

現代アラブ世界におけるメディアと国家

平成 20 年度入学
派遣先国: エジプト、ヨルダン、UAE、カタル
千葉 悠志

キーワード: アラブ・メディア、市場化、多チャンネル化、税制優遇地、情報構造

はじめに

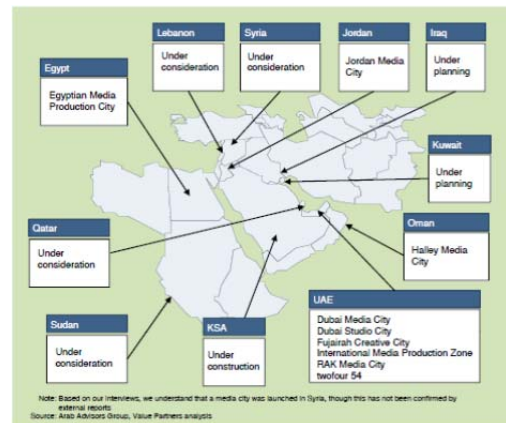
アラブ世界¹に衛星放送局が現れてから、早 20 年が過ぎた。とくに 2000 年代以降に衛星放送が急増すると、メディアをめぐる市場メカニズムが強く働き、既存の国営地上波放送を含む、放送メディア産業全体に構造変化が生じた。今回の調査では、とりわけそうした放送産業の構造変化を、地理的な観点から考察することを目的に、アラブ各国が 2000 年代前後から進めている、メディア企業を誘致するための特区「メディア・シティ」を調査した。

一般にこのメディア・シティは、税制の優遇、最新の機器・インフラの設置、出資者の国籍不問、政府による干渉の少なさ(国内のメディア法とは異なる基準の採用)などに特徴づけられた、メディア・コンテンツ制作のための特区とされる。しかし、その実態や各メディア・シティごとの違いについては、これまでの学術研究では詳しいことは明らかにされていない。したがって、今回の調査では、いくつかのメディア・シティを実際に訪問することで、それぞれの特性把握を試みた。

調査概要

2009 年度のアラブ世界(とりわけマシュリク地域)におけるメディア・シティ建設状況は、図 1 の通りである。この図からは、11 カ国で既にメディア・シティが存在しているか、あるいは建設中、建設計画があることが分かる。既にメディア・シティが存在する国は、エジプト、ヨルダン、UAE、バハレーンの 4 カ国である。本調査では、このうち、バハレーンを除く 3 カ国について調査をおこなった。加えてカタルでは、1996 年に独立系放送局であるアルジャジーラ放送が開始されており、同放送の設立にあたっては、国がイニシアティブをとっている。そこで、上記 3 カ国との比較をおこなうために、アルジャジーラ放送も訪問し、立地や放送設備に関する調査をおこなった。具体的な調査対象は、以下の通りである。

表 1: アラブ世界(マシュリク)におけるメディア・シティの建設状況



(出典) Arab Media Outlook 2009

○エジプト: エジプト・メディア・プロダクション・シティ(EMPC)

○ヨルダン: ヨルダン・メディア・シティ(JMC)

¹ アラブ連盟に加盟する、以下の 18 カ国を指すこととする。UAE、アルジェリア、イエメン、イラク、エジプト、オマーン、カタル、クウェート、サウジアラビア、シリア、スーダン、チュニジア、パレスチナ、バーレーン、モロッコ、ヨルダン、リビア、レバノン。これらの国々は、共通言語であるアラビア語を介して、結びついている。

- ドバイ(UAE) :ドバイ・メディア・シティ(DMC)
 ドバイ・スタジオ・シティ(DSC)
 インターナショナル・メディア・プロダクション・ゾーン(IMPZ)
 ドバイ・インターネット・シティ(DIC)
- カタル :アルジャジーラ放送

調査結果

先行研究において、メディア・シティは一様に語られる傾向があった。しかし、本調査を通じて、各メディア・シティにはそれぞれの特性が存在し、そうした特性が、各衛星放送局企業の拠点設置に際して、大きく作用しているであろうことが伺えた。

(1) 立地

エジプトのEMPCは、その広大な敷地を利用し、映画やドラマの撮影地を多く設けている²。一方、UAEでは、撮影のためのメディア・シティとなるIMPZが建設中であり、ヨルダンのJMCも、広大な敷地を有するが、EMPCと比べると撮影のための現場が整備されていない。EMPCの場合、メディア企業の要請によって、撮影セットを短期間に低コストで変更できるなど、経費削減を進めたい企業に対して利点を有している。また他国と比べ、エジプトは人件費が安いのも特徴である。しかし、撮影現場が市街地から離れていること、また実際に撮影をおこなう場所以外に、メディア企業が実際に拠点を構えるための建物がないなど、UAEと比べた場合に不利となる点も多い。

