

Biblioteczka
**PRZYJACIELA
PRZY PRACY**

4

Mgr inż. LUDWIK MORAWSKI

**JAK
POPULARYZOWAĆ BHP
W ZAKŁADZIE PRACY**

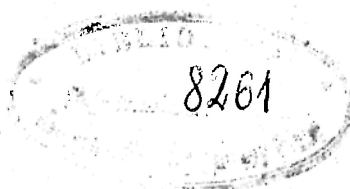
WYDAWNICTWO ZWIĄZKOWE

BIBLIOTECZKA „PRZYJACIELA PRZY PRACY”

4

Mgr inż. LUDWIK MORAWSKI

JAK POPULARYZOWAĆ BHP W ZAKŁADZIE PRACY



WARSZAWA 1957

W Y D A W N I C T W O Z W I Ą Z K O W E

Opiniodawca:
Gustaw Majewski

Redaktor:
Maria Rewerska

Redaktor techniczny:
Józef Jach

Korektor:
Pola Szaflikowska

Książka omawia poszczególne formy działalności popularyzacyjnej w zakresie bhp na terenie zakładu pracy, a więc: słowa żywego (odczyty, pogadanki, radiowęzły), słowa drukowanego (gazety zakładowe, gazetki ściennie, błyskawice, wydawnictwa periodyczne, biblioteki zakładowe, hasła, instrukcje). Książka daje również praktyczne wskazówki korzystania z form propagandy pogładowej, jak np. plakaty bhp, filmy bhp, przeźrocza. Ponadto na zakończenie autor podaje praktyczne wskazówki w zakresie liternictwa, które pomocne mogą być przy wykonywaniu takich środków propagandowych, jak gazetki ściennie, błyskawice itp.

Książka przeznaczona jest dla pracowników zakładowej służby bhp, społecznej i technicznej inspekcji pracy, członków zakładowych i oddziałowych komisji ochrony pracy oraz rad zakładowych.

WYDAWNICTWO ZWIĄZKOWE 1957

Nakład 7.150 egz. ark. wyd. 3,2, ark. druk. 3,25. — Papier druk.-sat. V kl. 70 g. format A1. Druk ukończono w listopadzie 1957 r. Cena zł. 4.—

Druk. RSW „Prasa“ Wrocław, ul. P. Skargi 3/5. Zam. 2814. F-14.

WSTĘP

W wypełnianych przez zakłady pracy kartach wypadków w zatrudnieniu ciągle jeszcze podaje się, że przyczyną tych wypadków jest lekkomyślność lub niedbalstwo pracowników. Równocześnie zaś pracownicy nadzoru nad warunkami pracy (techniczni inspektorzy pracy związków zawodowych, państwowi inspektorzy sanitarni, inspektorzy urzędów górniczych oraz inspektorzy biur dozoru technicznego) stwierdzają, że o ile w naszych zakładach pracy i przedsiębiorstwach nastąpiła wyraźna poprawa na odcinku bezpieczeństwa i higieny pracy, o tyle nie albo prawie nie uczyniono dla podniesienia stopnia uświadamienia załóg w zakresie bezpiecznych metod i organizacji pracy.

Z tego wynika, że administracyjna służba bhp, albo nie docenia roli i znaczenia wielkiej ilości środków służących do celów popularyzacji bhp, albo nie potrafi wybrać i praktycznie zastosować takich środków, które mogłyby na pracownika oddziaływać w sposób najbardziej skuteczny.

„Popularyzować” — znaczy „rozpowszechniać, czynić dostępnym dla ogółu”. Orężem popularyzacji jest „propaganda” — czyli „szerzenie zasad, myśli, poglądów, tendencji”. Każda działalność propagandowa opiera swoje rezultaty na jednej z podstawowych cech ustroju człowieka — na zdolności odczuwania bodźców płynących z otoczenia i reagowania na te bodźce, dzięki niezwykle rozbudowanemu i złożonemu układowi nerwowemu.

W dyspozycji administracji i społecznego aktywu zakładów pracy jest wiele środków popularyzacji bhp, które dadzą się stosować w trzech formach, tj. poprzez żywe słowo, słowo drukowane i formę poglądową. Te trzy formy są najskuteczniejsze, najlepiej szkolą i wychowują.

Jednakże nieudolnie prowadzona popularyzacja bhp może więcej zaszkodzić sprawie niż jej pomóc. Wyniki popularyzacji zależą bowiem niewątpliwie od środków materialnych na ten cel przeznaczonych, a w większym jeszcze stopniu od kwalifikacji i uzdolnień osób, które ją organizują i prowadzą.

Bez względu na to, czy prowadzący działalność propagandową

bhp będzie się posługiwał żywym słowem, pismem czy obrazem — praca jego musi być zawsze dobrze przemyślana i dostosowana do środowiska, któremu służy. W tworzeniu środków propagandy bhp trzeba — przy dużym nieraz wysiłku umysłowym — umieć dobrać taką formę oddziaływania, która będzie dostępna i zrozumiała dla ogółu tych osób, dla których jest przeznaczona. Jest to zasadniczy warunek skutecznej propagandy. Drugim warunkiem jest wiara w słuszność i celowość akcji propagandowej. Akcja ta wymaga wytrwałej i systematycznej pracy, ponieważ nie zawsze daje szybkie wyniki i korzyści materialne.

Klasa robotnicza ma swój zmysł krytyczny, ma własną ocenę i szybko potrafi odróżnić prawdziwe wartości od pustych frazesów. Popularyzacja bhp pomaga robotnikom w zrozumieniu prawdy, że ochrona ich życia i zdrowia to wielka rzecz. Stąd wniosek, że popularyzacja jest potężną bronią w walce z wypadkowością w zatrudnieniu i cennym sprzymierzeńcem w wysiłkach zdążających do podniesienia poziomu warunków i kultury pracy w naszej gospodarce narodowej.

Zakres stosowania popularyzacji i środki pomocnicze są nam znane, ludzi dobrej woli nie brak, a mimo to nie mamy w tym zakresie zbyt poważnych osiągnięć. Na prowadzenie popularyzacji bhp trzeba poświęcić więcej uwagi i przeznaczyć na ten cel poważne fundusze, które z czasem w innej formie i pod inną postacią wrócą — co najmniej stokrotnie pomnożone.

I. FORMY DZIAŁALNOŚCI POPULARYZACYJNO-PROPAGANDOWEJ BHP

Mamy wiele rozmaitych form i środków działalności popularyzacyjnej w zakresie bhp. W zakładzie pracy właściwy ich wybór zależy od inżyniera (technika) bhp, do którego obowiązku m. in. należy popularyzowanie zagadnień bhp,¹⁾ oraz od zakładowej komisji ochrony pracy, która ten wybór powinna zaakceptować, względnie skorygować.²⁾

Podstawowymi formami działalności popularyzacyjnej są: żywe słowo, słowo drukowane, forma pogładowa.

Najlepsze wyniki w pracy propagandowej daje umiejętne łączenie różnych form i środków, z których zazwyczaj tylko jedno odgrywa rolę zasadniczą. Na przykład, w oddziaływaniu za pośrednictwem odczytu, główną rolę odgrywa forma żywego słowa. Jednak dodatkowe wykorzystanie w czasie odczytu przez prelegenta materiałów poglądowych, ułatwi słuchaczom przyswojenie podstawowych wiadomości. W danym więc przypadku zasadniczą formą jest żywe słowo, pomocniczą zaś — forma pogładowa. Inaczej rzecz się przedstawia z oddziaływaniem za pośrednictwem plakatu bhp. Myśl twórcy, zawarta w obrazie przedstawionym na plakacie, ma mówić sama za siebie, zaś słowo drukowane — umieszczone w postaci krótkiego tytułu lub hasła — ma tę myśl podkreślić, względnie uzupełnić. A zatem zasadniczą rolę spełnia w tym przypadku forma pogładowa, pomocniczą natomiast — słowo drukowane.

¹⁾ W myśl instrukcji (§ 4, ust. 1, pkt. 19) do zarządzenia Przewodniczącego PKPG Nr 261 z dnia 16 września 1953 roku w sprawie organizacji i zakresu działania służby bezpieczeństwa i higieny pracy w zakładach pracy (Monitor Polski Nr A-83 z 19. IX. 1953 r., poz. 980).

²⁾ Patrz: „Wytyczne CRZZ w sprawie środków i metod popularyzacji bhp w zakładach pracy” — dodatek do Nr 9/55 miesięcznika „Przyjaciel przy Pracy” — Wydawnictwo Związkowe.

1. FORMY SŁOWA ŻYWEGO

Żywe słowo jest formą propagandy najbardziej dostępną i rozpowszechnioną, umożliwiającą dostosowanie np. odczytu lub pogadanki do poziomu kulturalnego słuchaczy i ich zainteresowań, pozwalającą prelegentowi bezpośrednio reagować na pytania i wątpliwości słuchaczy. Posługujemy się nią stale na różnego rodzaju kursach szkoleniowych, odprawach, naradach, posiedzeniach komisji ochrony pracy itp.

Dzięki wymienionym zaletom, żywe słowo jest jedną z najbardziej skutecznych form działalności propagandowej w zakresie bhp na terenie zakładu pracy. Formę żywego słowa stosujemy najczęściej: w odczytach, w pogadankach, w radiowęzłach zakładowych.

Odczyty

Odczyty są jedną z najbardziej znanych i popularnych form pracy propagandowej. Forma ta ma bowiem dużo zalet. Przede wszystkim odczyt jest formą oddziaływania masowego dającego szybkie rezultaty. Należy jednak równocześnie pamiętać, że ta forma pracy propagandowej jaką jest odczyt, wymaga dużego wyrobienia organizacyjnego oraz systematyczności i staranności w doborze tematu i prelegenta. Od doboru osoby prelegenta zależy w dużej mierze, czy słuchacze odniosą korzyść z wysłuchanego odczytu. Prelegent powinien ujmować temat w sposób wzbudzający zaniepokojenie słuchaczy, ożywić go podaniem przykładów z życia i pokazywaniem przygotowanych wcześniej, interesujących materiałów ilustracyjnych. Ponadto prelegent powinien mieć nienaganną dykcję oraz umiejętnie posługiwać się swoim głosem, dostosowując jego natężenie do wielkości sali i liczby słuchaczy.

