

工會文教參攷資料

第三輯

工會企業中的宣傳鼓動工作

中華全國總工會西南辦事處文教部編

工人出版社印行



定價人民幣3900元

(92—工33)

目 錄

在東北工礦企業宣傳鼓動工作會議上的講話（李卓然）	一
宣傳鼓動工作中的幾個問題	七
中共市天津市委宣傳部關於加強工廠宣傳鼓動工作	一六
齊齊哈爾市公營企業中宣傳鼓動方式介紹	二三
松江省城市工礦宣傳鼓動工作	二五
皇姑屯鐵路工廠的宣傳鼓動工作	二八
重慶紗廠的生產鼓動隊	三〇
天津鐵路局生產運動中的宣傳鼓動工作	三三
瀋陽冶煉廠的宣傳鼓動工作	三六
車間詩——宣傳鼓動的新形式	四〇
對黑板報的初步研究	四三
天津鋼廠的車間讀報組	四六
齊市公營企業中的時事講演比賽會	五一
錦州市反美侵略宣傳運動初步經驗	五八

多種多樣的時事宣傳活動

『海心』和『遠電金屬機械』反美侵略宣傳鼓動工作

靜國石、趙秉舉怎樣向工人進行時事宣傳

宣傳鼓動員張喜多是怎樣進行工作的？

蘇聯工廠中黨的宣傳鼓動工作（摘錄）

工廠宣傳隊

在東北工礦企業宣傳鼓動工作會議上的講話

李卓然

(一九五〇年五月二十六日)

同志們：

我們這次會議開得很好，在小組及大會的討論中都反映了目前工作的實際情況，提出了一些新的問題，交換了許多值得推廣的寶貴經驗，批評了某些脫離羣衆的形式主義的作風，這些對於我們今後工作的改進都是很有益處的。當然，我們在企業中有系統地建立黨的宣傳鼓動工作還只是開始，成績還是初步的，對於工礦企業中的實際情況和工作經驗的研究和總結也還是很不夠的。

昨日東北局會議，高崗同志特別指示我們不要滿足於已有成績，而更要深入地進行工作，更好的組織大家學習，我們應當堅決執行這個指示。現在會議快要結束了，特就同志們所提出的問題，發表一點意見，請考慮：

(一) 企業中宣傳鼓動工作的任務和作用

黨在工礦企業中進行宣傳鼓動工作的任務在於啓發和提高工人階級的馬列主義和毛澤東思想的覺悟，在我偉大祖國全體人民利益的目標下，發揚工人羣衆的生產熱情和創造性，鞏固工廠員工的勞動紀律和生產秩序，同一切鋪張浪費和損害國家財產的現象作鬥爭，鼓勵工程師、技術人員和職員

們熱心服務、精通業務，使勞動與科學技術相結合，爭取最好的完成和超過國家的生產計劃。

因此，黨所領導的宣傳鼓動工作在一切企業中都是很重要的工作，它是推進生產的武器，誰要是放鬆了這種工作，誰就會直接削弱企業中的生產積極性，妨礙國家生產計劃的完成。瀋陽冶煉廠關於宣傳鼓動工作的總結中指出：「冶煉廠的宣傳鼓動工作已經成爲一種推動生產的有力武器了，它是隨着新紀錄運動的展開而逐漸加強起來的，從前是零散自流的，沒有加以重視和組織，由於宣傳鼓動工作對於新紀錄運動的開展起了重大的推動作用，領導上便意識到這是推動生產不可忽視的力量了。」我認爲這種估計是合乎實際情況的。

(二) 宣傳鼓動工作必須密切結合生產

在討論中有幾位同志提出，企業中的宣傳鼓動工作必須與生產結合，不了解生產技術過程，不傾聽工人意見，不了解他們心目中的問題，就無法提出切合實際的宣傳鼓動口號，這是很對的。從材料上和同志們的發言中所述大連玻璃廠、瀋陽冶煉廠、皇姑屯鐵路工廠及其他工廠企業中的許多經驗都證明了這種見解的正確性，如大連玻璃工廠爲了超額完成一九五〇年的生產任務，經黨、團、工會共同研究後提出了密切結合生產技術的四個動員口號：（1）保大窖（即保證大窖一年不修理）；（2）七十一秒（即由原計劃的八十五秒鐘減到七十一秒就要抽出一張一·七二米寬一·二四〇米長的玻璃）；（3）九〇扣（即一張玻璃要保百分之九十的成品，只割去百分之十的廢邊）；（4）學習蘇聯新的技術和方法。在這幾口號下發動了生產競賽，推動了該廠生產任務的完成以至超過。瀋陽冶煉廠爲了克服嚴寒時期「凍得難工」的困難，支部就在支部大會上提出：「黨員帶頭突破難關」

