

「臨地語学研修報告——エジプトにおけるメディア状況」*

千葉 悠志 **

本報告は、2009年1月23日から、4月12日にかけての『地域研究のためのフィールド活用型現地語教育』によるエジプトでの生活をもとに、報告者が実際に見聞した今日のエジプトのメディア事情を素描することを目的としている。まず本報告で取りあげるメディアとしては、第1に、雑誌・新聞・書籍などのプリントメディア、第2に、ラジオ・テレビ・AV機器などの視聴覚メディア、第3に、携帯電話やインターネットなど、近年普及が著しいニュー・メディアを対象とする。なお、本報告のもとになった聞き取り調査および参与観察は、カイロ、ヘルワーン、ギザの各県において、いくつかの時期に分けておこなった。

1. プリントメディア

カイロ国際ブックフェア

2009年1月21日から2月5日にかけて、カイロ中心部から東に15kmに位置するナセルシティーにおいて、カイロ国際ブックフェアが開催された。周知のように、エジプトとレバノンがアラブ世界の二大出版地であり、この書籍市にもエジプト、レバノンを中心とする多くの出版社が出展していた。今年41回目を迎えたこの催しは、アラブ世界における書籍市としてもっとも歴史が古く、エジプトがアラブ世界における文化・学問の一大中心地であることをよく示している。

東京ドーム5つ分に相当する広大な敷地に、アラブ世界の有名な出版社が所狭しと自社の販売ブースを設置し、新刊本を中心に雑誌・書籍の販売をおこなっていた。エジプトでは日本のような大型書店はなく、ふだんからも目的の本を得るために出版社ごとに特化した書店を回らなくてはならない。

そのことを考えれば、エジプトのみならず、16のアラブ諸国を含む27カ国の有名出版社が一堂に会するこの催しが、いかに地元エジプトっ子にとってありがたいものかは言うまでもない。筆者のような研究者にとっても、その恩恵は計り知れない。

この書籍市には、エジプト到着早々に、現地の友人3人とともに行くことになった。到着したばかりの筆者は、この時まで資料収集よりも、友人たちの購入する本のチョイスに興味をもって見ていた。人気のジャンルは、「啓蒙本」である。一般に一部あたりの発行部数



写真①：ブックフェアの様子（Aham Weeklyより）
(<http://weekly.ahram.org.eg/2009/932/eg3.htm>) 2009年5月22日閲覧

が少ないエジプトで、人生の成功法則を提示するイブラーヒーム・ファキー教授の人気本が、表紙に売上総数100万部と書かれて、いくつもの店舗に山積みになっていたのは印象的であった。

また、友人の一人は、アラビア語に訳されたドストエフスキーの小説を購入していた。ロシア語

* 本報告は、独立行政法人日本学術振興会の「若手研究者インターナショナル・トレーニング・プログラム (ITP)」による支援で可能となった海外派遣に関する成果の一部である。

** 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科

からの翻訳はなかなか成されず、翻訳書は価格が高いという。それにも関わらず、このような教養主義的ともいえる本の売れ行きが良いことは、現在のエジプトの若者の文化的な関心を見る上で興味深いことであった。

書籍・雑誌

エジプトで雑誌・書籍を買うためには、2つの方法がある。1つ目は、「町の本屋」で買うことである。商店街にある書店の規模は大小さまざまであるが、「大規模」といっても日本では例えば「中規模」程度にすぎない。そのような大規模な書店は、それぞれ店によって守備範囲に違いがみられるものの、一応はあらゆるジャンルに関する本を取り揃えている。流行本や小冊子の類を買うには小規模の書店でも構わないが、特定の分野の書籍であれば、大型書店の関連書籍がある書棚から探索を始めることになる。