Na wybór formy odczytu, jako środka popularyzacji problematyki bhp na terenie zakładu pracy, powinny mieć wpływ między innymi:

- 1) rodzaj tematu, z którym chcemy zaznajomić słuchaczy. Istnieją takie tematy, które nie są znane większości słuchaczy, ze względu na brak przygotowania teoretycznego i praktycznego. W tych warunkach wygłoszenie pogadanki miałyby się z celem. Na przykład, w związku z zaobserwowanymi licznymi wypadkami zatruć, jakie miały miejsce w zakładzie pracy, należy zaznajomić ogół pracowników z mechanizmem powstawania zatrucia. Dzięki temu wyeliminuje się zatrucia powstałe na tle nieznajomości właściwego zachowywania się pracowników w warunkach szkodliwych dla zdrowia. Aby osiągnąć

nać zamierzony cel, należałoby — dla jaśniejszego przedstawienia wspomnianego problemu — przyswoić słuchaczom niezbędny zasób wiadomości z zakresu anatomii i fizjologii pracy. Wiadomości z tej dziedziny na ogół są mało znane, łatwo więc przewidzieć, że słuchacze chętnie wezmą udział w popularnym odczycie na ten temat z udziałem odpowiedniego prelegenta;

2) **liczba słuchaczy.** Im większą mamy liczbę słuchaczy, tym mniejsze szanse ma pogadanka, w czasie której zazwyczaj żywy udział biorą słuchacze. Przy dużym audytorium można jedynie zastosować formę odczytu, który prelegent powinien zakończyć udzielaniem odpowiedzi na pytania słuchaczy;

3) **określona ilość materiału** do przerobienia w stosunkowo krótkim czasie. Wracając do przytoczonego poprzednio przykładu, stwierdzić trzeba, że temat w nim podany wymaga naświetlenia przez prelegenta tak od strony praktycznej, jak i teoretycznej.

Aby nie znurzyć słuchaczy prelekcja powinna trwać nie dłużej niż 1 lub 1,5 godziny. Sprostac temu możemy wyłącznie przez zastosowanie formy odczytu.

Odczyty przeznaczone dla załóg robotniczych lub uczącej się młodzieży, powinny być ciekawie ujęte i zainteresować słuchaczy sposobem podania, ilustracją i przykładami. Muszą wyjaśniać rzeczy nieraz trudne, w sposób jasny, prosty i przystępny, bez spływienia i zniekształcenia treści. Muszą wreszcie w sposób wyraźny łączyć się z życiem, kształtować poglądy i rozszerzać horyzonty myślowe słuchaczy.

Przy tego rodzaju odczytach prelegent powinien operować słowami i pojęciami powszechnie znanymi, unikać używania wyrazów obcych i trudnych określeń technicznych, i opierać się na znajomości posiadanych przez słuchaczy wiadomości ogólnych.

Przy odczytach popularnych, a więc przeznaczonych dla szerszego ogółu słuchaczy, prelegentem powinna być osoba o dużych zdolnościach popularyzatorskich. Od właściwego sposobu wygłoszenia zależy w pierwszym rzędzie zainteresowanie słuchaczy odczytami, przyswojenie omawianych zagadnień oraz praktyczne wykorzystanie otrzymanych wskazówek. A to jest celem każdego odczytu. Nie zawsze dobry fachowiec — lekarz, prawnik, inżynier lub technik — nadaje się do roli prelegenta, o tym trzeba pamiętać.

Odczyt zyskuje wiele na atrakcyjności, jeżeli treść jego jest ilustrowana. W zakładach pracy, gdzie istnieją odpowiednie urządzenia, jak aparat filmowy, rzutnik, epidiaskop itp., kwestia ta jest łatwa do rozwiązania, o ile prelegent będzie wcześniej

uprzedzony i przygotowuje materiał ilustracyjny. W zakładach pracy nie posiadających wymienionych urządzeń, prelegent powinien przy wygłaszaniu odczytu posługiwać się planszami, modelami, wykresami itp. Najmniej pożądaną formą ilustracji odczytu będą fotografie lub rysunki, rozsyłane przez prelegenta po sali obiegami. Odrywa to uwagę słuchaczy od postępującej dalej treści odczytu, pobudza do rozmów, niweczy wytworzony nastrój. Dużo lepsze rezultaty osiąga ten prelegent, który ilustruje treść odczytu rysunkami wykonywanymi przez siebie na tablicy szkolnej (o czym szerzej na str. 11).

Nie wolno zapominać o starannym przygotowaniu sali przeznaczonej na odczyt. Trzeba więc sprawdzić, czy sala jest sprzątnięta i czy posiada wystarczającą ilość miejsc siedzących. Należy także skontrolować stan jej przewietrzenia, sprawność urządzeń do zaciemniania (jeżeli mają być demonstrowane filmy lub przeźrocza), działanie urządzeń elektrycznych przy pomocy których odbywa się wyświetlanie, sprawdzić — czy przy tablicy jest ściereczka i dostateczny zapas kredy itp.

Termin odczytu należy ustalić tak, aby nie zbiegał się z terminem innej imprezy lub zebrania, co mogłoby ujemnie wpłynąć na frekwencję słuchaczy.

W końcu, wypada podkreślić, że w celu zapewnienia pożądanego frekwencji na odczycie — należy przeprowadzić na terenie zakładu pracy umiejętną reklamę odczytu. Wszystkie będące do dyspozycji zakładowe środki propagandy powinny być wykorzystane. Na przykład, wychodząca w zakładzie „wielona-kładówka” może zamieścić artykuł, nawiązujący do tematu odczytu i zachęcający do wzięcia w nim udziału. „Błyskawica” może podać krótki, dowcipny komunikat o odczycie. Na tablicach ogłoszeniowych można wywiesić jedno lub dwubarwne zawiadomienie w formie wywieszki, wykonane ręcznie techniką literniczą. We wszystkich miejscach, przeznaczonych do wywieszania plaktów bhp, można zamieścić jednocześnie jeden i ten sam plakat, powiązany tematycznie z treścią odczytu i umieścić na nim, lub poniżej, informację o odczycie. Bardzo dobre rezultaty daje wysyłanie do pracowników imiennych zaproszeń, pozbawionych urzędowego charakteru, a utrzymanych w formie uprzejmej zachęty.

Pogadanki

Istota pogadanki — w odróżnieniu od odczytu — polega na wspólnym rozpatrywaniu zagadnienia przez prelegenta i słuchaczy, pod kierunkiem prelegenta. W pogadance porusza się

w przystępnej dla słuchaczy formie jeden, stosunkowo wąski temat, unikając zbyt obszernych wywodów teoretycznych, i naginając treść do praktycznych zainteresowań słuchaczy. Na przykład, pogadanka dla kierowców samochodowych na temat benzyny skażonej etyliną (czteroetylek ołowiu), dróg przenikania trucizny do organizmu i mechanizmu oddziaływania jej na ustrój.

W czasie pogadanki prelegent stara się wykorzystać wiadomości i doświadczenie słuchaczy w celu bardziej wszechstronnego wyjaśnienia i pogłębienia omawianego zagadnienia. Może się zdarzyć, że niektórzy słuchacze nie zgadzają się z twierdzeniami prelegenta, następuje wówczas wymiana poglądów i dyskusja. Wątpliwości słuchaczy dają prelegentowi sposobność do przekonania audytorium o słuszności swego stanowiska. Jest to istotna korzyść z pogadanki, jako jednej z form działalności popularyzacyjnej na odcinku bhp.

Prowadząc pogadankę, prelegent może kierować pytania zarówno do całego audytorium, jak i do poszczególnych słuchaczy. Pierwsza forma kryje w sobie niebezpieczeństwo, że w dyskusji będzie zabierać głos stale ta sama grupa najbardziej aktywnych słuchaczy, natomiast reszta wyłączy się z udziału w pogadance, przekonana, że prelegent nie zwróci się do nich z zapytaniem. Dlatego bardziej właściwa jest druga forma. Prelegent powinien najpierw zadać pytanie, a następnie zwrócić się z prośbą o odpowiedź do wybranego przez siebie słuchacza. Przy tym wyborze powinien dokonywać spośród słuchaczy mniej aktywnych i mniej uważnych. Jeśli odpowiedź jest niezadawalająca, prelegent powinien pomóc słuchaczowi w sformułowaniu właściwej odpowiedzi, a nie pozostawiać go w przeświadczeniu, że nie umiał odpowiedzieć na pytanie. W przypadku, jeżeli bezpośrednie pytanie wychodzi od słuchacza, prelegent — w celu pobudzenia uwagi audytorium — może prosić o odpowiedź innego słuchacza, pomagając mu przez naprowadzenie go na właściwą odpowiedź.

Oprócz różnic, odczyt i pogadanka posiadają również cechy wspólne. Mianowicie — każdy odczyt lub pogadanka składa się z trzech części: wstępu, rozwinięcia, zakończenia.

Wstęp powinien służyć do zasygnalizowania tematu, wzbudzenia zainteresowania audytorium, do uzasadnienia potrzeby poznania zagadnienia przez słuchaczy. Wstęp powinien pomóc prelegentowi w nawiązaniu kontaktu ze słuchaczami i ułatwić przejście do właściwej treści, zawartej w rozwinięciu. Z powyższych względów wstęp nie może posiadać charakteru suchej formułki, rozpoczynającej się na przykład od słów: „Tematem dzi-

siejszego odczytu (pogadanki) jest...", albo: „Zebraliśmy się po to, aby omówić..." itp. Natomiast dobre rezultaty daje zagajenie w formie pytania uwzględniającego życiowe zainteresowania audytorium, nawiązanie do wydarzeń poruszonych w prasie, zdarzeń wziętych z życia itp.

Można we wstępie zaznajomić słuchaczy z planem odczytu lub pogadanki, który powinien być ułożony punktami w logicznym porządku.

Rozwinięcie stanowi podstawowy element odczytu lub pogadanki, zawiera bowiem właściwą treść. W rozwinięciu nie należy podawać materiału w postaci nieprzerwanego potoku słów. Materiał ten powinien być podzielony na części, podobnie jak np. książka dzielona jest na rozdziały i podrozdziały, w celu ułatwienia czytelnikowi orientowania się w tekście, układzie i w poszczególnych poruszanych zagadnieniach. Im bardziej zostaną wyodrębnione poszczególne części odczytu lub pogadanki, tym większe istnieje prawdopodobieństwo, że materiał zostanie łatwiej przyswojony i utrwalony w pamięci słuchaczy.

Spośród znanych sposobów dzielenia odczytu lub pogadanki na poszczególne części, wyróżnić należy:

- 1) pytanie retoryczne, które prelegent zadaje sam sobie przechodząc od jednej części odczytu do następnej. Pytanie takie spełnia podobną rolę, jak podtytuł w książce, a zatem powinno określić najbliższą część odczytu;

- 2) zdanie podsumowujące, które podkreśla zakończenie danej części odczytu.

