

改革与发展

● ● ● 河南人民出版社
主 副 主 编 冯 尚
编 肖 志
冯 楠 勾
鸣 志
尚 霞
华

——
市场经济条件下广播问题研究

- GAI GE YU FA ZHAN
- SHI CHANG JING JI
- TIAO JIAN XIA
- GUANG BO WEN TI
- YAN JIU
- HE NAN REN MIN
- CHU BAN SHE



序

孙泉场

翻阅书稿,扑面而来的是探索广播宣传改革的缕缕春风。发展社会主义市场经济,既为发展我省的广播宣传事业带来了黄金机遇,也使我们面临着严峻的挑战。改革与发展,已经成为摆在我省广播新闻工作者面前的重要主题。

广播宣传作为党的宣传事业的重要组成部分,几十年来,特别是改革开放以来,在各级党委、政府的领导下,在全省人民的关心支持下,由小到大,由弱到强,由伊始时的幼芽一株,发展到今天的万木成荫,在推动我省的社会主义革命和建设,特别是今天的社会主义现代化建设中发挥了重要的、不可替代的积极作用。

当然,改革开放,发展社会主义市场经济,又使广播宣传工作面临着许许多多的新情况、新矛盾、新问题。我们的广播宣传事业是在高度集中的计划经济体制下形成并发展起来的,在这个过程中,虽然曾经积累了十分丰富的优良传统和经验,但无论从宣传体制、宣传内容到宣传的方式和方法,都有一个如何与社会主义市场经济新体制接轨和适应的问题,即使是过去积累的传统和经验,也要在这个新的伟大实践面前接受检验,决定取舍。改革广播宣传是广播宣传事业进一步发展的客观要求。

随着社会主义市场经济的深入发展,社会信息总量呈爆炸性增长趋势,社会公众的精神文化生活需求也呈多样化、层次化的发展趋势。适应这一变化了的新情况,多种信息传播载体应运而生,并且都在力求按照社会主义市场经济的要求,增强自己的生存能

力,扩大自己的生存空间。新闻宣传载体之间的竞争,不仅不可避免,而且成为完善自己、发展自己的重要条件,改革则发展,保守则萎缩。

近几年来,我省广播宣传战线勇于改革、大胆实践,初步开创了广播宣传改革的崭新局面。市、地、县电台普遍建立,并不断延长播出时间,农村有线广播长足发展,各种各类系列台、专业台纷纷出现,为扩大广播新闻宣传的影响提供了更加广阔的舞台。从宣传内容方面,在强化喉舌意识,突出主旋律的前提下,更加多样化,更加贴近实际、贴近群众、贴近生活。增强时效性,扩大信息量,强化深度报道,提高节目品位的力作和精品,逐年增多。在节目形式上,进一步突出广播宣传的特点,扬独家之优势,汇四方之精华,实行直录播相结合,节目实行大板块组合,热线直播更为广大群众直接参与广播宣传提供了重要渠道。春华秋实,广播宣传的改革有力地促进了全省广播事业的繁荣和发展。本书结集出版的论文,既有广播宣传工作宏观改革经验的总结,又有从不同角度、不同侧面探索提高节目质量的心得,涉及广播宣传改革的方方面面。细检各篇咀嚼,当能品尝出作者强烈的改革意识、大局意识、责任意识、服务意识和精品意识。可以看得出,这些都是他们改革中的探索,实践中的凝神,拚博后的反思,相信会对我们广播宣传工作进一步深化改革、启迪思路、拓展视野有所裨益。当然,论文中可能有些对问题的思考不尽深透,有些观点尚不全面,但至少提出问题本身也是有益的。

随着我国政治体制、经济体制和社会文化体制全面改革的深入发展,广播宣传的任务将更加繁重;随着高新技术的发展,广播宣传的功能也必将进一步扩大;社会全面进步的要求强烈呼唤着广播宣传事业的繁荣和发展。而只有坚持不断深化改革,才能促进全省广播宣传事业的繁荣和发展,这就要求我们,只要有利于加强和改善党对广播宣传工作的领导,只要有利于提高广播宣传节目

