

论安全生产 与精神文明

Lun Anquan Shengchan
Yu Jingshen Wenming

丁伟民 著

学林出版社

序 言

安全生产是人类社会进入现代化大生产以后不断探索的永恒主题,精神文明是建设有中国特色社会主义的长期任务。研究它们的论著可谓是汗牛充栋,发表的文章更是浩如烟海,但十分精辟、给人留下深刻印象的佳作并不多见。笔者十几年来围绕这两大主题颇多思考,在诸多报刊发表了一些论文和“小言论”,现从中遴选了 46 篇汇编成集。虽人微言轻,无石破天惊之语;但皆独立思考、发自肺腑之言;读者如能垂青一览,一定不会让你有失望之感。

笔者长期在电力部门工作,对安全生产感受很深。贯彻“安全第一、预防为主”的方针,“技术防范”、“设施防范”都很重要,但愚以为“人防”更是关键所在。书中的“安全篇”就是以“人”为中心,从心理学、教育学、人才学、社会学、伦理学等多种角度,分析安全生产中“人”的因素的作用,去追寻事故发生的深层次根源,去探求避免事故确保安全的客观规律。对于密切关注安全生产的有识之士,读后可能有所启迪。

按照精神文明涵盖的范围,本书辑录这方面的论文,按“思想篇”、“道德篇”、“科教篇”、“文化篇”进行编排。“思想篇”以改革开放实践中的新问题为视点,就如何解放思想、推进改革、密切党群关系、发扬主人翁精神、强化企业管理

以及端正党的作风和加强宣传思想工作,阐明了一些解决深层次思想问题的新观点。“道德篇”以职业道德为主要话题,就道德养成的内部动因、外部环境、道德基因与安全生产的关系以及在实际工作生活中如何恪守职业道德和社会公德等,进行了一些新的探讨。“科教篇”则以科普与人才培养为主线,就职工教育中的敏感问题和科技进步与企业发展的关系,以及管理信息系统的建设等,发表了一些新的见解。“文化篇”侧重针对企业文化的特点和作用,展开了一些新的议论,并就“言论”的写作和作者队伍的建设谈了一些自己的体会;选取的一篇文学评论——《尺幅万里 滴水映日》,独辟蹊径,就李存保中篇小说中“书信的运用”进行了一些新的评析;尾篇则联系供电系统创建文明行业的实际,对如何迎接知识经济时代,提出了一些新的看法。在人们十分关注社会主义精神文明建设的今天,这些文章可以引发一些思考,提供一些补益。

作为文集的论题——《论安全生产与精神文明》涉及的范围虽然比较宽泛,但书中的每一篇论文都具有视角新颖独特、“开口小而挖掘深”的特点。论证方法较为灵活,在采用多种修辞手段的同时,注意多学科知识的交叉运用和群众语言的巧妙吸取,以增强论辩的力度和文章的可读性。

十几年辛勤笔耕结出的果实,味道究竟咋样,应当由读者品尝后再作评判。但作为耕耘者自己,能为安全生产和精神文明建设作出一点小小的贡献,心里总是甜的。在本书付梓之际,应深深感谢电业这片广袤而肥沃的土地,它给了我充足的养分;同时更要感谢诸多老师长期的谆谆教诲以及各级领导和许多朋友的支持。囿于知识水平的限制和理论功底的浅薄,书中的疏漏和错误之处恐怕难免,敬请读者批评指正。

著 者 丁伟民
2001 年 11 月于盐城



简介

丁伟民，男，1948年11月生于江苏东台，现任中共盐城供电局委员会宣传科科长，高级政工师，兼任盐城供电局新闻通讯站站长、《江苏电力报》盐城记者站站长、盐城市供电系统思想政治工作研究会秘书长。1960年考入江苏省戏剧学院（在盐城鲁迅艺术学校代培），1962年学校停办留校，分配至江苏省淮剧团工作。1969年应征入伍，1971年服役期满，调入电力系统。1985年江苏广播电视大学首届汉语言文学专业毕业。曾在《人民日报》、《工人日报》、《中国电业》等报刊发表过文章300余篇，并有多篇获奖。30年来一直从事政工工作，连续15年被江苏省电力局表彰为优秀新闻工作者。

