

ISSN 0288-5913

コミュニケーション研究

第 34 号

上智大学コミュニケーション学会

目 次

《論文》

イスラーム復興とマス・メディア

- トルコにおけるメディアの発展と媒介されるイスラーム・アイデンティティー
..... 阿部るり 1

《研究ノート》

- 記号としての満州..... 植田康夫 35

《学位論文審査報告》

- 文 熾殊 「日本の書籍出版編集者の専門的職業化過程に関する研究」..... 55
金 京煥 「日本の放送参加に関する研究—ケーブルテレビを中心に」..... 63

《学事資料》

1. 上智大学大学院文学研究科新聞学専攻 30年の歩み (1)
..... 鈴木雄雅 75
2. 文学部新聞学科..... 85
 - (1) 開講科目・担当 (2) 教員 (3) 学生
 - (4) 2003年度卒業論文題目一覧
3. 大学院文学研究科新聞学専攻..... 92
 - (1) 開講科目・担当 (2) 教員 (3) 客員研究員
 - (4) 院生 (5) 研究生
 - (6) 2003年度修士論文題目一覧
 - (7) 2003年度学位授与 (8) 講演会・コロキウム

イスラーム復興とマス・メディア

—トルコにおけるメディアの発展と媒介される

イスラーム・アイデンティティ—

Mediating the Islamic Identities: Islam and the Mass Media in Modern Turkey

阿部 るり

はじめに

9.11以降、中東やイスラーム世界への関心が高まっている。書店にはイスラーム関連の書籍が並び、日本のジャーナリズムも中東に関連する報道に重点をおくようになった。書籍やニュースを通してイスラーム世界に関する情報はこれまでに多く伝えられ、メディアによって媒介されるイスラーム世界はますます身近になりつつある。

これまでイスラームとメディアに関する研究といえば、E.サイードの『イスラーム報道』に代表されるように、欧米のメディアにおけるイスラームや中東に関する表象を「オリエンタリズム」として指摘したものが多かった¹。確かに、オリエンタリズムという概念は、中東世界が「西洋」によっていかに他者化され、言説として構築されてきたかを示唆する重要な概念である。しかしながら、イギリスの中東地域研究者、ハリデイが指摘するように、サイードは中東について語られるディスコースに焦点をあてたが、中東社会それ自体を分析するにあたっての有効な知的枠組みを提示したわけではなかった (Halliday 2003: 195–202)。換言すれば、オリエンタリズムという静的な概念で、激しく変化する中東社会の現状を分析し、明らかにするには限界

¹ Edward W. Said (1981) Covering Islam: how the media and the experts determine how we see the rest of the world. London: Routledge & Kegan Paul, Elizabeth Pool (2002) Reporting Islam. London: I.B. Tauris, Saba Amanuel (1996) “Frauenfeind Islam? Wie die Frauenzeitschrift Brigitte an Klischees weiterstrickt” in Baerbel Röben & Cornelia Wilss (eds.) Verwaschen und Verschwommen: Fremde Frauenwelten in der Medienなど。

がある。現在、メディアを研究する者に求められていることは、中東がどのように表象されてきたかという視点を超えて、政治、経済、社会的に変化する只中にある中東社会の動向に、メディアがどのような影響を与えているかを把握することではないだろうか。

これまで「西洋」のマス・メディアによって意味づけされ、規定される対象であった中東社会は、衛星放送やインターネットなどメディアテクノロジーの果実を取り込み、自らの情報発信にも余念がない²。中東諸国でテレビ放送が導入されたのは1950年代から60年代にかけてであり、放送の歴史は決して短くはない。しかし、中東の多くの国々では長い間、放送メディアが国家によって独占されてきた。放送メディアは「国家開発の手段」として位置づけられ、メディアと社会の関係性や、メディアの社会的影響を扱う研究は限定的であった。

中東諸国におけるメディアをめぐる状況に大きな転機が訪れたのは90年代以降のことである。トルコなど一部の国で民間放送が始まり、衛星放送も湾岸戦争をきっかけに一気に普及した。こういった現状に鑑み、メディアやコミュニケーションの視点から、中東社会をとらえていこうとする研究が徐々に増えつつある。メディア・コミュニケーション研究関連の学術誌において、中東地域におけるメディア、あるいはイスラームとコミュニケーションについて特集号が組まれる³など、多様化するメディアやコミュニケーションの環境が生み出す中東社会のダイナミクスの分析に研究者らの関心が集まってきている⁴。

本稿ではトルコにおけるイスラーム復興現象を、マス・メディアを通して考察することにより、変化していく中東社会の一側面を描き出す。現在、世界各地におけるイスラーム復興の動きが注目されている。トルコにおいては80年代末から、イスラーム復興の動きが顕著となった。96年になると、親イスラーム政党の福祉党と正道党（DYP）による連合政権が誕生した。2002年11月の総選挙では親イスラーム政党の流れをくむ公正発展党（AKP）が

² 中東地域全般のマス・メディア状況については Jon B. Alterman (1998) を参照のこと。

³ 例として Gazette: the International Journal for Communication Studies Vol. 63 No.2-3 (2001)、Media, Culture and Society Vol.15 No. 1 (1993) (特集号 Mediated Culture in the Middle East) などがある。

⁴ 例として、D.F.アイケルマン・J.W.アンダーソン編集による New Media in the Muslim World (1999) を挙げるができる。本書は中東・アジア地域を専門とする政治学者、人類学者がメディア・コミュニケーションの観点からイスラーム世界を調査研究した成果をまとめた論文集である。

地すべりの勝利によって政権を獲得し、イスラーム復興のうねりはさらなる広がりを見せている。

もちろん、トルコにおけるイスラーム復興は歴史、政治、経済、社会、文化など様々な要因によって台頭してきた現象であり、特定のファクターのみに還元できるものではない。それゆえに、イスラーム復興現象の背後にある多様なファクターを接合し、社会に対して媒介していくというマス・メディアの役割は決して小さくはない。イスラーム復興の潮流が形成されていった過程を、トルコにおけるマス・メディアの発展、とりわけイスラーム系メディアの果たした役割に注目し、明らかにしていくことが本稿の主題である。

筆者がトルコにおけるイスラーム復興とメディアの役割を考察しようとしたきっかけは、1999年から2001年にかけてトルコ南東部のガジアンテップ市において行ったフィールドワークであった。調査時のインフォーマントの多くはトルコ東部からガジアンテップ市に移住してきた人々であり、彼らは都市中心部をドーナツ状に囲む「ケナール・マハレ (kenar mahalle)」(周縁のコミュニティ)と呼ばれる低所得者コミュニティに暮らしている。若い女性の多くは小学校卒業後、結婚までの間、家事手伝いに従事する。家事手伝いをする若い女性はエヴ・クズ (ev kızı) と呼ばれ、トルコ社会のなかでは一般的に政治的関心などない「無知な集団」と考えられている。多くのエヴ・クズは自宅のあるコミュニティの外に出ることは稀で、一日の大半を自宅や近所で過ごしている。しかしながら、彼女たちの日常生活を観察していると、エヴ・クズは結婚や近所の噂だけではなく、イスラームのあり方やクルド問題などにも関心を示すなど、政治化された姿が目立った。特にイスラーム復興にシンパシーを寄せるエヴ・クズのメディア行動には、家庭でテレビを視聴する際に、イスラーム系のチャンネルを積極的に選択するなどの特徴がみられた。

こうした女性の多くはテュルバンと呼ばれるスカーフで頭部を覆い、外出時には体のラインを隠すために長いコートを着用する⁵。このように女性の

⁵ ムスリム社会におけるスカーフ着用の形態は多様である。特に村落部では宗教を意識せず、慣習的にスカーフを着用する場合もある。一方で、イスラーム復興を支持する女性はスカーフとコートを着用する場合が多い。中東社会におけるスカーフやヴェールの着用についてはNancy Lindisfarne-Tapper and Bruce Ingham (eds.) (1997) Language of Dress in the Middle East. Richmond: CurzonおよびElizabeth Özdalga (1998) The Veiling Issue, Official Secularism and Popular Islam in Modern Turkey. Surrey: Curzonなどを参照のこと。

場合はファッションによってイスラーム復興へのスタンスを押し量ることができる。イスラーム系メディアを媒介項として若い女性がイスラーム復興に親近感を持ち、自らもイスラーム・アイデンティティを受容していくという現象を筆者は目の当たりにした。その結果、人々の意識形成に影響を与えるイスラーム系メディアの生成過程とその社会的影響について関心を持つに至った。

ただし、若い女性によるイスラーム系チャンネルの視聴が、イスラーム復興運動に直結していると考えるのは早計であろう。テレビの視聴と彼女たちの復興運動へのシンパシーを因果関係によって捉えるには、前述したように政治や文化、経済、歴史といった多様なファクターを考慮に入れる必要がある。

本稿はフィールドでの知見を出発点とするが、イスラーム系メディアが視聴者にどのように受容されているのかというミクロな視点にとらわれるのではなく、イスラーム系メディアが構成されていく過程および、その社会的影響といったマクロな視点に重点を置く。

トルコにおけるイスラーム系メディアについて言及した研究は既にいくつか存在するが、マス・メディアの背後にある政治動向や、マス・メディアを支える資本について十分には論じられていない⁶。トルコ社会の政治的変動、経済における規制緩和政策によって90年代以降に登場したテレビの民間放送は、それまで国営放送によって独占されてきた言説空間を相対化させた。とりわけイスラーム系放送メディアの登場は、国家によってコントロールされてきた世俗主義的な言説空間にかわって、「イスラームを語る場」としてオルタナティブな言説が流通する空間をつくりだした。そうした空間は、ナショナル・イデオロギーとして喧伝された世俗主義から疎外されていた人々が対抗的アイデンティティを持つ上で大きな磁場として働いたことはいうまでもない。「トルコにおける政治的变化」「マス・メディアの発展と多様化」「イスラーム系メディアを支えるイスラーム系資本」という三つの視点から、本稿はイスラーム復興においてマス・メディアが担った役割を検証していく。

⁶ トルコにおける民間放送、イスラーム系メディアを扱った主な研究としては、Aksoy & Robins (1997), Öncü (1994) (2000), ahin & Aksoy (1993), Binark & Celikan (2000) などがある。