上」，結果出現了一個克服困難的競賽運動，連礦難打雞上的困難果然被克服了。原料的供給得到了保證，下塊率增加了百分之三十；又該廠某車間提出「現場就是課堂，事故就是教材」的口號，結果動員了一些技術人員深入現場尋求解決技術上的困難，皇姑屯鐵路機械廠三月份的修車任務表上十四個火車頭上都掛着白旗，每個車頭上寫着它的型號，每一輛機車修好後，就把白旗染成紅旗，修好一部份就染紅一部份，這樣全廠的工友可以清楚的知道完成了多少任務，還有多少沒完成，進展慢的就要加緊工作，實際上對生產起了督促的作用。該廠翻砂部陳占普組的工友因氣鉗套出了砂眼，被畫在宣傳畫上，大家都覺得恥辱，陳占普說：「我臉上真有些掛不住，今後一定要好好想辦法把砂眼克服」。此外，如某些工廠中的廢品展覽會、車間生產會議、生產顯目的黑板報、圖畫報、生產圖表以及鐵路上的「光榮台」與「事故品展覽台」等等宣傳鼓勵形式，都證明了很受羣衆歡迎，在企業中起了及時的推動作用。這些好的口號和形式都是由於領導上深入實際且善於體會羣衆的創造而出現了的，仔細研究他們的經驗就知道我們今後應當怎樣工作了。

(三) 充實宣傳機構，實現統一領導

目前工礦企業中的宣傳機構是不充實的，同志們提議應當從工人中挑選一些優秀分子來担任企業中的宣傳工作並充實企業中黨的宣傳組織，這點東北局已同意，將另作具體規定，但人數的增加還是很有限制的，黨的宣傳部門要善於組織各方面的力量來進行工作。這就是發動大家的積極性，特別是行政上的負責幹部，他們了解全面情況，說話作用大，瀋陽冶煉廠廠長趙鳳同志，很關心生產中的宣傳鼓勵工作，故那裏的工作很好，生產也很起勁，趙鳳同志聽見一個工友病了，立即寫了慰問信；該廠

某副股長因拒絕私營建築公司的賄賂，立即張貼了廠長、黨委書記、工會主任的獎勵通報，這些都是很實際很有效的宣傳材料，應當經常利用。從同志們的發言中看出我們某些黨的宣傳部門至今還不大會組織各方面的宣傳力量，有的竟把黨的統一領導看成就是簡單的「包辦」，從而未能發揮『黨策羣力』的作用，這是必須加以改正的。當然，各自爲政不服從統一領導的現象也是應當糾正的，但建立黨的統一領導，絕不是要削弱或限制其他有關部門的工作積極性，而正是爲了充分利用和正確發揮這種積極性。我們企業中所需要的這種正確的統一領導就是要在每個時期，能根據當前的生產任務和職工中的思想狀況，訂出保證完成生產任務的工作計劃，黨的宣傳鼓動工作計劃就是其中的一個重要部份，這種宣傳鼓動工作計劃不僅要規定宣傳鼓動的經常內容（如生產任務）和動員口號而且要規定這時期所必需的某些臨時內容（如時事問題）和具體材料；不僅要規定計劃的執行步驟（如工作先後）而且要規定工餘時間的統一分配和分工合作的各項辦法。此項計劃，應經過適當手續，取得行政上的同意，以便配合和幫助進行。計劃訂定後領導上的責任在於及時督促檢查，隨時發現問題，解決工作中的困難，提出新的口號，推廣新的經驗，並根據新的情況，製訂新的工作計劃，以便把工作不斷推向前進，鞏固和發揚企業中的生產積極性。爲此，城市和企业中黨的宣傳部門必須經常掌握所屬工廠企業中的生產情況，深入了解工人的思想情緒，使工作與生產密切結合，並通過適當組織形式（如宣傳會議）討論和通過一定時期的工作計劃，使整個宣傳機構和各種宣傳武器均能充分發揮作用，並防止發生工作離開中心，各方不相配合的脫節現象。