目 录

序言·····	(1)
---------	-----

安全篇

“尾期”事故诱因浅析及其对策·····	(3)
安全宣传“疲软”现象透视·····	(8)
论大中型企业安全生产中的“权威”·····	(12)
事故责任者心理发展轨迹探·····	(18)
人身伤亡事故“位移病”透视·····	(23)
安全思想教育“一字病”透析·····	(28)
“家庭事故”也不容忽视·····	(33)
“警钟”也要敲在点子上·····	(34)
试析“政治生命事故”与“人身伤亡事故”的异同·····	(36)
防止“三失”是确保“两个安全”的重要环节·····	(41)

思想篇

试析当前改革中的矛盾心理·····	(49)
试谈密切党群关系的“三个不等式”·····	(53)
主人变态现象透视·····	(58)
论“兼职热”的特征及其对企业管理的挑战·····	(63)
充分认识“三看”标准的重要意义·····	(69)

宣传工作面对市场经济的“三个发挥”	(74)
莫用“文山”填“会海”	(80)
莫把思想政治工作当“尾巴”	(82)
“茶香尚需开水泡”	(84)
漫议“五风”	(85)

道德篇

试析当前职业道德建设的心理障碍	(93)
电业窗口职业道德建设的环境优化	(98)
试析维系电业安全生产的道德基因	(103)
拓展电力市场与营销队伍建设刍议	(108)
树立电业职工新形象要自觉从“我”做起	(113)
优化组合与“友化组合”	(115)
廉政还须勤政	(116)
退“礼金”与收电费	(118)
“等”徐虎与学徐虎	(120)
“心桥”需要“同心”架	(122)

科教篇

试论“科盲”三性	(127)
略谈优化劳动组合与人才	(132)
论动力原理在职工教育中的运用	(136)
当前中年职工厌学心理探微	(140)
一流企业与一流人才	(145)
有感于工程师落聘下岗	(149)
一“轴”连着“双轮”飞	(151)
——论科技进步与企业发展的关系	
管理信息系统的建设应以人为本	(158)

文化篇

论企业精神的特点和作用·····	(165)
浅谈供电企业文化与安全生产·····	(170)
尺幅万里 滴水映日 ·····	(176)
——评析李存葆中篇小说中书信的运用	
也谈“倒计时”·····	(187)
双休日与“两手硬”·····	(189)
小议言论“三度”·····	(191)
论“言论”作者队伍的建设·····	(193)
迎接知识经济时代与创建文明供电行业·····	(196)

安 全 篇

“尾期”事故诱因浅析及其对策

——关于部分人身伤亡事故发生时间的思考

一、引人注目的事故发生时间

翻开某电力系统近年来人身事故统计资料,一些伤亡事故发生的时间引人注目:

1985年11月19日,载波工张某某在变电所工作结束后,乘无棚工程车回城,途中工程车超越拖拉机时,后脑撞击公路边树杆,抢救无效死亡。

1985年11月21日,线路工陈某某在停电检修工作中,登最后一根杆时,误触同杆架设的有电线路,高空摔跌,抢救无效身亡。

1986年6月18日10时50分,变电检修工李某某擅登有电构架,受电击坠落,造成重伤。

1988年10月24日11时05分,外线工韩某违章用手直接合令克,遭电击摔跌,抢救无效而亡。

1989年4月26日,某工程进入施工的最后一天,外线工殷某某误将旧导线打入安全带内,导线串动割断腰带,高空摔跌身亡。

1989年9月13日,变电检修工吴某在进行开关综合特性试验结束后,图省事,徒手强拉试验小线,使线反弹至带电均压环上,触电致伤。

这些事故,尽管情况各异,但发生的时间都在“尾期”,笔者试作调查研究,发现这些并非是偶然的巧合。

二、引发“尾期”事故的诱因分析

上述每起人身事故,虽然有关单位当时都本着“三不放过”的原则作过分析,但如今把它们连贯起来,从发生时间这一角度加以探究,就不难发现“尾期”事故带有规律性的诱发因素:

