بوصفها إما قطاعا متناميا في الاقتصاد المعولم، أو من وسائل قوى السوق والشركات الكوكبية عابرة الحدود في دمج الأسواق والترويج لثقافة الاستهلاك، ومعروف أن ثقافة هذه السلع هي المشروبات الغازية كالبيبيسي والكوكا كولا، والاستماع للأغاني الشبابية الراقصة لفرق الإسبائيس غورلرز spice girls ومادونا madonna، ومايكل جاكسون michael jackson، وملابس الجيتز، وماركات كلفن كلاين، وبنيتون، ونايك، ومشاهدة الأفلام المثيرة كفيلم التيتانيك، والحديقة الجراسية، وحرب النجوم، الخ...

ورغم كل ما قيل عن الإعلام والعولمة، والتسويق لتوحيد العالم، فإنه لم تظهر سوى محاولات قليلة لتحديد مفهوم عولمة الإعلام، وقد تميزت هذه المحاولات بالاستقطاب الحاد بين تيارين:

الأول: يؤيد بحماس ودون تحفظ عولمة الإعلام، ويعدد إيجابياتها باعتبار تدفق حر للمعلومات وحق الاتصال، وتتيح للجمهور فرصا غير محدودة لحرية الاختيار بين وسائل الإعلام والمعلومات.

أيضا، ظهرت أصوات متعددة توجد بينها اختلافات في الداخل والرؤى العامة، فهناك أصحاب المدخل التكنولوجي الذين يرون أن التقدم التكنولوجي المتسارع والمستمر في مجال الإعلام والاتصال يحدث نقلات ثورية في الزمان والمكان وما يرتبط بهما من خبرات اجتماعية، فضلا عن التمهيد إلى وعي جديد، والفصل بين الحدود الجغرافية والهوية.

وهناك أصحاب مدخل ما بعد الحداثة (le modernisme) ولعل أشهرهم (انطوني جيدنز) الذي يرى أن ما بعد الحداثة (le modernisme) هي نسخة راديكالية من الحداثة (le modernisme) ، كما بينها وبين العولمة، وبالتالي، فالعولمة هي توسيع للحداثة من نطاق المجتمع إلى نطاق العالم. وفي هذا السياق ناقش (جيدنز) عولمة وسائل الإعلام (media globalisation) على أنها ضغط للزمن والمكان، وهي سمة رئيسية في العالم المعاصر، مشيرا إلى أن عولمة الإعلام هي الامتداد أو التوسع في مناطق جغرافية مع تقدم مضمون متشابه، وذلك كمقدمة للتوسيع الثقافي. وأكد (جيدنز) أن وسائل الاتصال (communication) التكنولوجية الجديدة جعلت من الممكن فصل المكان عن الهوية والقفز فوق الحدود الثقافية والسياسية.

إضافة إلى ما تقدم، هناك مدخل أصحاب الليبرالية الجديدة الذي يركز في تعريف العولمة (la mondialisation) على أنها مزيد من التركيز في ملكية وسائل الإعلام والتكامل الرأسي، والتكنولوجيا الجديدة، وتخفيف القيود، ومن نتيجة ذلك خلق فرص جديدة أمام المستهلكين، وتخفيض تكلفة التكنولوجيا، وخلق فرص جديدة للعمل. والمحصلة النهائية من كل ذلك أن التنافس سيصبح من مصلحة المستهلك، في ظل استمرار الصراع بين الرأسمالية العالمية (الشركات الكوكبية عابرة الحدود) والدولة القومية في مجال الثقافة والإعلام.

الثاني: يعارض بشدة عولمة الإعلام ويرفض ما يقال عن إيجابياتها، ويرى أن دورها يقتصر على التلقي السلبي للمعلومات التي يرسلها عدد محدود من المراكز، وينظر إليها باعتبارها نغيا للتعددية الثقافية وتسييدا لقيم الربح والخسارة وآليات السوق في مجالات الإعلام والاتصال (communication) والمعلومات، وغني عن البيان الاعتداء على حرية وسائل الإعلام والحق في الاتصال (communication) ، وتقويض سلطة الدولة لصالح الشركات الاحتكارية الكوكبية.¹

ومن أنصار هذا التيار ولعل أبرزهم (هروبرت شيللر) ، صاحب المساهمات المتميزة عن الامبريالية الثقافية، حيث يعرف عولمة الإعلام على أنها تركيز وسائل الإعلام في عدد من التكتلات الرأسمالية (الشركات عابرة الحدود) التي تستخدم وسائل الإعلام كحافز للاستهلاك على النطاق العالمي.