2つ目は、店を構えている小規模な書店よりもさらに零細な「路上の本屋」である。概して、往來の激しい道端や、広場の一角に店を広げていることが多い。ラックの上から、道に敷かれたビニールシートの上に、人びとがよく買いそうな雑誌や書籍ばかりが並べられている。それだけに、流行本の動向や一般の読書傾向がよく伺える。「路上の本屋」は、その瞬間の書籍の流通状況の縮図ともいえる。日本のコンビニに置かれた書籍のように、クロスワードパズルや、ゴシップ誌から、英語の学習書やイスラームの啓典クルアーンまでと、ラインナップは幅広い。値段が書いていないことも多く、その場合は口頭で価格を尋ね、場合によっては交渉で買値が決まる。

当初、全てが雑然と並べられているように見えたこれらの本屋も、毎日のように訪れ、雑誌や本の陳列を見ているうちに、売れ筋や配列の工夫に傾向があることに気がついた。また、購買者を観察することで、どのような人びとがどのような種類の本を買うのかについても、一定の傾向が読み取れるようになった。

たとえば、宗教に関する書籍を若者が買うことは少なく、宗教書の主なる購買者は40歳以上の男女に多いように思われた。実際に、同年代の友人宅を訪れた際に、その友人の母が、有名な法学者であるムハンマド・ガザリーや、シャアラウイーなどの啓典解釈(タフスィール)関連の書籍を数多く所有しており、コレクションのように書棚にしまっているのが印象的であった。同年代の友人たちに尋ねても、時折テレビで、宗教的な知識人が登場する番組を見ることがあるものの、宗教的な書籍を買うことはほとんどないと述べていた。



写真②：町の本屋（筆者撮影）



写真③：路上の本屋（筆者撮影）

新聞

カイロの通りを歩くと、「路上の本屋」に数多くの新聞が売られていることが分かる。政府系の3大日刊紙であるアハラーム、アフバール、 Gumフリーヤに加え、独立系日刊紙のドゥストゥー

ルや、独立系週刊紙のマスリー・ヨウムなど、いずれの店頭にも常時10種類以上の新聞が売られている。一部あたりの値段は1L.E.から2L.E.（日本円に換算して17円から34円）であるが、値段は店によって多少のばらつきがある。国内の識字率は平均で70%と、先進国に比べて低いながら、町を歩けばどのマクハー（喫茶店）でも、シャーイ（お茶）を飲みつつ新聞を広げるエジプト人の姿がみられる。

また、タブロイド紙も多く売られており、日本のように芸能人についてのセンセーショナルなゴシップ記事が多い。エジプトでは、テレビや映画が庶民の娯楽であり、政府系、独立系の新聞を問わず、最終面には映画やドラマのセレブリティに関する記事が載せられている。人々は、日本のように毎日決まった種類を定期購読するというよりは、むしろいくつかの新聞から自分の好みの新聞を選んで読んでいるようである。



写真④：アハラーム新聞（4月11日）の最終面（筆者撮影）

2. 視聴覚メディア

ラジオ

1920年代に私設のラジオ局が誕生して以来、エジプトのラジオ放送の歴史は80年以上になる。特に1950年代から1970年代にかけての「ナセルの時代」は、ラジオが人々の日常生活へと深く浸透する時代であった。1952年に王政を打倒した自由将校団（革命後、「革命評議会」を組織）は、その革命の理念を人々に知らしめるとともに、それを周辺のアラブ諸国へと輸出することを目指した。このため、当時普及しつつあったラジオ放送が、積極的に政治利用されることとなった。例えば、ラジオ放送「アラブの声」が、指導者ナセルのカリスマ性の確立に寄与したことは多くの研究者によりつとに指摘されている。

ただし、そうしたプロパガンダ的な内容は、より娯楽的な内容と組み合わせられて放送されることで、人々の間により深い浸透をみせた。この時代に、エジプト内外で不動の名声を築いた歌手ウンム・クルスームの歌は、ナセルの演説とともに「アラブの声」から放送されており、ナセル政権の人気に一役買っていた。

