

广播事业的科学发展探析

牛金宝, 张志军

(邯郸人民广播电台, 河北 邯郸 056000)

[摘要] 文章从产业经营的角度, 指出了当前广播事业发展过程中存在的问题, 并提出了改进的思路和措施。

[关键词] 广播事业; 产业经营; 科学发展观

[中图分类号] D64 **[文献标识码]** B **[文章编号]** 1673-9477(2009)01-0051-03

党的十七大报告对科学发展观的时代背景、科学内涵和精神实质进行深刻的阐述, 对深入贯彻落实科学发展观提出了明确的要求。以胡锦涛同志为总书记的党中央, 着眼于把握发展规律、创新发展理念、转变发展方式、破解发展难题, 提出了科学发展观。站在新的历史起点上, 面对媒体竞争、开放的新形势新情况, 面对广播速度同结构质量效益不协调、不统一现象有所扩大的新课题新矛盾, 面对电视、互联网等新兴媒体的技术超越而出现新的挑战新问题, 只有按照党的十七大精神, 深入贯彻落实科学发展观, 更加自觉地走科学发展道路, 才能奋力开拓广播更为广阔的发展前景。

一、按照科学发展观的要求转变思想观念, 更新发展理念

改革开放以来, 广播界先是以“珠江广播模式”为标志拉开广播改革的大幕, 接着迎来了广播专业频率的改革, 系列频率的出现, 广播实现了一次质的跨越。特别是进入21世纪, 广播人以改革的锐气、创新的精神迎接挑战, 主动适应市场, 张扬自身优势, 加大事业投入, 加强产业营销, 建立经营机制, 使各级电台规模不断扩大, 效益得到快速增长。邯郸人民广播电台从上世纪80年代开办一套无线广播到90年代两套节目, 进入21世纪发展为多套中波、调频双频覆盖无线广播, 事业得到快速发展。产业效益也逐年递增, 特别是近5年间平均年增幅超过20%。

但我们必须清醒地看到, 广播效益增长方式比较粗放, 表象看发展速度上去了, 但深远影响可持续发展的深层矛盾愈加突出。主要表现在发展速度同结构质量效益的不统一: 结构方面, 节目结构、广告结构、产业结构、播出覆盖结构、人才结构等均有不合理的地方。如一套节目中的资讯类、服务类、咨询类、娱乐类等节目布局比例不尽合理, 节目之间的内在联系不够。再如广告节目结构严重失调, 医疗类比例过重, 其他类广告一直偏少, 看似创收总量不少, 但存在着很大的风险。品牌广告有所增加, 但医疗品牌比重过大, 结构问题并没有得到有效改善。因为历史和现实的一些原因, 人力资源结构也存在严重的失衡, 急需充实节目品牌、产业营销的领军人和熟练掌握网络管理、现代广播应用技术人员。质量方面, 节目质量总体印象是有亮点, 但整体一般; 非广告节目稍好, 广告节目较差; 频率定位明确, 具体节目定位模糊、不确定。宣传质量不均衡, 上级组织协调的宣传较注意策划、创新、影响, 对一般性的宣传缺乏认真组织、精心策划, 应付完事。创优质量不平衡, 对重点培育的节目投入多, 对一般节目和整套节目下力少, 有些节目完全放任自流, 平时抓的少, 临时、年终突击多。质量体系不健全, 缺

乏质量可控指标、质量同效益挂钩机制和评估质量的科学性。播出覆盖质量上存在着设计能力同实际效果、播控指标同实际达标的差距。效益方面, 存在着资源、劳动、资本等投入与产生出的效益比值向不合理方向改变的趋势; 实际投入没有带来效益的最大化; 社会效益同经济效益的关系在某些环节有些时候处理的不当的问题。

目前, 广播发展中的不稳定、不协调、不全面、不可持续问题, 一定程度就是没有正确处理好发展速度同结构质量效益的关系, 就是简单地把增长当成发展, 把增长作为第一位的追求。科学发展观的第一要义是发展, 但这里指的发展绝不单单是规模的扩大, 速度的加快。科学发展观的基本要求是全面协调可持续。全面协调可持续发展, 是经济、政治、文化、社会等各方面的发展与人的全面发展的辩证统一, 是发展速度和结构质量效益相统一, 是经济发展与人口资源环境相协调。