¹ البحوث الإعلامية (مجلة متخصصة)، العدد3، سنة1992، ليبيا.

وفي السياق ذاته يرى (نعوم تشومسكي Naom Chomsky) ¹ أن عولمة الإعلام هي الزيادة الضخمة ² في الاعلان، خاصة الإعلان عن السلع الأجنبية، والتركيز في ملكية وسائل الإعلام الدولية، وبالتالي، انخفاض التنوع والمعلومات مقابل الزيادة في التوجه للمعلن، ويتابع (تشومسكي) أن العولمة هي التوسع في التعدي على القوميات من خلال شركات عملاقة شاملة ومستبدة يجرها أولا الاهتمام بالربح. ويمكن للإعلان أن يخلق واقعا وهميا، ويشير غرائز ومطامح واقعية، ويقلص إمكانيات ويضخم أخرى، ويروج لسلعة لا تحتوي المواصفات التي يذكرها، ويزيد الاستهلاك زيادة تؤثر سلبا على خطط التنمية وخاصة في دول العالم الثالث، وذلك لأن الادخار هو الأساس في خطط التنمية، ويتناقض الادخار عكسا مع زيادة الاستهلاك الذي يتأثر مباشرة بالإعلان. ³

¹ نعوم تشومسكي، القوة والإرهاب، ترجمة إبراهيم يحيى الشهلي، دار الفكر، دمشق، سنة 2003، ط1.

² الإعلام العربي حضرا ومستقبلا، مرجع سبق ذكره.

³ يقدر حجم ماينفق على الإعلان سنويا حوالي (64) مليار دولار ينفق أكثر من نصفه في الولايات المتحدة الأمريكية وحدها، وتشكل إعلانات العالم الثالث شريحة بارزة في السوق العالمية للإعلانات، إذ بلغت الإعلانات في الهند سن 1971 حوالي 93 مليون دولار، وإيران 34 مليون دولار.

اسم البلد	عدد السكان	المصرف عن الإعلان (ملايين الدولارات)	نصيب الفرد (بالدولار)
كندا	9.23	3028	7.126
انجلترا	9.55	6619	4.118
ألمانيا الغربية	2.61	6018	3.98
فرنسا	7.35	4420	32.82
إيطاليا	2.75	3892	06.68
بلجيكا	9.9	612	6.61
اسبانيا	5.37	1345	12.36
اليونان	5.9	112	8.11
الأرجنتين	7.27	3.80	29
البرازيل	122	1615	22.13

إحصاءات: 1980.

من أجل نظام عالمي للإعلام عادل

سبقت الإشارة إلى ذكر اتساع الهوة بين دول الشمال ودول الجنوب، وخاصة الدول الأكثر فقرا، وهو ما يعني في النتيجة استمرار تفاقم المشكلات الاقتصادية والاجتماعية في هذه الدول، وبالتالي، فإن دول الشمال لن تستطيع أن تعزل نفسها عن مشكلات وقضايا دول الجنوب، وأن استقرار الشمال وأمنه يرتبط في جانب مهم منه بحالة الاستقرار والتنمية في الجنوب والشرق، مما يؤكد ضرورة العمل على إيجاد نظام عالمي جديد للإعلام (N.O.M.I) أكثر عدلا وأكثر ديمقراطية، يكون العالم الثالث طرفا مشاركا فيه وليس على هامشه، ويجري في إطاره ترشيد عملية العولمة (la mondialisation)، ومساعدة دول الأمم للعالم الثالث على مواجهة بعض التحديات المزمنة التي تعاني منها، ومن بينها تلك الناتجة عن الموروث الاستعماري.

وباستثناء تجربة (النمور الآسيوية) التي تنتمي إلى العالم الثالث (le tiers monde)، التي تمكنت من كسر حلقة التخلف وتحقيق التنمية، والمضي قدما بخطوات جادة نحو الأمام، فإن أغلب دول العالم الثالث الأخرى تواجه في الوقت الراهن مشاكل حادة تكاد أن تعصف بمياكل الدول والمجتمعات في حالات عدة، وهو ما يجعلها أكثر تعرضا للآثار السلبية للعولمة.