1. トルコにおけるイスラーム復興の台頭とその背景（政治的变化）

1-1 世俗主義の伝統とイスラーム

トルコでは1923年、ムスタファ・ケマル（アタテュルク）が共和国設立を宣言し、600年以上にわたったオスマン帝国の統治は幕を閉じた。新たな共和国体制のもとでは、アタテュルクによって近代的国家建設に向けた大々的な諸改革が行われた。なかでも、イスラーム教と政治の分離、つまり「ライクリッキ (laiklik)」と呼ばれる国家の原則が、共和国における政治統治の骨子とされてきた⁷。その他、カリフ制、イスラーム教育を行うマドラサ、イスラーム法廷の廃止、タリーカ（イスラーム教の教団組織）・テッケ（修道場）の閉鎖、文字改革、西洋法の導入などが行われ、これらは近代的国家を形成していくうえで重要な改革と位置づけられた。

建国期の一連の改革において顕著な点は、イスラームに関連するシンボルや実践を公的な空間から排除したことであった (Göle 2000: 23)。近代的国家の建設を目指す共和国にとって、イスラームはオスマン帝国時代を象徴する「負の」遺産であり、政府はイスラームを公の空間から排除することを通して、国家の近代化を図ろうとした。共和国初期における近代化政策とは、西洋化であり、「脱亜入欧」を目指すものであった (Berkes 1998: 463-465)。西洋化を志向するトルコにおいてイスラームは、近代化の障害物とみなされた⁸。

建国期以来、徹底してきた世俗化、西洋化の流れは現在のトルコの政治、社会にも深く根付いている。しかしながら、人々の生活に密接に結びついてきたイスラーム、政府が意図したように、人々の生活世界から消えてなくなることにはなかった。公の場から駆逐されたイスラームは私的空間において実践され続けいった⁹。

⁷ 1928年に憲法から「トルコ国家の宗教はイスラームである」という条項が取り除かれ、1937年には憲法において修正条項としてトルコ国家が世俗的 (ライク <laik>) であることが記された。(Shankland 1999: 19)

⁸ 西洋化、世俗化は共和国設立以前のオスマン帝国期末期から徐々に始まった動きであり、共和国期以降、突如として始まった動きではない。

⁹ 村落部における世俗主義の受容状況についてはR. Tapper & N. Tapper(1987) “Thanks God! We are secular!” Capaln, L. (ed.) *Studies in Religious Fundamentalism*. London: Macmillanおよび Shankland (1999), p. 33を参照のこと。

建国の父、アタテュルクが1938年に世を去ると、徹底されてきた世俗化政策にも徐々に変化の兆しがみえるようになる。世俗主義という国是を頑なに守る方針について、変わりはなかったが、第二代大統領に就任したイスメット・イノニユは政権を握るや、民衆の支持をとりつけるため、アタテュルク時代に積極的に制限してきたイスラームへの締め付けを徐々に緩和していった(Shankland 1999:35)。世俗化政策とイスラーム融和策の「パラレルな世界」の共存(Shankland 1999:33)と表現されるように、共和国は一方で、国家的行事や儀礼、教育を通して世俗主義を推し進め、他方では国民の政治的支持を得るためにイスラームに対して融和的な態度をとってきた。政治の表舞台では世俗主義の原則を死守しつつも、イスラームに対する融和的政策を展開することで、国民感情とのバランスを保つという二重構造は、50年代から70年代のトルコ政治にみられる典型的な構図といえる。

1-2 イスラーム復興運動の興隆

トルコでは共和国設立以降、世俗化政策が推し進められ、イスラームは公的空間から排除されていった。しかし、政府によって禁止され、公の場から消え去ったかにみえたタリーカは地下活動として存続していった。

建国から40年代後半まで世俗主義を推進する共和国人民党(CHP)による事実上の単独独裁が続き、厳格な政教分離が実践されてきた。1946年になり政党結成の自由が認められたことをきっかけに、50年代以降、本格的な複数政党制政治に移行し、イスラームに対する融和策が次々に打ち出される。

具体的にはアザーン(礼拝の時間を告げる呼びかけ)のアラビア語化、宗教教育の場の拡大、国営ラジオにおける宗教番組の解禁などである(澤江2001:258)。このように50年代以降のトルコにおいて、これまで近代化の障害とみなされてきたイスラームが徐々に復権していった。ただし、イスラーム融和策はあくまでもライクリッキ(世俗主義)の範囲内における、イスラームへの譲歩でもあった。また、こうした政策が実現されていった背景には、多党制という政治的枠組みのなかで国民の支持を得ようとする諸政党の意図もあった。新たに設立された諸政党は、非合法化されたタリーカと公然と連携することで政治的な勢力を獲得した。同時に、地下組織化していたタリーカも合法政党との協力関係を結ぶことによって、社会的、政治的影響力を取り戻していく。

以上、1950年代以降のトルコは世俗主義を積極的に推進する一方で、イスラーム復興の土壌が政府や諸政党によってつくりだされるという政治的矛盾を抱えてきたことを明らかにした。では、イスラーム復興とはどのような現象を指すのだろうか。概念について手短かに整理しておきたい。

ニュース報道等においては、イスラーム復興は時としてイスラーム原理主義と混同され戦闘的なイメージによって伝えられることも多い。しかし、地域研究やイスラーム社会研究では、戦闘性のイメージと結びついた原理主義は、現在のイスラームをめぐる状況を巧く反映していないことから、原理主義にかわる用語として「イスラーム復興運動」という概念が一般的に使われている（小杉1994: 143-144）。

イスラーム復興運動研究の日本における先駆者である小杉はイスラーム復興運動を「イスラーム覚醒」という個人レベルでの生活のイスラーム化が社会レベルで、集団的に実践されることとして定義している（小杉 1994: 145-146）。また社会人類学学者の大塚は「イスラーム復興とは生活の中でイスラーム的と認識される象徴や行為が以前よりも顕在化し、ムスリムの生き方のさまざまな側面により影響を及ぼすようになる現象を指し、急進的なイスラーム主義運動のみならず、それ以外の穏健な宗教復興の諸潮流も包摂するものである（大塚 2000:130）」と捉えている。

これらの定義にもみられるようにイスラーム復興は必ずしも政治的活動には限定されない。また、「イスラーム復興を完遂するためにはイスラーム国家の建設が不可欠との思想」（小杉 1994: 147）を伴う「イスラーム復興主義」「イスラーム主義」といった政治的イデオロギーとは区別されるものである（大塚 2000: 130）。

トルコでは1970年代以降、親イスラームの立場をとる政党が設立され、国会にあたる大国民議会でも議席を有し、連立政権を構成してきた¹⁰。70年代における親イスラーム政党の躍進の背景には、世界やトルコを取り巻く時代のイデオロギー状況も大きく関連している。60年代から70年代にかけてのトルコでは、都市化が進むとともに社会格差が拡大、政治的には左翼・右翼の対立が激化し、社会は不安定化していた。そうした社会状況の下、政府は共産主義勢力を抑制するための手段として、イスラームを政治的に利用してき

¹⁰ 国民救済党と福祉党は各々、1973から80年、91年から98年にかけて議席を有した。（澤江 2001: 265）（Shankland 1999: 88）

た。これらは、その後のトルコ政治においてイスラームのプレゼンスをますます実体化させるという結果を生む大きな要因ともなった。

80年から83年の軍部による政治介入により、国会は解散し、既存の政党は解党、多くの政治家が政治活動を禁じられた。70年代に結成された親イスラーム政党もまた、非合法化された。このように軍事クーデタにより80年代以前の政治は一旦、断絶された。しかし、政治が再び民政に移管された83年には、軍政によって解党された親イスラーム政党の流れを汲む福祉党が設立され、80年代以降のイスラーム復興の流れを形づくっていく。さらに福祉党は96年間から一年間、大国民議会における第一党として連立政権を構成した。

70年代以降に結成された一連の親イスラーム政党はトルコにおけるイスラーム復興の中核をなす組織である。ただし、イスラーム法の導入やイスラーム国家の設立といった「イスラーム主義」に立脚する政策を明示的にうちだしてはいない（澤江 2001: 252-253）¹¹点に、世俗主義に鑑みた党のスタンスが現れている。それにもかかわらず、親イスラーム政党は世俗主義に反するとして、時として軍部からの圧力を受け、非合法化されてきた。しかし、イスラーム復興の流れは着実に新たに誕生した政党へと受け継がれ、世俗主義政治システムのなかに一定の地位を築いていった¹²。

1-3 イスラーム復興の政治的、社会的背景：80年代以降

世俗主義を国是として推進する一方で、時としてイスラームへの譲歩やイスラーム組織を政治的に利用するという政府や諸政党による70年代までの方針は、イスラーム復興が政治の舞台で実体化していく上での基盤を形づくった。トルコにおける政治とイスラーム（宗教）の関係は、純粹に政教分離を実施していくというのではなく、むしろ政府がイスラームを積極的にコントロールする点に特徴がみられる¹³。この傾向は80年代以降より顕著になっていく。

軍部は世俗主義の守護者を自任し、度々、政治に介入してきたが、三度目の介入にあたる80年から83年の軍政期間には、左派と右派に二極化し、闘争の絶えなかったトルコ社会を正常化するため、軍自らがイスラームに対する

¹¹ 福祉党の政策、歴史観については澤江（2001）を参照。

¹² Nilüfer Göle (1997) "Secularism and Islamism in Turkey: The Making of Elites and Counter elites" Middle East Journal Vol.51 No.1 p.47

¹³ 内藤はトルコの政教分離の特徴を「官製イスラーム」として表現している。内藤(1996)

規制を弱めていった。具体的にはコーランを学習するためのコースの新設、公教育における宗教教育の義務化、イマーム（説教師）の増員などである。軍の狙いは、イスラーム的要素を取り込むことによって混乱したトルコ社会の一体性を取り戻すことを意図するものであった（Yavuz 1997: 67）。軍による方針転換は、「イスラームと国家イデオロギーの融合」と表現されるように、イスラームはトルコ社会を安定化させ、統合していく際のシンボルとして活用された¹⁴。

