

아랍 에미리트의 방송 현황

□ 국가개황

- 국명 : 아랍에미리트 연합국(The United Arab Emirates)
- 수도 : 아부다비(Abu Dhabi)
- 면적 : 83,600 km²
- 인구 : 약 430만명(2004년)
- 언어 : 아랍어(영어 통용)
- 종교 : 이슬람교(수니파 80%, 시아파 20%)
- 화폐단위 : UAE Dirham(AED), 1DH = 100Fils (US\$ 1 = DH 3.67)
- GDP : US\$ 784억(2003년, UAE 중앙은행)
- 1인당 국민소득 : US\$ 19,900(2003년, UAE 중앙은행)

○ 풍부한 석유 매장량 덕분에 중동 지역 내에서 일인당 GDP가 가장 높은 국가 중 하나인 아랍에미리트(UAE)는 7개의 주로 구성된 연합국가¹⁾로, 전체 인구 중 외국인 노동자 비율이 75%에 해당될 정도로 높은 특징을 나타내고 있음.

○ 걸프 지역 국가들 중에서 가장 민주주의가 발전된 국가 중 하나로 알려진 아랍에미리트는 수도인 아부다비의 규모가 가장 크며, 다음으로 두바이를 들 수 있음.

1) 방송

- 아랍에미리트의 방송 산업은 크게 지상파 TV, 위성, 케이블

1) 7개의 주는 Abu Dhabi, Dubai, Ajman, Fujairrah, Ras al Khaimah, Sharjah, Umm al Qaiwain으로 구성되어 있다.

로 분류되어 있는데, 이들 방송은 아랍어로 방송되며, 대부분을 수입 프로그램으로 채우고 있음.

- 아랍에미리트는 700,000만 TV 가입자를 확보하고 있으며, 이들 중의 대부분(약600,000)은 케이블과 위성 텔레비전에 가입되어 있음. 각각의 에미리트는 국영 지상파 방송을 소유하고 있으며, 케이블 사업자인 E-vision은 지역 경계를 넘어서 서비스를 제공하고 있음.

- 아랍에미리트는 언론의 자유를 보장한다고는 하지만, 이면적으로 강력한 규제 및 미디어 콘텐츠의 정치적인 통제를 함.

- 두바이는 이집트와 레바논을 거쳐서 텔레비전 및 미디어 서비스를 위한 지역적이고 국제적인 센터로의 큰 포부를 담고 출발한 도시로, 이곳에 두바이 미디어 시티(Dubai Media City)를 설립함으로써 두바이가 지역적이고 국제적인 미디어 허브 역할을 하도록 구축함.

(1) 텔레비전

- 지상파텔레비전 방송은 아부다비, 두바이, 샤르자, 아즈만 TV가 있으며, 이들 모두 국영방송임.

① 아부다비 TV(UAE TV-Abu Dhabi)

• 1969년 개국한 공영방송인 Abu Dhabi TV의 Channel 1은 종합편성채널로서 하루 24시간 방송을 하며 편성의 45%가 수입 프로그램으로 구성됨. Channel 2는 아랍어, 영어, 프랑스어로 방송이 되며 평일 하루 12시간, 이슬람의 휴일인 금요일에는 14.5시간을 방송함. Channel 2의 경우에는 전체 편성 프로그램의

75%를 수입 프로그램이 차지함.

② 두바이 텔레비전(UAE TV-Dubai)

• 국영 두바이 TV는 2개의 지상파텔레비전 채널을 운영하고 있는데, Channel 1은 아랍어의 종합편성방송이며, VHF 2개 채널과 UHF의 1개 채널을 사용하며, 1일 방송시간은 12시간임. 위성을 통해서 중동, 북미, 유럽, 아시아 및 북아프리카에서 시청이 가능함. Channel 2는 2004년 12월 이래로 종일 방송으로 개편하면서 영어로만 방송하는 One TV로 채널 명을 변경하고 주로 미국의 오락, 쇼 프로그램으로 편성함.

