

的 媒 體 市 場

—— 零零九年七月廿五日，我國中央電視台的阿拉伯頻道啟播。新頻道透過數個衛星傳送，可供居於中東及北非大約三億人收看。中國成為繼英美俄之後，第四個以阿拉伯語向中東進行廣播的國家。

此前，中央台已設有英語、法語，以及西班牙語頻道。中央台副台長張長明表示，設立阿拉伯頻道的目的，是為應對有部分媒體歪曲中國形象，為了讓世界了解真正的中國，就要設立新頻道。

不過，面對強大的競爭，中央台的新頻道能有多大影響呢？

目前，不少西方傳媒都對中東這個地方虎視眈眈。這並不純粹出於政治考慮，更重要的是阿拉伯的媒體市場，十分具吸引力。

阿拉伯報業市場維持蓬勃發展

位於沙地阿拉伯的杜拜媒體俱樂部(Dubai Media Club)，從二零零八年起，每年都出版一份《阿拉伯傳媒展望》(Arab Media Outlook)，分析區內印刷、電子、以至網絡媒體的發展趨勢。他們發現，無論是印刷媒體還是電子傳媒，未來數年的業務都會持續增長；而剛於今年三月出版的報告更指出，儘管全球各個主要報業市場出現萎縮，不斷有報館倒

閉，阿拉伯報業市場卻維持蓬勃發展。這是因為阿拉伯政府於過去數年陸續發出新的報館經營牌照——光是科威特，自二零零六年至今就發出了十個新牌照，新報章在二零零七及二零零八年亦不斷湧現。雖然在去年金融海嘯衝擊之下，區內有報館倒閉，但整體報章的數目維持穩定。與此同時，隨著教育普及，識字率提升，報章整體發行量亦穩步上升。

另一方面，由於中年及老年人、特別是婦女的識字率低，他們依靠電視接收新聞；加上阿拉伯地區人口維持高速增长，總人口之中過半數都是廿五歲以下的年青人，他們偏好電子傳媒，對電視所帶來的新聞和娛樂都非常受落。所以，長期以來，電視在中東是最有影響力的傳播媒介。可能是看準了這一點，阿拉伯各國政府紛紛興建媒體中心，希望吸引更多人材加入電視製作的行列；已落成的有埃及媒體及製作城(於二零零零年落成)、約旦媒體城(二零零一年)，阿聯酋境內更有多達六個媒體城，而區內還正在興建或計劃的，還有九個媒體城。

值得注意的是，中東的電視台多不勝數——光是免費衛星台已有近六百個頻道！而且，區內每個國家都有自己的官方電視

台，另外還有各種收費電視。區內觀眾的口味亦十分不同，《阿拉伯傳媒展望》的調查顯示，該區最受歡迎的五個免費衛星電視台市場佔有率只有四成七，餘下的四百六十九個衛星台就瓜分了五成三的市场。亦正因此，廣告商要如何賣廣告才達致最佳效益，是個令人頭痛的問題。因此，雖然電視業發展蓬勃，但廣告收益明顯低於其他市場。

政治因素與媒體的關係

市場因素之外，政治是另一個吸引西方媒體加入中東市場的主要因。

在半島電視台出現之前，中東人大多透過英國廣播公司(BBC)和美國有線新聞網絡(CNN)接收世界新聞。半島電視台在九六年啟播之後，他們製作的節目，觀點切合阿拉伯人的想法，表達手法又令人有耳目一新的感覺，成功搶去大批觀眾。

由於半島電視台無懼開罪阿拉伯各國政府，揭露腐敗醜聞，訪問異見人士，挑戰政府權威，他們的記者曾被十多個區內國家驅逐出境。在九九年，北非國家阿爾及利亞為了阻止國民透過衛星收看半島電視台，曾經停止幾個大城市的電力供應。在報道以巴衝突、美軍攻打阿富汗及伊拉克等戰事時，他們突顯平民死

