

## Research on the relationship between community culture and community competitiveness

Feng Wanting

Shengzhong Community Life Service Center of Shengli Oilfield, Dongying

**Abstract:** Cultural "soft power" is not only competitive, but also a strong driving force. Culture is not only an important part of the construction of "victory base camp" and an important force to promote the development of the community, but also represents the level of civilization and quality of life of a community, reflecting the cohesion and vitality of a community. Only if we dare to inherit and carry forward the profound and excellent corporate culture of Shengli Oilfield, actively cultivate and give play to the cultural advantages with corporate characteristics and community characteristics, cultivate and shape people with advanced and harmonious culture, enrich people's spiritual connotation, and improve people's cultural taste, can we transform the cultural soft power into the competitiveness of community development.

**Key words:** Culture; Community work; Soft power; Competitiveness

Received:2020-04-30;Accepted:2020-05-15;Published:2020-05-17

# 社区文化与社区竞争力的关系研究

冯婉婷

胜利油田胜中社区生活服务中心，东营

邮箱: wtf1992@sina.com.cn

**摘 要:** 文化“软实力”既是竞争力，也是强动力。文化不仅是“胜利大本营”建设的重要组成部分，推动社区发展的重要力量，同时也代表着一个社区的文明程度与生活品质，体现着一个社区的凝聚力和生命力。只有勇于继承和弘扬胜利油田深厚、优秀的企业文化，积极培育和发挥有企业特色、有社区特性的文化优势，用先进的、和谐的文化培育人、塑造人，丰富人们的精神内涵，提升人们的文化品位，才能把文化软实力转化为社区发展的竞争力。

**关键词:** 文化；社区工作；软实力；竞争力

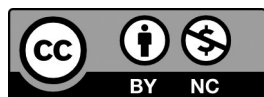
收稿日期：2020-04-30；录用日期：2020-05-15；发表日期：2020-05-17

---

Copyright © 2019 by author(s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



党的十七届六中全会审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革推动社

会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》（以下简称《决定》）。这次会议，是中国共产党成立以来第一次由党的中央委员会全体会议研究部署文化建设与发展的会议。全会把文化放在“民族凝聚力和创造力的重要源泉、综合国力竞争的重要因素、经济社会发展的重要支撑”高度，深刻分析了中国特色社会主义文化建设面临的形势与任务，深入总结了我国文化改革发展的实践与经验，鲜明提出了建设社会主义文化强国的目标任务，全面部署了深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣的各项工作，对加强社会主义思想道德建设提出新任务、新要求，发出了进一步兴起社会主义文化建设新高潮的动员令。

文化是综合国力的重要标志。文化力既是竞争力，也是强动力。推进文化建设和发展，关系实现全面建设小康社会奋斗目标，关系坚持和发展中国特色社会主义，也关系到企业发展乃至每个人的切身利益。扎根胜利文化这片沃土，胜中社区秉承胜利油田的政治优势与优良传统，以新时期胜利精神和胜利文化核心内涵为指导，按照油田党建和思想政治工作向社区延伸、拓展的新要求，始终坚持“员工靠文化来凝聚，管理靠文化来推动，品牌靠文化来支撑，形象靠文化来塑造，和谐靠文化来促进”的原则，制定实施了《胜中社区文化服务体系建设的实施意见》，打造出富有活力、催人奋进的社区文化。近年来，胜中社区先后获得省级文明单位，山东省思想政治工作优秀企业、文化先进社区、优秀文化广场、全民健身月活动先进单位等一系列荣誉。文化，日益成为胜中社区的软实力和科学发展的竞争力。

## 1 依靠社区文化促进思想统一、心智凝聚

推进企业文化建设，实际上是一个把无形的价值理念转化为有形的物质成果的创新实践过程，通过耳濡目染的熏陶，潜移默化的培育，水滴穿石的渗透，春风化雨的滋润，把文化理念灌输到干部职工的思想中，融化到干部职工的血液里，落实到干部职工的行动上。企业文化在形态上表现为一种观念、一种认识、一种群体意识，这种思想形态最终转化为精神动力，推动着企业发展壮大。

（1）注重发挥社区文化的目标导向作用。企业目标代表着企业发展的方向，

没有正确的目标就等于迷失了方向。完美的企业文化会从实际出发,以科学的态度去确立企业的发展目标,企业干部职工就是在这一目标的指导下从事生产经营活动。胜利石油管理局党委将社区职能定位为“油田勘探开发大本营”之后,社区党委及时研究确立了“推进三个倾力打造,实现五个一流目标”(倾力打造胜利油田中心基地,倾力打造勘探开发大本营,倾力打造油城居民高尚社区;实现一流的保障水平,一流的服务品质,一流的社会秩序,一流的文明素养,一流的发展潜质)发展思路,形成了胜利大本营“贵在建设、重在管理、根在服务、魂在和谐”的核心理念,努力把中心城区“胜利大本营”建设成为处处充满活力、人人心情舒畅,居民信任、群众支持、和睦相处的胜利石油新家园。共同的目标和理想塑造了共同的价值观念,干部职工把社区看成是一个命运共同体,社区上下步调一致,形成统一的整体,“社区助我发展,我以社区为家”成为干部职工发自内心的真挚情感。

