

关于跨国传媒集团研究现状的实证分析

万丽萍

(中国传媒大学传播研究院,北京,100024)

[摘要] 采用内容分析方法,从整体研究与个案研究两个方面出发,对国内跨国传媒集团研究现状进行实证分析,总结国内跨国传媒集团整体研究的特点以及11个跨国传媒集团个案研究情况。通过此项研究,力图剖析国内学界跨国传媒集团的研究图景及其发展态势,为今后跨国传媒集团研究提供参考性数据和资料。

[关键词] 跨国传媒集团 研究现状 实证分析 内容分析

[中图分类号] G230 [文献标识码] A [文章编号] 1009-5853 (2013) 01-0061-05

[Abstract] In order to have a better understanding of the status quo of domestic research on multinational media groups and its development trend, an empirical analysis was made in the article by using the content analysis method from two aspects, the general studies about multinational media groups and the case studies about multinational media groups. After the data analysis, the author concluded the characteristics of the general studies on multinational media groups and the research progress of the case studies on 11 major multinational media groups, in order to offer reference data and information for future related studies.

[Key words] Multinational media group Research progress Empirical analysis Content analysis

跨国传媒集团以其雄厚的资金技术实力、较高的市场化程度和先进的管理体制,在全球信息传播领域占据主导地位,甚至对全球化时代的世界政治、经济、文化领域也具有举足轻重的影响作用。因此,对这些跨国传媒集团进行研究,有助于我们从中吸取有益的经验,为中国传媒集团的国际化发展提供启示性思考与借鉴。对于这些跨国传媒集团,国内学界的相关研究状况又是怎样的呢?为此,笔者采用内容分析的方法对国内学界跨国传媒集团研究状况进行了实证研究。

截至2012年9月,笔者在四大数据库——中国期刊全文数据库、中国博士学位论文全文库、中国重要会议论文全文数据库以及中国优秀硕士学位论文全文库中,对1979年以来有关跨国传媒集团研究的论文进行数据搜索、收集、整理和分析处理。搜索结果显示,学术论文发表的时间段主要集中在2000年至2012年,涉及的学术期刊主要包括以下33种:《现代传播》《国际新闻界》《新闻界》《新闻大学》《东南传播》《中国记者》《新闻爱好者》《新闻战线》《新闻与写作》《新闻记者》《新闻实践》《传媒观察》《出版参考》《出版广角》《中国广播电视学刊》《新闻知识》《中国广告》《中国报业》《人民论坛》《青年记者》《编辑学刊》《出版发行研究》《中国出版》《对外传播》《今传播》《新闻前哨》《传媒》《视听界》《出版科学》《新

闻传播》《电视研究》《江西社会科学》《大学出版》,以及其他高等院校学报等期刊。搜索结果虽不能涵括该领域的所有研究成果,但至少可以包含目前所见资料中主要的、核心的研究进展情况。这些文献资料基本上可以反映近年来中国大陆关于跨国传媒集团研究的主要论题领域的进展以及研究趋势。

1 跨国传媒集团整体研究概况

在跨国传媒集团整体研究方面,以“跨国传媒集团”“跨国媒介集团”“国际传媒”“国际媒介”等为主题词和篇名进行交叉搜索,去除其中重复或无关的信息,得出以跨国传媒集团(国际传媒集团)为研究主题的学术期刊论文有效搜索结果共46篇,其中以跨国传媒集团整体概况研究为主题的学术论文27篇,占跨国传媒集团整体研究论文总数的58.7%,以跨国传媒集团成长与发展研究为主题的学术论文19篇,占41.3%。

通过对跨国传媒集团整体研究的有效搜索结果进行分析,发现国内学界跨国传媒集团整体研究呈现以下三个特点:(1)在研究内容和论题分布上,主要关注跨国传媒集团的经营状况与发展特点、跨国传媒集团商业运作的利弊与解决途径以及跨国传媒集团国际化对中国传媒业的影响和启示等;(2)研究对象主要集中于全球最主要的几家大型跨国传媒集团,如世界五大跨国传媒集团等,对其他跨国传媒

