

全民阅读视域下的出版企业文化建设路径探索

陶红亮

北京师范大学经济管理学院, 北京 100088

摘 要 : 近年来,随着我国经济水平的大力发展,人们物质生活渐趋丰富,越来越多的人开始追求精神世界的富足,从而掀起一股全民阅读的热潮。出版企业作为全民阅读的重要助推剂,应该持续加强自身文化建设,在提高出版企业核心竞争力的同时,更好地满足人民群众多元化的阅读需求。基于此,文章首先探究了全民阅读视域下出版企业文化建设的必要性,其次分析了当前我国出版企业文化建设发展现状,最后为全民阅读视域下的出版企业文化建设提出相应路径对策,以期为相关行业从业者提供一定参考。

关 键 词 : 全民阅读; 出版企业; 文化建设

Exploring the Construction Path of Publishing Enterprise Culture under the Perspective of National Reading

Tao Hongliang

School of Economics and Management, Beijing Normal University, Beijing 100088

Abstract : In recent years, with the vigorous development of China's economic level, people's material life is becoming more and more rich, more and more people began to pursue the prosperity of the spiritual world, thus set off a wave of national reading upsurge. As an important booster of national reading, publishing enterprises should continue to strengthen their own cultural construction, so as to better meet the diversified reading needs of the people while improving the core competitiveness of publishing enterprises. Based on this, the article first explores the necessity of the construction of publishing enterprise culture from the perspective of national reading, then analyzes the current situation of the development of publishing enterprise culture construction in China, and finally puts forward corresponding countermeasures for the construction of publishing enterprise culture from the perspective of national reading, in order to provide some reference for practitioners in related industries.

Keywords : national reading; publishing enterprise; cultural construction

2021年,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》文件中明确提及,要“深入推进全民阅读,建设书香中国”,全面阅读已是我国未来战略发展规划中的一项重要组成部分。在此背景下,出版企业作为对外进行文化输出、知识管理的重要载体,理应顺利时代发展,以全民阅读为基础落实文化建设,从而有效提高企业自身的管理水平以及核心竞争力。同时,出版企业作为我国文化产业发展的领头羊,通过围绕全民阅读开展文化建设,还有助于坚定文化自信发展道路,激发企业员工奋发向上,在新时代下推动出版企业不断创造新的辉煌。可见,文章通过对全民阅读视域下的出版企业文化建设路径展开探索研究,具有重要的现实意义。

一、全民阅读视域下出版企业文化建设的必要性

(一) 提高出版企业管理水平

出版企业的生产方式多以脑力劳动为主,这一生产方式对员工的自律性、责任心以及知识水平提出了较高要求,因而出版企业如果没有完善的文化建设体系作为支撑,员工在日常生产过程中很容易出现开小差、不细心的情况。因此,在全民阅读视域

下,出版企业以人民群众的需求为主旨,创新文化建设的内涵、内容、标准等,有利于出版企业实现时代发展与企业理念相统一,并帮助员工指明未来发展方向,为提高出版企业的管理水平创造条件^[1]。

(二) 提升出版企业核心竞争力

对于企业而言,文化建设是一项漫长且系统的工作,其中需要涉及企业各个方面的创新改造。企业通过加强文化建设,对于

作者简介:陶红亮(1983.12—),男,汉族,安徽池州人,硕士研究生,职称:中级网络工程师,研究方向:经济管理。

提高企业的核心竞争力具有重要价值作用。在很长一段时间中，我国出版企业多以国家单位为主，后经过市场经济改革，越来越多的民营出版企业出现，使出版行业的市场竞争愈发激烈。为了在激烈的市场竞争中占据一席之地，出版企业有必要以全民阅读为契机，落实好文化建设工作^[2]。一方面，出版企业通过文化建设，能够强化文化传播以及知识积累的能力，为企业协调生产、整合技能提供助力。另一方面，出版企业通过文化建设，可以有效提高产品的多元性、创新性以及对外服务的能力，从而满足人民群众的阅读需求。结合上述两点可知，出版企业文化建设可以带动企业核心竞争力建设，促进出版企业实现可持续发展^[3]。

（三）强化出版企业员工凝聚力

出版企业通过文化建设，能够让企业文化与员工精神需求相连接，从而强化员工的凝聚力，帮助员工在工作中形成向心力，这对于出版企业的健康发展具有重要意义。另外，随着越来越多人物质生活水平的丰富，逐渐开始对精神世界展开追求，这一点对于出版企业员工也不例外。出版企业通过开展文化建设，便能及时关注员工的高层次需求，然后提出诸项文化建设举措的形式，调动员工的工作积极性，促进员工实现自我价值。

（四）坚定文化自信发展道路

2020年，习近平总书记在十九届中央政治局第二十三次集体学习讲话中明确指出，“中国有坚定的道路自信、理论自信、制度自信，其本质是建立在5000多年文明传承基础上的文化自信。”出版企业作为我国文化产业的重要组成部分，在全民阅读视域下，理应承担满足人民群众多元化精神需求的重要责任，出版丰富且涵盖多个领域的优秀文化产品，逐步提高人民群众的文化认知和体验，使其坚定国家文化自信发展道路，其中少不了出版企业文化建设的帮助^[4]。