こうしたラジオ放送は、1970年代以降にテレビ放送が本格的に普及し始めるにつれて、徐々にその地位を低下させることとなった。実際に今日、フィールド調査をおこなってみると、ラジオが頻繁に聞かれているのは、タクシーや街頭の小さな売店などのテレビが置けないような小さな空間に限られている。また、流行の歌謡曲などが流されるラジオ放送もあるが、そうした放送が対象とする人々は、むしろポータブル・プレーヤーなどに好みの音楽や、クルアーンの読誦を吹き込み、個人的に楽しんでいるように思われた。

テレビ

一方、そうしたラジオ放送とは対比的に、テレビ放送は人々の生活に深く浸透しているように思われた。カイロの街路を歩けば、多くの店頭・店内にテレビが設置され、一日中テレビが点けばなしにされていることが多い。特に、サッカーの試合は人気であり、夕方から夜半にかけて、カフェに設置されたテレビを多くの人びと（たいていは男性）が取り囲み、大きな歓声とともに試合内容

に一喜一憂する姿がみられる。

こうした人びとが好んで視聴する番組の多くは、衛星放送から流されている。エジプトでは1960年にテレビ放送が開始されたが、地上波放送は今日に至るまで全て国営であり、人びとの需要を十分に考慮した番組制作がおこなわれてこなかった。しかし、1990年代以降に衛星放送が開始され、特に2000年代以降に衛星放送局同士の競争が増すなかで、より魅力的なテレビ番組の制作がおこなわれ、人びとの需要に応じた番組が増えるようになった。

ただし、エジプトは、他のアラブ諸国に先駆けて1990年にESC (Egyptian Space Channel) を打ち上げたものの、衛星放送が一般家庭に普及するのは2000年以降であり、湾岸諸国などと比べるとその普及はかなり遅かった。1999年の統計では、ケーブルテレビと衛星放送を合わせても7.5%¹⁾である。しかし、2008年には都市部においてはほぼ50%近くまで上昇するようになり²⁾、今回筆者がカイロ、ヘルワーン、ギザの各県で聞き取り調査をおこなったところ、7～8割の人びとが衛星放送に日常的に接していると思われた。

実際に、人びとが家庭でどのような番組を視聴しているのかを参与観察をとおして見てみると、国内外のドラマや、アニメ(例えば、「トムとジェリー」や、日本のアニメなど)、またニュース放送などが視聴されていた。日本や欧米では、アラブのニュース放送といえば、アル・ジャジーラが知られているが、聞き取り調査から、エジプトでは同放送が一部で不人気なことも明らかとなった。その理由として、「アル・ジャジーラはエジプトに不利益な内容の放送をおこなっている」「アル・ジャジーラはイスラエルや米国と繋がっている」とする声が聞かれた。またこうした意見を述べた者に、どのニュース番組が好ましいかと尋ねたところ、サウジアラビア系のアル・アラビーヤや、地上波のニュース番組が好ましいと答えた。

さらに、若者はあまり家族と一緒にテレビを視聴する傾向が少ないという印象をうけた。これについては統計的に明らかとなっているわけではないが、筆者が実際に訪問したいくつかの家庭では、訪問客とは別の部屋に大人と子供が食事をとりながら一緒にテレビを見ている様子に何度も遭遇したものの、同年代の友人たちは、常日頃家族とともにテレビを見ることはあまり多くないと述べていた。

AV 機器

カイロ市内には、カセットテープやCD、DVDを専門に販売している店がいくつもあり、筆者も今回の調査時に、何度かそのような店に足を運んだ。上述のウンム・クルスームやムハンマド・アブドゥルワッハブ、アブドゥルハリーム・ハーフィズなどの国民的歌手に加えて、レバノン出身の歌姫フェイルーズなど、定番のカセットテープがずらりと並ぶ。

また、欧米の映画の吹き替え版や、エジプト人が大好きな喜劇もののDVDも数多く取り揃えられていた。特に、エジプトの喜劇王と言われるアーデル・イマームの作品は数が多く、また彼に続く若手コメディアン作品も多く売られていた。日本のアニメも人気であり、アラビア語の字幕が付された宮崎駿監督の「千と千尋の神隠し」なども売られていた。

また、クルアーンを美しい声で朗読するというムハンマド・ギブリールのCDなども人気であり、今回の語学研修の際に筆者のアラビア語の教師となった38歳の男性教師は、彼のクルアーン読誦をポータブル・プレーヤーに録音してしばしば聞いていた。

1) Naomi Sakr. 2001. Satellite Realms.

