

浅谈铜梁广播电视台

在文化大发展大繁荣中如何实现自我跨越

——重庆市铜梁县广播电视台 刘晓京 402560

党的十七大和十七届三中全会精神，深入学习实践科学发展观，大力发展社会主义先进文化，不断提升重庆文化软实力，中共重庆市委三届五次全会专题研究了宣传思想文化工作，并就推动文化大发展大繁荣作出有关的决定。中共铜梁县委十二届七次全委会审议通过了《中共铜梁县委关于推动文化大发展大繁荣的决定》。

胡总书记的十七大报告中用了一整章节单独阐述了推动社会主义文化大发展大繁荣。提出了要坚持社会主义先进文化前进方向，兴起社会主义文化建设新高潮，激发全民族文化创造活力……要积极发展新闻出版、广播电视、文学艺术事业，坚持正确导向，弘扬社会风气。重视城乡、区域文化协调发展，着力丰富农村、偏远地区、进城务工人员的精神生活，加强网络文化建设和管理，营造良好网络环境。……运用高新技术创新文化生产方式，培育新的文化业态，加快构建传输快捷、覆盖广泛的文化传播体系。……。

胡总书记十七大报告为我们事业的发展指明了前进的方向，构织了一幅美好的蓝图，为我们电视人营造出积极向上有利的大环境。特别是重庆作为最年轻的直辖市，又新成为城乡综合配套试验区，国家在资金、技术、人才等各方面都会加大政策支持力度，重庆无疑面临一次前所未有的发展机遇，而铜梁地处重庆市辖区内，同样拥有以上大的环境优势。并且根据

市有关规划，目前铜梁区位优势已基本突显，县委、县府对铜梁的发展方向作出了主城功能拓展区的定位，铜梁广播电视宣传事业也将会呈现出勃勃生机。

广播电视台作为县委、政府的喉舌部门，无形之中起着上传下达各类信息、促进当地全面发展的积极作用，具备较强的环境优势。要在良好的环境中不断实现自我跨越，主要涉及到管理者如何看待和利用环境因素与自身资源要素的合理配置问题。

目前广播电视台属于财政差额拨款单位，大部分的资金靠自筹，如何在提倡社会主义文化大发展并且在竞争强烈的今天实现事业的稳步发展，应充分了解和利用好环境因素。该如何看待和利用环境因素呢？经过认真思索，形成以下一些观点，希望能为铜梁电视台事业的发展有所帮助。

在千载难逢的机遇前，铜梁广播电视台如何利用好外部环境因素得以更大的发展，是值得深思熟虑的。我台自从新一届领导班子成立以来，在利用好外部和内部环境方面是成绩显著的，但还有潜力可进一步挖掘。

一是在优化政策方面还可进一步利用外部环境积极争取，包括市级、县级的政策。市一级包括市文广局、市广电总台、市财政局等，根据上级部门不同的权限在项目资金、技术等方面积极争取政策倾斜。县一级包括县领导、宣传部、县财政、税务等有关部门的政策支持，是促进事业发展的重要保障，是不容忽视的。

在与市级部门积极衔接上，以前的一些经验值得借鉴，如派职工到市电视台上挂学习、成立重庆办事处等。通过在上级台的业务学习，对提高本台的节目质量是有目共睹的。在新的历史条件下若成立重庆办事处可以

彰显更深远的意义，可起到质的飞跃。重庆办事处作为常驻重庆的办事机构，主要任务是在台领导的带领下，驻重庆积极与有关的上级部门进行工作汇报，拓展广播电视的主营业务（广告、节目制作等），开发新的附营业务（如网络、区县电视台协作体的业务开发等），做好有关的公关服务，为县广播电视台与市台的多面业务合作互动提供有利的环境，为多方争取资金做出最大的努力。