我们站在新的历史起点所追求的发展, 不应是孤立、片面、粗放的、不能持续的发展, 而是在科学发展道路上不断前进的发展, 是以人为本、全面协调可持续发展的科学发展。科学发展观, 是立足社会主义初级阶段基本国情, 总结我国发展实践, 借鉴国外发展经验, 适应新的发展要求提出来的。是我国经济社会发展的重要指导方针, 是发展中国特色社会主义必须坚持和贯彻的重大战略思想。因而它更适用包括广播业在内的发展现状和发展未来, 是科学指导广播业健康发展的行动指南。我们必须全面把握科学发展观的科学内涵和精神, 深刻理解和坚持科学发展的现实意义和历史意义, 增强贯彻落实科学发展观的自觉性和坚定性, 着力转变不适应不符合科学发展观的思想观念, 着力解决影响和制约科学发展的突出问题, 把广播人的发展积极引导到科学发展上来, 把科学发展观贯彻落实到广播发展的各个层面、各个环节。

二、积极推进节目、产业、人力资源结构的优化升级

广播发展中造成内部结构问题是导致发展中出现不协调、不合理、不全面、不稳定、不可持续的成因。为此, 我们必须按照科学发展观的基本要求, 积极推进广播节目、产业、人力资源等结构优化升级。

实践证明, 推进结构性优化升级很有必要, 对促进广播业又好又快、可持续发展见效明显。邯郸人民广播电台在加快发展的过程中, 已意识到出现的一些结构性问题对未来广播发展的影响, 并着手进行战略性调整。比如广告经营的结构比例问题, 2005年前医疗类广告占整个年广告创收的80%, 同其他类广告严重比例失调, 存在严重的发展隐患, 如不采取措施加以调整, 将会造成大起大落的不良后果。为此, 我们从组织

方式上改变,把医疗讲座广告由各频率分散经营收归台里统一经营;从经营模式上改变,由过去下达给频率品牌、讲座“一揽子”任务,改为只下达品牌指标作为考核频率完成创收任务的唯一依据。同时,我们还从经营机制上做了调整。这样以来,广告经营结构不合理的问题得到有效控制。医疗讲座同品牌广告的比例由8:2逐步调整到6:4。针对节目结构和人力资源结构出现的不协调、不可持续问题,我台提出从2007年起发展的指导思想是:质量兴台,人才强台。着手从节目、人才基础抓起,加强节目建设,加强人才队伍建设,出台一系列有利于结构优化升级的政策和激励措施,营造全面协调可持续发展的良好环境,经过近一年的努力,已开始显现良好的发展势头。

关于节目结构的优化升级。笔者认为,指导思想应该是培育打造名牌(品牌)节目,积极扶持有听众需求、市场需求和有吸引力的节目,淘汰一般化的节目如定位不准、收听率低的节目。依据节目定位、听众收听多元需求和市场需求率科学合理地编排节目。品牌节目(栏目)的培育打造必须按照广播节目生产规律制定出中长期计划,节目领办人必须严格依照计划进行。台里对这类节目应从社会功能及影响、创优情况、主持人作用及吸纳创收能力等方面确定到达指标,每年进行考核验收,并不断调整到达指标。并从听众认可、专家论证和社会影响多方面考察。领办人要落实有效的培育打造措施。如节目推介、节目听评、节目征询、节目优化、节目研讨、节目调改和节目主持人的历练和充电。对已成为品牌或名牌的节目,不能放松对其继续培育打造。同时,注意发挥名牌示范、带动作用,先后开办了《消费热线》、《心灵有约》、《情牵你我心》、《一路畅通》、《房产风向标》等一批知名栏目。下力量淘汰一般化的节目。对一些经一段运行证明节目定位不准、收听率不高、节目听评结果排名后几名、吸纳广告能力差的节目,下决心调改,调改效果不明显的,坚持予以淘汰,不能让这些节目耗着资源,占着位置,影响整体节目的优化升级。要科学合理地测算一套节目中各档节目的比例,并严格按时间比例运行。按照优化资源配置的原则,以分以秒计算,合并同类节目,错位经营,减少节目时间“空转”,最大化地利用好节目时间资源。

关于广告经营结构上的优化升级。现阶段,地方广播一般以频率节目资源创收为主渠道。在广告创收方面,巩固、增加传播效果好、经营稳定的广告,积极开发、培育前景好、有潜质、新兴产业、产业延伸的广告,压缩控制医疗类广告,坚决停播国家明令禁止的违规广告。让导向正确、市场需要、好听又效益好的广告成为广播广告的主导。通过不断调整广告经营和内部管理机制,组织吸纳优良广告,精心打造品牌广告,从根本上解决广告经营结构不合理问题,增强抵御经营风险的能力,步入健康、良性的发展轨道。