2) Arab Advisor Group (<http://www.arabadvisors.com/Pressers/presser-260105.htm>) 2009年5月19日閲覧。

また、そうした CD や DVD は、かならずしも町中の店だけではなく、路上にビニールを敷いただけの簡素な「路上の店」で売られていることも多かった。特に歌謡曲や、映画などの CD、DVD に加えて、海賊版と思われる Microsoft Office (Word や Excel など) が安値で売られており、一枚あたりの単価は通常の店の半分以下であった。

3. ニュー・メディア

携帯電話

今日のエジプトでは、携帯電話は人びとの必需品となっている。少なくとも、筆者が訪れたのは都市部ではそれが顕著であった。2007 年度の統計では、エジプトの携帯電話の普及率は 42%³⁾ と、日本の約半分に過ぎないが、その使用者がほぼ都市の居住者に集中していることを考えれば、都市の携帯電話事情は日本とさして変わらないように思われる。むしろ、高齢者を除いて、子供から大人まで携帯電話を所持している様子からは、日本よりも携帯電話の普及率が高いように感じられた。

ただし、日本とは対照的に、エジプトでは電話の使用が中心であり、メールのやりとりは行われていない。メールの機能が携帯電話についていないこともあるが、SMS (Short Message Service) のようなメッセージサービスも通常は使われることがない。したがって、日本のような感覚でメッセージを相手に送信すると、その後、直接電話がかかってくるのが普通である。

エジプトでは、日本のように携帯電話を購入した際に、特定の会社と契約を結ぶことはしない。携帯電話の機器を購入したあとは、それぞれの電話会社の販売する SIM カードを購入し、それを携帯電話に差し込んで使用する。SIM カードには購入時に、一定の金額をチャージしておき、その限度額内で電話や SMS の機能が使用可能となる。チャージした金額が切れた場合は、再び課金することで継続して使用することができるようになる (あるいは、クレジットカードからの自動引き落としも可能なようである)。

機器の値段は一台あたり、100 L.E. ~ 3,000 L.E. (1,700 円 ~ 51,000 円) と開きがあり、また筆者が実際に課金したのは 20 L.E. から 100 L.E. (340 円 ~ 1,700 円) までであった。学生などの場合、一ヶ月に使用可能な料金を親に決められているためか、しばしば残額が不足しており、その場合は電話をしたい相手に「電話を下さい」とメッセージを送るか、あるいは同行の友人などの携帯電話を借りて電話をかけることが多いようである。

インターネット

エジプトのインターネット普及率は 10% 程度と言われているが、実際にパソコンを保有している家庭の数はその何倍にも及ぶといわれる。今回のエジプトでの滞在中に、インターネットの回線は通じていないが、パソコンを保有している家庭が数多くあることをつぶさに見てきた。また、町中には多くのネットカフェが存在し、人びとはそうしたネットカフェや、インターネットに接続している友人宅のパソコンから、好みの音楽やドラマをダウンロードして、それらを自宅のパソコンで楽しんでいることが分かった。

1990 年代の後半にインターネットがアラブ諸国に現れ、普及していく過程で、インターネットがエジプトの報道規制に風穴を開け、権威主義的な政権に対して脅威となりえるとする報告が現れた。しかし、実際にエジプト社会を見た場合、人びとはそうした政治に関するニュースをインターネットで見るよりも、衛星放送を通して見ているように思われ、インターネットの使用も、ビジネ

3) <http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20081210/321148/> (2009 年 5 月 20 日閲覧)。

スや娯楽が中心のように思われた。

特にカイロの洒落た喫茶店や、マクドナルドのような外国資本のファーストフード店などでは、サラリーマン風の男性や、若者がノートパソコンを広げて、友人や家族と一緒にインターネットを楽しんでいる姿が多く見られた。