

问题是如何做好文化多元化和生物多样性的保护工作,因此博物馆在文化交流过程中,还要积极交流总结相关的工作经验,互帮互助,还要渗入和谐文化发展理念,加快推进文化品牌创建,以促进博物馆事业的共同发展,

比如2010年,在上海举办的第22届国际博物馆协会就是一个全球博物馆的高级盛会,它集合了各个国家、各个民族的博物馆的不同文化,通过别具特色的展览,如技术设备、种类、元素的多样化等,涉及博物馆的众多内容。这一届博协会主题就是社会和谐,通过这次盛会促进了各国博物馆之间的文化交流,人员交流,通过多方对话和交流,促进了和谐文化的发展,这对促进博物馆事业的发展具有十分重要的历史意义。

三、开展多种形式文化交流,促进文化品牌的创建落实

1. 依据博物馆自身文化特点参加国外展览

随着我国与外国博物馆之间的交流日益增多,各种国外的展览引入国内,同时国内博物馆也不断走向国际,进一步促进了国内博物馆的对外开放和合作交流,所以,博物馆要不断用历史文化遗产把中国声音、民族文化向世界传播,推动博物馆的文化品牌不断发展。如2019年中我国的境外展览:在美国展出的“凤舞紫禁:清代皇后的艺术与生活”(故宫博物院);在澳大利亚展出的“秦始皇兵马俑:永恒的到守卫”(陕西历史博物馆);在俄罗斯展出的“18世纪东方盛世及清高宗乾隆皇帝”(故宫博物院)等。通过此种形式的展览,促进了各国之间的物质文化遗产的交流。

2. 提高文物展览水平,彰显中国历史文化

首先对历史文物的文化内涵进行深入研究,让文物也会“讲故事”。博物馆要对文物从多种角度和层面进行研究,将其赋予更高的文化内涵和历史价值,以此体现中华文化的魅力。其次要培养“讲故事”的专业服务人才,不断提高博物馆的

展览水平。通过专业人才的对文物故事的讲述,可以有效的将展品和参观者紧密联系起来。博物馆要加强对国内人才的培养和管理,还要不断借鉴国外人才培养经验,对国内人才加强培训力度,制定绩效考核和评价机制,培养一批优秀的专业化的服务人才。再次还要制定和开发符合本博物馆特色的文化创意作品,以此来满足不同参观者的需求,提升自身文化品牌形象。如河北博物院的“新春生肖文物图片展”、成都博物馆的“四川的油画邀请展”等。最后博物馆要利用互联网信息技术,提高参观者的展览体验,通过运用全息影像、虚拟手段、人工智能等方式,结合移动终端,提高展品的表现形式和渲染力,增强与参观者的互动式交流。

结束语

总之,博物馆通过加强对外文化交流的方式,不断创建博物馆文化品牌。博物馆还要不断推出具有特色文化内涵的品牌展览,深入挖掘文化价值,要在设计和思维方式上不断创新,如重视传统文化、环保理念等,从而推动博物馆在展品的文化传播形式、数量和质量上不断提升,进而在创建博物馆文化品牌上形成多元化发展。

参考文献

[1]沈婧.世界变革趋势下博物馆对外交流展览的思考[C].广西壮族自治区博物馆.处于变革世界中的博物馆:新挑战、新启示——广西壮族自治区博物馆第五届学术研讨会论文集.广西壮族自治区博物馆:广西壮族自治区博物馆,2012:73-78.

[2]董劲林.博物馆对外文化交流展览运作模式探索[J].史前研究,2010(00):389-391.

[3]刘冬.加强民族文化对外巡展,促进民族文化交流[C].中国博物馆协会民族博物馆专业委员会、民族文化宫、广西壮族自治区文化厅.中国民族文博(第四辑).中国博物馆协会民族博物馆专业委员会、民族文化宫、广西壮族自治区文化厅:中国博物馆协会民族博物馆专业委员会,2011:405-409.

对企业文化建设的几点思考

苟源

(中石化西南工程井下作业分公司 四川 德阳 618000)

【摘要】企业文化是企业的“灵魂”,是企业常青发达的动力之源,是此企业而非彼企业的根本区别之一。本文从成功案例切入,阐释企业文化建设在企业发展中的重要性;在对企业文化透视性分析的基础上,对“文”与“化”提出了新解:即,企业文化建设中的“文”,重点应是核心价值体系的提炼、整合和形成;企业文化建设中的“化”,重点应是全员的认同和文化落地。并对如何形成企业的核心价值体系,如何提高全体员工对企业文化的认同度和增强执行的自觉性,提出了建设性的思路。

【关键词】企业文化;核心价值体系;全员认同与文化落地;思考与对策

企业是社会分工的产物。企业文化是企业行为规范、思维方式、运行模式和价值取向等积淀下来的核心综合,是企业的“灵魂”基因,是此企业而非彼企业的根本区别点之一。关于企业文化建设,笔者谈几点肤浅认识:

1 企业文化建设的重要性

哲学家尼采曾说过:“当婴儿第一次站起来的时候,你会发现,使他站起来的不是他的四肢,而是他的头脑。”成功的企业从根本上讲既不是靠资产规模,也不是靠员工数量,而是靠企业内在的文化并由此形成的感召力,这就是企业文化,企业文化是企业的“头脑”。企业文化在现代管理中已经成为企业经营业绩持续增长的持续推动力,优秀的企业文化可以持久地激励员工创造新业绩。有学者对沃尔玛、壳牌、杜邦、波音、花旗等202家公司进行企业文化与经营业绩相互关系研究后发现,企业文化与企业经营业绩(企业纯收入增长指数、年收益率、股本市场价格等)成正相关性。