质量,只要有利于充分调动广大广播宣传工作者的积极性和创造性,只要有利于我们广播宣传事业健康有序地繁荣和发展,就要大胆地试,大胆地闯,试出一条适应社会主义市场经济需要的广播宣传工作新路子,闯出一个繁荣发展我省广播宣传事业的新局面。

广播宣传改革的实践,要求广播宣传改革的理论思考更加活跃和繁荣。我们热切地期盼着有更多的有识之士加入到广播宣传改革的理论思考队伍中来,坚持以邓小平同志建设有中国特色的社会主义理论为指导,坚持党的基本路线,坚持百花齐放、百家争鸣的方针,勇于实践,勤于思考,为深化广播宣传的改革,为繁荣和发展全省广播宣传事业,做出积极的贡献。

1995年5月28日

目 录

序	孙泉阳(1)
挣脱旧框框 建立新格局	
——关于广播深化改革的几点思考	刘好修(1)
社会主义市场经济与广播综合配套改革	邓文长(13)
适应市场经济需要 加快广播改革步伐	尚建军(17)
试论广播的有序化	冯肖楠(25)
市场经济与新闻选择	陈德年(34)
新闻的主体地位不能动摇	胡 杨 于运强(41)
发挥系统优势 强化广播新闻	
宣传	尚 华 冯肖楠 冯 鸣(48)
经济台·市场经济台·商业台	冯国阳 马 广 李春星(53)
发挥农村城市两个优势 努力办好	
广播节目	张清献 周振林(59)
发挥优势 重振雄威	
——试论如何提高地方广播收听率	王增录(65)
浅谈正面报道中的误导现象	赵文轩(68)
试论新形势下的舆论监督	周行忠 贾文娟(75)
批评性报道管窥	崔书升(80)
在探索中实现经济宣传的	
接近性	尹中贵 唐玉俊 刘天成(86)

改进经济报道 适应和推进社会主义

- 市场经济体制的建立 唐文太(97)
- 浅谈如何改进会议报道 胡新会(102)
- 广播电视评论宣传的几点思考 杨保生 吴延群(106)
- 新闻节目中典型报道的实践与

- 思考 鹤壁人民广播电台(114)
- 广播典型报道浅议 冯 鸣 冯 冉(120)
- 抓好系列报道是强化广播新闻宣传的

- 有效途径 周振林 张清献(128)
- 坚持新闻工作的党性原则 以正确的舆论

- 引导人 季 忠(132)
- 坚持新闻党性与人民性的统一 朱建国(136)
- 从“亲知”到“真知”

- 谈记者的调查研究 勾志霞 史稼轩(140)
- 从平凡中发现奇崛 姚居清(146)
- 瞄准热点焦点 开掘报道深度 史稼轩 勾志霞(151)
- 成就报道之我见 姚居清(155)
- 把握“宏观”找新闻

- 向中央级新闻单位供稿的一点体会 梁发璋(161)
- 广播新闻要注意增强听众意识 于志红(165)
- 一切为了听众 薛晋豫(170)
- 新闻的指导性与服务性 张朝祥(174)
- 浅议新闻的“本质真实” 华义兴 张炎泉(177)
- 逆向思维与新闻实践 丁照莹 张朝祥(181)
- 关于现场报道中记者描述的

- 思考 尹中贵 唐玉俊 刘天成(185)
- 新时期广播受众:共性与个性 冯 冉 冯 鸣(192)
- 加强录音报道 办出广播特色 安阳人民广播电台(196)

扩大信息容量 办好新闻节目	朱建国(201)
广播节目应直播与录播相结合	刘增海(204)
广播直播节目的灵活性与严肃性	郑宝丹(209)
试论广播热线节目品位的提高	李国顺(212)
精心浇灌广播剧	马书新 冯国阳 李春星(216)
广播文艺要突出一个“活”字	陈 汉(223)
广播栏目应该走经营化的路子	高 峰(226)
浅论市地电台记者成才的障碍及优势	胡新会(231)
加强采编队伍管理 提高广播新闻质量	赵玮莉(235)
让人民的心声成为电台的最强音	