(2) 注重发挥社区文化的教育激励作用。自我价值的实现是人的最高精神需求的一种满足,这种满足能够形成强大的激励。只有形成共同的价值观念,才能让每名职工都感受到自己存在和行为的价值,才会加倍努力,用自己的实际行动去维护社区的荣誉和形象,为维护良好的社区形象和自身形象而自发调适个人的心理和行为。社区管理服务操作岗位工作具有技术含量不高、重复性较强、问题容易反复等特点,在简单、枯燥、单调的工作环境中,职工极易滋生倦怠情绪和应付思想。为此,我们要不断强化“三比三看”教育,引导干部职工与油田勘探开发一线艰苦的工作环境相比,看我们的工作环境优越不优越,“珍惜岗位、敬业奉献”的思想牢固不牢固;与主营单位干部职工“排除万难、保油上产”的拼搏精神相比,看我们“履职尽责、埋头苦干”的责任意识强不强;与管理局对社区寄予的厚望相比,看我们提高管理服务水平的决心大不大。要深化组织先进事迹报告会、“身边人讲身边事”演讲比赛、“百名优秀员工”评选表彰、到油田艰苦一线及垃圾处理厂现场体验等活动,通过教育熏陶,引导干部职工珍惜劳动机会,把本职工作看成是实现共同目标的重要组成部分,把履职尽责作为体现人生价值的必由途径,营造形成挑战平凡、爱岗敬业的良好氛围。

## 2 依靠制度文化促进管理创新、服务创优

《决定》指出,必须坚持社会主义先进文化前进方向,使文化成为新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点,为推动科学发展提供重要支撑。从某种意义上说,管理也是一种文化,文化是管理的一种手段,它可以用共同的价值标准统一员工思想,增强社区凝聚力,激发员工创造力,为强化社区管理服务发挥重要支撑作用。

(1) 精细管理文化落地生根。文化不是“纯”理念性的东西,而是贯穿于生产经营过程的一种管理方法。要让管理文化落地生根,必须采取有效的制度、措施,把企业的价值理念转化为职工的价值认同和自觉行动。在引入 ISO、HSE、5S 等先进管理经验的基础上,胜中社区长期坚持推行以“基层自查、随机抽查、双月检查、量化排序、奖优罚劣”为主要内容的双月考核制度,对不精细、不规范、不到位的问题经常抓、抓经常,反复抓、抓反复,抓住不放、一抓到底,积极倡导“尽善尽美”的工作标准和“精从细中来,细在尽责处”的管理理念,十几年如一日不断向平凡发起挑战,以创新的举措推动管理水平提升,相继推出了“绿色物管”、“楼道检查表”、“区片领班代理负责制”、“环卫保洁程序化管理”、“生活垃圾桶装化管理”等措施标准,使精细管理的理念在社区职工的心中落地生根。

(2) 精致服务文化根深叶茂。服务是社区的立足之本、生存之道、发展之基。只有通过服务才能展示社区作为,体现社区价值。要根据职工群众不断提高的服务要求,创新服务理念、服务方式、服务手段,完善人性化、亲情化、个性化的服务措施,在持续改进中提升服务品质。服务体现价值,文化无处不在。胜中社区精心培育“至真至诚,尽善尽美”的精神理念,坚持以“及时、周到、方便、高效”为目标,引导干部职工按照“每一项工作都是产品,每一个岗位都是窗口”的要求,积极亮标准、亮身份、亮承诺,比技能、比作风、比业绩,转变服务态度,强化礼仪规范,学会换位思考,提高服务效率,推出了承诺服务、错时服务、报号服务、礼仪服务和集成服务举措,让广大的职工和居民真切地感受到“我家在胜中,胜中是我家”。为满足群众健康需求,社区医疗卫生系

统加强糖尿病、口腔科、结石科、软伤科等特色专科建设,推出了“片医片护”、家庭病床、临终关怀等服务项目,建立了“乐园式儿童病房”。学前教育系统围绕民族传统节日开展丰富多彩的活动,童话节特色活动成为优秀品牌,阅读银行、图书漂流等成为教育特色。