Przy rozwijaniu tematu można posługiwać się metodą indukcji albo metodą dedukcji.

Pierwsza polega na przechodzeniu od przykładu lub szczegółów do uogólnienia, od spraw konkretnych do abstrakcji, od tego co jest bliskie słuchaczom, do tego — co dalekie.

Druga metoda polega natomiast na przechodzeniu od spraw ogólnych do szczegółów, od abstrakcji do spraw konkretnych, od rzeczy ogólnych do przykładów, od tego co dalekie słuchaczom, do tego, co jest im bliskie.

W propagandzie masowej bhp lepiej jest posługiwać się metodą indukcji. Słuchacze przy tej metodzie łatwiej przyswajają sobie treść odczytu, zmuszeni do myślenia i do samodzielnego wyciągania wniosków. Ponadto słuchaczy bardziej interesuje taki odczyt, w którym punktem wyjścia są konkretne fakty z życia, zwłaszcza dotyczące ich zakładu pracy. Wyplýwa to z tego, że wypadki urazów lub zatruc przy pracy nie mają charakteru szablonowego, interesują swoją niezwykłością i niecodziennością, a prelegent najczęściej opowiada o wypadkach przy

pracy, które — w większym lub mniejszym stopniu — wiążą się z jego osobistymi przeżyciami, jako technicznego inspektora pracy, inżyniera bhp, szefa oddziału, czy wydziału produkcyjnego. W związku z tym ulega zmianom tonacja jego głosu, przemówienie staje się bardziej sugestywne, tempo mowy jest raz żywsze, raz wolniejsze, w mimice jego twarzy oraz w gestykulacji pojawiają się nowe akcenty. Wszystko to oddziałuje w sposób widoczny na audytorium, które całe „zamienia się w słuch”.

Podczas odczytu lub pogadanki z zakresu bhp prelegenci najczęściej powołują się na dane liczbowe. Jest to niewątpliwie słuszną zasadą, gdyż dane te pozwalają na głębsze oświetlenie i udokumentowanie danego zagadnienia. Jednakże należy unikać przeładowania treści materiałem liczbowym. Jest to dla słuchaczy nużące. Jeżeli podawane przez prelegenta liczby mają znaczenie zasadnicze dla zilustrowania omawianego zagadnienia, należy wyraźnie wypisać je kredą na tablicy tak, aby były widoczne dla audytorium. Ma to szczególne znaczenie zwłaszcza wtedy, kiedy zachodzi potrzeba porównania, albo zanalizowania przytoczonych liczb lub wskaźników, które w poszczególnych przypadkach można podać w postaci wykresów graficznych. Przenosząc na tablicę dane liczbowe, należy czynić to w sposób uproszczony. Zbędne jest zatem podawanie tytułów, wypisywanie objaśnień itp. Wszystko to powinno być podane ustnie. Wykresy należy rysować „na oko”, chodzi przecież tylko o to, aby słuchacze mogli wzrokowo uchwycić zmiany krzywej.

Często nie zdajemy sobie sprawy, jak wielką rolę odgrywa kreda i tablica, jako środek pomocniczy przy pogładowym wygłaszaniu odczytu lub pogadanki na temat bhp. Kreda w rękach prelegenta staje się nieocenioną pomocą w ilustrowaniu poszczególnych zagadnień. Można zaryzykować twierdzenie, że rysunek na tablicy ma nawet przewagę nad gotową, wydrukowaną planszą, ponieważ powstaje etapami i dzięki temu jest dla słuchaczy bardziej zrozumiały. Rysując na tablicy, równocześnie wyjaśniamy sens rysunku, który przez to jest organicznie związany z odczytem. Rysunek taki jest zazwyczaj prosty i — przez pozabawienie go niepotrzebnych szczegółów — ma charakter umowny. Szkicowy charakter rysunku i brak wykończenia znajduje w oczach słuchaczy wytłumaczenie, gdyż prelegent w czasie rysowania nie przerywa odczytu. Prelegent powinien korzystać z tablicy także przy wymienianiu podczas odczytu wyrazu nieznanego słuchaczom, tytułu polecanej książki, nazw i dat roz-

porządzenia (na które się powołuje) wraz z numerem właściwego dziennika urzędowego itp.

W dążeniu do tego, aby przekazywane wiadomości zostały utrwalone przez słuchaczy, musimy unikać wszystkiego, co utrudnia im przyswojenie treści odczytu. Uwagę słuchaczy mogą rozpraszać:

1) pewne przyzwyczajenia prelegenta, jak na przykład częste używanie zbędnych słów („założmy”, „powiedzmy”, „prawda”, „znaczy się”, „panie” itp.), nerwowe chodzenie w czasie odczytu, niektóre powtarzające się gesty, chrząkania itp.;

2) rozwieszone w sali przed odczytem plakaty, plansze, tablice itp., które powinny być kolejno demonstrowane w odpowiednich momentach;

3) pomoce pogładowe (luźne fotografie, szkice, rysunki) nie-dużych wymiarów, które prelegent puszcza w obieg wśród słuchaczy w czasie odczytu. W rezultacie prelegent przechodzi do omawiania następnego zagadnienia, a słuchacze ciągle jeszcze oglądają poprzednio otrzymane materiały.

Na zakończenie warto przypomnieć, że żadne pytanie, zadane przez słuchacza, nie może pozostać bez odpowiedzi. Jeżeli wygłaszamy odczyt, odpowiedzi na pytania udzielamy po jego zakończeniu. Dużym ułatwieniem organizacyjnym w tym przypadku jest ogłoszenie przez prelegenta przed rozpoczęciem odczytu, że ewentualne pytania słuchacze powinni składać na piśmie.

Na pytania zadawane przez słuchaczy podczas pogadanki należy odpowiadać niezwłocznie — chyba, że pytania te odbiegają od tematu, wówczas należy na nie odpowiadać po zakończeniu pogadanki.

Radiowęzły zakładowe

Wiele zakładów pracy posiada lokalne radiowęzły, dysponujące własnym studio nadawczym oraz siecią głośników rozmieszczonych na terenie całego zakładu. Urządzenia tego typu są wykorzystywane zarówno dla ogólnych celów informacyjnych, szkoleniowych, propagandowych i rozrywkowych, jak i dla celów specjalnych, np. sygnalizacji roboczej czy awaryjnej.

Teoretycznie rzecz biorąc, znaczenia takich urządzeń zakładowych, jako środka masowego oddziaływania na załogę, jak również ich roli kulturalnej, oświatowej, propagandowej itp., nie można kwestionować. Sprawa ta jednak znacznie się komplikuje, jeżeli rozpatrywać ją z punktu widzenia bezpieczeń-

stwa i higieny pracy, co zresztą wiąże się ze sposobem użytkowania urządzeń radiofonizacyjnych.

Jak wiadomo, działanie głośników — zwłaszcza o dużej mocy — umieszczonych w miejscach publicznych, może w pewnych warunkach wywierać również wpływy ujemne. Daje się to zaobserwować, gdy mamy do czynienia z nadawaniem audycji zbyt długotrwałych lub za głośnie, nadawanych w nieodpowiedniej porze, miejscu itp.

Silne i długotrwałe bodźce słuchowe zjawiają się w środowisku pracy, jako nowy dodatkowy czynnik, który w określonych warunkach może pogarszać stan bezpieczeństwa i higieny pracy. Potwierdzają to skargi zakładów pracy, jak i odpowiedzi na ankietę, rozesłaną w swoim czasie do zakładów przez Ministerstwo Pracy i Opieki Społecznej.¹⁾

Z drugiej strony, przeprowadzone na terenie kilku zakładów pracy obserwacje nad możliwością wykorzystania radiowęzłów zakładowych dla celów instruktażu bhp, wykazały, że:²⁾

- słyszalność audycji radiowęzłów zakładowych jest na ogół zła;
- przyczyną tego jest w większości przypadków niezadawalający stan techniczny urządzeń radiofonizacyjnych;
- pracownicy nie słuchają audycji i mają wobec nich postawę negatywną. Taki stosunek pracownika do audycji wydaje się wytłumaczalny, bowiem często przeszkadza im ona w pracy, uniemożliwia skupienie się na wykonywanej czynności.

W związku z przytoczonymi stwierdzeniami, nasuwa się pytanie: czy — i w jaki sposób można wykorzystać radiowęzeł zakładowy dla celów propagandy bhp, przyjmując oczywiście, że stan techniczny urządzeń radiofonizacyjnych ulegnie w zakładach pracy radykalnej poprawie.

Chociaż zagadnienie to jest mocno skomplikowane i wymaga długich i żmudnych badań naukowych, to jednak już dziś można twierdzić, że radiowęzły mogą oddać nieocenione usługi w dziedzinie naszej działalności zapobiegawczej, o ile będziemy się nimi posługiwać z umiarem, ograniczając zakres ich wykorzystania, przykładowo, do:

1) umieszczania aktualnych dla danego zakładu problemów bhp w nadawanych przez radiowęzeł koncertach życzeń. Dobrze

¹⁾ Patrz: artykuł J. Okonia w Nr 9/56 mies. „Ochrona Pracy” pt. „Radiowęzły zakładowe w świetle ankiety”.

²⁾ Patrz: artykuł J. Konarskiej w Nr 5/56 mies. „Ochrona Pracy” pt. „Radiowęzeł zakładowy, jako środek instruktażu bhp”.

wyniki może dać dowcipnie ułożony tekst życzenia — powiązany z odpowiednio dobraną ilustracją muzyczną — skierowanego np. przez załogę do kierownika oddziału produkcyjnego, aby nie zwlekał z wykonaniem podjętego zobowiązania w sprawie poprawienia w tym oddziale warunków ochrony pracy itp.;

2) podawania krótkich komunikatów o wypadkach przy pracy, o osiągnięciach w dziedzinie poprawy stanu bhp, o zaniedbaniach ze strony poszczególnych kierowników lub imiennie wymienionych pracowników itp. Komunikaty takie będą miały mobilizujący wpływ na innych kierowników produkcji, jak i na resztę załogi;

3) informowania załogi o przyczynach wypadków, środkach zapobiegawczych oraz bezpiecznych metodach pracy;

4) zwracania „na gorąco” uwagi pracownikom, stosującym metody pracy sprzeczne z obowiązującymi przepisami i zasadami bhp — z wymienieniem ich nazwiska, funkcji i działu produkcyjnego, w którym są zatrudnieni. Uwagi te będą miały wychowawczy wpływ na „opornych” pracowników, którzy swoim negatywnym stosunkiem do uwag bezpośrednich przełożonych, jak też społecznych inspektorów pracy, dają zły przykład kolegom. W celu uniknięcia nieporozumień lub nadużyć na tym odcinku, należy ustalić zasadę, że uwagi takie mogą być podawane publicznie tylko na podstawie meldunków właściwych społecznych inspektorów pracy;

5) informowania załogi o podjęciu prac (np. remontowo-budowlanych), które w normalnym ruchu zakładu stwarzają nowy czynnik zagrożenia — w ślad za tym — o obowiązku stosowania przez pracowników właściwych środków zabezpieczających;

6) powiadamiania załogi o terminie i miejscu organizowanych w zakładzie imprez z zakresu bhp (np. odczytów, pogadanek, dyskusji międzyoddziałowych, wycieczek itp.), o ich tematyce i atrakcjach z tym połączonych.