关于人力资源结构优化升级。加强现有人员的岗位专业技能培训,更新知识,提高技能水平。应把较年轻的同志作为培训的重点,除日常台内培训外,可采取“走出去”的办法,送进高等院校深造,参加专业培训班和研讨会。培养业务技能带头人。对热爱专业岗位、有较好的业务功底、有培养潜质的同志,可作为重点培养对象,通过压担子、参与重大业务课题策划和完成、并优先创造有利于出精品、出成果、出效益的平台等措施,使这些同志尽快成为业务顶梁柱。

三、向科学管理要效益

科学发展观的第一要义是发展,而效益就是发展

的体现。科学经营广播业,最终必须落实到效益上,这是科学发展的必然要求。因此,广播业要想又好又快发展、可持续发展,广播人就必须更新管理理念,以科学管理确保发展速度同结构、质量效益的统一,确保广播业效益的最大化。

向科学管理要效益,必须变粗放经营为精耕细作。广播业具有多种专业行业汇聚、相互紧密衔接,又有不同的业务流程等特性,靠一种或单一管理模式经营、靠行政手段去管理,都可能形成粗放经营。粗放经营带来的是各种资源不合理配置,造成不必要的损耗和浪费。频率资源是广播媒介的基本资源。合理配置所拥有的不同的频率资源,确定每个频率的定位与风格,这是听众市场日益细分化、专业化给广播业精细化管理提出的要求。精办频率,而非粗放经营,精心设计、构建频率的内部构成,明确分工,针对目标市场,突出整体频率的品牌形象。无序竞争、重复建设、粗放经营,是对广播业基本资源的巨大浪费。广播媒介是时间型媒介。开发利用时间资源可以为广播业组织创造更大的价值,创造更大的效益。这是广播业精细化管理的重点。首先,在细分频率资源的基础上,进一步细分时间资源,使时间资源的有效利用率更好。尤其是黄金时间更需要细分化、特征化。其次,时间资源是可开发的。可以依据受众的习惯和要求,创造性地开发时间资源,以自己的独有时间优势加入到市场的竞争中。节目以丰富的内容配之新颖的表现形式传播给听众,产生良好的效益,因此,每档节目包括广告节目,一分一秒都要精心策划、精心设计、精心安排、精心录制、精心播出。“分分好听,秒秒精彩”应该是广播节目精耕细作的最高追求。

一切管理活动都应有科学依据。推行有科学依据的管理才能减少管理的盲目性,增强管理的针对性和权威性。用科学数据说话,应该成为新形势下广播管理新的理念。对节目质量建立健全科学的评估体系,强调科学评估,用评估体系中采信到的数据指导节目运行、节目调改、主持播音、收听和播出效果、产业经营等,并充分运用这些客观依据有效地推进内部管理机制的创新,更好地建立起绩效挂钩制度,加大用人制度的改革。广播广告市场开发的重要前期就是市场调研,调研数据是否客观、准确,很大程度决定广播广告开发的潜力、广告经营的未来和广告经营的最大效益。改变过去广告经营中忽视市场研发的作法,加强专业机构和人力配置,强化广告市场调研分析,建立市场分析报告制度,用客观的数据、准确的分析,指导运行中的广告经营,把握未来的广告经营方向,确保广播广告业在市场激烈的竞争中立于不败之地。技术管理工作在广播业内位置非常重要,管理效果如何,直接关系广播业眼前利益、决定着长远利益。科学管理给广播发展带来事半功倍的效果,粗放管理将对广播业产生不可估量的浪费和损失。因此,技术管理更要讲科学,更要重视管理的科学依据。技术投入要强调计划性、严谨性,凡需投入之前要有科学论证,投入后要有使用效益评估。坚决纠正重投入、轻管理、管理不计效益、无效益考核机制的状况,通过科学管理,提高设备的有效利用率,提高优质播出覆盖率,提高技术投入的产出率。

科学经营广播业是对各级电台、每个广播人提出的新的命题,是全面协调可持续发展广播的必然要求。我们要按照科学发展观的要求审议发展现状,更新发展理念,调整经营思路,完善科学经营机制,推动广播资源的合理配置和结构优化升级,坚持发展速度同结

构质量效益的有机统一,逐步化解广播业发展中的深层次矛盾,促进广播业健康、有序、更好更快发展。

[参考文献]

[1]胡正荣.媒介管理研究——广播电视管理创新体系[M].北京:北京广播学院出版社,2000.