イスラームの制度的拡充は民政に移管した83年以降、政権を握った祖国党（ANAP）によっても推進された。91年まで続いた祖国党政権において首相、大統領を務めたオザル（大統領在任期間：1989—93年）は、リベラルかつ、保守的な政策を展開する。トルコ経済の活発化に向けて規制緩和を行い、輸出志向型経済を促進する一方、ムスリムとしてのアイデンティティを重視した政策を打ち出した。オザル自身、タリーカのひとつであるナクシュベンディ教団と密接な関係にあった人物である。50年代から70年代にみられたようにタリーカは特定の政党と協力関係を結び、政党の保護を受けるというように、政党とタリーカは持ちつ持たれつ の関係を築いていった（Ahmad 1988:765）。祖国党政権による自由主義経済政策は、中小企業を活性化させ、後に詳述するイスラーム系資本が形成される契機ともなった。

これら一連の帰結として、イスラームに関連した様々な活動が活発化していった。例えば、モスクの増加、宗教教育を実践する公立、私立教育機関の増設、ヴェールを被る女性の増加、イスラーム系の活字メディアの活発化などである。イスラーム系のメディアについては後に詳しくとりあげるが、80年代にはイスラーム関連の団体が発行する様々な雑誌、新聞が存在した。イスラーム復興は目に見える現象として姿を現し、これまで周縁化されてきたイスラーム・アイデンティティが社会のなかで顕在化していった。ただ、これらは一定のサークル内に向けられた閉じたメディアであり、後に台頭する放送メディアのような広範な社会的影響力を持つまでには至らなかった。

95年12月の総選挙では、福祉党が躍進し、96年6月には連合政権による親イスラーム政権が誕生した。これによりトルコにおけるイスラーム復興は政治的に実体化する。福祉党の台頭には様々な理由が考えられるが、トルコ社

¹⁴ Yavuz (1997), p.70. F.Ahmad (1988), p.762.

会の政治的、社会的変化にその主な原因を求めることができるだろう。政治的な要因としては、93年、オザル大統領の急死後、祖国党の主導権を握ったメスット・ユルマズによる政策転換をあげることができる。これまでの祖国党は、オザルが自身を「ムスリムであり、かつモダン」(Göle1996b:32)と表現したように、リベラルエコノミーを推進する一方で、ムスリムとしてのアイデンティティを尊重する政策を打ち出してきた。それによりイスラーム復興を支持する層や保守派から幅広い支持を受けた。しかし、後任のユルマズはオザルと比べ、世俗主義的な方向に転じたため、黨員や党支持者の間に亀裂が走り、祖国党は保守派の支持者を失うという事態に陥った(Göle 1996b: 32)。

イスラーム復興を近代化への反響として捉えるトルコの社会学者ギョレは、祖国党の自由主義経済政策には構造的な矛盾があり、遅かれ早かれ支持を失う状況にあったと指摘する(Göle 1996b: 32)。自由主義経済は経済を活性化させる一方で、すでに存在していた社会的格差や不平等、不公正な社会状況をさらに深化させるという帰結をもたらした。トルコでは農村から都市への移住が50年代末以来恒常的に続いており、農村から都市へ移住した人々の貧困が80年代には社会問題化していた。しかし、祖国党は厳然と存在する階層間の格差や社会的不公正に対する処方箋を示すことはできなかった。

祖国党にかわり、保守派やイスラーム復興を支持する人々が支持を寄せたのが、親イスラームの立場をとる福祉党であった。福祉党は汚職のないクリーンな政治、「公正な体制」(Adil Düzen)をスローガンとして打ち出し、広範な支持を集めていった。大都市の貧困層が居住するコミュニティでは、国や既存の政党が提供しないような福祉サービスを提供し、支持者のネットワークを拡大したことも福祉党が躍進した理由でもある¹⁵。

国政レベルのみならず、市町村においても福祉党の長が相次ぎ誕生した。福祉党の躍進に対し、大統領、軍幹部、主要大臣らによって構成される国家安全保障会議(Milli Güvenlik Kurulu)は危機感を抱いていた。97年2月末に開催された当会議では、福祉党を国是に反する危険分子とし、国家による宗教管理体制を引き締めなおす必要性があることが決議された(澤江 2001: 268)。これ以降、国家による福祉党への弾圧が本格化し、98年1月、憲法裁

¹⁵ 福祉党の政策、党方針、歴史観などに詳細については澤江(2001)を参照のこと。

判所は福祉党に対して世俗主義の原則に反するとして解党を命じた。しかし、解党によって即ちイスラーム復興の流れが抑制されるわけではなかった。解党した福祉党は直後に名称を変更し、美德党として再出発し、さらに美德党の流れを汲む公正発展党は02年の総選挙において圧勝を取めた。

福祉党解党命令という事態は、トルコが国家として世俗主義を死守していくことを諸外国に強く印象づけた。一方、国内の状況を見ると、世俗主義を支持する層とイスラーム復興を支持する層の間に存在する溝を再確認させ、両者が二極化するきっかけを作ったのだった (Cizre-Sakallio lu and Yeldan 2000: 502)。

2. マス・メディアの発展と文化的イデオロギーの変遷

トルコにおけるマス・メディアをめぐる状況は過去十数年の間に大きく変化してきた。ここではトルコのマス・メディアの発展を三つの段階に区分してみていく。第一の段階としては、放送メディアが国営放送のみであった80年代までの時代。民放によるテレビ放送が始まり、イスラーム系チャンネルの放送が開始され、メディアが多様化した90年代前半を第二段階と位置づける。第三段階はメディア・セクターが拡大していくなかで寡占化が進んだ90年代後半からの現在までの期間だ。以上の三段階区分のうち、第一および第二の段階に注目し、メディアの発展や民放の参入とともに、マス・メディアに表象される文化的イデオロギーの変遷していった過程を明らかにする。

2-1 マス・メディアとケマリズム

テレビ放送がトルコにおいてはじまったのは1968年である。運営機関であるTRT (「トルコ・ラジオ・テレビ協会」 Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu) が1964年に設立され、今日に至るまで公共放送を運営している¹⁶。TRTは、建国以来、推進されてきたケマリズム、つまり、「世俗的」「近代的」「西洋的」トルコ社会を創造していく上でけん引役としての役割を担ってきた (Aksoy and Robins 1997: 1942)。L.パイ、W.シユラムらの近代化とコミュニケーションモデルに典型的にみられるマス・メディアを通じた近代化、西洋化がトルコにおいてもTRTを介して積極的に推進されてきた¹⁷。

1984年にはカラー化、86年にはTRT第二チャンネルの開始、89年には

TRT第三チャンネルが設置された。このように30余年にわたって国营放送の独占が続き、マス・メディアは国家開発、発展のための手段として位置づけられてきた。TRTは文化、政治の中央集権化を図り（Aksoy and Robins: 1942）、「公式文化の普及」（Aksoy & Robins: 1940）を進めて来た。初期の放送内容は、国家行事の中継、トルコ近代史に関するドキュメンタリー、政府の発表を中心としたニュースなど、国民国家の「想像」を促すようなものが多い。

このようにトルコのナショナル・アイデンティティはTRTというメディアを媒介して新たに創出されてきたのだった。新たなトルコ・アイデンティティからは、イスラーム、アラブ的な要素が排除され、オスマン・トルコ期以前のトルコを「純粋なトルコ」として再構成する「伝統の発見」¹⁶が行われた。つまり、新生トルコが近代化の障害とみなしてきたオスマン期と歴史的、文化的に遮断することにより、新たなナショナル・アイデンティティのあり方を操作し、創出してきたといえる。

放送開始当初、放送は数時間に限られていたが、放送時間の増加にともない、ソフト不足という状況に陥る。80年代半ばには番組の半分以上を外国輸入番組が占めるようになった（Öncü 2000: 301）。しかし、トルコでは他の第三世界にみられたように、外国輸入番組過多の状況に対して、それをメディア帝国主義として糾弾されることはなかった。むしろ、TRTは欧米からの映画輸入を積極的に行ってきた。それは、西洋化を志向するトルコにとっては不都合なことではなく、国民を「西洋化」「近代化」していくうえでは

¹⁶ 1964年に設立されたTRTは1961年施行憲法の第121条において、独立した国家機関であると規定され、ラジオ・テレビ放送は国家が独占するが、独立組織によって運営されると規定されている。本放送が開始されたのは68年である。80年代の初めにはトルコの総人口の8割が放送を受信できる状態となった（Aksoy & Robins 1997:1941）。TRTは、60年代から70年代初頭までは、比較的、政府に対して自律的な立場を保つことができた⁵（Sahin 1979）、1972年の憲法修正においてTRTの独立性は、「半独立的」であると変更された（Aksoy & Avcı 1992: 40）。したがってTRTは制度上、公共放送の性格を部分的には有するが、組織の運営、放送内容すべてにおいて政府の影響を強く受けてきた。このことから、実際のTRTは公共放送というよりも、国营放送に近い性格をもつ。cf. Haluk Sahin (1979) “Broadcasting Autonomy in Turkey: Its Rise and Fall- 1961-1971” *Journalism Quarterly* (1979) : 395-400.