爲了加強黨的宣傳工作，黨委宣傳部門必須經常向黨委和上級宣傳部反映工作情況，作綜合的和專題的工作報告，以便取得適時的指導，個別省、市黨委很少討論黨的宣傳工作的缺點是應當注意改

正的。

(四) 努力學習把工作提高一步

爲要完成上述黨在企業中的政治任務，除了切合實際的政治鼓動工作外，還必須經常利用各種組織形式（小組會、訓練班、補習學校、政治報告會、學術講座、閱覽室、讀報組、書報推銷處等）有系統地宣傳馬列主義毛澤東思想，宣傳和解釋黨的政綱、國家的法令以及目前的國際形勢。爲此，又必須很好的組織各企業中的在職學習，此項學習內容應按各人的不同情況分爲業務學習，文化技術學習及政治、理論學習等方面。過去我們規定：工礦企業中幹部應以業務學習爲主，工人羣衆應以文化技術學習爲主的方針仍然是正確的，今後還是要執行這樣的方針。但不能從此作出結論說工人的時事政策教育可以不要了，幹部中的理論學習可以乾脆取消了，甚至連黨和政府的決定指示也可以不討論了。完全不是這樣的。有些同志解釋沒有很好傳達上級指示文件及組織理論學習的原因只是時間問題，我想主要還不是時間問題，而是一個思想問題，一個組織問題，在方針上我們說的「爲主」，但不是說「唯一」，所以不能因爲強調業務學習或文化技術學習就取消其他必要的學習，這次會議上所反映的經驗也證明並不是業務學習或文化技術學習把工餘的一切時間都佔去了，有的工礦企業在執行以業務學習、文化技術學習爲主的方針下，還及時的組織了時事政策教育和部份幹部的理論學習，並證明這種學習只要方法對頭、時間適當，都是很有用處的與不可缺少的。如果在企業中負領導責任的黨員幹部竟忘記了學習馬列主義和毛澤東思想的重要，甚至「忙」到連黨和政府的政策、決議、指示也無暇看了，那就必須從作風上加以檢討，以免把自己變成盲目的事務主義者。因爲這種事務主義的

作風不僅會使黨和國家所付託他的責任不能完成，且更會把事情弄得很壞，改變這種忽視政治理論學習的情況，就是加強學習的一個方面；另一方面黨的領導機關又必須根據中央和東北局的指示經常分析情況總結經驗，展開批評與自我批評，肅清那些脫離羣衆脫離生產的官僚主義和形式主義的作風，以便把黨在企業中的宣傳鼓動工作變爲繁榮性、多樣性和生動活潑的政治動員；變爲真正推動生產的有力武器。

企業宣傳鼓動工作中的幾個問題

劉芝明

（在東北企業宣傳鼓動會議上的發言，但此處發表的與會議上發言略有增刪）

（一）黨與企業黨委半年來已將企業宣傳鼓動工作開始列於重要地位，配備了一定幹部，做了試點工作，若干黨委宣傳部門並做出了初步總結。現在看來，這一方面工作是獲得一定成績與某種寶貴的經驗。這些經驗是頗值得推廣，同時也提出了若干問題，需要在今後宣傳鼓動工作中加以研究。企業中的宣傳鼓動工作對於我們宣傳部門與幹部來說，還是一件新的業務，這就要求我們鑽研。並要求我們使這一宣傳鼓動工作很快的能夠適應經濟建設的需要。我們應該從企業這一特點與實際情況出發，很好的繼承我黨在人民軍隊中以及其他工作中的宣傳鼓動工作的優良傳統（即密切聯繫羣衆，結合任務，抓住羣衆中心思想，創造出爲羣衆所喜見樂聞的形式），並吸取蘇聯在企業中政治鼓動工作的先進經驗，創造出系統的企業宣傳鼓動工作的經驗。