2. 企业文化建设的重点是“文”——核心价值体系的提炼和形成

东汉许慎《说文解字》中对“文”的解释是:“对事物形象进行整体素描”。从实践中看,企业文化建设中的这个“文”,其重心应是企业核心价值体系的提炼、整合和形成,是企业文化整体建设中核心层文化。

企业文化通常由三个层次构成。表层文化又称物质文化,主要包括企业的产品风格、技术和装备特色、厂容厂貌等,以及由此折射出的企业经营的特点、风格和作风等,是企业文化的物质外观;中间层文化又称制度行为文化,主要包括企业的规章制度和行为规范等,是组织和员工必须遵循的行为准则;核心层文化又称精神文化,主要包括企业的经营哲学、企业精神和价值取向等,它构成企业的核心价值体系,是企业文化的精髓和灵魂。

用什么样的标准来提炼和整合企业的核心价值体系,形成自身企业所特有的企业文化呢?笔者认为应主要从以下三方面来综合考虑:第一,是否对本企业的发展过程进行客观、透视性的分析,从中寻找出本企业经过过脉的、引领发展的精髓和原动力所在;第二,是否站在企业未来发展的高度,对市场走势、同行优势和劣势等进行客观、前瞻性的分析,从中较准确把握企业未来发展的总方向和总趋势;第三,是否对本企业的人文因素和外部的人文环境等进行客观、综合性的分析,从中清晰企业下一阶段工作的重点、难点,进一步夯实企业发展的人文基础,正如稻盛和夫所讲“为商必先为人”。

3. 企业文化建设的难点在“化”——全员的认同和文化落地

“化”这个字,本意是指去除分别之心,将内在和外在在达到和谐统一的境界,是完全的融合,物我两忘。如“消化”这个词,意思是指将外在的食物转化为自身内在的能量和组织的过。 “春风化雨”“点化”“至臻化境”等词中的“化”,都有这个含义。企业文化建设的难点,在于如何将企业的核心价值体系真正变成员工自觉遵守的行为准则和共同践行的价值标准。

一是思想导入。企业文化的成效要通过企业的管理行为反映出来,通过员工的行为习惯展现出来,思想的导入非常重要。思想导入的过程,实际上就是对企业文化的宣贯过程,就是把企业文化转化为员工行动的过程。既要让员工从企业生存和发展的整体高度上来把握,更要让员工结合自己的具体工作来充分认识,明白企业为什么要做企业文化,为什么要形成这样的核心价值体系,怎样做才能把企业核心价值观融入自己的工作实践中,检讨自己思想和工作等方面与企业文化要求的差距,增强转化为行动的自觉性。

二是营造氛围。企业文化要得到全员的认同,企业核心价值体系要成为全员的行动准则,充分利用各种渠道营造一种企业文化的浓厚氛围非常必要。这样可以使员工随时都能感受到企业文化存在,感受到企业文化的约束和魅力,不断增强执行的自我意识和行为。公司充分运用《简报》《油缘》等内部刊物,橱窗、板报、漫画、标语等形式,把企业核心价值观理念在办公区、工作区、会议室、学术厅和野外施工现场等不同场合,将不同的内容上墙和外挂,努力营造一种浓浓的具有公司特色的文化氛围,既增强了视觉的冲击效果,有随时提醒着员工的自律。

三是内容具体。企业文化的内容非常丰富。不同的企业有着不同的文化需求,同一企业的不同时期对文化的需求重点也不相同。针对西南油气田“三大战役”对工程作业队伍的新要求,公司把企业文化建设的重点放在抓好责任文化、形象文化、执行文化、学习文化、创新文化和廉洁文化六大文化建设上。为把这些文化做透,做出成效,还创新地把执行力文化作为公司的科研项目进行立项研究,进一步理顺和强化工作中的节点控制,有效的增强了执行力,提高了生产效率。

四是选树典型。典型分正反两方面。要以企业核心价值观为标尺,对先进集体和个人进行评选,大力张扬他们的先进事迹,使全体员工都知道他们先进在哪些地方,他们的哪些行为符合企业核心价值体系要求,为员工树立起一面面鲜艳的榜样之旗。同时,对不符合企业核心价值体系的人和事,要旗帜鲜明地大加反对,不能有丝毫的含糊。丝毫的含糊,都将会对一些员工传递着管理层在默认或对既有的企业文化部分内容要求有所下降的错误信息,直接影响企业文化和队伍的整体建设。对不符合企业文化要求的人和事,最好做成案例,剖析其原因,使员工们能举一反三地从中吸取教训。通过张扬典型,使企业文化的推动变得具体生动和更有说服力。

五是载体多样。企业文化是企业员工都要自觉遵守的文化,全员的认同度和执行力尤显重要。可采取企业文化论文征集、企业文化演讲、企业文化专题研讨、举办企业文化论坛等多种形式;组织编发《企业文化手册》和《员工手册》,汇编《企业文化案例集》;充分利用企业内部局域网,QQ群等网络手段,广泛宣传企业文化建设中涌现出的典型人和事,广泛宣传企业核心价值体系和管理层对企业文化建设的思想和主张,不断形成企业文化人人皆知,企业文化人人自觉执行的良好态势,上下同心地促进企业整体素质的进一步提升和企业更快更好发展。