الإحصاءات المذكورة في الجدول تتطابق مع تقارير عامة تختص بكل واحدة من وسائل الاعلام والاتصال في العالم. فمثلاً، حسب التقرير العام لليونسكو في عام 1992، هناك اكثر من مليار تلفاز في العالم، 35% منها في اوربا، و32% في آسيا، و20% في أمريكا الشمالية، و8% في أمريكا اللاتينية، و4% في الشرق الاوسط، و1% في افريقيا. هذا في حين ان معظم محطات الانتاج اما امريكية أو اوربية. ان وجود قنوات قليلة المعارضين نظير CNN وBBC (وقد اضيفت الجزيرة إليها مؤخراً) احرزت اعتباراً وسمعة عالمية، يدل على ان البلدان المتقدمة هي التي تتولى توجيه الرأي العام. والوضع على نفس الشاكلة بالنسبة للاذاعات والصحافة وسائر الوسائل الاعلامية. فيما يتعلق بوسائل اعلام حديثة ومتطورة كالانترنت، نواجه أيضاً واقعاً مماثلاً لما سبق ذكره (بل ربما أسوء). تقارير الاتحاد الدولي للاتصالات الهاتفية حول تطور وتنمية "الويب في العالم، تشير إلى نصيب ضئيل جداً حققه العالم الإسلامي في هذه الشبكة، وهو نصيب استهلاكي في الغالب وليس انتاجياً. هذا في حين استطاعت الانترنت كوسيلة إعلامية حديثة خلال أربع سنوات أن تحقق النمو الذي احرزه الهاتف خلال 74 سنة، والاذاعات خلال 38 سنة، والتلفزة في غضون 13 سنة، لتغطية ما لا يزيد عن 50 مليون مستخدم. لذلك فإن الواقع المتردي للبلدان الإسلامية في هذه الشبكة، لا يفسر بغير ما يدل عليه واقعهم المؤسف بالنسبة لسائر الوسائل الإعلامية. الجدول يشير إلى ان نصيب الأقطار المسلمة متواضع جداً حتى على مستوى الاستهلاك