(一) 防范心理的淡化。

施工人员在开工前后一段时间内大多具备较强的防范心理。在施工的紧张阶段,注意力都比较集中,安全生产的弦绷得较紧。施工进入尾期,较复杂的工序已经完成,施工者防范意识逐渐淡化,尤其是工作结束,撤离现场或在归途之中,对事故的戒备,不少人几乎完全解除。如本文第一段的第一例,张某某在归途中站在无棚卡车上,如果稍有一点戒备心理,一定会改立势为坐势或改变站立的方位,事故也就有可能避免。

(二) 生理机能的弱化。

一般来说,进入工程尾期时,施工者的生理机能变化较大,经过较长时间的劳作,肌体渐渐疲劳,神经系统由亢奋转向抑制,灵敏度开始降低。尤其是部分同志上班前没有摄入足量的食品,匆匆忙忙进入工地,更容易出现血糖偏低、热量不足因而产生眩晕等现象。夏季工作时间长了,身体内水分减少,易发生中暑。冬季野外作业时间一长,肢体受冻会使神经麻木,操作的灵活性会大大降低。总之,工程尾期,人的生理机能呈弱化状态,为事故的发生埋下了基因。某些事故之所以发生在中饭前这段时间,这与生理机能的弱化不能说没有一定的关系。

(三) 工作现场的变化。

从施工的组织指挥和反事故措施的实施这一角度来看,一般在开工前,大家都比较重视,到了尾期,一些始料不及的情况有可能发生。而开工前设想的反事故措施也许不完全适用。特别是一

些工期长、工艺复杂、战线长、人员多的工程,现场情况变化比较大,越到尾期,漏洞也就越多。一些小型短期工程,特别是一些常规任务,尾期指挥员擅离“前线”的现象也并不鲜见。主将不在,工作现场容易产生混乱,这就加大了人身事故发生的可能性。

(四) 不良风气的同化。

一个施工现场,往往是“多兵种”联合作战,各施工组以及各个人之间,工作速度不可能完全一致。有的小组或个人图省事草率施工、求速度不顾规程等不良风气,极易在邻近工作或同工种的其他小组(人)中产生同化效应。“你快我也快”,“你违章没有出事,我违章也不一定出事”等不应有的想法往往也是诱发人身事故的“导火线”。

(五) 后顾之忧的催化。

施工人员的家属对施工人员的干扰,对诱发人身事故有一种催化作用。如上班前与施工人员吵架,上班时打电话谈私事,有的关照:“早点回来接孩子”,有的叮嘱:“早点回家收衣服”等等,这些来自后方的干扰,极大地影响前线施工者的情绪,对安全生产十分不利。尤其是临近工程尾期,极易诱导施工人员片面追求施工进度,忽略安全,引发事故。

三、预防“尾期”事故的几点对策

针对上述“尾期”事故的诱发因素,可采取以下相应的对策:

(一) 强化安全教育。

对施工人员的安全教育应贯穿于施工的全过程。不仅要开好开工会,尤其是临近尾期,工作负责人和现场安全员要有针对性地提醒有关人员注意安全,防止滋生麻痹松劲情绪。一位有经验的老师傅告诉我:“平时唠叨一千遍,不如关键时刻点一点”。这话未必全面,但针对防止尾期事故的发生,不能说没有一定的道理。

