



让基础研究为传媒发展提供原动力——传媒集团应建立自己的研究院

时间：2003-2-18 14:23:41 来源：中国新闻研究中心 作者：郭洪新 阅读1000次

2002年上半年，有两条关于研究院的新闻引起了笔者的注意：一条是1月24日，联想、微软、春兰、方正、IBM、Intel等知名企业研究院的院长们，在北京参加由联想研究院、微软亚洲研究院举办的第一届企业研究院高峰论坛；一条是5月28日，国内首家网络媒体企业研究院——千龙研究院正式宣布成立。千龙研究院是千龙新闻网的企业研究院，以提供战略规划、研究核心技术、开发优势产品、培养优秀人才为宗旨。

研究院要为传媒业的迅猛发展提供源动力

随着我国传媒产业化的不断发展，集团化建设已成为传媒发展的一个重要特征。目前，我国的传媒集团普遍资产庞大，人才济济，资源雄厚，资产超过十亿元的报业集团、广电传媒集团并不在少数。但是，由于多年计划经济的影响，传媒业的发展相对于其他企业来说，还比较落后。面对国内外强有力的竞争对手，面对业务量的成倍增长，以及集团内二级独立单位和职能部门的增多，有些传媒单位感到发展前景茫然，对长远发展缺乏信心，对如何实现资源有效整合没有办法。为了迅速改变现状，有些具有一定超前意识的业内人士，把眼光投向了战略研究，并与一些战略咨询机构合作进行战略设计，取得了初步的成效。但是，对于资产巨大、创新意识要求较高的传媒集团而言，单是求助于外力是远远不够的，还必须形成自己的研发队伍，成立自己的研究院不失为一个好办法。

从目前大多数的企业研究院来看，作为企业的中央研究机构，其主要目标是推进和执行公司战略，在企业当中主要负责中长期的技术发展战略和技术的提供，更好地为决策管理层提供决策支持。传媒研究院应当能够为传媒发展提供源源不断的动力。

传媒研究院如果能够充分利用国内、国际资源，以国际化的视野和站位不断地充实和提升自己，把工作重心转移到战略的制定、产品开发、形成自身的核心竞争力上来，对未来传媒的演变和市场发展的趋势，传媒产品的走向以及受众的需求，有深入的调查、思考、判断以及预测，一定会成为媒体领导集体的大脑和智囊团，为媒体实现跳跃式发展奠定坚实的理论基础，提供足够的源动力。

应当如何构建传媒研究院的整体框架

在传统的体制下，我国的大多数媒介机构或多或少也组建过一些研究部门，比如新闻研究所、新闻调查所等等。但是，这些传统机构与我们这里所说的传媒研究院在功能设置、人员组成和运行机制等方面却有本质的差别。因此，如何构建传媒研究院的整体框架，也是一个很值得研究的重要课题，它直接关系到研究院是否能够科学地、长久地、有效地运行下去。应该

- 论学术期刊的创新
- 把市场机制引入党报—...
- 报业如何做大做强的探索
- 机关报与都市报的对接...
- 标杆瞄准：快速复制竞...
- 新时期振兴党报须遵循...
- 从《新京报》创刊和《...
- 报业竞争“内容为王”？
- 全面解读《联合早报》...
- 《大公报》办报理念对...
- 《华西都市报》总编辑...
- 中国行业报发展思考
- 试论都市类报纸的品质...
- 评晚报办日报和晚报早出

说，刚刚成立的千龙研究院在构建传媒研究院方面为我们提供了一个可资借鉴的架构。

第一，要确立研究院的合理构架和科学的规章制度。构架是研究院的骨架，体现着一个传媒机构的发展思路和产业定位。这往往是区别于不同研究院的重要方面，也是反映传媒领导层战略思路的重要方面。千龙研究院定位于“北京千龙新闻网络传播有限公司直属企业级研究机构”，以“让千龙研究院成为千龙发展的源动力”为理念，以服务千龙为己任，力求实现研究成果产品化、市场化和规模化。千龙研究院根据肩负的职责，本着“前瞻、务实、精干、高效、综合、开放”的原则，下设三个研究部、一个事业部和两个跨学科实验室，各个部室共同形成资源共享、优势互补、动态流动的学术科研发展平台。

第二，要确立各部门的职责和主要研究方向。岗位职责分清，研究方向明确，是确保研究成果不断推出的制度保证。作为媒体领导集体的大脑和智囊团，研究院各部门的工作应当具有超前性、主动性、创造性，它不同于采编部门，要根据市场变化和竞争对手的动向，快速反应，及时调整工作重心，因此在部门职责设置和研究方向确定上要非常慎重和平衡。