إن أبرز مظاهر العولمة (la mondialisation) تتمثل في زيادة عمليات التدفق الإعلامي عبر الحدود الوطنية للدول، وهو تدفق تقف خلفه شركات

وشبكات إعلامية عملاقة قادرة على الوصول بالبت إلى أي منطقة في العالم. ونظرا للدور الكبير الذي تقوم به شبكة (CNN) في هذا المجال، فقد ذكر الدكتور بطرس غالي الأمين العام لمنظمة الأمم المتحدة (ONU) في إحدى المناسبات بأن الـ (CNN) هي العضو السادس عشر في مجلس الأمن (le conseil de sécurité). كما أن الثورة الهائلة التي تحققت في مجالات الاتصال (communication) والمعلومات تعتبر من المظاهر الرئيسية للعولمة. وتكفي الإشارة هنا إلى الإمكانيات التي تتيحها شبكة الانترنت بشأن إجراء الاتصالات (communications) وتبادل المعلومات وإجراء الحوارات حول العالم.

لا غضاضة إذا قلنا أنه من الصعب رصد حركة الاندماج المتسارع بين الشركات متعددة الجنسية، أو مشروعات ملوك الإعلام والاتصال (communication) والترفيه أمثال: مردوخ، وبيل جيتس bill gates، وجان لوك لاجاردين، وتيد تيرنر، وقد أفضت حركة التركيز في الملكية والسيطرة على قطاع الإعلام إلى ظهور خمس شركات عملاقة تعرف باللاعبين الخمس الكبار هي: ديزنس disney، وبرتلسمان berstelsmen، وتام، وإرينر، وفاكم، ومايكروسوفت Microsoft، وشركات الأخبار، وباستثناء الشركة الثانية والأخيرة فإنها شركات أمريكية.

وتعمل الشركات الخمس الكبرى وفق آليات السوق، والإنتاج الضخم لكي ينشر أو يستهلك على نطاق واسع بين أكبر عدد من المستهلكين، ومن ثم تخفيض

تكلفة الإنتاج، والنتيجة المترتبة على ذلك هي عدم مراعاة هذه الشركات للقيمة الفكرية أو الثقافية للمضامين والبرامج المنتجة، لكنها تركز على الشكل والجاهزية.

مما لا شك فيه أن النظام العالمي الجديد للإعلام (NOMI) الذي تسعى إليه الدول النامية لا يزال بعيد المنال بفعل عملية العولمة (la mondialisation) وتأثيراتها السلبية، القائمة والمحتملة، على أغلب بلدان العالم الثالث (le tiers monde) ، وخاصة تلك التي تعثرت في مواجهة قضايا التخلف ومشكلاته. إن إعادة رسم خريطة العالم بحري اليوم مهدوء إلى حد تكريس الانقسام النهائي للعالم إلى عالمين اثنين: عالم الإنسان الأعلى (سوبورمان) ، الذي يقاس بالنوعية (qualité) ، وعالم الإنسان المسترخس الذي يقاس بالكمية (quantité) والسؤال: هل نحن أمام نهاية حقبة من التاريخ وبدأ حقبة أخرى أم نهاية التاريخ وفق منظار فوكوياما؟!

لا غرابة، إذن، من الهيمنة الأحادية لبلد واحد على عالم الإعلام والثقافة بكامله، وتتجسد هذه الهيمنة في أن معظم مواد وتجهيزات الصناعة التقليدية والإعلام بيد الدول المصنعة وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية (ورق، حبر، آلات طباعة، آلات تصوير) ، ويتحكم فيها كليا مركز واحد للهيمنة، كما أن جميع تجهيزات المعلوماتية والحاسوبية وغزو الفضاء، وكذلك المواد الثقافية والمرجعية والمكاتب وبنوك المعلومات بيد مركز الهيمنة. ومعظم مصادر البث الإعلامي والأقمار الصناعية ومواد تصنيعها بيد الجهة نفسها، وكذلك طرق تجارها، والأشكال القانونية التي تنتظمها.