二、当前我国出版企业文化建设发展现状

近几年来，为了打造全民阅读的氛围，建设书香社会风气，国家开展实施了多项举措。一方面，我国持续加大对文化产业的投入，在市、县、乡等区域不断建设图书馆、社区书屋、职工书屋、农家书屋等公共阅读服务基础设施。另一方面，由地方政府主导，组织开展各类全民阅读活动，最大限度满足人民群众的多元阅读需求，丰富人民群众的精神生活。而在全民阅读的推广过程中，出版企业扮演关键角色，业内也有很多有识之士纷纷响应国家以及地方政府的号召，通过主动开展文化建设的形式，推出多样且丰富的文化产品，从而对人民群众进行正向、有效的文化引导^[5]。然而，我国出版企业在很长一段时间里，主要以国家单位、事业单位的管理模式存在，其发展主要依靠各类政策支持，很少直接参与市场竞争。但是，随着我国市场经济的快速发展，除少数具有公益性质的出版企业外，绝大多数出版企业纷纷开始转企改制，于是不可避免面临的市场的严厉竞争。受此影响，出版企业为了生存发展过于追求经济效益，开始不计成本、不计质量地出版大量的图书，导致图书市场上的图书品种越来越多，人民群众如果缺乏有效引导，很难从中找到有价值的文化产品。此

外，早期出版企业受成功学、鸡汤心理学等风潮影响，一些出版企业都生产过平庸书、注水书、拼凑书，这种情况不仅让出版企业在人民群众眼中的良好印象被伤害，同时也无益出版企业自身实现优良的文化建设。而在出版企业具体的文化建设上，也普遍存在一些问题。

一是出版企业文化建设战略性不足。部分出版企业在设计文化建设战略性，习惯从经济发展角度出发，其战略发展设想呈现出短期化特点，未和全民阅读这一国家战略目标相契合。二是出版企业对文化产品的精神属性认知不足。与其他企业生产的商品多以商业属性为主不同，出版企业生产的文化产品兼具商业属性和意识形态属性，出版企业受自身文化产品特殊性的影响，需要把社会效益放在首位，然后在此基础上寻求经济效益和社会效益的统一。但是，部分出版企业没有及时认知这一点，过于追求产品的经济效益，这与文化建设的目标不符^[6]。三是出版企业脱离人民群众，很少开展文化建设活动。在全民阅读视域下，为了打开销路或是提高企业自身的影响力，出版企业应该参与或开展相应文化建设活动。然而，少数出版企业过于脱离人民群众，很少对外露面，甚至从未参与国内举办的一些书展等活动，不了解人民群众的需求，其文化建设工作自然无从提起。

三、全民阅读视域下的出版企业文化建设路径

（一）出版企业管理者应发挥文化建设垂范作用

企业管理者作为企业文化的塑造者，其一言一行以及价值观念会直接在企业中形成投射，进而影响企业员工的行为举止以及文化行为。因此，出版企业管理者应该发挥文化建设的垂范作用，才能为出版企业文化建设铺垫良好基础。一方面，出版企业管理者可以通过会议形式向各部门负责人、员工传递价值观以及经营理念，然而不同的会议风格直接影响传达效果。比如，严肃的会议风格虽然正经有余但是活泼不足，员工对管理者心生畏惧，表面上尊敬但其实不愿从根本上贯彻传达的文化建设理念。因此，出版企业管理者可以多采用严肃活泼的会议风格，引导各部门负责人、员工在会议上针对文化建设畅所欲言，通过集思广益的形式把文化建设工作深深印刻在员工的脑海中。另一方面，出版企业管理者除了通过开会贯彻价值观外，还可以深入到员工的日常当中，倾听员工在文化建设工作过程中面临的问题，并给出解决问题的方法。这种私下沟通的方式可以让员工看到管理者的平易近人形象，容易增进彼此间的尊重，免去了误会和对抗，从而使文化建设更容易在出版企业内部贯彻落实。

（二）围绕企业自身营造良好的文化氛围

在全面阅读视域下，许多人抱怨想要买到一本好书却十分困难。究其原因在于越来越多的出版企业过于追求经济效益，跟风出版一些鸡汤、成功心理学等注水书、平庸书，使文化产品的内容呈现出泛化、俗化、浅化等特征，甚至有人戏称出版企业是“文化产业缺文化，内容产业少内容”^[7]。一些出版企业之所以存在上述情况，在于身处市场经济中，为了生存所做出的妥协。然而，出版企业要想实现可持续发展，就应该摒弃上述错误的发展

思路,通过文化建设的方式,营造良好的文化氛围,才是提高出版企业核心竞争力的根本之道。一方面,出版企业作为以文化发展为基础的企业,需要将“人文化成”作为基本的经营管理宗旨,在日常生产经营过程中,始终坚守文化底线。如果出版企业缺乏对文化的基本尊重,便很难令人相信出版企业有志于传播文化、建设文化的决心。另一方面,对于出版企业来说,编辑的工作质量高低直接影响文化产品的质量。在此情况下,出版企业要想营造文化氛围,就应该强化编辑的文化特征、提高编辑的文化素养、熏陶编辑的文化内涵,这对于企业完成文化建设、对外塑造良好企业形象均具有重要意义^[8]。