Kwestią do dyskusji jest, czy należy wygłaszać przez radiowęzeł pogadanki oraz prowadzić szkolenie z zakresu bhp.

Za bezpośrednim kontaktem prelegenta (wykładowcy) ze słuchaczami przemawia znaczna liczba argumentów, m. in. możliwość wykorzystania materiałów poglądowych, udzielania odpowiedzi na pytania, prowadzenie dyskusji itp. Przy wyborze tej czy innej formy należy brać pod uwagę specyficzne warunki zakładu. Jeżeli warunki sprzyjają wygłoszeniu pogadanki przez radiowęzeł, należy kierować się następującymi zasadami:

1) pogadanka przez radiowęzeł nie powinna trwać dłużej niż 5 minut;

2) tematem jej mogą być sprawy bhp aktualne tylko dla danego zakładu i jego załogi;

3) tekst pogadanki powinien być opracowany w sposób interesujący, lekki, zabarwiony dozą humoru; unikać należy przy tym jakiegokolwiek mentorstwa;

4) pogadankę najlepiej wygłosić w czasie przerw w pracy.

2. FORMY SŁOWA DRUKOWANEGO

Słowo drukowane, czy pisane, można by określić, jako rodzaj mowy utrwalonej na papierze za pomocą umownych znaków. Zatem przy oddziaływaniu na odbiorcę wchodzi tu w grę w pierwszym rzędzie wrażenia wzrokowe. One to sprawiają, że słowo drukowane staje się bodźcem, który powoduje powstawanie naszych myśli, wyobrażeń, zjawiska pamięci itp. Dlatego też słowo drukowane oddziałuje przez dłuższy czas, nie jest ograniczone ani czasem, ani przestrzenią; odwrotnie niż słowo żywe, które tym ograniczeniom podlega.

Z form słowa drukowanego, stosowanych w zakładach pracy dla celów propagandy bezpieczeństwa i higieny pracy, wymienić należy: gazety zakładowe, gazetki ścienne i „błyskawice”; wydawnictwa periodyczne; biblioteczki zakładowe; hasła, wywieszki, napisy ostrzegawcze; instrukcje wywieszane przy stanowiskach pracy.

Gazety zakładowe, gazetki ścienne, „błyskawice”

Gazety zakładowe (wielonakładówki) są na ogół wydawane tylko na terenie dużych zakładów pracy, w formie zazwyczaj odmiennym (mniejszym) od pism codziennych. Wiadomości podawane przez wielonakładówki dotyczą niemal wyłącznie aktualnych spraw, związanych bezpośrednio z życiem i działalnością zakładu. Gazety zakładowe cieszą się dużym powodzeniem wśród pracowników, są czytane chętnie i z dużym zaciekawieniem.

Dzięki swej poczytności, wielonakładówki stanowią bardzo skuteczny instrument w rękach popularyzatora zasad bhp wśród pracowników zakładu. Rzecz oczywista, że artykuły z zakresu bhp muszą być krótkie, z uwagi na ograniczoną objętość gazet zakładowych oraz obfitość poruszanej w nich tematyki z rozmaitych dziedzin. Niemniej artykuły te powinny wyczerpująco nasświetlać zagadnienia żywotne dla załogi całego zakładu, względ-

nie poszczególnych oddziałów. Każdy poruszany tam problem powinien wynikać z istniejącego w zakładzie stanu i opierać się na konkretnych faktach i potrzebach pracowników. Tematem artykułów mogą więc być zagadnienia z dziedziny techniki bezpieczeństwa i higieny pracy, jak również dotyczące organizacji pracy, zaopatrzenia w odzież specjalną i sprzęt ochrony osobistej, prac wzbronionych kobietom i młodocianym, pracy w warunkach uciążliwych i szkodliwych dla zdrowia itp.

Treść artykułu staje się dla czytelników bardziej atrakcyjna i przekonująca, jeżeli jest poparta ilustracjami, zwłaszcza — w przypadku gazet zakładowych — autentycznymi fotografiami z własnego zakładu pracy, stwierdzającymi obiektywnie opisany w artykule stan faktyczny. Autor artykułu nie może jednak poprzestać tylko na omówieniu stanu faktycznego, jego braków i usterek. Taki sposób pisania jest błędny, demobilizujący, a zatem osłabiający rezultaty działalności popularyzacyjnej.

Autor powinien w artykule wskazać środki poprawy warunków pracy możliwe do zrealizowania przez kierownictwo zakładu. Nie należy przy tym stronić od akcentów krytycznych, skierowanych w stronę administracji zakładowej, względnie w stronę poszczególnych pracowników. Rzeczowa krytyka błędów popełnianych uparcie przez niektórych pracowników administracji na odcinku ochrony pracy, może stać się punktem zwrotnym w ich stosunku do sprawy bezpieczeństwa własnego i towarzyszy pracy.

Artykuły w gazecie zakładowej powinny być w zasadzie utrzymane w tonie poważnym. Nie wyklucza to jednak możliwości zamieszczenia artykułu napisanego w formie dowcipnej i satyrycznej. Artykuł taki napisany z umiarem i pozbawiony akcentów przykrojonej złośliwości, może się przyczynić do zwiększenia poczytności gazety i do łatwiejszego przyswajania jej treści.

W gazecie zakładowej poza artykułami i wzmiankami, zamieszczać można informacje o zamierzonych imprezach z zakresu bhp (filmy, pogadanki, odczyty itp.), o ciekawszych akcjach w tej dziedzinie (konkurs na pomysł racjonalizatorski, współzawodnictwo międzyzakładowe lub międzyoddziałowe, miesiąc BHP itp.), o nowych zarządzeniach z zakresu bhp odnoszących się do całego zakładu, jego poszczególnych oddziałów lub do określonych kategorii pracowników, o wypadkach przy pracy, wynikach przeprowadzonych dochodzeń powypadkowych, podjętych środkach zapobiegawczych itp.

Jak z powyższego wynika, gazety zakładowe mogą wszechstronnie pomagać w popularyzowaniu zagadnień bhp, z jednej

strony przyczyniając się do systematycznego podnoszenia stopnia uświadomienia załóg w tej dziedzinie, z drugiej zaś — do stopniowej zmiany stosunku administracji zakładowej do problematyki ochrony pracy, na korzyść tej ostatniej.

Wykorzystanie tych wartości jest uzależnione od harmonijnej współpracy rady zakładowej (komisji ochrony pracy, inżyniera, technika bhp) z zakładową placówką służby zdrowia i komitetem redakcyjnym gazety. Najwłaściwszą formą takiej współpracy jest stały udział wyznaczonych do tych zadań członka komisji ochrony pracy w pracach komitetu redakcyjnego. Stały przedstawiciel komisji ochrony pracy jest wówczas bezpośrednio związany z redakcją, odpowiada za prowadzenie działu bhp w gazecie i jest w stanie przenosić bieżąco najaktualniejsze sprawy, którymi żyje załoga. Ponadto pomaga w doborze i werbowaniu autorów artykułów i wzmianek oraz dopilnowywaniu terminowego dostarczania materiału redakcyjnego itp.

Gazetki ściennne są redagowane przede wszystkim w tych zakładach pracy, które nie posiadają własnych wielonakładówek.

Poczytność gazetki ściennej jest w dużym stopniu uzależniona od jej formy zewnętrznej. Musi ona przedstawiać sobą estetyczną, barwną plamę, przyciągającą wzrok przechodzących koło niej i zniewalającą ich tym samym do zaznajomienia się z jej treścią.

Od treści gazetki ściennej należy wymagać — odmiennie, jak w wielonakładówkach — przewagi artykułów i wzmianek utrzymanych w lżejszej formie. Powinny być one zaprawione dużą dozą krytyki, humoru i dowcipu, wyrażonego pod postacią karykatur, rysunków, wierszy satyrycznych, gwarowych wyrażań, „ciętych” dialogów, przysłów, porównań itp.

Gazetka ścienna powinna poruszać najrozmaitsze zagadnienia z dziedziny ochrony pracy, ale w bezpośrednim powiązaniu z wydarzeniami dotyczącymi zakładu pracy.

Zasadniczym błędem, którego należy bezwzględnie unikać, jest umieszczanie w gazetce ściennej okolicznościowych artykułów, wyciętych z pism codziennych lub z czasopism periodycznych, zawierających ogólnikowe wypowiedzi, względnie informacje, które mogą być przedmiotem zainteresowania bardzo wąskiego grona osób. Przestrzec należy również przed artykułami bardzo długimi, tzw. tasiemcami, które najczęściej pomija się przy czytaniu gazetki ściennej ze względu na ich odstraszającą długość. Zjawisko to można zaobserwować nawet u większości czytelników prasy codziennej. Jednak ze szczególną jaskrawością wy-

stępuje ono wszędzie tam, gdzie zachodzi konieczność odczytania tekstu zawieszonego na ścianie, płocie, tablicy itp.