¹⁷ L.W. Pye (ed.) (1967) *Communication and Political Development*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

¹⁸ E.ホブスボウム、T.レンジャー編（1992）『創られた伝統』、前川啓治、梶原景昭他訳。紀伊国屋書店。

好ましいものと考えられた。但し、アメリカ、ヨーロッパからの輸入映画はすべて「標準」トルコ語に吹き替えられた。そのことから輸入映画とはいえ、ある意味でトルコ化された放送内容であった点も否めない (Öncü 2000: 302)。

それでは、TRTの放送にみられるように、国家によって公式化された国民文化は、トルコ社会を覆い尽くすことに成功したのだろうか。アクソイとロビンスが「本来、多様で複雑であったトルコの文化的アイデンティティは『公式』の文化的理想の名のもと、否定された (Aksoy & Robins 1997:1942)」と述べているように、公式文化の向こうには「現実」の文化が存在し、「公式」文化と「現実」文化は乖離したまま、いわば「中心」と「周縁」として並存してきた¹⁹。

つまり、TRTの放送によって「中心」である「公式文化」が媒介される一方で、「周縁」は「中心化」されることなく、「公式」メディアの外で「現実」文化として創造され、維持されていった。TRTの推進する公式文化から疎外されつつも、トルコ社会のなかで公式文化と並存し、民衆から支持されていった「現実」文化の例として、映画、音楽などを例としてあげることができる (Aksoy and Robins 1997:1943-1944)。1940年代からトルコでは映画産業が盛んであり、全盛期の70年代には全国に3000の映画館が存在し、年間200本の映画が製作されていた。「イエシルチャム」と呼ばれる映画産業関連の事務所が集中していたイスタンブールの街路の名称から、トルコ産の映画は「イエシルチャム」と呼称されてきた。これらのトルコ映画はTRTの媒介する公式文化とは対照的に、「センセーショナル、感情的、メロドラマ的」な内容で民衆の感情に訴えた。しかし、TRTで「現実」文化が反映されたイエシルチャム映画が放映されることはごく稀であり、TRTではむしろ欧米からの輸入映画の放映がさかんであった (Aksoy and Robins 1997: 1943)。

次に音楽であるが、1920年代にはトルコ国立音楽院の東洋音楽部門が廃止され、政府は建国初期から、新しい「国民文化」にふさわしい「トルコ音楽」

¹⁹ Aksoy & Robins (1997), p.1944. トルコにおける「中心」「周縁」概念の詳細は erif Mardin (1980) "Centre-Periphery as a Concept for the Study of the Social Transformation in Turkey" in R.D. Grillo (ed.) Nation and State in Europe: Anthropological Perspective. London: Academic Press. を参照のこと。

²⁰ トルコにおけるラジオ放送の開始は1927年である。しかしながら、TRTが設立される1961年までは放送制度を規定する法律は存在しなかった (Aksoy & Avcı 1992: 39)。トルコにおけるラジオ発展に関する詳細は、Ece Algan (2003)

を模索していた。TRTの初期のラジオ放送²⁰は西洋のクラシック音楽が大半を占めていたが、それは、西洋志向的な文化政策の表れのひとつでもある²¹。一方、民衆の圧倒的な支持を受けてきたのは「アラベスク」と呼ばれるジャンルの音楽である。アラベスクは60年代以降、都市化の進んだトルコ社会において農村を離れ、ゲジェコンドウと呼ばれる都市の貧民街で生活する「周縁化」された人々の声を代弁する民衆音楽である。アラベスクには人生の悲哀、都市生活における疎外感や哀愁、故郷への思いが歌いこまれ、現在でも広く民衆に支持されている²²。しかしながら、公式文化に照らしあわせれば、アラベスクのような民衆音楽は、「遅れた」「反近代的」な音楽とみなされ、TRTにおいて放送されることはあまりなかった。アラベスクは、拡大する階層格差、都市への移住といったトルコの社会、経済的にも深刻な問題が歌われることから、政府によって「トルコの一体性」が損なわれる危険性があるとみなされてきたのだった (Stokes 1992: 217)。一方、大衆はカセットテープによってアラベスクを楽しんでいた。

以上のように映画、音楽いづれにせよ、TRTが媒介する公式文化とは別に民衆の支持を受けた「現実」文化は創造され続けてきた。しかし、これら「現実」文化は、TRTによって周縁化され、放送がTRTによって独占されていた時代には中心化されることはなかった。

2-2 衛星放送と民間放送の登場

トルコにおいて民間放送が始まったのは1991年末である。それ以前は、TRTのみがテレビ放送を行い、放送業界への民間資本の参入は許可されていなかった。80年代には自由主義経済政策のもと、国営企業の民営化が推進されたが、放送は例外とされ、国は独占を廃止しようとはしなかった (Çatalba 2000:129)。ただし、CNNやBBCなど外国からの衛星放送を受信することは非合法ではなかった。そこでトルコのマジックボックス社は91年、ドイツから衛星放送を利用するという法律の抜け穴に眼を付け、トルコに向けて民間放送「スター1」を開始する²³。これによって政府の認可を受けないうまま、事実上、民放時代の幕開けが突如として到来した。以後、同様に衛

²¹ Aksoy and Avcı (1992), p.39

²² アラベスクのもつ政治性、社会性についてはStokes (1992), M. Stokes (1994) The Arabesk Debate: Music and Musicians in Modern Turkeyを参照のこと。

星を用いてトルコに向けて放送を行う民放が相次ぎ、TRT一色であったトルコのテレビ界の構図は、雪崩的に塗り替えられていく²⁴。政府の認可を得ないまま民放開始から一年を経た92年末にはTRT六チャンネルに加え、民放六チャンネル体制となった。さらに、大手新聞各社も自前のテレビ局を開局し、瞬く間に民放が乱立していった。すでに94年には民放四局が視聴率、広告費とも全体の四分の三を占めるという寡占状況が生まれ、民放開始後、三、四年の間にメディアセクターが確立するとともに、その構造は激変した²⁵。

法の網の目を潜り抜け、民放が既成事実化することを当初、政府は黙認していた。しかし、93年4月には、国家による放送の独占を規定する憲法（1982年施行憲法）133条を引き合いに出し、民放の違法性を主張する。しかしながら、事実上存在する民放をいまさら禁止することは現実にそぐわないことから、93年7月には133条は修正され、放送局の新たな開局は自由化された。ただし、憲法上では自由化されたが、政府は民放を放任したわけではなかった。94年4月にはRTÜK法という放送に関する法律が制定され、「ラジオ・テレビ高等組織」（以下RTÜK）²⁶によって民間放送局や放送内容を管理、規制するという方針に転じた。これ以降、新規テレビ局の開局は認可制となり、RTÜKは常時、放送内容のモニタリングを行うことで、国家のイデオロギーとは相容れない言論をコントロールしてきた。具体的には、反国家的な言論や映像、公序良俗に反する事柄などの放送が行われた場合は、RTÜKによって警告が発せられ、逸脱が大きい場合は数日間から数ヶ月間の放映停止措置が発せられる。放映停止措置は今日でも頻繁に行われ、放映停止している局の画面には、RTÜKによる放映停止の公布文が静止画像のまま映し出されている。

²³ 当時の大統領オザルは、衛星を利用したトルコ語による民間放送は違法ではないことを明言しており（Akin 2002: 23）、自由主義経済政策を推進してきた大統領は民間放送の存在に必ずしも反対ではなかった。また、衛星放送によってトルコにおいて初めて民間放送を行ったマジックボックス社の共同経営者の一人はオザル大統領の子息アフメット・オザルであった（ahin & Aksoy 1993: 33）。

²⁴ 民放各社はヨーロッパやトルコ国内から衛星放送を利用して放送を行った。トルコ国内であっても、一旦衛星を介せば、その放送は非合法とはならなかった。（Aksoy & Robins 1997: 1946）また、ラジオ放送は海賊放送としてすでに80年代から民間ラジオ放送が行われていた。

²⁵ Öncü (2000), p.304, 民間放送が参入開始した92年にはTRTの視聴率は25%以下に激減、広告収入が半減したというデータもある（Aksoy & Robins 1997: 1946）

²⁶ RTÜKの正式名称はRadyo ve Televizyon Üst Kurulu。

依然として放送への言論の規制はあるものの、民放はTRTが媒介しなかった新たな言説空間を確実に創出してきた。では、長年続いたTRTによる放送の独占後、雨後の筍のごとく乱立していった民放がトルコ社会にもたらした帰結としてどのようなことが考えられるだろうか。全般的には、以下三点の影響を挙げることができる。①公式文化が否定してきた「周縁」の中心化や復権、②公式文化の弱体化、③「公式」文化のもと、タブー視されてきた政治的、文化的争点の開示である。

まず、第一点であるが、TRTが放送しようとしなかったイエシルチャム映画やソープオペラ、あるいはアラベスクの歌手らが登場する歌謡ショーなどが民放において主流化していった (Aksoy & Robins 1997: 1949)。これまでTRTによって周縁化されてきた「現実」文化を中心化させていった民放は、視聴者である国民の心を捉えていった。一方で、TRTの視聴率は民放の浸透とともに低下し、結果として二点目の「公式文化の弱体化」 (Aksoy & Robins 1997: 1951) を招いた。三点目は民放の切り開いた最も重要な帰結といえるが、それはこれまでタブー視されてきた政治的争点の開示である (ahin & Aksoy 1993: 36)。トルコにおいては、特に、クルド問題、イスラーム主義の台頭などについては、政治的に重要な問題であるにもかかわらず、民放が出現する以前のメディアにおいては、オープンに議論、報道されてこなかった。それはTRTが官製のメディアであり、公式のイデオロギーを喧伝する役割を担ってきたからである²⁷。

民間放送は過度に娯楽化する傾向もあるが、一方で視聴者参加型の政治討論番組、調査報道番組などを通してこれまで議論されることのなかった政治的争点を国民に媒介していった²⁸。TRTによって放送が独占されていた時代には、国是に相反する政治的争点は議論されるというよりも、政府の見解に

²⁷ TRTにおいてクルド問題やイスラーム関連のニュースが全く報じられなかったわけではない。取り上げられることはあったが、「メディアティック」な部分のみがとりあげられ、事の本質が議論されることはほとんどなかった (Aksoy & Robins 1997: 1949)。

²⁸ 1994年末、民放の討論番組『政治の広場 (Siyaset Meydanı)』においてクルド問題がとりあげられた。当番組はトルコにおける人気番組のひとつ (90年には約34%の視聴率) であり、他局も同様に90年代以前には取り上げられなかったような形で討論されるようになった (Barkey & Fuller 1998: 132)。但し、チャタルバシユが指摘するようにクルド問題については政府やTRTと同様に、「トルコの一体性欠く」として厳格に対応する民間放送局もあり、民間といえども放送局の方針は一律ではない (Çatalba 2000: 140)。H. J. Barkey and G. E. Fuller (1998) *Turkey's Kurdish Question*. Lanham: Rowman and Littlefield.