[2]王云江,等.论现代化进程中中国知识分子阶层中西文化观的嬗变[J].河北工程大学学报(社会科学版),2008,(11):24.

[3]胡晓梅.科学传播与网络[J].河北工程大学学报(社会科学版),2008,(1):85.

[责任编辑:陶爱新]

Analysis on the scientific development of the broadcasting industry

Niu Jin - bao, ZHANG Zhi - jun

(Handan Broadcasting Corporation, Handan 056000, China)

Abstract: The paper, from the perspective of industrial management, poses the problems existing in present broadcasting industry and put forward the countermeasures.

Key words: broadcasting industry; industrial management; scientific outlook on development

(上接第50页)

国家”的治国方略,依法治国的关键是依法而治,针对当前现实,我们必须加大执法的力度。胡锦涛总书记在中国共产党第十七次全国代表大会报告中指出“加强宪法和法律实施,坚持公民在法律面前一律平等,维护社会公平正义,维护社会主义法制的统一、尊严、权威。”“加强政法队伍建设,做到严格、公正、文明执法。”“深化司法体制改革,优化司法职权配置,规范司法行为,建设公正高效权威的社会主义司法制度,保证审判机关、检察机关依法独立公正地行使审判权、检察权。”法律的生命在于执行,只有在全社会严格执法,有法必依才能树立法律的权威,才能把树立正气和抑制邪气结合起来,扫除社会丑恶现象,严厉打击各种违法犯罪活动,维护正常经济秩序、公共秩序、生活秩序,为公民道德建设创设良好的法治环境。

3. 在法制宣传中传播法治观念、道德观念

法制宣传也是社会主义法制建设的一个重要环节。经过多年的全民普法教育,我们取得了不少成绩,但是在法制教育中也存在重知识、轻观念,重条文、轻精神的突出问题。一定的法律知识的灌输、法律条文的宣讲是必要的,法治观念的树立和法律精神的塑造也离不开这一前提,但是,仅仅进行法律知识教育希望公民迫于法律的威慑而安分守己、被动守法显然是不够的,生活中有些人知法犯法就是明证。今后,法制宣传教育的重点应该转移到传播法治观念以引导公民积极、自愿守法。法治观念是人们对于法和法现象的一系列思想、观念,它建立在一定的法律认知、法律情感基础上,是以主体意识为基点,以权利和平等思想为核心内容,以对法律的认同和信仰为最高层次的关于法

治的正确认识。也就是说,我们在法制宣传教育中,不仅要帮助公民了解法律知识,更重要的是,要将法律知识、法律条文背后的民主、自由、平等、正义等精神,实质传递给公民,让人们知其然更知其所以然,摒弃法是防民治民的腐朽观念,克服法即刑的落后意识,深刻理解社会主义法治的价值观念和运行原理,树立法律权威观念,树立正确的权利观、权力观、民主观、平等观,进而在法治观念的指导下自觉的将法律的外在约束变成内心的自愿遵守。而无论是权利、平等还是公平、正义、民主、自由,他们不仅是法治观念也是道德观念的价值取向,公民法治观念传播的过程实际上也是道德观念强化的过程。

[参考文献]

[1]沃克.牛津法律大词典,转引世界法律思想金库[M].北京:中国政法大学出版社,1992.384.

[2]马克思恩.马克思恩格斯全集[M].北京:人民出版社,1956.71.

[3]亚里士多德著,苗力田译.尼各马科伦理学[M].北京:中国社会科学出版,1999.238.

[4]John Finnis. Natural Law and Natural Right [M]. Oxford University Press, 1980. 1.

[5]刘华.法律与伦理的关系新论[J].政治与法律,2002,(1):5.

[6]范进学.论法律信仰危机与中国法治化[J].山东社会科学,1997,(6):49.

[责任编辑:陶爱新]

The legal effect of civic morality

WANG Cui - ping

(School of Politic & Law, Anqing Teachers College, Anqing 246011, China)

Abstract: Civic Morality is to improve the national quality, and form the basis of a good society, It is also building a harmonious socialist society the important content, it must be long. In civic and moral construction, we should be the building of civic morality and legal system construction, exert legal universality, clarity, strong sanctions of the advantages of the new situation in building a socialist legal system to increase its efforts to promote and protect the building of civic virtue healthy development, thus the building of civic virtue to a new higher level.

Key words: civic morality; legal system; moral law