—— 南阳电台深入伏牛山采访

纪实	南阳人民广播电台(239)
地市级广播电台新闻节目编排艺术初探	洪世志(246)
广播新闻编排的内在艺术性	南 人(254)
播音艺术的心理初探	钟 敏(262)
主持人在广播电视节目中的角色	王保华 楚德欣(268)
把握受众心理 办好主持人节目	姚友爱(273)
谈新闻播音	钟 敏(277)
谈播音员“进入角色”	白 丽(282)
注意搞好直播室的管理	田金军(286)

后 记	(289)
-----	-------

挣脱旧框框 建立新格局

——关于广播深化改革的几点思考

刘好修

当前,面对建立社会主义市场经济体制的要求,面对诸多新闻媒体的竞争,广播的出路在哪里?这是广播界同仁们都在研究和思考的问题。从这几年的实践看,繁荣和发展广播的根本出路在于深化改革。改革出动力,改革出活力,改革增强竞争力。近几年来,在各种新闻媒体的改革中,广播走在了前列。不少台、站积极推进自身改革,从思想观念到运行机制,从节目内容到播出形式,挣脱了旧框框的束缚,建立起崭新的广播格局,取得了可喜成果,在全国形成了“广播潮”,以至1993年被称为“广播年”。但是,面对严峻的市场挑战和媒体竞争,广播面临的处境仍十分困难。要摆脱困境,就要靠深化改革,而深化改革的方向是使广播从原有的旧框框中挣脱出去,以全新的面貌和格局去争取听众。

当前,广播受旧框框的束缚主要表现在四个方面:1. 思想观念旧。不少广播工作者思想不解放,观念陈旧。在市场经济条件下精神不振,左顾右盼,畏首畏尾,无所适从。对广播的认识,仍停留在计划经济条件下形成的思维模式中,难以摆脱出来。2. 宣传模式旧。多数台、站宣传模式和播出方式老一套,新闻报道时效不快,信息量不大,贴近性、服务性、参与性不强,形式呆板,节目质量不高,宣传缺乏竞争力。3. 内部机制旧。缺乏充满生机和活力的新的

运行机制,多数单位没有引入竞争和激励机制,尤其是工资分配上的平均主义,影响了职工积极性的发挥。4. 创收手法旧。多数台、站创收思路单一,门路不广,手段手法不灵活,影响了经济效益的提高,阻碍了自身的发展。

上述诸方面犹如一层坚硬的“外壳”,禁锢着广播事业的发展。广播要振兴、要繁荣,就要挣脱这些旧框框,冲破这层“外壳”,建立起适应市场经济需求的新格局。

一、挣脱传统意识,树立全新观念

长期以来,广播工作者只讲广播的政治属性,很少重视和研究广播的其它属性。“喉舌”常常被认为是广播的唯一功能。新闻单位作为党和政府的喉舌,从我国的基本制度和政治状况看,无可非议,今后,广播的基本属性和功能仍将是党和政府的喉舌。然而,社会主义市场经济体制的建立,拓宽了人们的思路,要求我们对广播的属性和功能重新认识和研究,用市场经济观念去寻求它新的内涵和规律。如果仅仅局限于原来的认识,那是很不够的,很可能使我们的广播工作与社会主义市场经济的发展不同步、不协调,到头来还会导致其政治功能的削弱。

用市场经济理论去研究广播,可以使更全面地认识广播的多种功能,如其自然属性、政治属性、社会属性、经济属性、文化娱乐属性等等。其中,政治属性和经济属性,是两个最重要的属性。从政治属性看,它是宣传工具,要宣传党的路线、方针和政策,是党、政府和人民的喉舌。从经济属性看,广播又是信息产业,它要承担传播市场信息的任务,是经济生活的中介,具有交流信息、传播知识、介绍商品、提供咨询服务和文娱娱乐的多种功能,在经济建设和社会生活中起沟通和连接作用,成为商品经济运行的重要环节和桥梁。依据我国国情,我国的第三产业,主要包括为生产和生活服务的部门。广播是一个服务性行业,是为社会生产和人民生活