則った形でしかメディアにおいてとりあげられてこなかった。例えば、政府は長らく「クルド問題は存在しない」という立場をとり続けてきたが、タブー視されてきたこの問題を、民放が討論番組などで取り上げるなど、90年代以降には問題の存在が浮き彫りにされていった²⁹。

民間放送の導入により、イスラームのあり方に対する人々の認識についても、変化がみられた。これまでイスラームはTRTによって「反近代」「反世俗主義的」といった否定的なイメージにおいて表象されることが多かった。それはTRTが国是である世俗主義を放送に反映させてきたことによるものである。言い換えれば、TRTはオリエンタリズムを放送のなかに内在化し、イスラームのイメージを固定してきた。しかし、民放の登場によってTRTによってこれまで媒介されてきたイスラームに関する「公式」的な見解もまた解体されていく。ただし、民放が導入されることによって、突如としてそれが解体されたのではない。すでに80年代前半からイスラームの実践をめぐる「スカーフ論争」がトルコ社会において耳目を集めており、90年代以降には、この論争は民放などの討論番組などでも積極的に取り上げられた (Göle 2000:20)。トルコでは世俗主義に反するとして、公立学校、大学の学生や教職員、公務員などが公教育や職場においてスカーフによって頭部を覆う事を禁じている。しかし、80年代以降、イスラーム復興運動が台頭するなかでイスラーム・アイデンティティの象徴として、意識的にスカーフを被る女性が増えていった。スカーフを被った女子学生が大学前に大勢集まり、スカーフを被ったまま教育を受けることを求めてデモを行う様子が近年においても度々、テレビのニュースで伝えられている。民放においてこの問題が、多様な主張を持つ識者や市井の人々によって討論され、新聞など活字メディアもとりあげることによって「論争」³⁰はさらに人々の関心を喚起していった。

このようにTRTによって媒介されてこなかったイスラーム復興の現実が民放によって既視化された (Öncü 1994: 33)。さらに民放の登場によって、これまでTRTによって争点化されることのなかったイスラームをめぐる諸

²⁹ クルド問題とマス・メディアをめぐる状況については拙稿「民族意識とマス・メディア—トルコにおける『民主化』とクルド語放送」鶴木真編『コミュニケーションの政治学』慶應義塾出版会、2003年を参照のこと。

³⁰ トルコにおけるスカーフ論争についてはE.A. Olson (1985) “Muslim Identity and Secularism in Contemporary Turkey: the Headscarf Dispute” *Anthropological Quarterly* No. 58: 161-170およびAynur İyisoğlu (1994) *Örtülü Kimlik*. Istanbul: Metis Yayınları.などを参照。

問題が、人々の関心を集める争点としてトルコ社会のなかに確固として浮上したのだった (Öncü 1994: 34)。

トルコにおける民間放送は局としてイスラーム復興やクルド問題に対してシンパシーを示してきたわけではない。むしろ、これらの問題や現象をTRTが行わないような形でとりあげることによって、漠然と存在していた潜在的な意識が収斂、実体化、既視化するという役割を果たしたといえよう。

3. イスラーム系資本の出現とイスラーム系メディア

90年代以降のトルコでは放送分野にも民間資本が参入し、言論規制は存在するものの、制度的にはマス・メディアは多様化した。また、TRTによって放送が独占されてきた時代と比べ、言論状況がかなり多様化してきたことについては前節で述べた。しかしながら、現在のトルコのメディア状況をみると、メディア市場は国内有数の財閥によって独占される傾向にあり、多様性が形骸化している点も否めない³¹。

メディア産業を所有する財閥の大半は全国紙、テレビ、ラジオ局のほか、保険業、携帯電話会社、銀行・金融業、出版社などを傘下に持つコングロマリットである。「ヒュリエット (Hürriyet)」「ミリエット (Milliyet)」などの主要全国紙、「カナルD (Kanal D)」などのテレビ局を所有するアイトウン・ドアン (Aydın Do an) 率いるドアン・グループ (Do an Gurubu) はメディア産業市場の7割近くを独占している³²。

イスラーム系メディア³³が90年代以降、イスラーム復興の流れのなかで本格的に登場する。それらはイスラーム復興運動を媒介し、体制側に近いメデ

³¹ 近年のトルコにおけるメディアに関する状況 (特に新聞) については拙稿「転機に立つ言論環境—EU加盟めぐる民主化と体制維持のはざま—」『新聞研究』2002年6月No.611を参照のこと。

³² ドアン・グループの総売上は25億USドル (メディア・セクター以外のセクター含む) に上る (2002年時点)。所有する全国紙8紙はトルコの全活字メディアにおける広告収入の66%を占有し、トルコにおける新聞発行部数の約7割を占める。

“Power of the Press Lord,” *Time*, June 03 2002. “A Turkish Rupert Murdoch,” *Economist*, February 14 2002. および L. Dogan Tilic. (2000) “Media Ownership Structure in Turkey http://www.cgd.org.tr/yayinlar/MEDIA_OWNSHIP_STRUCTURE_IN_TURKEY.doc (閲覧日2004年01月29日) を参照。

³³ 「イスラーム・チャンネル」という呼称は、世俗主義的な立場にたった呼び方であるとして、トルコの社会学者オンジュはあえてムスリム・チャンネル (Muslim channel) と呼ぶ。このようにイスラーム系メディアの呼称は一樣ではない (Öncü 2000:316)。

イア・コングロマリットに対して対抗的な言説をつくりだすという役割を果たしてきた³⁴。イスラーム系メディアとは、親イスラーム政党、タリーカ、イスラーム諸組織などが発行、運営に直接、間接的に関わるメディアである。イスラーム系諸組織はすでに70年代から独自の新聞、雑誌を発行してきたが、90年代以降は、民間放送の合法化にともない、活字メディアのみならず、独自のテレビ、ラジオ局を開局する団体が目立った。フェトゥラ・ギュレン・ジェマーティのように新聞、雑誌、ラジオ、テレビすべての媒体を持つ団体もあるが、組織によっては個別の媒体しかもたないものもある。国全体の新聞発行部数高からみても、イスラーム系新聞の部数の占める割合はそれほど高くはないが、寡占化が進むトルコのメディア市場において一定のプレゼンスを有している³⁵。

イスラーム系メディアは、イスラーム諸組織のメンバーに向けた言論活動だけではなく、組織の政治、宗教、社会的見解を対外的に示す媒体としての機能も持つ。90年代以降、民放化が進むなかで、全国放送のイスラーム系チャンネルが幾つも開局し、イスラーム系メディアへのアクセスはより身近になっている。活字であれ、放送メディアであれ、イスラーム系メディアはイスラーム復興において重要な役割を果たしている。新たなメディアは、世俗主義的見解が主流を占めるこれまでの言説空間に、イスラームの価値観に則った対抗的言説空間をつくりだしたからである。活字メディアの場合には識字の壁、購読者層、流通ルートの確保等の点から、影響力については限定的であった。それに対して、イスラーム系放送メディアの場合は、活字に比べより広範な影響力を有する。

こうした「イスラーム的」(大塚 2000) 言説空間を紡ぎだすイスラーム系メディアを間接、直接に支えているのが、イスラーム系資本やイスラーム諸組織である。トルコにおいてイスラーム復興が台頭してきた背景として、世俗主義を掲げながらもイスラームへの融和策を講じ、時には諸政党がイスラーム組織との連携を図るなどの政治的要因、都市化などの社会的要因があったことについては既に述べた。これらの要因に加えて、トルコのイスラーム

³⁴ Yavuz (1999), p.585

³⁵ トルコにおける主要紙36紙の総発行部数は447万部。イスラーム系新聞のひとつである「ザマン」の発行部数は40万部、ドアン・グループが発行する「ボスタ」(53.5万部)、「ヒュリエット」(47万部)、「ミリエット」(29万部)である。(2004年1月25日現在) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com> (閲覧日 2004年2月8日)

復興を考える際にイスラーム資本の存在を見逃してはならない³⁶。イスラーム系資本はイスラーム系メディアの資金的バックグラウンドとなってきた³⁷。イスラーム系資本家は、イスラーム系メディアへの資金提供を通して、世俗主義が主流を占める言説空間に対して、イスラーム的言説空間を拡大してきたのだった。

3-1 イスラーム資本とイスラーム・アイデンティティ

トルコにおけるイスラーム資本の存在は、「オルタナティブな資本主義 (alternative capitalism)」として近年注目を集めている (Tu al 2002) (Özcan & Çokgezen 2003)。イスラーム的な価値観に則ったイスラーム経済活動のトルコにおける始動は、自由主義的経済政策が推し進められた80年代以降のことであり、90年代以降に本格化した比較的新しい動きである (Özcan & Çokgezen 2003: 2069-2070)。

イスラーム復興は、ともすれば「伝統への回帰」であると捉えられがちであるが、トルコにおける復興現象からは回帰を超えた新たな動き、潮流が見えてくる。それは、経済活動、メディアやテクノロジーの利用といった「現代的」なものの積極的な取り込みなどにも現れている。換言すれば、イスラーム復興は「反近代」を志向する運動ではなく、イスラーム的価値観と現代的要素との融合を目指す動きとしての性格を持っている。

このような傾向が顕著になった背景には、80年代以降の規制緩和などに見られる自由主義経済政策が大きく作用している。イスラーム系の資本を下支えに、世俗主義的エスタブリッシュメントに対する自律的、対抗的な経済活動やネットワークが形成されていった。「イスラーム化させるには難しいと思われるような分野、市場においても信仰心の厚い人々のために、もうひとつの市場が形成された」とトルコのイスラーム復興について多数の著書を持つジャーナリスト・研究者であるルーシェン・チャクルは述べている (Çakır 1990: 301)。ここでいう「もうひとつの市場」とは、これまで世俗主義的な価値観のもと構成されてきた社会空間に、「イスラーム的」(slami öz)³⁸なライフスタイルを可能にする新たな市場や社会空間が作りだされたこ

³⁶ トリアルによれば、イスラーム資本、宗教的コミュニティ、合法的イスラーム政党等の存在がイスラーム的空間を支える制度であるとしている (Tu al 2002: 92)。

³⁷ Tu al (2002) , p.100

とを意味している。これまで述べてきたイスラーム系メディアのほかに、イスラーム系の私立学校や進学予備校、ムスリムのためのリゾートホテルやクリニック、イスラーム服専門店などが例としてあげられる³⁹。これらは現代的な社会空間において、ムスリムとしての価値観に則った生活やライフスタイルを実践したいという人々の需要を満たすものであると同時に、消費を通してムスリム・アイデンティティの追求を可能にしている。これらの「イスラーム的」社会空間は世俗主義的なトルコにおいてムスリム（イスラーム教徒）としてのアイデンティティを重視する人々にとってオルタナティブな空間を提供した⁴⁰。

3-2 イスラーム的空間の創出とイスラーム経済:

世俗主義メインストリームへの対抗と「アナトリア財閥」

トルコにおいてイスラーム系資本⁴¹の活動が本格化したのは90年代以降である。イスラーム経済活動の中心となったのは、地方都市の中小企業経営者や起業家であった。それまでトルコ経済は、イスタンブルやイズミルといったトルコ西部の発展した大都市を拠点とする財閥や国営企業によって牛耳られてきた。しかし、80年代の規制緩和や自由主義経済政策の流れのなかで、地方都市の起業家たちは大都市の資本家に対抗する形で、地域を越えた経済ネットワークをつくりあげていった。その際、起業家らの求心力となったのが、イスラーム的価値観の尊重と世俗的エスタブリッシュメントへの対抗であった（Özcan & Çokgezen 2003）。

³⁸ Çakır (1990), p.301

³⁹ イスラーム的価値観に基づく消費文化の形成については、Yael Navaro-Yashin (2002) “The Market for Identities : Secularism, Islamism, Commodities” in Deniz Kandiyoti & Ay e Saktanber (eds.) Fragments of Culture. London: I.B. Taurisおよび Nilüfer Göle編 (1999) の slamin Yeni Kamusal Yüzleriを参照のこと。

⁴⁰ イスラーム経済は1930年代、英国の植民地統治下にあったインドのムスリムらによって始動した。イスラーム経済の誕生がムスリムのアイデンティティと密接に結びついた形で形成されたことが指摘されているように、トルコにおいてもイスラーム経済活動とイスラーム・アイデンティティの間には強い連関性がある。Timur Kuran (1997) “The Genesis of Islamic Economics: A Chapter in the Politics of Muslim Identity” Social Research, Vol.64, No.2: 301-338.

⁴¹ イスラーム系資本はトルコにおいて各々のイデオロギーの立場によって異なる呼称で呼ばれている。世俗主義的な立場からは「タリーカ資本 (tarikat sermayesi)」「緑色資本 (Ye il sermaye)」といった呼称が用いられている。例えば、Faik Bulut (1999) Ye il Sermaye Nereye? stanbul: Su Yayınları (『どこへ行く緑色資本?』) では上記のような世俗主義に立脚した呼称が用いられている。

筆者自身、トルコ、ガジアンテップ市におけるフィールドワーク中には、地元の起業家や中小企業経営者らが、自身のことを「政府の継子」だと言うのをよく耳にした⁴²。長年、政府は大都市を中心とした財閥、大企業には財政支援や政策的優遇を施してきたが、地方には十分な産業育成支援、融資、補助金の交付が実施されなかったことを指して、地方の起業家たちは皮肉を込めて、自身の立場を継子に喩えている。こうした起業家たちは、イスタンブールなどの大都市の企業家によって構成されるTÜSIAD⁴³に対抗して、MÜSIAD⁴⁴という独自の企業家組織を1990年に設立した。TÜSIADが「大都市」「大企業」「世俗的」「欧米」志向であるのに対して、MÜSIADは地方都市のイスラーム的価値観を追求する中小企業経営者らを中心としたビジネス組織である⁴⁵。90年代半ばに連合政権をとった親イスラーム政党の福祉党、および福祉党の解党後、その流れを汲んで設立された美德党とMÜSIADとの協力関係については多くの識者によって指摘されている⁴⁶。MÜSIADはイスラーム的な価値観のもと経済活動を行う企業経営者らを束ねるのみならず、政治におけるイスラーム復興運動の台頭においても一翼を担った。経済における世俗主義的エスタブリッシュメントであるTÜSIADに対する、MÜSIADの対抗心は、親イスラーム政党への支持という形によって、政治における世俗主義へのアンチテーゼとしても表出された。

商売やビジネスとイスラーム的価値観の結びつきは一見、矛盾しているようにも思われるが、既に70年代には、サウジアラビアにおいてイスラーム銀行が設立され、その後湾岸諸国、パキスタン、トルコなどにも普及し、イスラーム経済活動は実体化している⁴⁷。トルコにおけるイスラーム経済活動はMÜSIADのメンバー⁴⁸、アラブ諸国に本拠地を持つイスラーム銀行のトルコ

⁴² ‘develetin üvey çocukları’ (政府の継子)。Gülalp (2002), p. 50において同様の指摘が見られる。

⁴³ TÜSIADとはTürk Sanayicileri ve adamları Derne i (英語名: The Association of Turkish Industrialists and Businessmen) の略称。1971年に設立された民間団体。

⁴⁴ MÜSIADとはMüstakil Sanayici ve adamları Derne i (英語名: The Association of Independent Industrialists and Businessmen) の略称。TÜSIAD、MÜSIAD双方の組織についての詳細は Ay e Bu ra (1998) を参照。

⁴⁵ ÖzcanとÇokgezenはMÜSIADの機能として経営者同士のネットワーク、政治的保護、ビジネス情報の提供を通して企業を立ち上げ、経営を多角的に支援する組織であることを指摘している。(Özcan & Çokgezen 2003: 2071)

⁴⁶ Özcan and Çokgezen (2003), p.2071, Cizre-Sakallio lu (2000), p.501, Gülalp (2002), p.50。

法人や「アナトリア財閥」などが主体となっている。「アナトリア財閥」は主にコンヤなどの地方都市を基盤に複数の業種にわたって事業展開する財閥で、「アナトリアン・タイガース」とも呼ばれ、80年代末から90年代にかけて設立された。アナトリア財閥はイスラーム的価値観と経済活動の結合という点において共通しているが、なかにはタリーカやジェマート⁴⁹と呼ばれるイスラーム宗教組織と密接に結びついたものもある。ジェマート組織のフェトラギュレン・ジェマーティ（ヌルジュ）による「アスヤ・フィナンス（Asya Finans）」や、タリーカであるナクシュベンディ系の「イフラス・ホールディング（hlas Holding）」などは、ドイツにおけるトルコ系移民の信徒組織も取り込み、ドイツ、トルコ双方でビジネスを展開し、金融活動を行うトランスナショナルな財閥である（Özcan & Çokgezen 2003: 2081）。これらのグループはメディア産業も所有し、世論への影響力も有する⁵⁰。

ただし、イスラーム系資本と一口にいても企業、財閥がイスラーム的価値観をどのように取り込むのかという点については組織によって幅がある。やや大雑把ではあるが、「経済のためのイスラーム」か「イスラームのための経済」⁵¹という類型に現されるように、経済活動にイスラーム的価値観を巧く取り込むケース（オルタナティブ・キャピタリズム⁵²）、イスラーム的価値観を追求するが故に経済活動においてもイスラームを波及させていこうとする（モラル・キャピタリズム⁵³）など、経済活動におけるイスラーム的価値観の位置づけは一様ではない。

アナトリア財閥などイスラーム系資本の出現は80年代から推進されてきた

⁴⁷ Özcan and Çokgezen (2003) , p. 2070. 尚、イスラーム経済活動は「イスラーム金融」(Islamic Bankingの訳語)としても知られる。利息のやりとりを巧妙に避けるなどイスラーム教に即した金融、経済活動を指す（「イスラーム金融急拡大」『日本経済新聞』2003年8月16日）。

⁴⁸ 加盟社数：約3000（Cizre-Sakalho lu and Yeldan 2000: 498）、加盟社の大半は25人以下の零細企業である（Gülalp 2002: 50）。

⁴⁹ ジェマートは「タリーカのシャイフ（長）を師と仰ぎ、彼のコーランの注釈書や教説を通じてイスラームの理解を深めようとするサークル集団」（澤江 2001:258-259）のことを指す。

⁵⁰ これらのグループが所有するテレビ放送はヨーロッパ諸国においても衛星放送され、各国に在住するトルコ系移民によっても広範に視聴されており、世論の範囲はトルコ国内に留まらずトランスナショナルな性格を持つ、Ogan (2001)。

⁵¹ Bilici (1999) “ salm’ in Bronzla an Yüzü” p. 223 in Nilüfer Göle (ed.) (1999)

⁵² Tu al (2002) , pp.99-101

⁵³ Tu al (2002) , p. 99

自由主義経済政策や規制緩和の帰結である。国境や地域を股に掛けた商業活動は、信仰とも融合し、トルコ政府が覆い隠そうと努めていたイスラーム空間を一気に表出させた。イスラーム系資本やタリーカといった宗教組織を基盤として発展してきたイスラーム系メディア⁵⁴は、ムスリム・アイデンティティの結節点として機能している。

3-3 イスラーム系メディア

3-3-1 イスラーム系放送メディアの概要

イスラーム系メディアが世俗主義体制のトルコにおいて、オルタナティブな言説空間をいかに形成してきたのかについて以下、具体的にみていこう。前述のように本稿では、宗教的組織、イスラーム系政党やイスラーム系資本の支援を受けるメディアを「イスラーム系メディア」として位置づけている。一口にイスラーム系メディアと言っても、多種多様なメディアが存在する。宗教的志向についても、過激派に相当するものからイスラーム的な要素、価値観を明示的に打ち出さないものもある。媒体の規模や形態についても、不定期の活字出版物、地方ラジオ局から全国紙、全国ネットのテレビ、ラジオ局、ヨーロッパ諸国に在住するトルコ系移民に向けての衛星放送を行うメディアまで非常に幅がある。

放送メディアが民営化される以前は、活字メディア、カセットテープなどがイスラーム系メディアのなかでも主流であり、活字メディアがトルコにおけるイスラーム復興運動において重要な役割を果たしてきたことは指摘されている (Tu al 2002: 92) (Çakır 1990)。但し、それらは各組織の信徒やそれに近い人々の間で流通する場合が多かったことから、メディアの影響力としては限定的であった。イスラーム諸組織が90年代以降、放送メディアへと参入することによって、イスラーム系メディアはより広範なオーディエンスを獲得し、その影響力の範囲を広げていった。

イスラーム系のテレビ放送の先駆けとなったのは、1993年に放送を開始したTGRT (テーゲーレーター) である。イスラーム系の新聞「トゥルキエ (Türkiye)」を最大のスポンサーとし、イギリスを拠点に衛星放送を開始した。TGRTはナクシュベンディというトルコの主要なタリーカが出資するイフラ