الأوضاع الحالية، في العديد من دول العالم الثالث (le tiers monde) ومنها الدول العربية لا تؤهلها للتعاون بفاعلية مع متطلبات عصر العولمة (la mondialisation) وتحدياته، مما يحتم ضرورة الشروع الفوري في عملية إصلاح داخلي جاد وحقيقي. اليوم بفضل وسائل الاتصال (communication) الإلكترونية المسموعة والمرئية فإن خطر السيطرة الغربية بصورة عامة والأمريكية بصفة خاصة على دول العالم الثالث (le tiers monde) في المجالين الثقافي والاقتصادي أصبح خطرا حقيقيا، وإن قراء الصحف ومستلمي الأخبار في الإذاعتين المسموعة والمرئية في العالم - خاصة بعد 2001/09/11 - يخرجون اليوم بانطباع مفاده أن العنف، والصراع، والجريمة، والإرهاب، هي كل الأخبار التي تحدث في الدول النامية.

إن أغلبية الدول النامية يقتصر دورها على التلقي السلبي للمعلومات التي يرسلها عدد محدود من المراكز، حيث يتدفق عليهم سيل من أبناء عالمية وأفلام وصحف ومجلات أجنبية تعالج المشاكل التي لا تمس حياة شعوب آسيا وإفريقيا من قريب أو بعيد وتعتمد تجاهل انشغالات تلك الشعوب.

لقد عقدت الكثير من المؤتمرات التي ناقشت مشكلة عدم التوازن في تدفق المعلومات، منذ مؤتمر مدينة كاندي بسيريلانكا، ومرورا بندوة المكسيك، والتي أكدت بدورها على أن تطوير نظام إعلامي دولي جديد يعتبر أساسيا في إقامة النظام الاقتصادي العالمي الجديد. ينطويان على إعادة تشكيل البناء الدولي للإعلام.

إن شكوى العالم النامي ضد وسائل الإعلام الغربية لا تقتصر على عدم كفاية التغطية الإخبارية بل تمتد إلى اتهام أخطر، فزيادة على نظرات التعالي والإحساس بالوصاية، نقل رسائل مشوهة تنطوي على الإهانة (حالة التشهير بالرئيس العراقي صدام حسين أثناء القبض عليه) والانحياز والترعة للعقاب، والتقاط عدسات المصورين صوراً لأماكن لم تصلها يد العمران بينما تكون بالقرب منها أماكن حضارية جميلة. . . خاصة مع التكنولوجيا الحديثة التي أهدت المجتمع المغلق على نفسه، فالعيون والآذان موجودة في كل مكان. وهذه الأسباب طلبت اليونسكو (UNESCO) بوضع ميثاق أخلاقي يلتزم به العاملون في وسائل الاتصال (communication) على المستوى العالمي، لتنظيم عملية التدفق الحر للمعلومات بحول دون سوء استخدامها.

المبحث الرابع البدائل والاقتراحات

بعد التغيير الذي مس هيكل النظام الدولي (l'ordre mondial) والتطورات المتلاحقة، في مقدمتها تمدد الولايات المتحدة الأمريكية على الصعيد العالمي، حتى حداً ببعض إلى اعتبار العولمة (la mondialisation) مرادفاً للأمركة بمعنى سعي الولايات المتحدة الأمريكية إلى إعادة صياغة النظام العالمي الجديد اقتصادياً وإعلامياً طبقاً لمصالحها وتوجهاتها، وأنماط القيم السائدة فيها¹.

ومع تفاقم المشكلات الداخلية في بعض مناطق العالم الثالث فإن ما يلاحظ أن الهوة بين دول الشمال ودول الجنوب تتجه نحو الاتساع، وبالتالي، تزايد احتمالات إفقار وهميش العديد من دول الجنوب إذا ما استمرت الأوضاع الراهنة إلى ما هي عليه.

ورغم أن خلفيات الحروب والقتال الداخلية والإقليمية التي يعرفها العالم الثالث ترتبط غالباً بعوامل ومتغيرات بنيوية وإقليمية مثل: عدم الاندماج الوطني، والأزمة التوزيعية، وتدهور تدفقات التجارة الدولية للسلاح على العالم الثالث تعتبر من العوامل الرئيسية في استمرار بعض هذه الصراعات. ومعروف أن الدول الغربية وفي مقدمتها الولايات المتحدة تشكل العصب الرئيسي في تلك التجارة.