それに対して、UAEのメディア・シティは、大規模な撮影のためのメディア・シティは今のところ存在しないが、企業が拠点を構えるための建物が政府から提供されている(例えば、DMC、DICなどは、企業用の大規模なビルが、それぞれ17棟ずつ設置されている)。また、市内からの交通の便もよく、付近にはマンションやアパートメントタイプのホテルも多いため、企業が拠点を構えるにも有利となる。さらに、UAE自体が他国からの労働者を多く受け入れる傾向が強く、そのため人件費はエジプトと比べると高くなるものの、高度な能力を有する技術者の提供が可能である。

他方、ヨルダンのJMCは、上の2つと異なり、私有のメディア・シティであり、容易に敷地内に入ることはできないが、付近の聞き取り調査をもとに判断した結果、拠点の置きやすさと費用の観点で、エジプトとUAEのメディア・シティの中間的な性質を有していることが分かった。

写真 1:EMPC の建物(報告者撮影)



写真 2:DMC 内のメディア企業用のビル(報告者撮影)



² EMPCは主に2つからなる。1つは、「ドリームランド」とよばれる撮影専用のエリアであり、こちらは一般の市民でも容易に立ち入ることができる。もう1つは、立ち入りには許可が必要となるエリアであり、撮影現場や放送スタジオ、コントロールルームなどを備えた本館が置かれている。

(2) 設備

一般にメディア・シティ内の放送設備については、「最新の機器」が備えられており、また「インターネットや電話回線などがとりわけ速い」とされている。しかし、調査の結果、国ごとにそうした「最新」の程度が大きく異なることが分かった。例えば、湾岸地域における「最新」の放送設備とは、国際的にみても最新の放送設備といえる。図 3 はカタールのアルジャジーラ放送内の編集室を写した写真であり、施設内で用いられているテレビ・モニターや、編集用の PC モニターが、最新のものであることが分かる。また UAE における各メディア・シティ内の設備も、これに近いものとされる³。

一方、写真 4 はエジプトの EMPC 内の編集室を写した写真であり、画面が薄型ではない旧来のテレビ・モニターが使われていることが分かる。この場合の「最新」とは、エジプトにおける既存の放送設備（すなわち国営放送の拠点であるエジプト・ラジオ・テレビ連盟内の設備）と比べての最新であり、国際的な基準からしての最新ではない。また、ヨルダンの JMC 内の設備については、湾岸地域における企業の放送設備というよりも、むしろエジプトの EMPC の水準に近い。

このように、これまで同じ「最新」として扱われてきた放送設備が、メディア・シティごとに大きく異なることが明らかとなった。

写真 3:アルジャジーラ放送内の設備(報告者撮影) 写真 4:EMPC 内の編集室(報告者撮影)



今後の展望

今日のアラブ世界に生じた、衛星放送の急増と、それによって生じた立地の変化について、サクルは次のように述べている。「メディア企業間に生じた、あらゆる実質的な競争は、意思決定過程の非中央集権化を促し、官僚制、資産価値、労働賃金、技術レベルなどの様々な要素を勘案しつつ、企業が自身の拠点をどの地におくべきかを選ぶ決定権を生じさせた」[Sakr 2007: 195]。

しかし、そうした企業の多くが拠点を置いている、それぞれのメディア・シティがいかなる特性をもち、またいかなる違いを有するかについて、比較の視点から実証的に論じた研究は、これまでおこなわれてこなかった。確かに、「欧州に拠点を置いていたサウディアラビア系のメディア企業は、次第に中東地域へと戻りはじめたが、移転先は、(規制の緩やかな)UAE であり、(規制の厳しい)サウディアラビアではなかった」(確固内は著者による補足)[el-Oifi 2005: 71]、という政治的な側面からの指摘はおこなわれているが、メディア・シティ自体の性質に着目した比較研究はこれまでおこなわれていない。そのため、各国に建設されたそれぞれのメディア・シティは、税制の優遇や最新の機器・インフラの設置などの利点を提供することで、国内や域内、さらには海外のメディア企業を誘

³ UAE では実際に施設内への立ち入りが適わなかったため、そうした企業の従業員への聞き取り調査をもとに判断した。

致するべく競争をおこなっている、という共通のイメージが付与されてきた。

本調査では、各メディア・シティの特性と利点を、実際にそれらへと訪問することで明らかにした。本調査からは、各メディア・シティがそれぞれ企業誘致にあたって、競争をおこないつつも、それと同時にそれぞれが異なる利点を持っていることで、アラブ・メディア産業全体の発展を考えた場合には、単なる競争(Competition)ではなく、相補(Complementation)の関係にあることが伺えた。ゆえに、今後の研究では、こうした競争と相補という2つの概念を手掛かりとして、今回の調査結果を整理しなおし、アラブ世界のメディア・シティの展開を論じていきたい。

引用文献

Dubai Media Press. 2009. *Arab Media Outlook 2009-2013*. Dubai: Dubai Media Press.

el-Oifi, Mohammed. 2005. "Influence without Power: Al Jazeera and the Arab Public Sphere," in Mohamed Zayani ed, *The Al Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on New Arab Media*. Boulder: Paradigm Publishers, pp.66-79.

Sakr, Naomi. 2007. *Arab Television Today*. London and New York: I.B.Tauris.