Mając powyższe na uwadze, przy wykonywaniu gazetki ściennej o tematyce bhp, kierować się należy następującymi zasadami:

1) każdy artykuł lub wzmianka powinny być redagowane na miejscu, w zakładzie i napisane bezbłędnie — o ile to możliwe — odręcznie, wyraźnym, czytelnym pismem, względnie na maszynie;

2) cały materiał redakcyjny należy rozmieścić w taki sposób, aby najwięcej miejsca przeznaczyć na główną treść, podać ją najczytelniej, najwyraźniej. Inne elementy będące tylko dodatkiem do głównej treści powinny zajmować niewiele miejsca. Ponadto pamiętać należy, że na płaszczyźnie powinno znaleźć się tylko to, co jest niezbędne do wyrażenia zamierzonej treści (pod pojęciem treści rozumiemy zarówno słowo jak i rysunek). Zbyt duża ilość dodatków i ozdóbników zaciemnia czytelność. Poszczególne artykuły powinny posiadać kształt zwartego bloku, oddzielonego szerokim marginesem od sąsiednich artykułów. Jeżeli artykuł zawiera ilustrację, to rozmieszczamy je w takiej odległości i odstępie od tekstu, aby zachować wystarczające światło i równocześnie powiązać rysunek z tekstem;

3) w tekstach artykułów należy unikać zbyt długich wierszy, pisma zbyt pochylego lub zbyt ozdobnego (zmniejsza czytelność), nakrapiania tła, na którym pismo staje się mało widoczne i brzydko wygląda, pisanie wierszy półkolistych i wężykowatych. Najlepiej pisać tekst wzdłuż linii prostych;

4) przy ręcznym wykonywaniu napisów i tekstów jako zasadę należy przyjąć czytelność tekstu. Litera powinna być prosta, bez ozdóbników i tak duża, aby napis był czytelny. Jeżeli chcemy otrzymać literę tłustą (grubą), trzeba dobrać takie pióro, które da nam linię o szerokości pięć razy mniejszej od wysokości litery. Jeżeli natomiast chcemy otrzymać literę jasną (cienką), dobieramy pióro węższe, zmieniające stosunek elementów litery na 1:10 (p. str. 46);

5) w gazetkach wielobarwnych tło nie powinno mieć koloru jaskrawego, natomiast intensywnym kolorem należy wyróżniać wszystko to, co ma przyciągać wzrok osób przechodzących koło gazetki.

W skład kolegium redakcyjnego gazetki ściennej bhp, powinna wejść osoba posiadająca takie zdolności i zasób wiedzy plastycznej, które zapewnią utrzymanie szaty zewnętrznej gazetki na odpowiednio wysokim poziomie artystycznym. Jeżeli nie można zapewnić sobie takiej współpracy, należy umieszczać

w gazetce materiał redakcyjny napisany czysto i bezbłędnie na maszynie, a aktualne dla poruszanych tematów ilustracje — w postaci dobrych zdjęć fotograficznych lub rysunków wyciętych z pism periodycznych — rozmieścić w sposób podany w punkcie 2.

W zakładach pracy, gdzie redagowanie odrębnej gazetki ściennnej dla spraw ochrony pracy sprawia trudności, należy dążyć do tego, żeby ogólnozakładowa gazetka posiadała „kącik” poświęcony sprawom bhp. Redagowanie takiego „kącika” — podobnie jak w wielonakładowce — należy powierzyć osobie wskazanej przez komisję ochrony pracy. Osoba ta powinna wchodzić w skład kolegium redakcyjnego gazetki.

Pozostaje jeszcze odpowiedzieć na pytanie, jak często należy zmieniać numery gazetki ściennnej. Na ogół w zakładach pracy wymiana na nowe numery następuje w odstępach dwutygodniowych, a często nawet miesięcznych. Niestety, zwyczaju tego nie można pochwalać, gdyż doświadczenie wskazuje, że każda forma propagandy pogładowej, do której po części można zaliczyć również gazetkę ścienną, deaktualizuje się i przestaje wzbudzać zainteresowanie już po 3—6 dniach. Wydaje się, że powodem zbyt długiego przetrzymywania poszczególnych numerów są trudności związane z wykonaniem gazetki, a mianowicie: zebranie i opracowanie materiału redakcyjnego, stworzenie koncepcji plastycznej (każdy następny numer gazetki powinien się różnić od poprzedniego zarówno treścią jak i formą), uzupełnienie środków technicznych (piór, pędzli, tuszu, farb, kleju, papieru itp.), znalezienie wykonawców (nie tylko chętnych, lecz także posiadających odpowiednie kwalifikacje) itp.

Stąd wniosek, że częstotliwość wymiany numerów gazetki powinno się ustalać w oparciu o dokładną analizę lokalnych warunków i możliwości zakładu pracy oraz o wyniki obserwacji co do czasu trwania zainteresowania załogi gazetką ścienną. Ustalony w taki sposób czas wymiany numeru powinien być ściśle przestrzegany w celu przyzwyczajenia załogi do czytania gazetki.

Błyskawica BHP — jak sama nazwa wskazuje jest wydawana po to, żeby błyskawicznie zareagować na coś, co ma ujemny lub dodatni wpływ na stan ochrony pracy w zakładzie. Zależnie od technicznych możliwości, błyskawice są wykonane odręcznie, albo — jako ulotki — powielane lub drukowane.

Błyskawica wykonana odręcznie — to krótki, mobilizujący tekst, wypisany najczęściej piórem „redis” (p. str. 46), patykiem lipowym lub pędzlem na kawałku kartonu i wywieszony w takim miejscu zakładu, w którym mogą go

przeczytać wszyscy zainteresowani. Sam tekst może mieć charakter interwencji w imieniu załogi w sprawie urządzeń zabezpieczających, sprzętu ochrony osobistej, odzieży ochronnej, ogrzewania hal produkcyjnych, oświetlenia terenów montażowych itp. Może też zawierać ostrą krytykę stosowanej przez dozór niewłaściwej organizacji pracy, łamania przepisów obowiązującego ustawodawstwa ochronnego w stosunku do kobiet i pracowników młodocianych, nie przestrzegania przepisów bhp itp. Krytyką mogą być również objęci ci pracownicy, którzy zasłużyli na nią z uwagi na niebezpieczne nawyki w pracy, niewłaściwe zachowanie się w obrębie zakładu lub miejsca pracy (np. używanie alkoholu, chuligaństwo) itp.

Nie należy wykorzystywać błyskawicy do publikowania ogłoszeń administracyjnych, zawiadomień o imprezach itp., gdyż nabrałaby ona wówczas charakteru urzędowej kurendy, a zabrała cechy propagandowe. Dobrze zredagowana błyskawica powinna się zajmować tylko takimi zjawiskami, które wymagają poparcia, przeciwdziałania, bądź też rozreklamowania. Wartość jej polega na tym, że o proteście dotyczącym np. łamania przepisów ustawodawstwa ochronnego dowiaduje się z błyskawicy ogół zatrudnionych w zakładzie. Taki protest, który można powtarzać wielokrotnie (oczywiście każdorazowo w odmiennej formie), nie pozostaje bez echa, o czym świadczą liczne przykłady.

Przy formułowaniu interwencyjnego tekstu błyskawicy, należy wyraźnie wymienić, do kogo odnoszą się krytyczne uwagi i od kogo załoga oczekuje zmiany istniejącego stanu rzeczy. Jeżeli adresat zostaje pominięty, przemilczany, atak uderza w próżnię, mija się z celem. Za przykład takiego niedociągnięcia może posłużyć poniższy tekst, który w oryginale uzupełniony był jeszcze zjadliwym rysunkiem:

„Umywalnia w młotowni wygląda tak, jak na obrazku poniżej. Nikt z niej nie może korzystać, ponieważ brakuje około 10 cm rurki doprowadzającej wodę”.

W tekście tym mamy jedynie stwierdzenie faktu, które samo przez się braku nie usunie. Inaczej oddziała taki oto tekst błyskawicy:

„Czy wiecie, że w niektórych miejscach naszego zakładu robotnicy kąpią się w błocie? Co na to powie nasz oddział gospodarczy? Może znajdzie dla nich sposób ratunku?”

Tu co prawda można mieć zastrzeżenie, że autorzy nie określili konkretnie, w których miejscach zakładu znajduje się „kąpiel błotna”, co należy również ocenić jako wadę tekstu, jednak pod pręgierz opinii załogi stawia błyskawica wyraźnie oddział go-

spodarczy zakładu, mobilizując kierownictwo tego oddziału do czynu.

O ile słuszną krytykę, wyrażoną publicznie w błyskawicy najczęściej pomaga przełamywać złe nawyki i niechęć do przestrzegania zasad bhp, jak też hamować zapędy do świadomego czy nieświadomego łamania praworządności, o tyle krytyka nieuzasadniona, wyrażona zbyt pochopnie, staje się jadowita i szkodliwa. Wyrządza ludziom krzywdę moralną, dyskredytuje w oczach załogi wartość błyskawicy, która powinna być instrumentem sprawiedliwej i obiektywnej opinii załogi. Należy więc zawsze dokładnie zbadać prawdziwość każdej informacji, zanim wykorzysta się ją w błyskawicy.

Z punktu widzenia propagandy bhp, pożyteczną rolę spełniają te błyskawice, które zawierają pochwałę pojedynczych pracowników, czy też określonych grup pracowniczych, lub gratulacje z tytułu osiągnięć w dziedzinie podniesienia stanu bhp, wzorowej organizacji pracy przy robotach niebezpiecznych, uciążliwych, wykonywanych w warunkach szkodliwych dla zdrowia, pomysłów racjonalizatorskich z zakresu bhp, zastosowanych usprawnień itp. Taka pochwała jednych zachęca do naśladownictwa, u drugich wywołuje uczucie „twórczej” zazdrości i chęć współzawodnictwa, a wyróżnionych napawa zadowoleniem, że ich wysiłek został należycie oceniony.

Błyskawice — ulotki (powielane lub drukowane) zawierają kilka lub kilkanaście krótkich tekstów o różnej tematyce z dziedziny bhp. Stosować można rozmaitego kształtu i wielkości czcionki do tytułów i tekstów poszczególnych wzmianek; stanowi to siłę przyciągającą wzrok i wystarczający bodziec, który zniewala do odczytania podanego drobniejszym drukiem tekstu pod tytułem zapowiadającym coś niezwykłego, na przykład:

„Uwaga Pogotowie Ratunkowe!

— Prosimy o zainstalowanie stałego dyżuru na obiekcie 277 (regeneratory). Majster P... i brygadzysta O... z Mostostalu zorganizowali tam wyciąganie monterów na wysokość kilkunastu metrów w... uszkodzonym kubie „Pioniera”, podnoszonym za pomocą dźwigu. Oto racjonalizacja „od siedmiu boleści”, która może się zakończyć poważnym wypadkiem”. Albo:

„Uwaga Zakład Robót Instalacyjnych — Cementownia — Majster W...!

— Nie zabezpieczyliście wykopu wąskoprzestrzennego głębokości kilku metrów, koło drogi, na cementowni. Ludzie wchodzą do wykopu po wystęпах w podkopanej ścianie. Pamiętajcie, że każdy 1 m³ ziemi waży kilkaset kilogramów i upadek tylko czę-

ści tego metra sześciennego na człowieka może spowodować wypadek śmiertelny. Pamiętajcie — zostaliście ostrzeżeni”.

