

红沿河马拉松——企业文化与公众沟通融合的实践与思考

辽宁红沿河核电有限公司 李杨 何鹏

【摘要】 根据党中央、国务院部署，我国在 2020 年全面建成小康社会要打赢三大攻坚战，防范化解社会风险是三大攻坚战之一，其中，涉核领域的社会风险防范和化解工作显得尤为重要。近几年来，在公众沟通方式、手段逐渐趋同以及“邻避”效应仍存在的形势下，核电企业持续探索公众沟通新模式、新手段尤为迫切。近几年，红沿河公司连续举办红沿河马拉松赛，丰富了公众沟通的方式，打通了企业文化和公众沟通的界限，无论从工作思路还是工作成效都有一定的创新性，在此与同行分享。

【关键词】 马拉松，公众沟通，创新，实践

习近平总书记在党的十九大报告中提出，我们要在 2020 年全面建成小康社会，需要打赢三大攻坚战——防范化解重大风险、精准脱贫、污染防治。在 2019 年 1 月 24 日开班的省部级领导干部培训班开班仪式上，总书记阐释了防范化解重大风险的主要领域，包括政治、社会、经济、意识形态、科技、外部环境、党的建设等七个领域。其中，防范化解涉核社会风险是其中重要内容。习近平总书记在 2018 年 8 月召开的全国宣传思想工作会议上提出，文化宣传工作要认真履行“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务，切实增强文化宣传的影响力、引导力、公信力。

习近平总书记关于宣传思想工作的重要论述，以及党中央的决策部署，为我们核电企业加强公众沟通、做好文化宣传工作指明了方向、明确了目标、提供了遵循。

由此观之，核电企业公众沟通工作使命光荣、任务艰巨、责任重大，要面对面临的风险挑战有清醒的认识，对解决社会公众信任问题有科学对路的工作举措，并做好实施，方能取得实效。

近年来，红沿河公司高度重视涉核公众沟通工作，持续开拓思路，创新举措，取得了一定实效，为项目科学健康发展营造了和谐的社会氛围。其中，红沿河马拉松作为近几年举办的品牌活动，特色突出，成效明显，受到了行业内外有关专业人士的较高评价。

一、红沿河马拉松的发端

1. 红沿河马拉松基本情况

红沿河核电站位于辽宁大连瓦房店市红沿河镇，地处渤海辽东湾畔，厂址三面环海。大连初夏宜人的气候，直通厂区的优美滨海赛道，这是孕育红沿河马拉松的天时、地利。

具有三十余年历史的大连国际马拉松赛（以下简称“大马”）是国内知名马拉松赛事，成为大连的一张文化名片。三十余年的文化底蕴，培养了大批爱跑步、爱运动的大连人，也感染了红沿河核电的员工参与这项运动。从 2006 年红沿河公司成立至今，每年都有公司员工参加“大马”，其人群逐渐增多，近几年已形成较大规模。据统计，2014 年至 2019 年，以公司团体形式参加“大马”的红沿河公司员工超过 400 人次。大连爱跑步的社会公众和红沿河公司的跑步群体共同造就了红沿河马拉松的“人和”。

伴随公司跑步爱好者的增多，一个想法在大家心中酝酿——能不能办一个红沿河自己的马拉松，既激发了大家热爱运动、热爱生活的热情，又丰富了大家的体育文化生活，同时增强员工的团队凝聚力、战斗力。在公司党委、总经理部主要领导的大力支持和指导下，2017年6月，首届红沿河半程马拉松赛诞生，此后每年举办一次。经过赛事经验的积累，红沿河马拉松的赛道设计、赛事服务等各方面都逐步完善，并获得更多人的认可，成为核电圈内的网红赛事。2019年第三届红马的赛事影响力更广，社会参与度更高，除了红沿河基地的20余家合作伙伴单位组织人员参赛以外，大连市公安局、中国联通、大连理工大学等大连市企事业单位，以及宁德、台山等国内多个核电站的跑步爱好者均有参与，最终形成近千人的参赛人员规模。

红沿河孕育形成的跑步文化与大连地区的马拉松文化形成了同频共振，通过马拉松的形式，增加了社会公众参观核电站，了解核电文化的渠道。借力马拉松运动的属性，社会公众更易于感受到核电企业开放透明、严谨务实、安全至上的精神和价值理念。

2. 红沿河马拉松的衍生

随着“红马”在跑步圈影响力的增强，一大批跑步爱好者对红沿河的信任逐渐增加，相关的文化交流活动持续开展，跑步文化成为红沿河文化重要的组成部分，与红沿河读书文化一动一静，相得益彰。

基于这样的工作基础，2018年底，红沿河公司决定在举办“红马”赛事基础上再进一步，筹划设立全国首个核电马拉松主题长廊。这一倡议得到了很多跑步爱好者的热情响应，捐赠了具有很强收藏意义的奖牌、奖杯以及相关物品。

经过半年多的筹备，红沿河马拉松长廊于2019年6月落成，展出的80余枚奖牌、奖杯均来自于公司员工以及国内核电行业马拉松爱好者的捐赠，这些奖牌、奖杯包含纽约、芝加哥、日本金泽等国际赛事以及近30个国内主要城市赛事。马拉松长廊开放后，成为公众参观红沿河的打卡地标之一。