集团的研究较少；(3) 关于跨国传媒集团成长与发展研究的论文较少，在这一方面的研究仍然薄弱，远未形成系统的研究体系。

从论文年度分布来看，国内对跨国传媒集团整体研究始于 21 世纪初，呈现出持续缓慢上升的态势。

2 跨国传媒集团个案研究情况

在跨国传媒集团个案研究方面，以“传媒集团的成长、经营、发展和管理”为主要标准进行数据检索，排除了消息类、新闻报道和采写技巧类、传播策略类、传播技术类、语言节目类、文本分析和话语分析类、新闻规范类等与“传媒集团的成长、经营、发展和管理”无关的信息。经过筛选后得出的学术论文有效搜索结果共 148 篇^[1]，其中新闻集团 41 篇（其中有一篇是成永梅在 2005 年写的关于时代华纳与新闻集团的中国战略比较），贝塔斯曼 40 篇，时代华纳 37 篇，维亚康姆 11 篇（其中有一篇是沈馨在 2005 年写的关于维亚康姆与新闻集团的全球扩张策略比较），迪斯尼 5 篇，汤姆森 5 篇，康卡斯特 3 篇，法国维旺迪 2 篇，英国经济学人集团（The Economist Group）2 篇，NBC 1 篇，清晰频道 1 篇。国内跨国传媒集团个案研究学术论文分布状况（见图 1）。

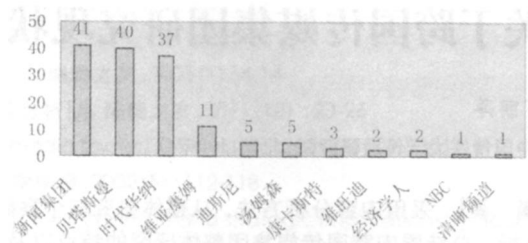


图1 跨国传媒集团个案研究学术论文分布状况

以上学术论文包括 14 篇非学术期刊类论文，分别是：关于贝塔斯曼的博士论文 1 篇（2011 年），硕士论文 3 篇（2009 年）；关于时代华纳的硕士论文 4 篇（2003 年 1 篇，2004 年 2 篇，2007 年 1 篇）；关于新闻集团的硕士论文 3 篇（2002 年 1 篇，2004 年 1 篇，2008 年 1 篇），会议论文 1 篇（2004 年）；关于维亚康姆的硕士论文 2 篇（2006 年 1 篇，2007 年 1 篇）。经过对这些有效数据进行分析后，得出以下结果。

2.1 新闻集团

以新闻集团为研究主题的学术论文共 41 篇，占跨国传媒集团个案研究论文总篇数的 27.7%。其论题分布特点是：(1) 研究内容以经营管理与竞争策略为主，占 63.4%。可见，随着新闻集团的不断扩张和发展壮大，其经营策略受到业界广泛关注和评论。(2) 研究论题范围较广，研究主题涵盖六个方面(见表 1)。

表1 新闻集团研究论题分布状况表

论题类别	概况介绍	新技术/新媒体的挑战	经营策略	商业运作的弊病与解决途径	兼并/集中/垄断研究	产业集群与地域分布研究
论文篇数	4	3	26	1	5	2
所占比例	9.8%	7.3%	63.4%	2.4%	12.2%	4.9%

从年度分布上来看，对新闻集团进行研究的论文年度分布情况较均匀，各年度差别不大，是几个大型跨国传媒集团研究中年度论文分布最均匀的，说明学界一直平稳关注新闻集团的发展。

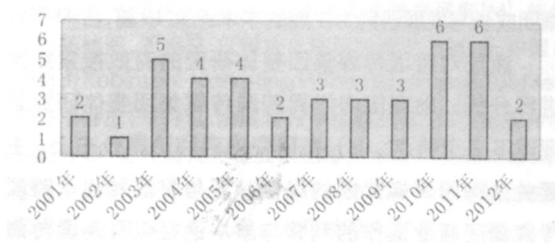


图2 新闻集团研究论文年度分布状况

2.2 贝塔斯曼

以贝塔斯曼为研究主题的学术论文共 40 篇（其中包括 2009 年的 2 篇关于贝塔斯曼商业运作弊病的硕士论文、2009 年的 1 篇关于贝塔斯曼书友会研究的硕士论文，以及 2011 年的 1 篇关于贝塔斯曼成长

与变革研究的博士论文），占跨国传媒集团个案研究论文总篇数的 27%。其论题分布状况如下。

表2 贝塔斯曼研究论题分布状况表

论题类别	书友会研究	概况介绍	经营策略	商业运作的弊病与解决途径	产业链研究
论文篇数	5	5	16	12	2
所占比例	12.5%	12.5%	40%	30%	5%