⁵⁴ イスラーム系メディアへのイスラーム系資本からの財政支援については (Tu al 2002:100) において指摘がなされている。

ス・ホールディングのメディアである。同じくタリーカに準ずるジェマート組織であるフェトゥラ・ギュレン・ジェマーティは全国放送の「STV」を運営する。解党命令が下された福祉党と美徳党の半公式的メディアとして知られる全国放送の「カナル7 (Kanal 7)」、カーディリー教団系の「メサージュ TV (Mesaj TV)」の以上四局が、イスラーム系メディアの主要放送局である。

3-3-2 イスラーム系メディアのメインストリーム化

イスラーム系放送メディアの番組は、トルコ最大のメディア財閥、ドアン・グループといった政府寄りのメディアの番組と比べ、どのような点で違いがみられるのだろうか。各局それぞれの特色があり一般化することは難しいが、全般的にいえるのはイスラーム的価値観に配慮して番組を編成している点であろう。例えば「カナル7」では神学部教授が視聴者からの宗教に関する日常的な質問に答える「イスラームと人生」という番組や、アラビア語によるコーランの音読とトルコ語による解説を行う番組が放送されている。また、トルコ全国の寒村を毎週訪れ、食品や物資を寄付し、その土地に住む人々との交流を描く「デニズ・フェネリ (灯台)」はムスリムの共同体や連帯を意識した番組構成となっている。

イスラーム系チャンネルのもうひとつの特徴としては放送において使用される言語や言葉遣いをあげることができる。トルコでは1920年代にアラビア文字の使用を廃止し、アルファベットによってトルコ語を表記するという文字改革が行われた。オスマン期に使用されてきたオスマン語はアラビア語やペルシャ語の単語を多用したが、共和国以降はそれらの単語が排除され、オスマン期以前から使用されていた「純粋な」トルコ語を残し、トルコ語の国語としての「近代化」が図られた。その際、TRTが放送によって標準トルコ語を普及させるという役目を負ったのはいうまでもない。

イスラーム系のチャンネルでは、アラビア語やペルシャ語起源の単語が体制側のメディアに比べて頻繁に使用されている。また、番組の合間の数分間を使用して、同一の事柄を表すためにトルコ語とアラビア語起源の単語が二つ存在する際、アラビア語起源の単語を用いることを推奨するということも行われている。これらの例は、イスラーム系メディアの世俗主義への対抗的アイデンティティの明らかな表れとして捉えることができる⁵⁵。

一方、イスラーム系チャンネルであっても一見すると、明示的なイスラーム・アイデンティティを打ち出さない局もある。その代表的な存在としてTGRTをあげることができる。放送開始当初、TGRTをはじめとするイスラーム系チャンネルの多くは、プライムタイムに宗教関連番組を放送していた。しかし、民間放送が乱立するという状況のなかで、宗教番組によって視聴者を獲得するには限界があった。そこで他局と同様に娯楽・情報番組を放送し、宗教関連の番組は早朝や昼間の時間などに放送を行うようになった。また、放送時間の延長に伴い、ソフト不足が深刻化するなかで、比較的安価に供給できた40、50年代のアメリカ映画が輸入され、イスラーム系チャンネルでも放送されるようになる（Öncü 2000: 308-309）。視聴者獲得や放映時間延長への対応など、経営を安定させるためドアン・グループのような「メインストリームメディア」と類似した番組編成にならざるをえない矛盾を抱える。

90年代の初頭にイスラーム系放送メディアが放送を開始した当初、世俗主義を擁護するドアン・グループなどメインストリームメディアはイスラーム系メディアに対しても寛容な姿勢をとっていた。しかし、96年に親イスラーム政党の福祉党と正道党による連合政権が成立すると、イスラーム復興のさらなる拡大を恐れたメインストリームメディアはイスラーム系メディアを危険視するようになっていった。イスラーム復興の台頭を批判するニュースや世俗主義の擁護をメインストリームメディアは積極的に報じ、台頭するイスラーム復興を牽制するような報道姿勢をとった（Mutlu and Celikan 2000: 5）。放送行政を司るRTÜKによる締め付けもあり、イスラーム系メディアは放映を続けるためにも、イスラーム色を薄めざるをえない状況に追い込まれた。

3-3-3 イスラーム知識人とメディア

イスラーム系メディアは、主流派メディアによって世俗主義に反するとして糾弾され、RTÜKから放映停止処分を受けるなど体制側からの抵抗にあった。そうしたなか、一部のイスラーム系メディアはメインストリーム化していったが、大半のイスラーム系メディアは穏健な表現方法をとつつも、「イ

⁵⁵ イスラーム系チャンネルのその他の特徴としてはラブシーンやその他、イスラーム系チャンネルが「西洋の不道徳行為」と判断する要素を排除した放送を行う点である（Ogan 2001: 122）。

スラームを語る場」であり続けている。イスラーム系メディアは「イスラーム知識人」⁵⁶とよばれる人々に活躍の舞台を提供し、これら知識人はメディアにおいてイスラーム復興を媒介するという役割を担っている (Mandaville 2001:117)。イスラーム知識人とよばれる人々はメディアに頻繁に登場し、宗教的見解、政治、社会問題等、多様な問題についてイスラーム的見地から発言を行う人々のことを指す⁵⁷。イスラーム復興運動において知識人が果たす役割の重要性については多くの識者が指摘するところである⁵⁸。トルコにおける平均的なイスラーム知識人の横顔について次のような記述がある。「30歳から50歳までの男性でイスタンブールおよび首都アンカラに在住。地方の市町村出身で、大学進学のため上京。人文科学あるいは社会科学の学位を一つないし、二つ持つ」 (Meeker 1993: 154)。彼らは70年代以降に刊行されてきたイスラーム系雑誌、出版物を読んで育った世代である。大学教育を受けた後、主にイスラーム系メディアにおいてコラムを担当、雑誌に連載記事を書き、書籍を発行することによってイスラーム的意識を高揚させ、イスラームコミュニティを宗教的な点で感化してきた。旧世代のイスラーム知識人は宗教教育を受けた宗教的権威である場合が多かったが、新世代の知識人は世俗教育を受け、欧米の文学、哲学、思想についても含蓄がある点で異なる。彼らは欧米の視点に照らし合わせた上で、イスラーム的価値観や実践の持つ正当性を社会に対して訴えかける (Meeker 1993: 154)。例えば、国立大学の女子学生がヴェールを被ったまま大学の構内に入ることを政府が禁じていることについても、「人権」という欧米の概念を引き合いに出し、政府が死守する世俗主義の原則に疑問を呈してきた。

民間放送が開始される以前、イスラーム系知識人の言説は閉鎖的な信徒組織のコミュニティ内に留まることが多かった。しかし、民間放送の導入によって知識人の言説は放送メディアを媒介として公共性を得ている。彼らの活躍の場はイスラーム系メディアのみならず、メインストリームメディアにおいてもイスラーム側を代弁するコメンテーターや討論者として登場し、トル

⁵⁶ イスラーム知識人の呼称をめぐっても様々な議論がある (Meeker 1993)。トルコ語では一般的に *müslüman aydın*, *islami aydın* と呼ばれる人々をここではイスラーム知識人とした。

⁵⁷ このような知識人としてアリ・ブラチ (Ali Bulaç)、イスメット・オゼル (İsmet Özcel), アブドゥルラフマン・ディリパク (Abdurrahman Dilipak) などの名前をミーカーは挙げている (Meeker 1993: 155)。

⁵⁸ Çakır (1990), pp.251-271. Meeker (1993) など。

コ社会全般においても認知度が高い (Meeker 1993: 156)。

一方で、イスラーム知識人の言説を受容するオーディンスの存在にも注意を向ける必要がある。イスラーム復興を支持する人々の大半が貧困層であるとのイメージを外国メディアは流布しているが、実際、イスラーム復興の支持者は特定の階層には限定されず、階層を越えた動きとして存在する。トルコでは福祉党などが都市貧困層へのサポートを通して支持を拡大してきてことから、イスラーム復興における貧困層の存在は重要である。しかし、イスラーム知識人と同様に、高等教育を受けたエリート層のなかにも積極的にイスラーム復興を支持する層が存在することを忘れてはならない。トルコの社会学者ギョレはイスラーム復興を支持する知識階層に注目し、彼らが志向するイスラームの価値観と近代性の接合という点に、アイデンティティの新たな潮流が派生していることを指摘する⁵⁹。これらの知識階層はケマリズムのもと、トルコが推進してきた西洋化・近代化に対して疑義を呈する。ただし、彼らは近代性を頭から否定するのではなく、イスラーム的価値観に則った近代性を志向している。そうした志向は、イスラーム系メディアやイスラーム・アイデンティティを重視した経済活動や市場の形成などにも現れている。

おわりに一媒介されるイスラーム・アイデンティティ

1958年にD.ラーナーらによって著された『伝統社会の通過』においては、マス・メディアは国家を近代化する上での重要な原動力として位置づけられている⁶⁰。中東諸国をケーススタディとして、「近代化」を推し進めるためのコミュニケーションモデルを提示した同書では、トルコを含む中東社会は必然的に近代化していくものと楽観的に描かれており、それに伴い「伝統」は消失すると想定されている。

ラーナーらにみられる直線的な社会の発展を前提とする近代化論が、既に多くの批判にさらされてきたように⁶¹、トルコにおけるマス・メディアの発展もまた、近代化におけるコミュニケーションモデルの想定とは異なる状況

⁵⁹ 詳細はNilüfer Göle (1996) および (1997) “Secularism and Islamism in Turkey: The Making of Elites and Counter-Elites” *Middle East Journal* Vol. 51 No.1を参照。

⁶⁰ Daniel Lerner (1958) *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. New York: Free Press.