(3)精品建设文化蓬勃茁壮。提及品牌文化,就不能不提可口可乐,因为它是全球最成功的品牌之一。有分析人士指出,可口可乐的成功在于它为消费者提供了一个有丰富文化内涵的品牌而不只是冷冰冰的产品。打造服务品牌,要把企业精神、服务理念、人文思想以及服务对象的生活方式糅进品牌建设中,让群众切实感受和体验到放心和满意。因此,要以品牌文化为引领,用品牌锤炼素质,靠品牌彰显形象,既集中体现品牌文化,又使品牌文化促进服务市场深度开发。在胜中社区“挑战平凡,无限创新”、“服务只有起点,满意没有终点”、“同心才能走得更近,同力才能走得更远”等团队文化理念犹如串串珍珠,映射出社区品牌的光彩。物业系统的“玉山物业”、“素质人居”、“万家馨”;医疗系统的“生命绿洲”“健康超市”;教育系统的“大海之子”、“手拉手”、“百灵鸟”等,形成了丰富多彩的品牌花园,取得了用无形资产盘活有形资产的效果。胜中社区的“玉山物业”、“素质人居”,分别被授予胜利油田“十大服务品牌”和“家园文化”品牌。部分社会房地产开发企业主动联系胜中社区洽谈物业管理协议,并将其作为吸引业主入住、确保房产增值的“金字招牌”。

### 3 依靠家和文化促进社区共建、文明共享

《决定》指出,社会主义核心价值体系是兴国之魂,是社会主义先进文化的精髓。必须强化教育引导,增进社会共识,创新方式方法,健全制度保障,把社会主义核心价值体系融入国民教育、精神文明建设和党的建设全过程。社区居民是一个相对复杂和多元的群体,加强社会主义核心价值体系建设,必须构建健康向上、协同进步的社区文化体系,营造和谐的社区文化氛围,用先进的、和谐的文化培育人、塑造人,丰富人们的精神内涵,提升人们的文化品位。

(1)高度重视和谐文化建设。《决定》要求,要推动文化科技卫生“三下乡”、



科教文体法律卫生“四进社区”“送欢乐下基层”等活动经常化。在推进中心城区“胜利大本营”建设的进程中,为把来自不同单位的居民凝聚起来,社区要把“家和”文化渗透到工作的每一个阶段、小区的每一个角落,不断激发出广大居民建家、爱家的责任感。要注重社区文化品牌的打造,充分发挥社区文化资源丰富、文化阵地多样的优势,深入开展“文明家庭、文明楼栋、文明单元”评选,“小手拉大手”、“楼道互助”、“邻里守望”、“家庭才艺展示”“我爱我家”征文以及文化广场等和谐创建活动。结合推进“胜利心田”工程建设,全面推进社区党建和思想文化大阵地建设,深入小区居民,以为家庭“送贺卡、送春联”,组织居民乒乓球赛,举办红歌赛,引导居民树立积极健康的生活态度,增强职工群众对小区、对社区、对油田的归属感。

(2)积极推进社区家园共建。《决定》指出,要深化群众性精神文明创建活动,广泛开展志愿服务,拓展各类道德实践活动。职工和居民是和谐社区建设的主体,居民参与共建是社区管理的有效方法,是构建和谐社区的重要方向,也是居民自我教育、自我管理、自我服务、自我约束的过程。胜中社区依法建立了家属委员会,组织成立了党员服务社,定期组织非在职党员开展活动,增强了他们认同感、归属感。与此同时,积极发挥“党员服务社”的平台作用,以“亮身份、做承诺、树形象”为动力,组织非在职党员成立

“晓风义务理发室”、“绿丝带利民工作室”、“党员365工作室”,参加义务巡逻队,担任小区维修改造监督员,成为推进小区和谐建设的一支重要力量。胜利油田“基层家文化建设示范点”科兴物业站,每年中秋来临时都要组织小区“邻里节”,居民自编自演尽展才华,家家户户亮出厨艺,共摆喜庆大宴,共同奏响社区大家庭的和谐音符。目前,遍布胜中各小区的义务巡逻、义务监管、绿树认养、困难帮扶、兼职讲师、小区文化等志愿者队伍,如雨后春笋般纷纷组建并运行起来,成为辖区群众奉献才智的缤纷舞台,体现出小区居民作为小区主人的崇高地位。

## 参考文献

- [1] 龚贻洲. 论社区文化及其建设[J]. 华中师范大学学报:哲学社会科学版,

1997.

- [2] 刘庆龙, 冯杰. 论社区文化及其在社区建设中的作用 [J]. 清华大学学报: 哲学社会科学版, 2002, 17 (5): 19-24.
- [3] 钟媛媛. 论社区文化及其在社区建设中的作用 [J]. 改革与开放, 2013 (2): 200.