以上关于贝塔斯曼的概况介绍、经营策略、商业运作的失败以及产业链研究几乎都离不开讨论贝塔斯曼的书友会制度，对贝塔斯曼其他业务极少提及。

从年度分布状况来看，论文分布较集中在 2002 年至 2008 年期间，占总数的 65%（图 3 的论文数量中包括 4 篇硕士/博士论文，即 2009 年的 4 篇论文中有 3 篇是硕士论文，2011 年的 4 篇论文中有 1 篇是博士论文）。

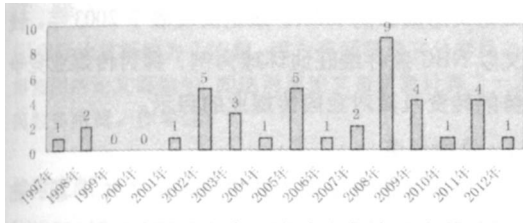


图3 贝塔斯曼个案研究论文年度分布状况

2.3 时代华纳

以时代华纳个案研究为研究主题的学术论文共37篇,占跨国传媒集团个案研究论文总篇数的25%。其论题分布特点是:(1)研究内容以并购及其弊病和启示为主,占83.8%。即使是有关时代华纳经营管理与竞争策略的论文也多半谈及美国在线与时代华纳之兼并。(2)论题范围较窄,分布极不均衡,呈现出极化现象。时代华纳与美国在线的失败并购案在学界引起广泛关注和讨论。

表3 时代华纳研究论题分布状况表

论题类别	概况介绍	经营策略	并购及其弊病与启示
论文数量	2	4	31
所占比例	5.4%	10.8%	83.8%

从年度分布上看,关于时代华纳的论文呈现出以下特点:(1)论文主要分布时间段在2000年至2004年,占总数的75.7%。这一现象与美国在线与时代华纳并购事件直接相关。从2000年1月美国在线宣布并购时代华纳,到2003年9月17日美国在线—时代华纳宣布将公司名称重新改成时代华纳,这一起“世纪大并购”及其失败导致2000年至2004年国内学界对美国在线—时代华纳备加关注。(2)美国在线和时代华纳并购失败后,学术论文篇数急剧减少,只是在两家公司2009年彻底分拆后,引起2010年的文章篇数有所增长,随后又趋于平静。

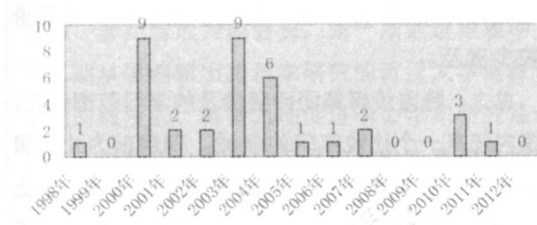


图4 时代华纳个案研究论文年度分布状况

2.4 维亚康姆

以维亚康姆个案研究为研究主题的学术论文共11篇,占跨国传媒集团个案研究论文总篇数的7.4%。其论题分布特点是:(1)研究内容以经营策略与竞争策略为主。(2)论题范围相对较窄,主要涉及经营策略、公司运作弊端与解决途径以及并购研究。

表4 维亚康姆研究论题分布状况表

论题类别	经营策略	商业运作的弊病与解决途径	兼并/集中/垄断研究
论文篇数	9	1	1
所占比例	81.8%	9.1%	9.1%

从年度分布上来看,2003年至2010年维亚康姆个案研究论文年度分布状况相对均衡,其中2006年和2007年的数据中各包括1篇硕士论文。

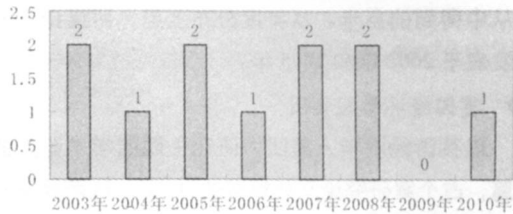


图5 维亚康姆个案研究论文年度分布状况

2.5 迪斯尼

以迪斯尼为研究主题的学术论文共5篇,占跨国传媒集团个案研究论文总篇数的3.4%。其论题分布特点是:(1)研究内容都是以经营策略为主题。(2)迪斯尼公司的文化传播策略和文化创意机制较受关注。5篇中有两篇分别涉及文化传播策略和文化创意机制。

与以上四大跨国传媒集团相比,对迪斯尼集团进行研究的学术期刊论文出现较晚,有效搜索结果中最早对迪斯尼进行研究的论文出现在2007年。在年度分布上,2007年1篇,2008年和2009年各2篇。