Przytoczone przykłady wskazują, jak błyskawica powinna reagować na lekceważący stosunek kierowników poszczególnych robót do spraw bhp. A oto przykład napiętnowania w błyskawicy braku dbałości o zaopatrzenie pracowników w sprzęt ochrony osobistej:

„Czy zaopatrzeniowiec, który nie umie się postarać o kilka par rękawic i kaloszy dielektrycznych dla elektryków, tudzież o bezpieczniki — jest wiele wart? Odpowiedź kierujemy pod adresem: Ob. H... — PIP”.

Błyskawica-ulotka może być urozmaicona szeregiem dowcipnie zredagowanych „drobnych ogłoszeń”, w których ostrze satyry jest skierowane w stronę pracowników „głuchych” na wezwanie stosowania bezpiecznych metod pracy, nie wypełniających obowiązku szkolenia w zakresie bhp itp. Oto kilka przykładów takich „drobnych ogłoszeń”:

„Instruktażu bhp na stanowiskach roboczych nie prowadzę. Bezpečnych metod pracy nie stosuję. Szczęście mi sprzyja. Nikt mnie nie karze. Zapytuję, dlaczego? — Majster Z... S... — PIP, odc. Walcownia”.

„Myślę o niebieskich migdałach w czasie pracy i spuszczać cegły na innych pracowników, powoduję wypadki. I... S... — ZB2”.

„Pracował na wysokości bez pasa bezpieczeństwa. Spadł, ponosząc śmierć na miejscu. A szkoda go, bo był dobrym pracownikiem. — Obywatelu D..., elektryku ZPBEHL — czy chcecie, żebyśmy byli zmuszeni kiedyś tak o Was napisać?”

Częstotliwość ukazywania się błyskawicy zależy od sprężystej organizacji zbierania materiału redakcyjnego, wyspecjalizowania się grona osób, wchodzących w skład komitetu redakcyjnego, w wydawaniu błyskawicy, od posiadanych środków technicznych (powielacz, własna drukarnia, drukarnia wykonująca wielonakładówkę itp.), jak również od sprawnej organizacji kolportażu.

Należy dążyć do systematycznego wydawania błyskawicy, bowiem wyrabia to wśród pracowników zakładu nawyk jej czytania. W im krótszych odstępach czasu będzie się ukazywała błyskawica — tym szybciej załoga przyswoi sobie nawyk jej czytania.

Nad sprawą wydawania i kolportowania błyskawicy powinna czuwać komisja ochrony pracy. Winna ona brać pod rozwagę specyficzne warunki lokalne, aktywność społecznych inspekto-

rów pracy i wysokość nakładu, który zależy m. in. od posiadanych przez zakład środków finansowych, przydziału papieru itd.

Teoretycznie rzecz biorąc, najlepsze rezultaty powinien dawać kolportaż błyskawicy dokonywany za pośrednictwem grupowych społecznych inspektorów pracy. Oni to najlepiej mogą się orientować komu w pierwszym rzędzie należy wręczać błyskawicę.

Obecnie praktykuje się rozdawanie błyskawicy przy wejściu na teren zakładu pracy, w portierni, co nie jest rozwiązaniem najszcześniejszym, gdyż w pośpiechu trudno wśród fali napływających do roboty pracowników wybrać osoby najbardziej powołane do zaznajomienia się z treścią danego numeru błyskawicy. W rezultacie może się zdarzyć, że błyskawica nie dotrze do rąk pracowników i kierownictwa tego oddziału, którego spraw między innymi dotyczy.

Wydawnictwa periodyczne

Każde osiągnięcie zakładu pracy na polu poprawy warunków bhp jest rezultatem albo wysiłku umysłowego i fizycznego własnych pracowników (wynałazki, pomysły racjonalizatorskie, usprawnienia), albo umiejętnego zastosowania obcych wzorów. W obydwu przypadkach mamy do czynienia z szeroko pojętym zjawiskiem postępu, zarówno w dziedzinie techniki bhp, jak i organizacji pracy. Jest rzeczą zrozumiałą, że częściej można się spotkać z postępem wynikającym z zapożyczenia gotowych, względnie udoskonalonych i dostosowanych do własnych potrzeb, obcych wzorów. Aby to osiągnąć, niezbędny jest stały i systematyczny kontakt ze światem zewnętrznym.

• Rolę łącznika personelu inżynieryjno-technicznego i aktywu zakładowego bhp z idącym ciągle naprzód w świecie postępem technicznym w zakresie bhp, oraz rolę instrumentu służącego pogłębianiu ich wiedzy w tej dziedzinie — spełniają czasopisma, poświęcone wyłącznie problematyce bhp. Można śmiało zaryzykować twierdzenie, że mało wartościowy jest dla zakładu pracy taki człowiek — pełniący funkcję kierowniczą w produkcji lub powołany na stanowisko inżyniera (technika) bhp, albo wybrany przez załogę na społecznego inspektora pracy — który zasklepia się wyłącznie w kręgu spraw własnego zakładu, wykazuje całkowity brak zainteresowania dla rzeczy nowych, zaniedbuje obowiązek podnoszenia własnego poziomu wiedzy technicznej i podległych mu pracowników. Tymczasem nie brak u nas środków umożliwiających dokształcanie tak siebie same-

go, jak i pracowników, w zakresie techniki bhp, fizjologii, socjologii i organizacji pracy.

Oprócz periodycznych branżowych wydawnictw technicznych, które częściej lub rzadziej zamieszczają artykuły na tematy bhp, istnieją u nas dwa czasopisma zajmujące się wyłącznie problematyką ochrony pracy. Są to:

1) „Przyjaciel przy Pracy” — miesięcznik, wychodzący od 1949 roku, przeznaczony dla społecznych inspektorów pracy, poświęcony popularyzacji problematyki bhp i ochrony pracy wśród załóg robotniczych. Podaje praktyczne wskazówki z zakresu techniki bhp, higieny przemysłowej i zagadnień prawno-organizacyjnych ochrony pracy. Zajmuje się analizą przyczyn wypadków przy pracy, wymienia stosowane w praktyce, ciekawsze sposoby zwalczania wypadków i chorób zawodowych, udziela porad z zakresu techniki, medycyny, prawa i organizacji pracy. Utrzymuje łączność z terenem, publikując wypowiedzi korespondentów i odpowiedzi na nie, zamieszcza aktualne komunikaty i informacje z dziedziny popularyzacji bhp i zaopatrzenia. Prowadzi dział rozrywkowy, który cieszy się wśród czytelników dużym powodzeniem. Nakład tego miesięcznika przekroczył w maju 1957 roku liczbę 52 tys. egzemplarzy (w prenumeracie indywidualnej i zbiorowej).

2) „Ochrona Pracy” — miesięcznik, wychodzący od połowy 1947 roku. Służy pogłębianiu wiedzy inżynierów i techników w dziedzinie bhp. Informuje o najnowszych osiągnięciach, jakie przynosi w dziedzinie techniki bhp postęp techniczny. Podaje wyniki badań polskich i zagranicznych instytutów naukowych pracujących nad rozwiązaniem problemów dotyczących ochrony życia i zdrowia pracowników zatrudnionych w rozmaitych gałęziach gospodarki narodowej. Informuje o najnowszych dokumentach prawnych z dziedziny ustawodawstwa ochronnego. Zamieszcza artykuły dyskusyjne, które wskazują kierunki twórczej myśli technicznej. Pobudza do próby rozwiązywania trudnych problemów natury organizacyjnej, drogą rozpisywania konkursów i ogłaszania wyróżnionych i nagrodzonych prac.

O poczytności tego miesięcznika świadczy wysoki, jak na czasopismo techniczne, nakład, który w maju 1957 roku osiągnął liczbę 24 tys. egzemplarzy (w prenumeracie indywidualnej). O wartości zaś jego świadczy między innymi to, że dociera drogą wymiany do 18 krajów europejskich i pozaeuropejskich.

Przytoczona w dużym skrócie charakterystyka każdego z tych czasopism daje wyobrażenie o realnych możliwościach wykorzystania ich treści w każdym zakładzie pracy przez administracyjną służbę bhp, personel inżynieryjno-techniczny (na któ-

rym ciąży obowiązek szkolenia na stanowisku roboczym w zakresie bhp podległych jemu pracowników) i przez społecznych inspektorów pracy.

Administracyjna służba bhp powinna więc dążyć do upowszechnienia wśród odpowiednich grup pracowników czytelnictwa każdego z tych czasopism. Jednakże trudno dać gotową receptę na sposoby tego rozpowszechniania, gdyż zależy to od specyficznych warunków lokalnych. Można na przykład w każdym numerze wielonakładówki albo gazetki ściennej umieszczać wzmianki o ostatnich numerach „Ochrony Pracy” i „Przyjaciela przy Pracy”. Wzmianka powinna zawierać krótki przegląd wspomnianych numerów, przy czym każdorazowo należy wymienić te artykuły, których treść może interesować określone grupy pracowników zakładu. Ponadto wzmianka powinna informować o źródle nabycia lub wypożyczenia poszczególnych egzemplarzy każdego czasopisma.

W zachęcaniu do czytania może być użyteczny radiowęzeł zakładowy. Za jego pośrednictwem można się zwracać imiennie do inżynierów, mistrzów lub do określonych grup pracowników, z zachętą do przeczytania zamieszczonego w którymś z tych czasopism artykułu, właściwego z punktu widzenia funkcji pełnionych przez te osoby względnie — wykonywanych przez nie czynności.

Można kolportować ulotki lub rozmieszczać na widocznych miejscach wywieszki z zawiadomieniem o ciekawszych wiadomościach, z którymi warto się zaznajomić, czytając ostatnio nadesłane egzemplarze tych miesięczników. Wywieszki takie powinny się znaleźć zwłaszcza w świetlicy i bibliotece zakładowej. Należy umożliwiać pracownikom czytanie tych czasopism w świetlicy, gdzie powinno się zawsze znajdować kilka najnowszych numerów. Również biblioteka zakładowa powinna prenumerować „Ochronę Pracy” i „Przyjaciela przy Pracy”.

W czasie przeprowadzania kursów szkoleniowych dla personelu inżynieryjno-technicznego z zakresu bhp powinno się włączać wybrane numery „Ochrony Pracy” do obowiązkowej lektury przed egzaminem, a z „Przyjaciela przy Pracy” korzystać podczas szkolenia okresowego robotników oraz na kursach dla społecznych inspektorów pracy i członków komisji ochrony pracy.

Materiał ilustracyjny z „Przyjaciela przy Pracy” może być z powodzeniem wykorzystywany do celów szkoleniowych (przy pomocy epidiaskopu) i popularyzatorskich (w gazetce ściennej, wielonakładówce itp.).