(二) 及时调整“反措”。

当施工中出现新情况时,指挥者应及时调整部署。特别是出现

有可能危及人身安全的现象,应采取相应对策,迅速确立和实施新的反事故措施。不可稍存侥幸心理,马虎敷衍,草率闯“关”。

(三) 严肃劳动纪律。

坚决纠正各种违章指挥和违章作业,提倡互助合作精神,不准擅离岗位,特别是现场负责人更不得随意撤离“前线”。大力表扬吃苦耐劳、忠于职守的施工人员,严肃查处违纪事件,有效地防止不良风气的蔓延。班组长、党团员应为人表率,做遵章守纪的楷模,带动全体施工人员,养成良好的工艺作风,增强自我保护能力。

(四) 做好家属工作。

“扬汤止沸”不如“釜底抽薪”。做好家属的思想工作,对于防止施工人员上班思想走神至关重要。要使他们真正明白亲人的安全与家庭幸福的关系,不要顾了小事忘大事。让家属枕边多吹“安全风”,门前多讲“安全话”。合理分担家务,减少和免除施工人员的后顾之忧。

(五) 抓好后勤服务。

应十分关心职工的身体健康,搞好医疗保健;办好食堂、托儿所;尽可能兴办一些文化娱乐场所,愉悦职工身心。施工中尤应注意工作人员的饮食、冷暖。工作时间长,要送饭、送水、送医到工地,确保职工在施工中自始至终保持充沛的精力。

(六) 提倡均衡施工。

加强工作的计划性,工程抓早、抓实,不把过多的工作量压到尾期。力争早出车,早到工地,早开工,不在临近下班时搞突击。除抢险救灾等特殊任务,一般不要乱提“拼抢”之类的口号。长期工程要合理安排作息时间,有张有弛,有劳有逸,均衡施工。

综上所述,部分人身伤亡事故之所以易在尾期发生,既有主体因素,也有客体影响;找准原因,采取对策,并非无规律可寻。只要我们密切注意,在实践中不断探索、总结和切实采取有效的防范措施,大力减少和免除此类事故应该说是完全可能的。

(本文发表于《中国电业》1990年第5期、《供电企业管理研究》1990年第2期、《华东电力企业管理》1990年第2期、《黑龙江电力企业管理》1990年第2期、《云南电力企业管理》1990年第3期)

安全宣传“疲软”现象透视

在一些安全生产状况不佳的单位,往往伴生一种安全宣传“疲软”现象。主要表现为:“上热下冷”,上面急得双脚直跳,下面慢悠悠一步三摇;宣传者“嘴上磨破了皮”,受教者“耳朵上长上了茧”;任凭大会动员小会“灌”,就是不买你的帐。难道真是这些单位的职工视国家的财产与自己的生命如儿戏吗?答案当然是否定的。那么,是什么原因造成安全宣传的“市场疲软”呢?

首先,是缺少“适销对路的产品”。宣传的内容单调,宣传的形式呆板,引不起职工的兴趣。工作老套路,材料老面孔,多年无变化,不少讲话稿和文件稿,只要换个名称,可以“全国通用”;如果改个日期,可以年年照搬,吸引不了职工的注意力。当然,安全生产的规律和重要的规程、制度要经常重温,前辈们用血汗换来的经验教训不可丢弃。但重要的是要联系本单位的具体实际进行宣传;还可以引“他山之石”,攻“本单位之玉”;更应当针对新时期的新情况,宣传新的对策。如果总是千篇一律,“一帖药方包治百病”,那么,“求治者”势必寥寥。现代市场的常识告诉人们,商品讲究包装和装潢,安全宣传也是同理,也要讲究表达的方法和技巧。

其次，是“批发部”多，“零售点”少。安全宣传，满足于层层开会和级级发文，照搬照套搞“批发”。一些同志心里有个“小九九”，认为安全宣传费精劳神，且不能立竿见影，“劳而无功”；推而不管、抓而不紧，也无人“问罪”；实在推不过去的时候，喊上几句，搞点“批发”，遮挡门面。真正找职工个别交谈、现场教育、手把手传授、搞家庭走访，实行“零售”服务的寥若辰星。