2.6 汤姆森

以汤姆森为研究主题的学术论文共5篇,占个案研究论文总篇数的3.4%。其论题分布特点是:研究内容以并购题材和经营策略为主,其中3篇是关于并购题材,2篇是关于经营策略研究的。

表5 汤姆森研究论题分布状况表

论题类别	经营策略	兼并/集中/垄断研究
论文篇数	2	3
所占比例	40%	60%

从年度分布上看,关于汤姆森集团研究的论文主要出现在2004年、2007年、2010年和2011年。2007年及2007年之后,对汤姆森的研究逐渐有所增加,但仍然为数不多,且研究内容较狭窄,多半以汤姆森—路透的并购为研究主题。可见,由于2007年“汤姆森—路透”并购一案,学界才开始逐渐对汤姆森集团加以关注。

2.7 康卡斯特

以康卡斯特为研究主题的学术论文共3篇,占个

案研究论文总篇数的 2%。其论题范围较窄、分布均匀,3 篇论文的论题分别是概况介绍、经营策略以及兼并研究。从年度分布上看,3 篇论文中 1 篇发表于 2004 年,2 篇发表于 2011 年。

2.8 法国维旺迪

以法国维旺迪为研究主题的学术论文共 2 篇,占个案研究论文总篇数的 1.4%。这两篇论文都以维旺迪并购失败和盲目扩张为主题,都涉及其运营弊病及从中得到的启示。从年度分布上看,两篇论文分别发表于 2002 年和 2005 年。

2.9 英国经济学人集团

以英国经济学人集团为研究主题的学术论文共 2 篇,占个案研究论文总篇数的 1.4%。这两篇论文均探讨英国经济学人集团的经营策略,分别发表于 2006 年和 2010 年。

2.10 NBC

以 NBC 为研究主题的学术论文共 1 篇,占个案

研究论文总篇数的 0.7%。该论文发表于 2003 年。钱晓文以 NBC 兼并维旺迪环球为例,探讨传媒业竞争趋势的转变及其对我国传媒业的启示。

2.11 清晰频道

以清晰频道为研究主题的学术论文共 1 篇,占个案研究论文总篇数的 0.7%。该论文发表于 2004 年。杨再华探讨了美国广播业大鳄清晰频道的经营之道。

3 结论与展望

从总体上看,国内学界跨国传媒集团研究呈现出以下特征。

第一,跨国传媒集团个案研究对象主要集中于新闻集团、贝塔斯曼、时代华纳、维亚康姆和迪斯尼这五大跨国传媒集团。其中最主要的研究对象是新闻集团、贝塔斯曼和时代华纳这三家跨国传媒集团,共占总数的 79.7%,对其他跨国传媒集团则较少进行深入的个案研究。各跨国传媒集团占个案研究论文总数的比例见表 6,图 6。

表6 跨国传媒集团占个案研究论文总数比例状况表

集团名称	新闻集团	贝塔斯曼	时代华纳	维亚康姆	迪斯尼	汤姆森
所占比例	27.7%	27%	25%	7.4%	3.4%	3.4%
集团名称	康卡斯特	维旺迪	经济学人	NBC	清晰频道	
所占比例	2%	1.4%	1.4%	0.7%	0.7%	

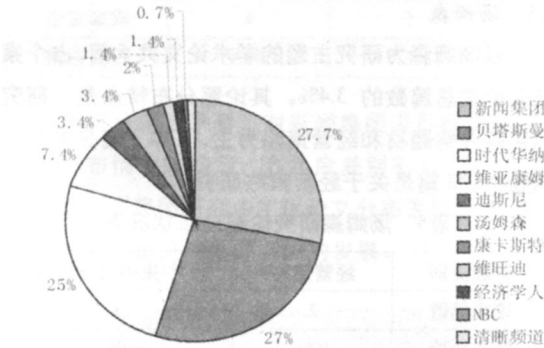


图6 各跨国集团占个案研究论文总数的比例图

第二,从时间分布上看,国内对跨国传媒集团进行研究主要从 2000 年开始的。148 篇论文中只有 4 篇发表于 20 世纪 90 年代末,其余均发表于 2000 年及之后,占跨国传媒集团个案研究学术论文总篇数的 97.3%。

第三,研究内容以跨国传媒集团经营策略之成功或失败及其反思为主。

第四,研究论题范围相对较窄。关于新技术和新媒介对于媒介组织经营管理的挑战、媒介组织的管理者和经营者的专门研究、媒介组织的产业集群与地域分布研究、媒介组织管理中的族群问题等论题较少涉及。