提供服务的部门。它通过生产非物质形态的精神产品,来推动生产力的发展。因此,它具有鲜明的产业属性。所以,我们必须在观念上来一个转变,即:确认广播是一个高科技信息产业,是第三产业的重要部门,它与市场经济相互依存,不可分割。

当然,作为新闻媒介的广播,不同于一般的第三产业。它生产的主要是精神产品,而且是政治性很强的精神产品。它既具有第三产业的共性,又有其独特的个性,即属于意识形态领域的第三产业。这种特殊第三产业的首要功能是宣传工具,其次才是投入产出的产业功能。据此,广播的体制应当实现由公益事业型转向既是事业型又是产业经营服务型。

再一个需要挣脱的传统观念是,对新闻属性的认识。过去,只讲新闻的政治性、新闻性,不准讲新闻的商品性,似乎一讲商品性就是资产阶级新闻观。这种观念不破除,就很难使广播的改革深化。我们并不否认,政治性是新闻的本质属性,无论什么时候,这一点也不能动摇。但新闻属信息的一种,信息和新闻是属种关系。信息具有商品属性,新闻自然也就具有商品属性。用政治经济学的观点来分析,商品具有使用价值和价值。使用价值是指物的有用性,它是商品的自然属性。价值是凝聚在商品中的社会劳动,它是商品的社会属性。新闻同一般商品一样具有使用价值和价值。它能及时地向受众提供大量的新闻信息和经济信息,不断地满足人们的物质文化生活需要,这就是它的使用价值。新闻又是新闻工作者劳动的结晶,新闻中含有一定的社会劳动量,这就是它的价值。新闻既然具备了商品的双重价值,而且又在市场上流通,所以新闻也就具有商品性了。

新闻的商品性与其它产品的商品性一样,不存在姓“资”姓“社”的问题。社会主义新闻和资本主义新闻的区别,不在于有没有商品性,而在于为谁服务。我们的新闻是以为人民服务为目的,而资本主义社会的新闻则以赢利为目的,把新闻商品化了。所以,我

们任何时候都要坚持新闻为人民服务的宗旨,反对有偿新闻,反对把新闻商品化。

树立广播的产业属性和新闻的商品属性的新观念,对于深化广播改革加快发展步伐大有好处。它有利于拓宽广播改革的思路,丰富改革的内涵,有利于广播新闻由“卖方市场”向“买方市场”的转变,有利于激发广播工作者的积极性和创造精神,有利于挣脱各种旧传统、旧意识、旧框框的束缚,自觉大胆地把广播推向市场,使广播事业有一个快速、高效的发展。

二、挣脱旧的宣传模式,建立新的宣传格局

我们的广播,过去为我国的两个文明建设发挥了巨大作用。但是,随着时代的进步,新的宣传媒体的产生和发展,广播的自身缺点暴露得越来越明显。比如,广播的“转瞬即逝”,不如报纸易于查看保存,单纯的声音传播,不如电视声情并茂,再加之有些广播栏目不新、内容不深、形式不活,致使广播有失去听众的潜在危机。如上所述,广播要通过深化改革摆脱危机,其改革的着眼点,首先要放在充分挖掘自身优势,挣脱旧的宣传方式和服务模式上,树立和创建新的宣传格局。

根据这几年我国广播改革的实践,当前,建立新的宣传格局主要应在以下方面努力:

1. 采用主持人直播的播出机制。目前,采用主持人直播的电台愈来愈多,有消息表明,全国还有许多电台在酝酿准备由录播改为直播。中央人民广播电台 1994 年下半年对节目的调整和改革,第二套节目以直播为主,第一套节目实行部分直播就是佐证。由播音员录播改为主持人直播,这是广播播出机制的一大改革,使广播发生了许多新的变化。它的好处是:播发新闻和信息的时效加快了,整个节目编排更灵活了,广播与听众的距离更接近了,听众参与广播更方便了,广播为听众提供的服务更直接了,许多节目的录