企業宣傳鼓動工作是與那恢復與發展工業建設工作同時開始的，因爲任何一項革命工作，尤其是工業建設工作，都是離不開思想與政治領導的，只要在工作中需要思想與政治領導，那末，就要有宣傳鼓動工作。

這就是因爲任何一項革命工作，必須是動員幹部和羣衆來完成的，而不能只是依靠行政、命令，

而宣傳鼓動工作正是一種繁雜工作，它可密切領導與羣衆的聯系，它可發揚鼓舞幹部與廣大羣衆完成任務的積極性、自覺性和創造性。

所以企業宣傳鼓動工作不是可有可無，而是一定要有，不是『可無』的。誰在企業生產上，不把宣傳鼓動工作打在『成本』之內，誰在企業生產上降低或忽視宣傳鼓動工作對於『勞動創造價值』的作用，那誰就會不能很好的完成生產任務。這從同志們的發言與經驗介紹中，也得到了證明。

(二)黨要在企業中成爲宣傳鼓動的統一領導者，工會、青年團要很好的配合貫徹行政首長尤其是廠長、經理要關心與支持，並要把宣傳鼓動工作做爲自己工作的有關的一部份。

有國、公營企業地區的黨委和企業黨委，應定期的討論與製訂關於企業中的宣傳鼓動工作的方針、計劃，以及進行步驟等。這些須由黨委宣傳部門提出並由宣傳部門執行、督促、檢查，一定時期要向黨委做報告，總結經驗，進行批評與自我批評。在黨委和宣傳部門通過的統一的宣傳鼓動方針與計劃，工會與青年團就要執行並密切配合，以達到統一和集中的佈置與貫徹，有些廠礦以支部爲領導核心，吸收工會，青年團的宣傳工作幹部開宣傳鼓動聯席會議或宣傳鼓動工作委員會，統一廠內各種宣傳力量，具體的領導計劃推動廠內宣傳鼓動工作，這樣就能更好的與生產結合，發生更大的實際效果。至於宣傳鼓動的各種具體工作，黨可以經過宣傳鼓動工作委員會或工會，青年團去做，黨可以通過黨員帶頭，廣泛的發動青年團員，以及工會會員，開展羣衆性的宣傳鼓動工作。

這樣就可避免過去某些『一把抓』或『相互不配合』的現象。其次，行政首長必須關心與支持，最好是在廠、礦管委會上，通過與討論一定時期內的本企業宣傳鼓動工作，行政首長要善於將行政上的計劃、指示結合以羣衆性的宣傳鼓動貫徹下去，這將更增加行政工作的生命力，並可更好的完成生

產任務。

遼陽冶煉廠廠長趙嵐同志就是這方面較好的實例：

當冶煉廠佈置五月份生產任務的時候，廠長曾召開了全廠一百五十三名先進生產者參加的先進生產者會議，其中包括成份相當廣泛，計技術員十五個，幹部職員十七個，黨的支部書記兩個，班長十四個，工友一百零五個，全廠幹部，技術人員全體參加，這個會議上，很多生產先進者作了典型報告，介紹了先進經驗，會場上佈滿了有圖完成五月生產任務和四月生產成績的口號、圖表，此外並有生產模範的漫畫、英雄榜。全體先進生產者並受了獎。該廠的各部及車間給這個會用紅紙寫來了賀信，又宣讀了蘇聯專家的鼓勵信。這個羣衆性的會議，實際上就是個很有力的鼓勵會議。最後一百幾十名先進生產者帶着五月份明確的生產任務興奮的回到了現場！

(三) 提出宣傳鼓勵口號和爲實現口號而進行的組織工作，是企業宣傳鼓勵工作的中心環節。在企業中宣傳鼓勵工作是要密切的結合生產。根據生產情況與羣衆思想情況，或者是進行宣傳，繪畫衆以有系統的許多思想，或者是進行鼓勵給羣衆以一個單一的思想。宣傳與鼓勵有區別，但也要有聯系，只有宣傳而沒有鼓勵則就不能將廣大工人羣衆的生產行動集中於一個共同目標，因之，宣傳就易失去了行動性，只有鼓勵而沒有宣傳則就不能深刻的說服羣衆爲什麼要有某一生產行動，因之鼓勵就缺乏了自覺性。在企業生產中，宣傳與鼓勵都有它的獨立作用，但應密切結合。