Rady zakładowe powinny zaopatrywać w „Przyjaciela przy

Pracy" wszystkich społecznych inspektorów pracy, ponieważ niezależnie od artykułów z zakresu techniki bhp można znaleźć w tym miesięczniku wskazówki natury organizacyjnej, które mogą się przyczynić niejednokrotnie do uaktywnienia społecznych inspektorów pracy. Ponadto społeczni inspektorzy, mając „Przyjaciela” pod ręką, będą mieli ułatwione zadanie przy popularyzowaniu zasad bhp wśród załóg robotniczych.

Biblioteki zakładowe

Przy popularyzacji zagadnień bhp książka spełnia nieco odmienne zadanie niż czasopisma fachowe, chociaż zasadniczy cel tych obu środków popularyzacji bhp jest identyczny.

W książce sprawy bhp ujęte są zazwyczaj w sposób mniej lub więcej kompleksowy; dotyczą określonej gałęzi gospodarki, pojedynczego rzemiosła, czy też zawodu. Dlatego też dużo łatwiej jest nam odnaleźć w książce interesujący nas i potrzebny nam temat.

W książce czytelnik znajduje informacje z dziedziny bhp dotyczące procesu technologicznego, maszyn i urządzeń technicznych, właściwej pozycji przy pracy, potrzebnych ochron osobistych itp. Informacje w czasopiśmie — z uwagi na ograniczenie miejsca — muszą być podzielone na kilka, a nawet kilkanaście artykułów, publikowanych w wielu numerach i w różnym czasie. Nie umniejsza to w niczym znaczenia i wartości artykułów, których zadanie polega na aktualizowaniu i uzupełnianiu materiału książkowego, a w dziedzinach nie objętych literaturą książkową — na pracy pionierskiej, przyczynkowej.

Zadania swoje książka bhp może spełniać na terenie zakładu pracy pod warunkiem, że:

- znajdzie się w bibliotece zakładowej,
- będzie udostępniona wszystkim pracownikom zakładu,
- pracownicy będą o niej i o jej wartości poinformowani.

U nas każdy niemal zakład pracy posiada własną bibliotekę techniczną do użytku personelu inżynieryjno-technicznego. Biblioteki te powinny w swoim księgozbiorze posiadać również wydawnictwa techniczne z zakresu bhp. Jeżeli w bibliotece wydawnictw takich nie ma, przypisać to należy słabemu zainteresowaniu administracyjnej służby bhp sprawami popularyzacji. W budżecie zakładów są środki finansowe na te cele, przyznawane corocznie w ramach planu nakładów na bezpieczeństwo i higienę pracy. Do obowiązku służby bhp należy czuwanie nad uzupełnianiem i aktualizowaniem zbiorów bibliotecznych książkami z dziedziny bhp, jak również staranie się o to, aby zakupy-

wane do biblioteki książki były czytane przez pracowników. Ponadto administracyjny personel bhp powinien wykazywać większą niż dotychczas sprężystość w nabywaniu i uzupełnianiu zbiorów nowymi pozycjami wydawniczymi. Tam, gdzie wypożyczanie książek technicznych jest ograniczone do uprzywilejowanej w pewnym sensie grupy pracowników spośród personelu inżynieryjno-technicznego, służba bhp powinna się domagać rozszerzenia tych uprawnień na wszystkich zatrudnionych w zakładzie. Powinna w tym pomóc służbie bhp rada zakładowa i zakładowy społeczny inspektor pracy oraz właściwy techniczny inspektor pracy. Jeżeli zniesienie takiego ograniczenia byłoby z różnych względów niewykonalne, należy rozważyć możliwość stworzenia przy zakładowej komórce bhp biblioteczki, z której mogłaby korzystać cała załoga.

Czytelnictwo książek propagować można w rozmaity sposób. Przede wszystkim należy pracownikom zakładu podać do wiadomości, jakie książki z dziedziny bhp znajdują się w bibliotece. W tym celu, niezależnie od wywieszenia aktualnego spisu tych książek w lokalu biblioteki, należy zredagować dla każdego wydziału (oddziału) po kilka wywieszek, w których — oprócz tekstu wprowadzającego — wymienić trzeba tytuły takich książek, które szczególnie mogą zaciekać pracowników danego wydziału (oddziału). Przy każdym tytule powinno się krótko podać atrakcyjne dla załogi oddziału szczegóły, zawarte w treści danej książki. Nie można w wywieszce pominąć zasadniczych informacji, dotyczących miejsca, czasu i warunków wypożyczenia książek.

O nabyciu nowych książek i udostępnieniu ich czytelnikom można informować załogę w sposób omówiony w rozdziale o wydawnictwach periodycznych (radiowęzeł, wielonakładówka itp.), przy czym należy konkretnie wskazywać, którym pracownikom i dlaczego zaleca się przeczytanie danej książki.

Personel inżynieryjno-techniczny, który prowadzi szkolenie załóg w zakresie bhp, powinien otrzymywać imienne zawiadomienia o nabyciu nowej książki, z krótką charakterystyką treści i wskazaniem jej przydatności dla celów szkoleniowych.

Inną formą zachęty do czytelnictwa mogą być konkursy, ogłaszane w zakładzie, na najlepszą recenzję książki z zakresu bhp. Na nagrody można przeznaczać książki techniczne, z dziedziny bhp, beletrystyczne, bądź prenumeratę roczną „Przyjaciela przy Pracy”, „Ochrony Pracy” itp.

Można także organizować tzw. narady czytelnicze, na których przeprowadza się dyskusję na temat określonej książki, względnie jej części. Pewną atrakcją dla zebranych może stanowić

obecność autora lub redaktora książki, zaproszonych na taką naradę.

Pożyteczną innowacją są tak zwane skrzynki pytań i tablice odpowiedzi (poradnictwo korespondencyjne), umieszczone bądź przy lokalu biblioteki, bądź przed siedzibą inżyniera (technika) bhp. Do skrzynki są wrzucane przez pracowników kartki z pytaniami na temat bhp, na tablicy zaś, po pewnym czasie, umieszcza się odpowiedzi na te pytania.

Przy wprowadzeniu takiego poradnictwa korespondencyjnego należy mieć na uwadze następujące szczegóły, które mogą zachęcić pracowników do zadawania pytań:

- 1) w przedniej ścianie skrzynki należy zrobić okienko ze szkła, aby wrzucona kartka z pytaniem była dobrze widoczna;

- 2) napis na tablicy zrobić w formie hasła, np.: „Pytajcie — na każde pytanie z zakresu techniki bhp i ochrony zdrowia otrzymacie odpowiedź”;

- 3) umieścić na tablicy napis z oznaczeniem terminu odpowiedzi;

- 4) przygotować w bibliotece (albo w siedzibie inżyniera bhp) kartki papieru i ołówek, w celu ułatwienia pisania pytań;

- 5) odpowiedzi na każde pytanie umieszczać na oddzielnych kartkach, poprzedzając odpowiedź postawionym pytaniem (skrótowym lub przeredagowanym). Odpowiedź powinna być podpisana przez inżyniera (technika) bhp.

Takie poradnictwo korespondencyjne jest nie tylko formą osobistej łączności zakładowej służby bhp z pracownikami, lecz także formą pracy masowej, ponieważ odpowiedzi wywieszane na tablicy są czytane przez wiele osób. Dlatego też odpowiedzi powinny być redagowane w sposób poważny, ścisły, naukowo uzasadniony i wnikliwy. Na końcu zaś powinny odsyłać pytającego do odpowiedniej literatury, dostępnej dla niego w bibliotece zakładowej.

Hasła, wywieszki, napisy ostrzegawcze

Hasła bhp — są to krótkie, lapidarnie sformułowane postulaty z dziedziny bhp, wyrażające określone prawdy. Hasło wywieszane w celu zachęcenia do pewnego działania, przyswojenia pewnych podstawowych prawd, które powinny być wytyczną postępowania w określonych warunkach pracy, lub przy wykonywaniu określonych czynności.

Warunkiem skuteczności hasła jest jego aktualna i konkretna treść oraz forma graficzna. Ważne również jest trafne określenie momentu, w którym hasło należy zdjąć.

Obserwowany w wielu zakładach pracy bezmyślny zwyczaj wypisywania haseł na ścianach, jest zaprzeczeniem właściwego posługiwania się tym środkiem propagandowym. Wypisane na ścianie hasło ma niemal „wieczną” trwałość, która w takim stopniu dewaluje jego znaczenie, że reakcja nań ze strony pracowników równa jest zeru. To samo hasło umieszczone na transparencie, lub wypisane na papierze, po „opatrzeniu się”, można z łatwością usunąć lub zastąpić innym, aktualniejszym, zdolnym wywołać nowy oddźwięk w umysłach ludzi. Pamiętać trzeba o tym, że siła mobilizacyjna hasła wygasa w miarę, jak traci ono zdolność wywoływania u ludzi reakcji myślowych, o które chodziło jego twórcy.

Hasło powinno być czytelne z większej odległości. Dlatego też do wypisania hasła należy stosować czcionkę o wysokości od 20 do 25 mm, grubości od 4 do 5 mm, a unikać pisma ozdobnego, które najczęściej bywa mało czytelne. Zwolennicy pisma ozdobnego wychodzą z założenia, że przyciąga ono wzrok. Po części można by zgodzić się z tym argumentem, jednak zadanie to w znacznie wyższym stopniu spełnią barwy hasła kontrastujące z tłem, na którym zostało ono wywieszone. Najlepsze efekty dają następujące zestawienia kolorów: czarne, czerwone, niebieskie litery na żółtym tle; niebieskie, czerwone lub zielone litery na białym tle; białe litery na czerwonym, czarnym lub niebieskim tle. Kolor bardziej intensywny, bardziej nasycony, przyciąga wzrok silniej niż kolor delikatny, mniej intensywny. Wymienione kombinacje barw dotyczyły samego hasła. Natomiast, jeżeli chodzi o tło ściany, na której ma hasło wisieć, najwłaściwszą dla niego będzie barwa neutralna, kontrastująca z barwą hasła.

Jak wspomniano na wstępie, hasło szybko ulega tzw. „opatrzeniu”. Dlatego też hasło może wisieć na jednym miejscu najwyżej 3 lub 4 dni. Po upływie tego czasu należy je usunąć, a po jednodniowej przerwie zastąpić nowym. Ponowne zawieszenie tego samego hasła nie powinno nastąpić wcześniej, jak po upływie 6 miesięcy.