制合成省掉了,多环节的节目制作减少了等等。采用主持人直播的形式,有利于贴近群众、贴近生活、贴近实际,有利于使广播的优势和长处得到充分发挥,有利于克服“转瞬即逝”和不直观等缺点和不足。尤其是把电话引进广播,既吸引了群众参与,又强化了双向交流,听众可以直接与主持人或嘉宾主持对话,发表意见,阐述观点,讨论问题,使听众在热线讨论中得到启发,受到教育。这种崭新的广播形式,争取了听众,扩大了广播的影响,提高了收听率,从而大大增强了广播与电视、报刊的竞争实力,使之更好地为经济建设和人民生活服务。

形式生动的主持人直播,使广播开始走出低谷,为广播的发展注入了新的活力。但是,直播后也暴露出一些亟待解决的问题。比如,直播后形式活泼,内容贴近,热热闹闹,但节目的底劲、力度、深度不够,从而导致了声势上的轰轰烈烈,效果上的平平淡淡。这是目前直播节目普遍存在的问题。一家电台,假如节目没有深度就会逐渐失去听众。因此,解决深度问题是直播节目永葆青春的关键。解决这一问题的的重要途径之一是提高主持人的素质。直播节目的改革来势较猛,多数台、站的节目主持人都是仓促上阵,没有经过正规的培训就上岗了。无论是思想水平,理论修养,还是知识层次,应变能力,都亟待提高、加强。这就要求我们努力培养高水平的节目主持人。有了高水平的节目主持人,才有高水平、高质量、有深度的节目。“人”的问题,是解决深度的关键。其次,要注意处理好板块节目与对象节目的关系。一般来说,板块节目轻松浅显,对象节目典型深刻。因此,要把直播节目办得有深度,只有板块节目还不够,还要有代表深度的对象节目和深层次的理论节目。其三,要处理好直播与录播的关系。直播生动活泼,录播庄重严肃。庄重严肃的风格本身就属于深度节目的风格。一般来说,凡能直播的,要创造条件安全直播,但对一些庄重严肃的新闻节目,某些对象性节目,仍应尽可能采用传统的录播,即宜直则直,宜录则录,使其互为

补充,交相辉映。目前,有些台、站直播后,忽视了对象节目和录播的形式,有的干脆去掉了对象性节目,有的连新闻也直播。新闻直播对于多数电台来说很不适宜。由于各主持人的播音水平和风格不同,致使播出的同一新闻差异很大,质量不高,缺乏应有的严肃性,这些,都有待于认真地解决和完善。

2. 改造人民台的同时推出系列台。改造人民台,推出系列台是市场经济发展的必然趋势,是不同层次、不同对象听众的强烈要求。近年来,各地广播电台特别是省、市级电台,对人民台从形式到内容进行了全面改革和创新。改革的方向是依据人民台的性质和功能向新闻综合台方向发展,突出新闻这一主干。在内容上融新闻、经济、文艺、服务、知识为一体,并以宣传党和政府的主张为己任,同时,在坚持新闻的指导性、可听性的前提下,注意把着眼点放在强化时效性,增加信息量,突出地方特色上。有条件的台实行了新闻滚动播出,做到了每逢整点有一次新闻或信息,且每次节目又注入了新的内容。播出形式上,采用了板块式结构,主持人直播,使广播快捷、信息量大的优势得到了充分发挥。

各地在对人民台进行改造的同时,纷纷推出了经济台、交通台、文艺台、少儿台、教育台等专业台,逐步形成了系列台的格局。这样的好处是:增加了节目容量,拓宽了服务领域,突出了对象特点,增强了听众的选择性。各专业台之间,各有侧重,各具特色,互为补充,有利于充分发挥广播的多种功能。同时,在广播界内部也形成了竞争势态,并用内部的竞争去赢得外部的竞争。在国家财政拿不出更多财力投入广播的情况下,各系列台的创办,增加了收入,弥补了经费不足,促进了事业发展。各系列台一开播都采用了直播、大板块、热线电话、立体声文艺等传播方式,深受广大听众的欢迎。