企業宣傳鼓勵工作的中心環節，是集中表現於宣傳鼓勵的口號上。這就要看口號本身是否是打中了生產中的要害，是否是集中了廣大羣衆的思想、意志與情緒，是否是採取了爲廣大羣衆所喜聞樂見的鼓勵形式，是否是根據生產與羣衆思想的變化，尋求一定補充口號和以新的口號代替舊的口號。

各地企業宣傳鼓動工作都很重視口號的政治意義。如東北化學製藥廠所屬醫療器械廠，「去年一年沒有完成任務，領導上組織了檢查，找出沒有完成任務的主要原因是勞動生產力發揮不夠，領導上於是提出下面的鼓動口號，『發揮潛伏的勞動生產力，把每一個提高的勞動力，都組織到生產中去』。跟着就到潛伏的勞動生產力地方——徒工，實行訂立『師徒合同』，經過十天學習，三個徒工頂一大工，一月後兩個徒工頂一大工，另外工廠注意工具的製造，消滅了技工掌握不了機器的毛病，結果，該廠一月比一月生產提高，例如二月份四千件生產任務只完成三千件，三月份就完成了六千件，四月份要求再提高一倍，結果完成了一萬三千八百件，五月份要求提高到兩萬件。」

這就是說，找出生產中的主要問題，提出口號，並對口號負責，集中力量組織了實現口號的具體辦法。

機器二廠提出「趕行市」「不做甩手師傅」鼓動口號：

「一九四九年冬，由於追求數量，該廠有不少機器不合標準，蘇聯工程師稱之為廢鐵。這種現象的產生，除有其客觀原因外，就是在工人中普遍的存在着機器老，不精密，沒法提高質量和抗拒技術員進行精密檢查的思想。由這一情況出發，黨總支除召開黨的會議號召黨員創造新紀錄外，柳星同志（黨總支書記）並在工人羣衆大會上進行宣傳鼓動說『創造新紀錄運動時，大家說機器老也沒有勁，但是我們的新紀錄却創了不少，現在要求把質量提高，可是大家又提出來機器老，不精密，沒法提高；去年創造新紀錄時，大家提出說趙國有光榮是因為肯幹，趕上了「好行市」，自己後悔沒趕上，現在要求提高質量，大家——特別是老技術工友們，爲啥不拿出技術來，趕上這個「行市」呢？這樣「趕上行市」這一廣泛工人羣衆的英雄主義的熱情，就在工人中互相激發着與傳播着，成爲

了羣衆意志的集中的口號。他們嚮往着祖國有前進，基本上克服了思想障礙，隨即有工人下廠創造了變速齒箱新紀錄，由過去二三十道公差數提高到不過只差二道三道的公差數，這就使裝配成的車床絲光槓的平行由相差八九十道提高到公差八道至十道的新紀錄。而質量新紀錄便從此不斷出現，形成了運動」。

此外，「生產質量不高的另一原因，就是有不少帶徒弟的老師傅不負責任，不親自作活，對徒弟不及時指導，而造成質量惡劣和廢品。工人們把這種師傅叫「甩手師傅」。第一製造場工人反映：要不出廢品，就要不作「甩手師傅」。當時黨總支書記柳星同志認為這個意見很合理，很切合工人要求，於是這句工人所熟悉的語言「不用甩手師傅」的口號，經總支和先進生產者張尙舉等同志的討論，便正式作為全廠的行動口號提出來了。因為這口號是從羣衆中來，所以當它再回到羣衆中時，最受羣衆歡迎，並成為羣衆的口頭禪了。無形中成了監督的力量。」

嫩江火柴公司創造了流動於生產車間的黑板標語，能根據各部生產過程，不斷的改變內容對鼓勵職工情緒指導生產前進，起很大作用。

「他們在一定時間內為了解決工廠生產中某個關鍵問題提出全廠性中心口號，各部再圍繞中心口號，提出一個部或一個組的生產口號，以指導全廠一定時期內的生產活動。如該廠三月份賠了一千七百萬元，四月份全廠就提出了「減少廢品率，降低成本，爭取工廠不賠錢」的中心口號，圍繞這一中心口號，油藥鍋提出「在合乎規格條件下，每箱用油由一斤五兩五減少到一斤四兩五」；沾藥部提出「打夯要準，沾頭要穩，多節省藥」；包裝部提出「少壞盒，少着火」；架桿部提出「提高質量，少出雙頭火柴」等。」