我台在争取本县各级领导、各部门的政策倾斜是卓有成效的。但也还有一些潜力，如依据铜梁提出的把打造“中国龙文化旅游之都”作为铜梁未来的发展定位，广播电视台的发展机遇也会应运而生，一是广播的恢复目前已基本实现，资金也得到保障。二是电视的主营业务可进一步得到拓展。如电视宣传片、专题片、记录片等业务可有计划成规模地展开，利用每年或每月宣传部宣传工作的召开，以此为平台，在得到上级领导支持重视的情况下，布点形成网络，依靠各部门专职或兼职的宣传干部，提供最基础的信息和相关资料，为全县各部门提供最全面的信息服务，使县的宣传工作做出特色，更好地为当地的政治、经济、文化建设搭建信息平台，为提高本地的知名度和促进本地的全面发展作出积极的贡献。具体操作就是电视台有关的管理部室，分门别类建立全县单位和个人的客户信息，形成固定的客户网络体系，做好频道推广、客户服务、公关一体化服务。将环境因素最大化地运用好。

二是根据有利环境，依托本地的区位优势和发展定位，打造有气质、有特色的广播电视媒体。一个媒体的文化是其精神理念、核心价值观与受众之间的一种介质，而反映这种介质的外化，可以总结为一个媒体势力的

典型气质。但媒体人的气质不是与生俱来的，需要广电人的自我补充，对广播电视文化的专注，一个有气质的媒体归根结底是媒体人自身的气质体现。所以对本地风土人情、地理环境、地方文化等的理解渗透并通过媒体适时到位的体现是形成独特气质并得以不断提升的关键。

有了好的外部环境，内部自身资源的合理配置更是缺一不可。对于我台自身资源要素，又如何看待和利用好呢？目前自身资源分为常规资源和专业资源两类。常规资源分人、财、物等生产要素；专业资源分内容资源、制作资源、频道播出资源。怎样在好的大环境中整合、优化配置内部资源是广播电视事业发展中不可忽视的环节。

对常规资源的使用，主要体现在管理上。在人力资源的管理运用中，主要表现在以人为本，人尽其才，充分挖掘每个员工的潜力，调动员工主观能动性，激励员工的上进心，认真开展政治、业务技术培训，提高员工的综合素质。具体来说，事业单位对员工分管理人员、专业技术人员、技术工人三类进行管理。广播电视行业因其特殊性，主要表现在专业技术人员的管理上，主要分为记者、编辑、播音、工程、经济专业人员，而对每个专业人员的比例需进行合理的规划，寻求最佳的黄金分割点，形成不浪费、不闲置人才的局面，若某一专业人才过剩，需根据个人具体情况劝其转换专业，增加薄弱专业的人才，规划好员工的未来发展方向，解决好员工的后顾之忧，更能激发员工积极向上的激情。在财物资源的利用方面，主要体现在对设备及有关资料的合理运用。我台在这方面管理和利用是较好的，但随着科技的进步，运用微机专人管理物资、资料、档案，加快网络信息化建设的步伐，实现无纸化办公，是提高工作又快又好的关键，同

时能够进一步提升电视台的形象。

对专业资源的利用，主要表现在电视节目的内容资源、制作资源、播出资源的利用。

内容资源的利用，体现在内容的挑选非常重要，是电视台提高收视率的关键，它主要来源于新闻记者编辑队伍以及建立的客户宣传网络，有价值的内容还提倡二次利用，只是要有专人进行收集、整理、加工、策划形成专题、记录片的题材。可供本台运用或为上级台提供好的内容资源，利于形成合作共赢、互惠互利的格局。

制作资源的利用，存在着资源整合的问题，需要专人根据本台节目定位、节目类型分门别类收集通用和专用节目素材，而且资源要共享，专人管理，知识才能不断更新，制作出更精彩的电视节目，增强频道对受众的新鲜感和吸引力。

播出资源的利用，主要体现在电视节目的编排和定时播出安排上，经过详细的市场调查，分析各个播出时段受众人群的需求，合理安排好各类节目，把握好播出节奏，使每一类节目都能准点播出，增加电视台节目的定力，让观众能按时收看到喜欢的电视剧、专题类、广告信息类等节目，是提高电视台收视率的关键。做到这一点，对吸引客户投放广告，提高业务人员的市场营销能力起很大作用。

环境因素与自身资源要素之间既有区别又存在着千丝万缕的关系，如何看待和利用好二者之间的区别和联系，对广播电视事业的发展起着重要的作用，它告诉我们强有力的管理，不仅需要正确的判断，也需要全面的分析，最终才能全面抓住机遇，并通过观念创新、战略创新、品牌创新、

文化创新形成媒体自身特色，不断完善和提升自我，才能实现自我跨越，达到理想的彼岸。