¹ لمزيد من التفاصيل انظر مؤلفنا النظام الدولي الجديد: الثابت والمتغير، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية بالجزائر، سنة 2003

صحيح أن أغلب مشكلات العالم الثالث تعتبر محصورة جغرافيا في مناطق هلال الأزمات الذي يمتد من جاكارتا حتى يصل إلى المغرب الأقصى، إلا أن التأثيرات القائمة والمحتملة لبعض هذه المشكلات تتجاوز حدود العالم الثالث، وخاصة ما أصبح يعرف اليوم بمشكلات اللاجئين، وتلوث البيئة، والعنف، والإرهاب الدولي، وهذه الأسباب فإن دول الشمال لن تستطيع أن تتموقع وتعزل نفسها عن هذه المشكلات. وهو ما يؤكد حقيقة الترابط العالمي في الوقت الراهن.

إن عالمنا اليوم، عالم ذو طبيعة كونية تعمره، لأول مرة في التاريخ البشري، حضارة ذات صبغة عالمية قاهرة، وهذه الحضارة، بما حملت من إمكانيات علمية، وبما خلفت من قيم جديدة، عرضت في المقابل القيم الحضارية للمجتمعات البشرية المعاصرة إلى هزات وانتكاسات (أفغانستان، العراق، فلسطين). وقد ضيقت عليها دروب الخيارات الممكنة، بما تعرض من نموذج حضاري مفروض، في صورة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والإعلامية التي أصبحت (أهقة) العصر الجديد. . .

وبغض النظر عن فرص النجاح في فرض آليات النظام العالمي الجديد للإعلام (N.O.M.I)، فإنه لا مناص إلا بالتعاون جنوب - جنوب. وذلك بتعريف دول العالم الثالث (le tiers monde) ببعضها، وقضاياها، وكشف دور إسرائيل ككيان عنصري وقاعدة أمامية تستخدم كنقطة انطلاق لفاعليات الاستعمار الجديد، والتعاون في إطار الدول الإسلامية، وذلك بحسن استثمار الرصيد الحضاري والإمكانيات المتاحة بأرشد الأساليب وأنجعها، وتخطي معوقات التنمية الفردية والمجتمعية على كافة الأصعدة والإسهام في ترشيد حركتها.

كذلك يجبّذ أن يكون التعاون في إطار الدول غير المنحازة، بتداول أفضل للإعلام، من أجل التحرر الاقتصادي والسياسي، ومن أجل الاستقلال والسلم والمساواة والتعاون بين كافة شعوب العالم في نطاق احترام السيادة الوطنية لكل بلد وعدم التدخل في الشؤون الداخلية.

وبما أن أوروبا تحتل موقعا خاصا بين الدول المتقدمة فلا مانع من تعزيز الحوار العربي - الأوروبي كضرورة دائمة لمصلحة الطرفين، انطلاقا من العوامل الجغرافية وروابط الجوار، والعوامل التاريخية، ومن ثم كان لأوروبا أولوية خاصة في مجال الحوار الإعلامي بين الشمال والجنوب، بغرض توضيح الحقائق، وصولا إلى المدى البعيد، إلى تدفق إعلامي حر ومتوازن بين الشمال والجنوب (nord-sud).
زيادة على ما تقدم، ينبغي التعاون مع المنظمات الدولية المتخصصة كمنظمة اليونسكو، والبرنامج الدولي لتنمية الاتصال (communication)، في المشروعات المتصلة بتطوير وسائل الإعلام والاتصال (communication) الجماهيري سواء في قضايا التدريب أو البحوث الإعلامية، وغير ذلك الكثير، على نحو ما حدث من التعاون مع الإتحاد الدولي للمواصلات في إقامة الشبكة الأرضية لاتصالات البحر الأبيض المتوسط والشرق الأدنى، كما يجري التعاون مع هذا الإتحاد بصفة ثابتة في القضايا المتصلة بتوزيع الموجات الإذاعية والطيّف الكهرومغناطيسي، وتحديد مواقع الأقمار الصناعية، وتعرفة الاتصالات (communications) الأرضية والفضائية.