再次，是“销售”渠道不畅，“压库”现象严重。由于不少单位把宣传工作看成是“软任务”，多搞也看不出，少搞也无所谓，不搞也无人查，因此，层层“截留压库”，安全宣传的渠道往往形成上粗下细的状况，越到基层，声音越小。一些安全生产的重要情况通报，有的人压根儿就不知道。至于该听的漏听、该传的未传、该学的不学等情况，在相当一些车间、班组可算是屡见不鲜。一些头上带“长”字的同志，被事务缠身而不能解脱之时，便在宣传这个“软任务”上“偷工减料”，也是造成安全宣传“市场疲软”的原因之一。

还有一点，就是“售货员形象”欠佳，也直接影响安全宣传。有人对此很不以为然，以“卖猪不卖圈”为托辞，认为售货员的品貌与销售并无多大关系。甚至把安全宣传的萧条现象，归咎于职工“不听话”，埋怨职工觉悟低，素质差。其实，这是颠倒了是非。从市场学的规律来看，售货员的形象对销售影响很大。品貌端正，举止端庄，态度热情的服务员，顾客自然喜爱，往往爱人及物，本不想买的也买了。反之，歪鼻斜眼，满脸横肉，举止粗鲁的售货员，尽管手中的货色不错，柜台前门可罗雀也是理所当然。抓安全宣传，宣传者自身的素质对受教育者的影响极大。如果宣传安全者自身平时就不注意安全，或对安全知识不甚了了，重要的部位动不了手，关键的“着子”上不能胜人一筹，那么，宣传的效果也自然不佳。还有一些看上去似乎与安全无关的问题，诸如大吃大喝、受礼受贿、以权谋私等不正之风，如果在宣传者身上较为严重，那么，也会产生一种“污染”效应，导致宣传者的形象扭曲。即使你宣讲的是安全问

题,职工由于厌恶你的形象,也会产生一种“抗拒力”,哪怕你讲的是十分正确的道理,他也不愿意接受。

安全宣传是宣传工作的一个重要组成部分,既然是宣传,就要按宣传的规律办事。要启动安全宣传的“市场”,扭转“疲软”现象,愚以为应当抓好以下几个环节:

第一,开展调查研究,掌握“顾客”心理。从根本上说,职工对安全宣传是愿意接受的。他们渴望得到上级有关安全生产的指示,希望得到较多的安全知识,更期望学到别人有关安全生产方面的宝贵经验和教训。但是,各个单位、各个工种对安全的要求千差万别;不同季节、不同地点的情况变化多端;不同职工的基础水平、文化层次参差不齐;他们对安全宣传内容的要求、形式的适应必然是多种多样的。其共性是什么,其个性又如何?这就需要宣传者迈开双脚到“顾客”中去调查了解。遇到疑难问题,还需要向专家咨询,找同行研究,对症下药。

第二,摸准“市场”行情,积极组织“货源”。要针对不同职工的“口胃”,积极组织多种“货源”。对一般文化层次的职工,宣传要深入浅出,明白晓畅;宣传材料要直观,最好能图文并茂。“售货”不宜一次大批量,一事一讲,经常不断,效果颇佳。对水平较高的职工宜“点到为止”,不宜噜苏拖沓。道理要讲明,问题要说透,还要注意理论性和系统性。“下里巴人”高雅之士听了往往不过瘾,而“阳春白雪”对于不谙音乐者可算是“对牛弹琴”。在安全宣传者的“货架”上永远应当是各种档次的“货色”齐备。

第三,增加“销售网点”,组织“送货上门”。安全宣传,面广量大,内容多、变化快、要求高,光靠一二个部门不行,光凭几个宣传干部也不行。厂长、书记要宣传,科长、主任要宣传,班长、组长要宣传,职工之间也要相互宣传。大的“百货商场”要有,小的“门市部”更不可缺,“小摊点”更是多多益善。各级抓生产的主要负责同志应该定期不定期“送货上门”,或传递信息、或辅导帮助,甚至把安全