第三，要组成高层次的专家委员会。专家委员会的组建和有效工作，绝不是门面工作，不是“拉大旗，作虎皮”，它既是研究层次的一个象征，更是确保研究院把握正确方向，采用正确方法，取得最佳成果的重要方面。其需要注意的是专家委员会，一定要真正发挥应有的职能，不是成为摆设，不能过于松散，而一定要把专家的智慧，传递到研究院的科研人员的头脑中，并进而体现在科研成果上。

千龙研究院邀请国内新闻宣传主管部门的领导、学术界知名学者、媒体专家、IT业界资深人士组成专家委员会，为千龙研究院发展目标的制定和研究项目的开展与实施提供战略性意见和建议。

第四，要持续不断地探讨传媒研究的规律和方法，同时要有一定的超前意识。研究院的建立并不难，但是真正要运作好，能够发挥其应有的作用，是大有学问可做的。比如，联想集团在确立研究课题所提倡逆向思维就值得学习，所谓逆向思维就是首先想到市场需求，用户在做什么，然后再反馈回来，看需要什么样的产品，需要什么样的技术，需要什么样的研究，这是一个反馈的过程。

研究院也要注意自身的发展和品牌的塑造，注意创造性地开展工作，不能只满足于成为事业发展的大脑和智囊。比如，千龙研究院在成立之初就把目标设定为“成为中国第一、世界知名的网络媒体研究院”。

传媒研究院的运作要注意的问题

根据企业研究院运作的经验，笔者认为传媒研究院在组建和运作时应该注意以下几个问题：

第一，要注意传媒研究与一般性企业的区别。充分认识到我国传媒行业的特殊性，正确地把握一般性和特殊性的关系。新闻媒体是宣传思想的阵地，事关国家安全和政治稳定，负有高度的社会责任。新闻媒体由国家主办经营，不吸收外资。新闻媒体的管理体制、集团性质、集团的组织结构、资本的运作方式都与经济领域有所不同。传媒研究要确保党对新闻出版广播影视业的领导，确保宏观控制力，始终掌握对重大事项的决策权、对资产配置的控制权、对宣传业务的审核权等等。因此，传媒研究院在研究方向、宣传导向、合作形式等方面都要考虑自身的特殊性。

第二，避免把研究院办成一个纯粹的学术机构。研究院在注重学术研究本身的同时，更重要的是要把学术研究的成果转化为生产力，转化为经济和社会价值。正如一位行家所说的：“学术机构要做可行性，媒体要做可用性，传媒研究院要避免只做到可行性，做不到可用性，

不能产业化。”因此，研究的定位要和传媒发展的现状一致和同步，研发资源的投入一定要了解媒体的现状和传媒研究院未来的目的。

第三，要从媒体的发展战略出发，以市场需求为导向，以研发应用型产品为主，追踪行业发展的新亮点，进行自主开发和创新。传媒研究院应当把发展战略作为确定研究课题的重要方面，并以发展战略为中心，全力回答传媒实践中需要解决的问题，传媒改革中需要回答的问题，传媒未来发展将要碰到的问题。

第四，要与以前的新闻研究所等研究机构区别开。在传媒事业的发展过程中，新闻研究所等研究机构曾经发挥过很重要的作用，而且这种作用还将不断地呈现出来。但是，随着传媒改革的深入，新闻研究所等研究机构的功能也应随着变化。要从单纯的新闻业务研究转向包括新闻业务、经营管理、多元化发展等相结合的综合性的研究，从为采编咨询转向为媒体竞争服务上来。从这一点上讲，它与传媒研究院有并列和交叉的关系。

第五，传媒研究院应当是开放式的，要提倡开放、自由、平等的学术风气。既要鼓励自主研发，也要重视和引进外部专家的意见；课题的负责人可以是企业内部的，也可以是企业外部的；要加强与国内科研院所和大学的合作，形成以学习和知识创新为目标的联盟，稳定科研团队。微软亚洲研究院就以开放式研究而闻名，它承诺为研究人员提供丰富的研究资源和长期的支持，鼓励研究人员有长远的眼光和富于冒险的精神。对内，每一个人都互信、互助、互重；对外，鼓励研究员们加强与外界的交流，发表研究成果，并和国内的高校及研究机构的学者们一起切磋研究项目。

(作者单位：北京日报报业集团)

文章管理: web@cddc.net (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 传媒集团

- 从“权力的媒介”到“市场的媒介” (2006-10-27)
- 从报业集团到传媒集团战略转型 (2006-8-5)
- 传媒集团如何运营其无形资产 (2005-9-1)
- 传媒集团: 造航空母舰还是组建联合舰队 (2005-8-28)
- 上海文广新闻传媒集团的改革 (2005-1-11)

[>>更多](#)

让基础研究为传媒发展提供原动力——传媒集团应建立自己的研究院 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.