但是,系列台的建立和发展也带来了一些问题。比如,某些系列台强调独立性多,忽视了统一协调的重要性,专业台与人民台节

目雷同,各台为拉广告,互相压价、拆台,新闻与广告不分等等。这些都不同程度地影响了广播整体优势和综合优势的发挥。解决这个问题,首先要摆正和处理好人台与专业台、以及各专业台之间的关系。人民台在系列台中应居主导地位,是系列台的主体,专业台处于辅助地位。人民台和专业台的关系是主功能和多功能的关系,是相辅相成,互相促进的关系。处理这一关系的准则是强化人民台,搞活系列台。人民台的宣传作用、喉舌作用、舆论导向作用应得到充分发挥。各专业台应在自己的宣传范围内上档次、创水平、出特色。各专业台之间关系平等,既相互依存,又相互独立,只是宣传的对象不同,范围不同,内容不同。各专业台应个性鲜明,互为补充,各扬其长,共同提高,以形成多功能协调推进的新格局。

3. 新闻应从自我封闭中走向全面开放。市场开放,经济开放,作为反映经济基础的上层建筑之一的新闻事业也应开放。开放性是新闻宣传的重要特征,所谓开放性即把种种事情公布于众,大白于天下,让人们自由选择和分享。因为人民是国家的主人。据此,新闻宣传应该是除了违背四项基本原则,违法、违反政策和涉及国家机密、个人隐私的事情外,都可以报道。目前,由于思想观念的陈旧,报道上的“禁区”仍然很多,清规戒律仍束缚着我们的手脚,远远不能适应市场经济发展的需要。比如,群众关心和议论的“热点”和“难点”,即时代的痛苦点和社会的焦虑点,往往触及不深,切入不够,有些甚至不敢触及,也不让触及。这种封闭性不但使新闻宣传单调平淡,深度不够,而且还在人们的观念上形成了“禁忌”意识。

新闻宣传如何从旧的封闭中挣脱出来,建立开放、高效的新机制?从广度上讲,要拓宽报道面,打破一些人为设置的报道“禁区”,扩大信息量;从深度上讲,新闻宣传要敢于和善于回答群众关心瞩目的重大问题和群众面临的难题和困惑,敢于冲破“禁区”,触及一些敏感的社会问题。实质上,新闻宣传的开放性说到底是一个相信

不相信群众的问题,该报道的不报道,群众就有意见、有看法,就会对传媒失去信任。当然,在触及敏感问题时,要把握好“度”,要有利于社会的稳定和发展。近年来,不少台、站在坚持“以正面宣传为主”的同时,加强了批评和揭露性报道,发挥了新闻的舆论监督功能,推动了问题的解决和工作的进展,深得人心。可见,强调新闻宣传的开放性,不但是必要的,而且势在必行。

新闻宣传的开放性还表现在对外宣传上,市场经济是按照供求规律配置资源的一种经济,它不受市界、省界、国界等地域的影响而辐射四方。现今,许多跨市、跨省、跨国集团公司纷纷成立,经济横向联合的优势越来越明显。这就要求新闻宣传适应市场经济的这一发展,加强对外宣传报道,强化信息的横向交流,打破过去那种只在自己地盘上宣传自己的封闭式的宣传模式,使新闻宣传越过地域界限,走出市门、省门和国门。目前,沿海、沿边城市电台纷纷成立了国际部,加强了国际宣传。内陆城市电台也在增大发射功率,扩大自己的有效覆盖范围。此外还有中央电台与地方台、地方台与地方台的新闻联网等。这些都是冲破封闭的有益尝试。广播在开放性方面有着自己的独特优势,它可以扬系统之优势,汇天下之精华。可以肯定,伴随着市场经济的发展,广播的新闻宣传必将呈现全面开放的势态。

三、挣脱旧的管理制度,建立新的运行机制

广播要充分发挥其应有的功能,就要最大限度地调动人的积极性。这是深化改革的出发点和归宿点。要调动人的积极性,就要彻底从旧的管理制度中挣脱出来,逐步建立“干部能上能下,人员能进能出,收入能高能低,节目能设能撤”的新机制。要建立起充满生机和活力的内部运行机制,其核心是引入竞争、激励机制。这一机制的内容至少包括:任务竞争承包机制,干部竞争聘任机制,职工双向选择机制,人才竞争上岗机制,收入竞争分配机制等等。实