(三) 对外开展多元化的文化建设活动

出版企业在全民阅读下的文化建设工作开展,除了要在内部营造文化氛围外,还应该通过对外开展多元化的文化建设活动形式,维持好出版企业与社会互信关系,同时也能把自身的文化内涵传递给人民群众^[9]。对此,不同的出版企业应该结合自身的特点设计相应的活动,凭借活动为人民群众提供多元且丰富的文化服务以及教育服务,让更多人认可出版企业的文化价值。比如在2024年,中国出版集团以“爱读书、读好书、善读书”为主题,开设多种文化建设活动。一是开展名社大社迎读者活动,该活动邀请了读者、作者、媒体走进各著名出版企业,参加名家讲座、读书快闪、科普游艺等。二是开展全民阅读百场读书会,该活动以线上线下相结合的形式展开,并邀请专家学者围绕读书文化开展专题讲座、分享会、发布会等。三是开展千种好书全国展销会,该活动联合全国重点省市新华书店,专门设立中国出版集团好书和文创展销专台,向人民群众推荐和普及优质的文化产品。可见,出版企业通过开展多种文化建设活动,不仅有助于推广全民阅读,还有助于文化建设水平得到提升,为实现社会效益和经济效益相统一提供保障。

(四) 搭建文化建设专业化人才队伍

出版企业的文化建设需要立足于企业实际,以企业文化为基

础,以强化管理力度为抓手,搭建文化建设专业化人才队伍。第一,有条件的出版企业可以对外招聘有充足文化建设经验的专职人才,并围绕专职人才搭建文化建设部门,统筹企业文化建设工作的开展。第二,出版企业还可以对内挖掘培养人才,通过定期开展员工培训的方法,并结合全民阅读这一大形势,向员工传递先进的文化思想,改变员工传统的工作方式,让员工自愿投身于生产人民群众爱看、喜欢看的文化产品过程。为提高文化产品质量、对外树立出版品牌形象提供保障。第三,出版企业还可以围绕文化建设制定相应的绩效考核制度,把文化建设工作纳入员工的绩效考核指标中,激发员工参与文化建设的热情^[10]。对于文化建设绩效指标考核分数较高的员工,出版企业可以将其树立成榜样,并在企业内部宣传,并为其提供一些物质、精神奖励。而对于不积极参与文化建设的员工,出版企业需对其进行口头批评,多次屡教不改后进行内部通报并对其给予一定程度处罚。出版企业通过这种方式,能够显著增强员工的文化建设意识,为出版企业搭建专业化人才队伍提供助力。

四、结语

综上所述,在全民阅读视域下,人民群众的阅读需求呈现出多元化特征,出版企业传统的文化输出已经无法满足人民群众的基本需求。对此,出版企业需要从自身着手,围绕全民阅读这一我国重要未来发展战略,主动加强文化建设,创新企业文化价值内涵,才能跟上时代发展浪潮。在此过程中,出版企业可以采用出版企业管理者应发挥文化建设垂范作用、围绕企业自身营造良好的文化氛围、对外开展多元化的文化建设活动、搭建文化建设专业化人才队伍等路径对策,在促进出版企业实现长久健康发展的同时,为建设全民阅读的书香社会打下坚实基础。

参考文献

- [1] 任翔. 中国阅读文化建设探讨 [J]. 北京社会科学, 2020, (10): 4-14.
- [2] 韩敏. 企业化背景下出版社发展问题研究 [J]. 领导科学论坛, 2020, (01): 73-75.
- [3] 蔡媚婷, 赵奕吉, 梁圣奇, 等. 以企业化建设推动企业高质量发展——以嘉兴知联中佳税务师事务所为例 [J]. 现代经济信息, 2021, 000(010): 182-183.
- [4] 凌卫. 出版行业企业文化建设的思考 [J]. 新闻文化建设, 2022, (16): 15-17.
- [5] 陈鼎中. 全民阅读背景下的出版企业化建设 [J]. 渭南师范学院学报, 2018, 33(12): 80-85.
- [6] 张文闻. 国有企业活力工会建设路径的实践 [J]. 中小企业管理与科技, 2016.
- [7] 林波. 对出版行业企业社会责任工作的几点思考 [J]. 可持续发展经济导刊, 2023, (04): 61-63.
- [8] 凌卫. 出版行业企业文化建设的思考 [J]. 新闻文化建设, 2022, (16): 15-17.
- [9] 黄笑宇, 加春阳. 中原出版集团公共文化建设的实践与探索 [J]. 出版参考, 2021, (09): 41-42+49.
- [10] 余玉荣, 郝慧芬. 江西文化企业的企业文化建设研究——以江西出版集团为例 [J]. 老区建设, 2019, (24): 67-71.