③ 아즈만 TV(UAE TV-Ajman)

• 국영방송인 Ajman TV는 1996년 2월에 방송하기 시작했고, 1998년 2월에 위성을 통해서 방송을 전송하기 시작함. Ajman TV는 어린이 프로그램, 엔터테인먼트, 다큐멘터리, 드라마, 텔레노벨라²⁾와 영화 등을 방송하는데, 1일 방송시간은 15시간임.

④ 샤르자 TV(UAE TV-Sharjah)

• 또 다른 국영방송사업자인 Sharjah TV는 1989년에 첫 번째 채널을 개국한 이래, 1997년에 두 번째 채널을 개국하였고, 주로 다른 언어로 된 종교적인 프로그램들을 방송함. Sharjah TV는 지역에서 제작하고 있는 프로그램들의 85% 이상을 몇몇 지역 콘텐츠 제작자에게 위탁함. 국영 샤르자 TV의 Channel 1은 아랍어 뉴스, 정보, 오락프로그램을 방송하는데, 1일 방송시간은 7시간이며, 지상파 텔레비전 전파는 카타르, 오만의 일부에서 시청이 가능함.

- 아랍에미리트의 유일한 상업채널인 Channel 4는 아즈만 지

2) 텔레노벨라(telenovelas)는 남미의 텔레비전 멜로드라마 양식이다.

역에 기반을 두고 1996년에 개국한 이래, 아랍어와 영어로 프로그램을 방송함.

(2) 라디오

• 아랍에미리트의 라디오 방송은 UAE Radio-Abu Dhabi, UAE Radio-Dubai, Ras al-Khainah Broadcasting Station, Umm al-Quwain Broadcasting Station, Channel 4 Radio Network의 5개 채널이 운영 중임.

2) 멀티미디어

- 아랍에미리트 지역에는 E-vision과 Dubai Cable Vision이라는 케이블 네트워크 시스템이 존재함. 이들은 위성 무료 지상파와 유료 가입채널 서비스들을 묶어서 번들링 형태인 패키지로 서비스를 제공해 주는데, 기본 서비스는 90개 채널이며 월 이용료는 50디람임.

- 에미리트 텔레콤(Emirates Telecommunications Corp: Etisalat)이 소유한 E-vision은 2000년 4월에 디지털 케이블 방송을 전송하기 시작하여 2005년 3월에 E-vision은 아부다비, 두바이, 사하라, 아즈만, 그리고 알 인에서 300,000명의 유료 방송 가입자를 보유함. 현재 E-vision은 160개의 채널을 제공하고 있으며, 이에 ADD와 Showtime으로부터 제공되는 다른 채널 서비스인 ePhla 와 eFirst Net 채널들을 포함하고 있다.

- 또한 트리플 플레이 서비스³⁾를 제공하기 시작한 E-vision은 모회사인 Etisalat와 함께 동업을 하고 있으며, 아울러 향후에

3) 방송과 전화, 초고속인터넷 등 3가지 상품을 묶은 서비스를 TPS(Triple Play Service)라고 한다.

IP(IP-TV)에 기반 한 방송을 할 계획을 지님. ETTT(Ethernet to the Home)로 알려진 이 서비스는 2005년 중반이면 시작할 것으로 예상되어지며 이들은 2004년 말까지 백만 이상의 유저들을 확보할 것으로 보임.

- 두바이 케이블 비전은 정부 산하의 공공케이블텔레비전 방송국으로서 두바이에 10개 채널을 제공하고 있는데, MMDS 방식을 취하고 있으며 이용료는 월 35디람 정도임.

- 아랍에미리트의 지역적 환경에 적합한 위성방송은 아랍에미리트 전역에 보급되어 있으며, 이들은 지상파와 유료 채널들을 모두 포함하고 있음.