实践证明，广播电台只有建立起这一新的内部运行机制，才能调动方方面面的积极性。

上述诸多竞争机制，最主要的是人事、分配机制，抓好了这两项改革，就能牵一发而动全局。目前，许多台、站这方面的改革经验是：彻底打破人事制度的封闭式管理，实行动态管理。其做法是：对干部实行公开竞争上岗，通过设标竞争演说和群众评议等民主程序，聘任政治素质高，有群众威信，能干事创业的人走上领导岗位；根据工作目标和人员定额，实行将点兵、兵择将的双向选择，合理配置人力资源；根据实际贡献、效益好坏，实行按工作成果分配。干部竞争上岗，打破了干部只能上不能下的传统状态，激发了争攀高峰、勇挑重担的创业精神。职工双向选择，打破了人员能进不能出的僵化局面，促使职工努力提高自身的业务技术水平和竞争能力。按工作成果分配，打破了分配领域的平均主义，激发了干部职工的工作热情，解放了生产力。

实行干部竞争上岗和职工双向选择，使一些素质高、有专长的职工走上了关键岗位和重要岗位，特别是实行将点兵、兵择将的动态优化组合，实质上是内部人才竞争力的流动，有利于人才的脱颖而出。同时，也彻底打破了干部职工的界限，先聘到领导岗位就是干部，落聘了就是一般员工。每个领导岗位，都规定了具体的工作任务。保证完成任务，是走上领导岗位的前提，完不成任务，就要从领导岗位上退下来。因此，台、站长和部、室主任已不再是官位，而是责任轻重、能力大小、贡献多少的标志。这样，一些人也不再为当不上干部而东奔西跑或萎靡不振了，大家都一心一意把精力用在了工作上。

在分配制度上实行按贡献大小、劳动成果进行分配，这是市场经济运行规律所决定的。一些单位把原工资级别作为档案工资，贡献大者多得，贡献少者少得，无贡献者不得，“负”贡献者受罚。这种奖勤罚懒，奖优罚劣，赏罚分明的分配方式，打破了长期存在的阻

碍生产力发展的“大锅饭”，真正体现了社会主义按劳分配的原则。

有些单位还实行了风险押金制或目标责任保证金制，让竞争上岗的人员交纳一定数量的风险金或保证金，使每一上岗职工都有了不同程度的约束和压力，这对于每人目标任务的完成，无疑是一种激励保证措施。

建立新的内部运行机制，必然触及到个人的切身利益，整个过程会充满矛盾和阻力。因此，这一改革既要大胆又要稳妥。要尽量减少改革的阻力和思想波动，要教育广大干部职工自觉服从改革的大局，确立优胜劣汰观念，克服平均主义思想，把改革推向前进。广播内部机制的这一改革，对于广播自身的繁荣和发展，有着特殊的重要意义，实践也证明，早改革，早主动；早挣脱，早见效。

四、挣脱无偿服务的框框，开拓新的创收渠道

长期以来，广播是纯公益事业的概念在人们头脑中根深蒂固。总认为广播应对社会实行无偿服务，社会也认为这种服务是天经地义的。广播产业属性的确立，冲破了广播是纯公益事业的旧观念、旧认识，将广播从无偿服务逐步推向了有偿或部分有偿的轨道上来，使之向既是事业型又是产业经营服务型转变。这既符合市场经济的客观要求，也是广播走出困境的出路。过去的相当长时间内，广播的经费来源主要靠财政拨款，财政给多少钱就办多少事，多给就多干，少给就少干，不给就不干。这种完全依赖财政的被动做法，造成了经费短缺，制约了广播事业的发展。现在，就要在办好节目，讲求社会效益的同时，依据自身的优势，大力抓好创收，拓宽有偿服务的渠道，逐步走上自我发展的路子。

当前，广播创收的途径和有偿服务方式应从以下方面着手：

1. 办好节目，吸引广告客户。这是广播创收的根本途径。节目办好了，办活了，收听率提高了，影响扩大了，经济界就愿与你联手，或做广告，或联办节目，或慷慨赞助。这就要求我们下大力气优