⁶¹ Annabelle Sreberny (2001), Thompson (1995), Curran & Park (2000)

を辿ってきていることについては、述べてきたとおりである。メディアが社会を変化させる際の力学は、必ずしも近代化に向けられたものではなく、メディアには近代化論において「伝統」として捉えられてきた要素を強化するというベクトルも存在する (Thompson 1995: 179, 195)。伝統は近代化によって消し去られるものではない。むしろメディアによる伝統の再形成 (re-shaping) という側面にも注意を向けるべきであろう (Thompson 1995: 194)。

トルコでは、近代化の過程において伝統の象徴であるイスラームを政府が積極的に公的空間から排除することによって、近代国家に発展していくと想定されてきた。しかしながら、イスラーム復興運動の興隆に見られる様に、伝統として捉えられてきたイスラームが消え去ると考えるのは非現実的といえよう。イスラーム復興を媒介するというマス・メディアは、いわば伝統を再創造する場として機能している。

国営放送であるTRTは公式文化を媒介するメディアとして、イスラームを周縁化してきた。しかし、民間放送の興隆は、世俗主義を推進しようとする政府やTRTが創り出した言説空間を、相対化させるという結果をもたらした。民間放送の導入やイスラーム系放送メディアは、世俗主義によって周縁化されてきたイスラーム・アイデンティティを表象し、「イスラームを語る場」としてのオルタナティブな言説が流通する空間を創り出したのだった。こうした新たな言説空間は、世俗主義的エスタブリッシュメントから疎外されてきた人々が対抗的アイデンティティを持つ上での重要な結節点となった。

アメリカの人類学者で近年、イスラーム社会におけるメディア・コミュニケーションに関する研究を重点的に行っているアイケルマンは、メディアと共同体の関係について次のように述べている。「テキストや活字は社会的、政治的アイデンティティを単に反映しているだけではなく、それらのアイデンティティを創造する。書くことや印刷という知的技術は新たな形のコミュニケーションだけではなく、新たな共同体や権威を創り出す (Eickelman 1995:133)」。ここでアイケルマンは活字メディアに限定した言及を行っているが、新たな共同体を形成するにあたりメディアが果たす役割は、放送メディアにも敷衍することができるだろう。民間放送の台頭は、これまで活字を中心とした「テキストの共同体 (textual community)」から「オーディオ・ビジュアルな共同体 (audio-visual community)」 (Yavuz 1999: 590) が形成

される契機となった。同様の文脈においてアパデュライもまた、「電子的媒介 (electronic mediation)」によって構築される共同体という概念を提起している (Appadurai 1996:9)。

トルコにおけるイスラーム系の放送メディアは、世俗主義から疎外されてきた人々の社会的、政治的アイデンティティを表象すると同時に、アイケルマンやアパデュライが指摘するようにメディアによって媒介された新たな共同体を創り出した。筆者がフィールドとしたトルコ南東部の都市の移住者コミュニティで家事手伝いとして暮らす若い女性、エヴ・クズたちが、イスラーム系の放送メディアが報道するパレスチナやチェチェンの紛争といった彼女たちとはおよそ縁のない世界の出来事に高い関心を抱いていることをみても明らかだ。階層や地理的距離、リテラシーの程度を超えて人々のアイデンティティを融合させるメディアの役割に関する研究は、イスラーム復興や中東社会を読み解く最も重要な鍵のひとつとなる。

【参考文献】

- Akın, Mustafa (2002) Altın Makas RTÜK, Istanbul: Kitabevi.
- Aksoy, Asu (1993) "Gecekondu-style broadcasting in Turkey: a confrontation of cultural values," Intermedia Vol.21 No.3: 15-17.
- Aksoy, Asu and Nabi Avcı (1992) "Spreading Turkish Identity" Intermedia, August-September Vol. 20 No. 4-5: 39-40.
- Aksoy, Asu and K. Robins (1997) "Peripheral vision: cultural industries and cultural identities in Turkey" Environment and Planning, Vol. 29:1937-1952.
- (2003) "The Enlargement of Meaning " Gazette: The International Journal for Communication Studies, Vol. 65(4-5): 365-388.
- Algan, Ece (2003) "Privatization of Radio and Media Hegemony in Turkey" in L. Artz and R. Kamalipour (eds.) The Globalization of Corporate Media Hegemony. Albany: State University of New York Press.
- Alterman, Jon B. (1998) New Media New Politics?: From Satellite Televi-

- sion to the Internet in the Arab World. Washington D.C.: The Washington Institute for Near East Policy.
- Appaduari, A. (1996) Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Azak, Umut (1999) “ slami Radyolar ve Türbanlı Spikerler” in Nilüfer Göle (ed.) slamin Yeni Kamusal Yüzleri.
- Berkes, Niyazi (1998) The Development of Secularism in Turkey. New York: Routledge.
- Binark, M. And Celikcan, P. (2000) “Border Crossing in Mutli-Channel TV Environment: the Discourse of the Islamic Other in Turkey, ” leti im. No.5.
- Bu ra, Ay e (1998) “Class, Culture, and State: An Analysis of Interest Representation by Two Turkish Business Associations, ” International Journal of Middle East Studies. Vol. 30: 521-539.
- Çakır, Ru en (1990) Ayet ve Slogan. Istanbul: Metis Yayınları.
- Carey, James W. (1992) Communication as Culture: Essays on Media and Society. London: Routledge.
- Çatalba , Dilruba (2000) “Broadcasting deregulation in Turkey” in J.Curran (ed.) Media Organizations in Society. London: Arnold.
- Cizre-Sakallıo lu, Ümit and Erinç Yeldan (2000) “Politics, Society and Financial Liberalization: Turkey in the 1990s” Development and Change Vol.31: 481-508.
- Curran, James and Myung-Jin Park (2000) De-Westernizing Media Studies. London: Routledge.
- Eickelman, Dale, F. (1995) “Introduction: Print, Writing, and the Politics of Religious Identity in the Middle East” Anthropological Quarterly Vol. 68 No.3: 133-138.
- Eickelman, Dale F. and James Piscatori (1996) Muslim Politics. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Eickelman, Dale, F. and Jon W. Anderson (eds.) (1999) New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere. Bloomington: Indiana Uni-

阿部 るり

versity Press.

Göle, Nilüfer (1996a) The Forbidden Modern: Civilization and Veiling. Ann Arbor: University of Michigan Press.

- (1996b) “Authoritarian Secularism and Islamist Politics: The Case of Turkey” in A.R. Norton (ed.) Civil Society in the Middle East. Leiden: E.J. Brill.

- (ed.) (1999) _slamin Yeni Kamusal Yüzleri. stanbul: Metis Yayınları.

Gülalp, Haldun (2002) Kimlikleri Siyaseti: Türkiye’de Siyasal _slamin Temelleri. Istanbul: Metis Yayınları.

Halliday, Fred (2003) Islam and the Myth of Confrontation. London: I.B. Tauris.

Kai Hafez (ed.) (2000) Mass Media, Politics and Society in the Middle East. Cresskill, N.J.: Hampton Press.

小杉 泰 (1994) 『現代中東とイスラーム政治』 昭和堂。

Kuran, Timur (1997) “The Genesis of Islamic Economics: A Chapter in the Politics of Muslim Identity” Social Research, Vol.64, No.2: 301-338.

Mandaville, Peter G. (2002) “Reimagining the ummah? Information technology and the changing boundaries of political Islam” in Ali Mohammadi (ed.) Islam Encountering Globalization.

Meeker, Michael (1993) “The Muslim Intellectual and His audience” in . Mardin (ed.) Cultural Transitions in the Middle East. New York: E.J. Brill.

Mohammdi, Ali (ed.) (2002) Islam Encountering Globalization. London: Routledge Curzon.

内藤 正典 (1996) 『アッラーのヨーロッパ：移民とイスラーム復興』 東京大学出版会。

Navaro-Yashin, Yael (2002) Faces of the State: Secularism and Pubic Life in Turkey. Princeton: Princeton University Press.

Ogan, Christine (2001) Communication and Identity in the Diaspora. Lanham: Lexington Books.

大塚 和夫(2000) 『イスラーム的』 日本放送出版協会。

Öncü, Ay e (1994) “Packaging Islam: Cultural Politics on the Landscape of

- Turkish Commercial Television, ” Public Culture 8, No.2:93-106.
- (2000) “The Banal and the subversive: Politics of language on Turkish Television, ” European Journal of Cultural Studies. Vol. 3(3): 296-318.
- Özcan, Gül-Berna and Murat Çokgezen (2003) “Limits to Alternative Forms of Capitalization: The Case of Anatolian Holding Companies” World Development Vol.31 No.12: 2061-2084.
- Robins, Kevin (1996) “Interrupting Identities: Turkey/ Europe,” in S. Hall & P. du Gay (eds.) Question of Cultural Identity. London: Sage.
- Roy, Oliver (1994) The Failure of Political Islam. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Said, Edward (1981) Covering Islam. London: Routledge & Kegan Paul.
- Sardar, Ziauddin (1993) “Paper, printing and compact disks: the making and unmaking of Islamic culture” Media, Culture and Society Vol.15 No.1: 43-60.
- 澤江 史子 (2001) 「世俗主義体制の中の『イスラーム政党』—トルコの事例—」『アジア・アフリカ地域研究』第1号: 251-276.
- Shankland, David (1999) Islam and Society in Turkey. London: Eothen.
- Sönmez, Mustafa (2003) Filler ve Çimenler: Medya ve Finans Sektöründe /Do an- Anti Do an Savaşı. Istanbul: İletişim.
- Sreberny, Annabelle (2001) “Mediated Culture in the Middle East: Diffusion, Democracy, Difficulties, ” Gazette: International Journal for Communication Studies, Vol. 63
- Stokes, Martin (1992) “Islam, the Turkish state and arabesk, ” Popular Music, Vol. 11/2: 213-227.
- Şahin, Haluk and Asu Aksoy (1993) “Global Media and Cultural Identity in Turkey” Journal of Communication 43(2): 31-41.
- Tapper, Richard (ed.)(1983) Islam in Modern Turkey. London :I.B. Tauris.
- Thompson, John B. (1995) The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Cambridge: Polity.
- Tılınç, L. Do an (2001) 2000’ ler Türkiye’ sinde Gazetecilik ve medyayı anlamak. Istanbul: Su Yayınları.
- Tunalı, Cihan (2002) “Islamism in Turkey: beyond instrument and meaning,

阿部 るり

” Economy and Society, Vol. 31 No. 1: 85-111.

Yavuz, M. Hakan (1997) “Political Islam and the Welfare (Refah) Party in Turkey” Comparative Politics, October 1997: 63-82.

- (1999) “Towards an Islamic Liberalism? The Nurcu Movement and Fethullah Gülen” Middle East Journal No. 53, Vol. 4: 606-620.

Algan, Ece (2003) “Privatization of Radio and Media Hegemony in Turkey” in L. Artz and R. Kamalipour (eds.) The Globalization of Corporate Media Hegemony. Albany: State University of New York Press.