「他們對生產中的關鍵部門或主要工人，提出激發性的口號。如架桿部是該廠生產中的主要部份，他們的產量多少，可以直接影響全廠生產計劃。對他們提出的口號是：『架桿部的同志們！一九五〇年兩萬五千箱的光榮生產任務，不能完成就在你們啦！』辛洪富是架桿部第一個創造新紀錄的先進者，在工人中威信很高，對他提出的口號是：『辛洪富！『五一』節到了，希望你能帶上全都當先進生產者！』」。

「他們結合生產進程，不斷提出指導生產的口號。如製桿部過去切桿組的產量是一百九十刀，鑄盒組的產量是十八萬盒，對他們提出的口號是『爭取切二百一十刀創造新紀錄』『爭取鑄二十萬盒創造新紀錄』，當他們超過此數量時又緊跟着提出『突破目標，光榮不小，再創更高新紀錄』的口號，當鑄盒組達到二十五萬盒，切桿達到二百四十刀的時候，口號變為『保持光榮紀錄，爭取提前一個月完成全年生產計劃』」。

經驗：宣傳鼓動口號，應經過企業黨委和企業管委會，慎重研究討論，根據工人羣衆思想覺悟和生產情況恰當準確的提出，提的高了低了都不能發生作用，口號一經提出，就要在工人羣衆中進行多種工作，使口號很快的變為生產中的實際行動，否則，口號就易流產。要深入工人羣衆，要掌握工人情緒，要根據不同情況，提出明確動人的口號。好的口號本身應該含有指導生產和鼓舞勞動熱情兩方面作用的。

因此，一切企業的宣傳鼓動工作者，應深入的理解生產任務，深入的理解生產過程，並需密切的注視着生產過程的每一關鍵，並發現存在什麼問題，同時，還要深入的理解圍繞在這一個關鍵問題上的羣衆思想動態，並須有力的提出解決這一問題的生動口號，只有這樣，企業中的宣傳鼓動工作才有生

氣，才有力量，才能更好的爲生產服務。

(四)但在企業宣傳鼓動工作中仍然存在着形式主義，這種形式主義產生的原因則是脫離生產任務，脫離生產過程以及生產過程中的每個主要關鍵，脫離生產中工人羣衆的思想狀況。

這種形式主義的表現：

例如：有些廠，「宣傳形式有十幾種，但是全沒很好的利用，都在那閑着，如擴聲機按在一百來人吃飯的飯廳內，可是誰也不注意聽，誰也不愛聽，工人反映擴片機全是讀報上的東北新聞，濬陽或大連的消息，不播本廠內工人的模範事蹟。」又如某些廠內的黑板报也流於形式，「今年三月檢查時，黑板上登的去年「迎接盧漢工會會議」的消息還沒擦掉」。又如某些地方開大會，就是會上講話過多不精幹，老一套，不解決問題，「首先由工會主席報告開會意義，接着是首長講話，總支書講話，支書記講話，團支書講話，代表講話，千篇一律，羣衆感到厭倦。」

這種形式主義必須反對，不然，企業中宣傳鼓動工作就要喪失作用。

(五)企業宣傳鼓動工作的形式，應是多樣性。

因爲工廠的生產工作是複雜的，各種對象的情況要求不同，因此，他們進行宣傳鼓動工作所採用的形式也是多種多樣的，有黑板报，生產圖表，快報，漫畫，英雄榜，壁報，演劇，車間紅旗，展覽會，通報，慰問信，廣播，比較表，大綱簡報，剪報，讀報，先進生產者會議，車間生產會議，口頭宣傳等十九種形式以上。在冶煉廠車間經常運用的形式有八種以上。這些形式，大部份都是醒目易懂，穿插運用，短小有力，不受拘束。這樣才容易被羣衆所歡迎。發揮其宣傳鼓動工作的力量。

各種形式必須互相配合，而且要根據各該廠礦企業生產情況與工人羣衆狀況，應各有選擇與創