总之,跨国传媒集团研究涉及的学科范围较广,在国内还是一个比较年轻的领域。到目前为止,国内关于跨国传媒集团的研究还显得比较零散,缺乏系统和深入的研究。在今后的研究中,亟需建立系统的研究体系,鼓励跨学科人才投入研究,使研究有助于我们认清跨国传媒集团的发展规律以及跨国传媒集团对全球传播格局的影响,有助于推动我国传媒集团的改革与发展。

注 释

[1]实际论文篇数为146篇。因为有两篇论文分别是关于两个不同传媒集团的特点比较的,统计时都分别计算在这两个传媒集团的论文篇数中,即这两篇论文被重复计算了一次,所以,为了统计和分析上的便利,统计结果按148篇计算,比实际篇数多两篇。作者注。

参考文献

- [1] Mary Alice Shaver. Special Issue on Trends in Media Management for the 21st Century[J]. The journal of mediaeconomics, 2000, 13 (2) 55-56
- [2] 成咏梅, 周必勇. 一样的选择, 不一样的结果: “时代华纳”、“新闻集团”的中国战略之比较[J]. 新闻界, 2005(3): 23-25
- [3] 胡正荣. 外国媒介集团研究[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2003
- [4] 李良荣. 当代西方新闻媒体[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2006
- [5] 钱晓文. 传媒业: 从渠道竞争向内容竞争转变——谈NBC兼并维旺迪环球对我国传媒业的启示[J]. 新闻实践, 2003(11): 44-46
- [6] 沈馨. 维亚康姆与新闻集团全球扩张策略比较[J]. 新闻界, 2005(3): 40-42
- [7] 唐润华. 解密国际传媒集团[M]. 广州: 南方日报出版社, 2003
- [8] 杨再华. 美国广播业大鳄: “清晰频道”的经营之道[J]. 新闻记者, 2004(1): 60-61
- [9] 袁靖华. 国际媒介管理研究动向[J]. 当代传播, 2008(2): 57-61
- [10] 张金海, 梅明丽. 世界十大传媒集团产业发展报告[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2007
- [11] 周鸿铎. 世界五大媒介集团经营之道[M]. 北京: 经济管理出版社, 2005

(收稿日期 2012-10-17)

湖北省编辑学会召开第四次会员代表大会

湖北省编辑学会于2012年12月20日举行第四次会员代表大会。大会由学会第三届副会长范军主持, 会长周百义代表湖北省编辑学会第三届常务理事会作工作报告, 秘书长徐德欢作“湖北省编辑学会第三届常务理事会财务管理情况报告”。大会推举省新闻出版局原局长蔡学俭继续担任名誉会长; 选举产生了湖北省编辑学会第四届理事会, 周百义连任会长, 邱菊生、彭小华、李尔钢、陈庆辉、范军、方卿、李兵当选为副会长。新一届当选理事中, 既有长期从事编辑出版科学研究的武汉大学信息管理学院的教授们, 将有力地促进学会学术研究活动的开展; 也有在一线岗位工作的经验丰富的中青年编辑代表, 将大大提高学会在编辑实务方面的整体能力。

省新闻出版局马莉副局长出席会议并致词。她充分肯定了湖北省编辑学会的工作和湖北省编辑出版研究的成就, 并对湖北省编辑学会在编辑出版学术活动中做出的贡献给予高度评价, 希望湖北省编辑学会继续发扬理论联系实际和实事求是的优良作

风, 充分发挥人才资源优势, 努力探讨新形势下编辑出版工作的新情况和新问题, 进一步加强编辑人才培养和科研队伍建设, 为编辑学科建设做出新的成绩。周百义会长从学术交流科研活动, 提高会刊质量和影响, 承担并圆满完成全国出版专业技术资格考试辅导教材(初级)的编写、审稿、命题工作, 组织和承办国际、国内学术交流活动, 积极开展评优和培训工作五个方面对学会的工作进行了总结。

出席会议的还有中国版协常务理事、省新闻出版局原局长邱久钦、省新闻出版局图书处处长胡伟, 湖北省民政厅民间组织管理局局长涂才江, 印刷协会副会长程世荣等有关领导。

新当选的常务副会长邱菊生代表新一届学会领导班子表示, 学会今后将在组织学术交流、扩大会刊的品牌和学术影响力、搭建编辑培训平台等方面继续积极开展工作。

(姚 磊)