二、红沿河马拉松创设了核电企业公众沟通的新模式

1. 红沿河马拉松打通核电企业文化和品牌建设的界限

红沿河马拉松在创设初期，是按照一个典型的企业文化活动策划开展的。赛事给热爱跑步的员工提供了一个锻炼和交流的平台，激发和带动全体员工通过运动增强体质，感受马拉松精神，传递“快乐工作，快乐生活”的文化理念，这是红沿河公司最初赋予“红马”的意义。

随着活动的深入开展，社会公众参与增多，伴随着社会公众自媒体的传播，红马的社会知名度进一步增加，这让红马具备了企业文化活动和公众沟通品牌活动双重属性。

1. 红沿河马拉松促进了公众对核安全的深刻理解

近年来，红沿河公司扎实开展了多样化的公众沟通活动，比如核电科普课、公众开放日等，这给公众参与红马提供了很好的群众基础。马拉松有别于以往的公众参观、核电科普等公众沟通活动，其体验感受更丰富立体，其特点包含以下几个方面：

一是具有积极的社会效应。积极的从众效应可以相互激励情绪，做出积极之举，有利于建立良好的社会氛围并使个体达到心理平衡。反之亦然。历数以往各项常规的公众沟通活动，单次的核电公众参观针对的都是特定的人群，且人数有限，很难找到一项可以覆盖人数如此多，将年龄职业等层次如此复杂的人群汇聚到一起的公众沟通活动，而马拉松做到了。马拉松活动的积极健康属性，其群体行为产生的是显著的从众正效应。

二是从被动灌输到主动体验。在认知习惯上，人们更倾向于相信亲眼所见的，即“眼见为实，耳听为虚”。在打消公众对核电安全性疑虑方面，一次核电站实地参观体验的效果好于坐在教室里听核电科普讲座，而马拉松则是体验的“升级版”，极大地丰富了体验的内容和感受。从参与者报名开始，他们就持续地与核电站工作人员沟通交流；赛事举办时，无

论是赛事组织还是人文氛围，参与者都有丰富的体验；赛后，通过一些参与者的分享交流，进一步巩固了认知，增进了大家的认同感。所以说，丰富立体的体验感受比通过语言告诉大家“核电是安全的、环境友好的”来得更有说服力。

三、对核电企业公众沟通的启示

1. 公众沟通工作应充分结合企业特点、地域文化特点

“红马”可以说是红沿河公司结合企业特点、地域文化特点以及社会关注点的典型设计。事实上，在“红马”之前，红沿河公司也多次尝试以文化为切入点开展公众沟通活动。比如“剪纸上的红沿河”剪纸创作大赛，红沿河当地的剪纸文化是辽宁省的非物质文化遗产，获奖的剪纸作品现在还被客户制成宣传品，持续传播。红沿河公司还与红沿河镇政府举办“最美红沿河人”评选活动，相当于地方版的“感动中国”，弘扬了正能量。

上述活动都以文化为切入点，取得了理想的社会传播效果。究其原因，主要在于深度结合企业特点、地域文化特点以及社会公众关注点，实现了三方面的统一和融合。

2. 公众沟通工作应长远谋划，突出品牌效应

核电企业在谋划公众沟通工作方式方法时，要敢于创新，多做尝试。核电企业与地方社区、社会公众的沟通，同人与人之间的交往类似，其道理是相通的，都是“日久见人心”。核电企业要摒弃通过某一次或者某一个活动就可以获得公众信任、赢得好感的冲动，要长远谋划并持续执行。

寻求到适合企业特点的公众沟通方法需要勇于创新，并从长远谋划，长期坚持，逐渐完善，逐步形成自己的品牌效应。作为刚刚起步不久、初见成效的红马来说，亦是如此。

3. 公众沟通工作需要全体员工的努力

“红马”活动中，数百名公司员工的积极参与是活动成功的关键，大家都怀着深深的使命感全身心投入，展示了积极、热情的精神风貌，体现了核电人拼搏、敬业、热爱生活的文化禀赋。公司领导亲身示范，积极参与，发挥了率先垂范的引领作用。

公众沟通工作不是某一位领导或者某一个部门的事，它是一个涉及全员的系统工程，从每一名核电员工的身上，都会让公众对核电产生具体的认知。所以，每一名核电员工也要树牢“人人都是一张名片”的意识，按照公司的统一部署积极参与，形成公众沟通的工作合力。

参考文献

- [1]《中华人民共和国核安全法》，2018年1月1日实施，中华人民共和国主席令 第七十三号
- [2]《习近平在全国宣传思想工作会议上讲话》，中国政府网，2019
- [3]《踏平坎坷成大道——解读习近平总书记在省部级主要领导干部坚持底线思维着力防范化解重大风险专题研讨班开班式上的重要讲话》，新华网，2019
- [4]《新常态下核电公众沟通的思考与探索》，中国核工业报，左跃

作者简介

李杨，男，辽宁红沿河核电有限公司，辽宁大连瓦房店市红沿河镇红沿河核电站，116300，15841117046，lhnp-liyang@cgnpc.com.cn

何鹏，男，辽宁红沿河核电有限公司，辽宁大连瓦房店市红沿河镇红沿河核电站，116300，18840993326，32326964@qq.com