阿拉伯地區

傷，顛覆以色列一直以來所扮演的受害者角色，令國際輿論倒戈，向以色列和美國施壓。

半島電視台建立的品牌

半島電視台的成功，令中東各國及英美政府有感芒刺在背。於是，阿拉伯政府指斥半島電視台受美國中情局操控，美國則指稱他們是恐怖分子的電視台，以色列指責他們反猶太人，而巴勒斯坦人卻因為半島多次訪問以色列官員而斥責他們偏幫以色列。來自多方的指控，正正反映半島電視台的編輯自主，亦建立了半島在中東的信譽。過去十年，半島電視台持續成為當地最高收視的電視台，亦掀起了電視節目改革潮——不少當地電視台都引進了他們的節目風格和形色，不過在討論題目方面則仍然迴避敏感的政治話題。

為抗衡半島電視台的影響力，沙地阿拉伯政府旗下的中東廣播中心(Middle East Broadcasting Centre)於二零零三年開設阿拉伯衛星台(Al Arabiya)，而美國亦在零四年開設自由電視台(Al Hurra)。

除了中東廣播中心，阿拉伯衛星台的資金來源還包括一些沙地、黎巴嫩及科威特等地的商人及政界人士。阿拉伯衛星台開台不久，美國攻打伊拉克，新的電視台在報道戰事時顯示了高度的

編採自主，迅速贏得肯定，成為半島電視台的最強對手，而他們較為溫和的表達手法亦吸引不少美國官員接受訪問，美國上任總統布殊以及夫人都曾接受訪問，而現任總統奧巴馬更在上任不久就透過阿拉伯衛星台向中東發出友善信息。亦因為編採自主的關係，阿拉伯衛星台曾一道被伊朗政府和伊拉克臨時政府禁制。

相比之下，由美國政府出資的自由電視台就十分慘淡。開台六年，自由電視台已耗費超過六億五千萬美元，但根據一項由美國馬利蘭州大學以及民意調查機構佐格比國際(Zogby International)聯合進行的中東民意調查，該台在整個阿拉伯地區只百分之二的收視率。

阿拉伯問題專家、Arab American Institute 創辦人 James Zogby 指出，自由電視台注定失敗，因為中東並非鐵幕國家，中東人可以收看數以百計的電視台，不乏來自歐美的新聞和節目，對外界有一定了解；而自由電視台明顯是宣傳工具，在區內缺乏公信力。他認為，美國早應該關閉自由電視台。儘管如此，美國國會仍然批出超過一億美元予自由電視台，作為二零一零年營運資金。

經營媒體的制肘

由此可見，要成功吸引阿拉

伯觀眾的目光，電視台不但要有獨特、合觀眾口味和價值觀的節目，還要具有公信力。但阿拉伯各國政府對傳媒管制甚嚴，明刀明槍的招數，包括沒收發報器材、驅逐記者、關閉駐當地辦公室等；暗地裏要的手段也不少：沙地阿拉伯政府多年來都禁止商戶在半島電視台賣廣告，聲言只要他們的廣告在半島出現，商戶就要撤出沙地阿拉伯這個中東最大的市場。正因如此，多年來半島電視台的廣告收益有限。

在一個競爭激烈但處處有制肘的地方經營，本來已經極具難度；新加入戰團的外來者，就更要小心經營。有意進軍阿拉伯市場的新聞集團(NewsCorp)老闆梅鐸，三月出席阿布達比首屆傳媒峰會時，就呼籲阿拉伯各國放棄新聞審查。諷刺的是，在他發言的同時，現場禁止採訪，記者只能透過會場外的電視觀看發言。

梅鐸的意見，反映了國際媒體在阿拉伯市場遇到的難題。但對於資金雄厚、不計較收益的中央電視台阿拉伯頻道來說，這應該不是問題吧？

■ 邱焱

香港電台第一台編導