(1) MBC(Middle East Broadcasting Centre)

• 1991년에 개국한 중동 최초의 위성방송국으로서 자유로운 편성을 확보하기위해서, 개국초기에는 런던에 본부를 두었음. 뉴스와 음악, 스포츠 등의 종합편성을 지향하고 있으며, 중동의 시청자들에게 인기가 높은 편임. 2001년 본사를 두바이 미디어센터로 이전함. 현재 2개의 채널로 방송중인데, MBC1은 중동, 북아프리카, 유럽, 북미를 대상으로 하며, MBC2는 중동, 북아프리카가 가시청지역이다.

(2) 알 아라비아(Al Arabiyah)

• 2003년 2월 이라크 전쟁 직전에 두바이미디어시티에서 방송을 시작하였으며, 알자지라에 대항해서 중립적인 방송을 실시함.

(3) CNBC 아라비아(CNBC Arabia)

• 아랍의 본격적인 경제 전문채널로서 2003년 8월 두바이미디어 시티에서 개국. 중동, 런던, 뉴욕을 중심으로 한 경제, 금융정

보와 아랍기업의 정보를 방송함. CNBC 아라비아의 지국은 카이로, 마남에 위치해 있으며, 사우디아라비아가 외국의 정보기관으로서 최초로 CNBC 아라비아의 상설 지국인 리아드에 설치하는 것을 승인함으로써 리아드에서 직접적인 보도가 가능하게 됨.

(4) 아부다비 TV(Abu Dhabi TV)

• 국영방송인 아부다비 1채널과 동시에 방송되며, 중동, 북아프리카, 유럽, 북미에서 시청이 가능함.

- 부가적으로 이런 위성 채널들은 위성 유통 회사들은 가지고 있으며, 이들은 위성 채널 가입자들에게 패키지를 제공하고 있으며, 이들 서비스를 통해서 아랍에미리트 지역의 수용자들에게 Showtime, Orbit, ART, Star Select, Pehla, First net에 접근할 수 있음.

3) 두바이 미디어 시티(DMC: Dubai Media City)

- UAE의 제2의 도시이면서 경제 수도인 두바이는 세계 3대 유종 중 하나인 두바이유(Dubai Oil)로 우리에게 친숙한 도시임. 최근 두바이는 자유무역항으로써 중동 지역의 허브 무역항을 넘어서 산업 및 관광의 세계적인 거점을 형성하고 있다는 데 주목할 필요.

- 2001년 설립된 미디어 시티는 두바이가 지향하는 지식산업의 거점에 중추적인 역할을 수행하고 있으며, 대표적으로 입주해 있는 기업은 CNN, CNBC, Saudi Research and Publishing (SRPC), Taj TV 등 850개 기업에 5,000명의 미디어 관련 인력들이 근무하고 있음.

특성	미디어적 관점	세계화적 관점
경제적인 특혜	사회를 뒷받침하는 이익	시장 자본주의
조직적인 정체성	전문적인 미디어	사업적인 미디어
합법성	이미지와 평판	세계적 시장 점유
권위적인 구조	개인 소유, 개인적 네트워크	공동 모기업 다국적인 네트워크
역할	영업 및 판매 향상	경쟁적인 위상과 시장 내 리더쉽 구축
집중도	미디어와 사람 연계	자원
전략 목적	유기적인 성장	이익적인 성장
관리	미디어 시티 가족	협력 통제를 위한 시장

출처: Mohammad, N., C.,(2003). p. 5.

- 두바이 미디어 시티(DMC)는 정부에서 추진하고 있는 언론과 창작의 자유화(Policy of Press and Freedom to create)라는 기본전제에서 진행되고 있어 이 지역 내에는 많은 글로벌 회사들이 입주하도록 장려하고 있는 상황임. 이곳에 입주해 있는 방송과 출판 부문에서의 글로벌 회사들 중 몇몇은 심지어 두바이에 자기 회사의 본부를 두고 있을 정도임.

분류	아랍에미리트	두바이*	두바이 점유율(%)
뉴스	8	3	38
경제잡지	49	43	88
잡지	55	40	73
TV 방송국 & 채널	26	14	54
라디오 방송국 & 채널	20	14	70

주) * 두바이에 회사 본부를 두고 있는 회사의 수치
출처: Middle East Media Mader Research