المراجع

- وسائل الإعلام والدول النامية، فرنسيس بال، ترجمة حسين العودات، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إدارة الإعلام، تونس، سنة 1982.
- علم الاجتماع والسياسات الإعلامية في العالم الثالث، الزبير سيف الإسلام، المركز العربي للدراسات الإعلامية، دمشق، سنة 1981.
- مشكلات الطيف الكهرومغناطيسي وترددات الراديو، حسين العودات، دراسة مقدمة للجنة أليكسو، سنة 1985م، تونس.
- وسائل الإعلام والدول المتطورة، فرنسيس بال، منشورات المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، سنة 1983م، تونس.
- غزو الفضاء، بعض الاعتبارات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، المهدي المنجرة، سنة 1984م، روما.
- الحوار بين الشمال والجنوب، عبد القادر رزيق المخادمي، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع بالقاهرة، ط1، سنة 2004م، مصر.
- هجرة الكفاءات العربية، عبد القادر رزيق المخادمي، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، سنة 2002م، الجزائر.
- الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، العدد 20، ابريل سنة 1980، دمشق.
- الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، العدد 22 أكتوبر سنة 1980، دمشق.

- الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، العدد 37 سنة 1987 دمشق.
- الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، العدد 38 سنة 1987 ، دمشق.
- الإعلام العربي حاضرا ومستقبلا، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، سنة 1987.
- الدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والتعمير، العدد 18 سنة 1979، دمشق.
- دراسات عربية، العدد 7، سنة 1980، بيروت، لبنان.
- البحوث الإعلامية، العدد 3، سنة 1992، الجماهيرية الليبية.
- الحرس الوطني، العدد 243، سنة 2003، السعودية.
- المستقبل العربي، العدد 255، سنة 2000 بيروت، لبنان.
- المستقبل العربي، العدد 19، سنة 1980، بيروت، لبنان.
- عالم الفكر، العدد 2، أكتوبر/ديسمبر سنة 1999، الكويت.
- نعوم تشو مسكي، القوة والإرهاب، دار الفكر، دمشق، طبعة 1، سنة 2003.
- **Le petit Larousse. grand. format. 2002. maison
larousse. paris**
- وثائق خاصة بالمؤلف.

للمؤلف

- 1- الأمن المائي العربي بين الحاجات والمتطلبات، دار الفكر، دمشق، طبعة أولى سنة 1999م، طبعة ثانية سنة 2004م.
- 2- النظام الدولي الجديد: الثابت والمتغير، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة أولى سنة 1999م، طبعة ثانية سنة 2003م.
- 3- أزمة لوكريني بين منطق القانون والتعنت الغربي، دار الفكر، الجزائر، طبعة أولى سنة 1999م.
- 4- منظمة الوحدة الإفريقية: التحدي والأمل، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، طبعة أولى سنة 2000.
- 5- التلوث البيئي: مخاطر الحاضر وتحديات المستقبل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة أولى سنة 2000.
- 6- الإعلام والمستقبل: أفكار ورؤى، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، طبعة أولى سنة 2001.
- 7- الصراع العربي - الإسرائيلي: ما أشبه اليوم بالبارحة، مطبعة البعث بقسنطينة، الجزائر، طبعة أولى سنة 2001.
- 8- أحداث متحركة ... وفواصل لم تنته، المطبعة الحديثة للفنون المطبعية، الجزائر، طبعة أولى سنة 2001.
- 9- فضاءات حرة في الاقتصاد والدين والثقافة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، طبعة أولى سنة 2002.

- 10- هجرة الكفاءات العربية: دوافعها واتجاهاتها، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، طبعة أولى سنة 2002.
- 11- التصحر: ظاهرة طبيعية أم اجتماعية؟، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، طبعة أولى سنة 2003.
- 12- الإعلام والتنمية: قضايا.. وطموحات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، طبعة أولى سنة 2003.
- 13- آخر الدواء... الديمقراطية، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، سنة 2004م، مصر.
- 14- نزاعات الحدود العربية، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، سنة 2004م، مصر.
- 15- الحوار بين الشمال والجنوب: نحو علاقات اقتصادية عادلة، دار الفجر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، سنة 2004م، مصر.
- 16- النمو الديموغرافي وأثره على التنمية الاقتصادية (تحت الطبع).