Częste zmienianie haseł, dbanie o ich różnorodność wymaga wysiłku ze strony służby bhp, jak też przygotowania zapasu haseł. Przyczynia się to jednak do zwiększenia zainteresowania robotników sprawami bhp; przyzwyczajają do zwracania uwagi na napisy i ogłoszenia wywieszane w zakładzie.

W jednej z naszych fabryk zastosowano z dużym powodzeniem hasła, jako środek propagandowy w akcji generalnego porządkowania zakładu. W określonym dniu, we wszystkich pomieszczeniach pracy ukazały się na ścianach błękitne karty papieru,

na których białymi literami wypisane były jednobrzmiące hasła: „Dość brudu i nieporządku. — Jak Cię widzą tak Cię piszą. — Od dziś zaczynamy walkę o kulturę miejsca pracy”. Następnego dnia niebieskie hasła zniknęły, a na ich miejscu robotnicy zastali pomarańczowe karty z nowym hasłem, wypisanym czarnymi literami: „Czystość i porządek czynią Twą pracę przyjemną, zdrową i bezpieczną”. Po upływie 4 dni pomarańczowe hasła ustąpiły miejsca białym, na których zielonymi literami widniał napis: „Nie tam jest czysto, gdzie dużo sprzątających — lecz tam, gdzie mało brudzących”.

Rzecz oczywista, że cała akcja porządkowania zakładu nie opierała się wyłącznie na oddziaływaniu hasłami. Wykorzystano i inne środki propagandowe, jakimi fabryka w tym czasie dysponowała. Jednakże hasła stanowiły w tym zespole środków instrument „uderzeniowy”. Gdziekolwiek pracownik skierował wzrok, czy to na dziedzińcu fabrycznym, w hali produkcyjnej, budynku administracyjnym, czy w stolówce — wszędzie napotykał „kolor dnia” — hasło. Wszędzie docierały do niego słowa, od których nie sposób było się uwolnić.

Jednocześnie z działalnością propagandową, kierownictwo fabryki zmobilizowało brygady porządkowe, które skierowało do usuwania z placu i pomieszczeń oraz gromadzenia w wyznaczonych miejscach wszelkiego rodzaju zbędnych przedmiotów, złomu, odpadków itp. Odmalowywano ściany i stropy w pomieszczeniach produkcyjnych, wyrównywano podłogi itp.

Akcja, która trwała dwa miesiące i kosztowała wiele wysiłku i wytrwałości ze strony zakładowej służby bhp, przyniosła rezultaty, o których jej inicjatorzy nawet nie marzyli. Liczba drobnych i lekkich, ale dokuczliwych wypadków przy pracy spadła o przeszło 30%, niezwykle wysoka dotychczas absencja chorobowa obniżyła się o przeszło 50%, fluktuacja robotników została zahamowana niemal całkowicie. Nawyk załogi do utrzymywania czystości i porządku zaczął przybierać coraz wyraźniejszą formę. Jednocześnie zauważono w produkcji mniejszy procent braków, a w ślad za tym — zwiększoną wydajność pracy.

W tych warunkach hasła zastosowane w akcji porządkowej straciły — rzecz prosta — na aktualności. Ich miejsce zajęły inne, których treść dotyczyła kolejno: dbałości o narzędzia i sprzęt, odzieży roboczej i ochronnej, sprzętu ochrony osobistej, obrony przeciwpożarowej, stosunku do kolegów itp.

Wywieszki bhp szatą zewnętrzną nie wiele odbiegają od haseł. Przy wykonywaniu wywieszek obowiązują te same zasady odnośnie wielkości i barwy liter, koloru, tła itp. Różnica

między wywieszką a hasłem polega na tym, że wywieszka zawiera treść o charakterze informacji lub komunikatu.

Wywieszki można stosować przy propagowaniu czytelnictwa książek (co zostało omówione na str. 27), jak również w prowadzeniu akcji odczytowej. Duże zastosowanie może mieć wywieszka w systematycznym informowaniu załogi o uchwałach rady zakładowej, rady robotniczej, komisji ochrony pracy; o decyzjach podjętych przez dyrekcję zakładu w żywotnych dla załogi sprawach dotyczących bezpieczeństwa, higieny i ochrony pracy.

Wywieszka może informować pracowników określonych stanowisk pracy, o przyznaniu im skróconego czasu pracy lub dodatkowych urlopów w związku z istniejącymi na tych stanowiskach warunkami uciążliwymi lub szkodliwymi dla zdrowia. Wywieszka może zawierać wskazówki w sprawie bezpiecznego zachowywania się pracowników przy robotach remontowo-budowlanych prowadzonych na terenie zakładu; może nawoływać załogę do aktywnego udziału w szkoleniu bhp, w przeprowadzanych okresowo badaniach lekarskich, w imprezach kulturalno-oświatowych z zakresu bhp itp.

Przy stosowaniu wywieszek należy się kierować następującymi zasadami:

- 1) informacja lub komunikat stanowiący treść wywieszki powinien zawierać fakty sprawdzone, nie budzące żadnych wątpliwości;

- 2) informację lub komunikat zawarty w wywieszce należy redagować w sposób jasny, krótki lecz wyczerpujący;

- 3) z chwilą zdeaktualizowania się treści, należy bezzwłocznie wywieszkę usunąć;

- 4) wywieszki należy umieszczać nie tylko w tych miejscach pracy dla których są przeznaczone, lecz również w miejscach najliczniej odwiedzanych przez załogę. Np. wywieszka dotycząca terminu okresowego badania lekarskiego powinna wisieć zarówno przed lokalem zakładowej placówki służby zdrowia, jak też przy wejściach do hal produkcyjnych, obok siedziby rady zakładowej, na tablicy przy markowni itp.

Napisy ostrzegawcze, nakazy i zakazy wywieszane przy niektórych maszynach i urządzeniach technicznych oraz dotyczące różnych czynności, spełniają całkowicie odmienne zadanie od haseł i wywieszek. Hasła głoszą pewną prawdę, którą pragniemy zaszczerpić w umysłach pracowników. Wywieszki mają charakter informacyjno-porządkowy. Natomiast w napisach ostrzegawczych, nakazowych i zakazowych, które między sobą różnią się nieco sformułowaniami i objętością treści — przebiega wyraźnie ton rozkazujący. Nie ma w nich samego tylko pouczania.

nia, wyjaśniania, przekonywania — jest przede wszystkim nakaz względnie zakaz, a w pewnych przypadkach nawoływanie. Wszystkie one domagają się bezwzględnego posłuszeństwa. Bywa, że jeden napis zawiera dwa elementy: zakaz i nakaz, które łączy jedna myśl. Na przykład: „Nie pozostawiaj maszyny w ruchu — gdy odchodzisz wyłącz silnik”. Bywa, że w napisie znajdujemy obok zakazu wyjaśnienie, np.: „Nie włączać — praca na linii”. Wyjaśnienie to ma cechy dopowiedzenia, ustępującego na plan drugi przed rozkazującym tonem zakazu. Bywa w końcu i tak, że w jednym napisie zgrupowano wszystkie trzy elementy (nakaz, dopowiedzenie, zakaz), np.: „Uwaga — magazyn benzyny — palenie surowo wzbronione”. Najczęściej jednak stosowane są napisy jednoelementowe, jako najkrótsze, a więc łatwe do ogarnięcia „jednym spojrzeniem”.

Sprawa czasu potrzebnego do odczytania treści napisu, ma pierwszorzędne znaczenie zwłaszcza przy napisach ostrzegawczych, których sens polega na wywołaniu natychmiastowego odruchu obronnego.

Z tych względów typowy napis ostrzegawczy składa się zazwyczaj z dwóch — rzadziej — trzech części. Na pierwszą składają się najczęściej słowa: „u w a g a”, „b a c z n o ś ć”, których znaczenie polega na wywołaniu odruchu hamującego określonej czynności pracownika; druga część napisu jest objaśnieniem, np.: „wysokie napięcie”, „stopień”, albo krótkim zakazem, np.: „nie dotykać”, „nie wychylaj się” itp.

Napisy ostrzegawcze, aby spełniły swoje zadanie muszą odpowiadać następującym wymogom:

1) napis ostrzegawczy musi być widoczny i czytelny (szczególnie jego pierwsza część) z takiej odległości, aby wywoływał u pracownika odruch hamujący. Dlatego też zależnie od miejsca, gdzie ma być zawieszony i od stopnia występującego w tym miejscu zagrożenia, tak należy dobierać wielkość liter, aby były one czytelne na wolnym powietrzu z odległości 30—50 m, a w pomieszczeniu zamkniętym — z odległości 6—10 m.;

2) wszystkie napisy ostrzegawcze w zakładzie pracy muszą posiadać ustaloną, jednolitą barwę (inaczej więc, jak w przypadku stosowania haseł czy wywieszek). Rzecz polega na tym, że stosując jednolite barwy dla napisów ostrzegawczych (zakazów, nakazów), przyzwyczajamy ludzi do tego, że widok napisu o określonej i zawsze tej samej barwie (przeznaczonej wyłącznie dla napisów ostrzegawczych) będzie się zawsze kojarzył z pojęciem zagrożenia. W rezultacie powstałego nawyku istnieje duży stopień prawdopodobieństwa, że każdy nowy napis ostrzegawczy

zostanie w porę dostrzeżony i odczytany przez danego pracownika.

Praktyka wykazała, że najbardziej widoczne są czarne litery na żółtym lub pomarańczowym tle (stosowane m. in. w napisach i znakach drogowych na szosach i drogach o dużym nasileniu ruchu pojazdów). Barwa pomarańczowa została uznana (chwilowo umownie, gdyż brak w tym zakresie obowiązującej normy), jako oznaczenie niebezpieczeństwa. Należy więc przyjąć za ogólnie zalecaną zasadę, że wszelkiego rodzaju ostrzeżenia przed istniejącym zagrożeniem, a więc również napisy ostrzegawcze, powinny być wykonane czarną barwą na pomarańczowym tle. Do wyjątków od tej zasady zaliczyć należy napisy ostrzegawcze dotyczące niebezpieczeństwa porażenia prądem elektrycznym, które przyjęto oznaczać czarną barwą na białym tle, z czerwonym znakiem pioruna (ewent. z trupa czaszką i piskczkami), oraz napisy przeciwpożarowe, dla których została zastrzeżona barwa czerwona.

Oprócz napisów używa się — w celu większego podkreślenia zagrożenia — znaków ostrzegawczych, których rysunek posiada zazwyczaj charakter umowny (rozmaite figury geometryczne, strzałki kierunkowe, znak pioruna, znak krzyża, wyobrażenie przedmiotów itp.). Odnośnie barw obowiązują w stosunku do znaków ostrzegawczych podobne zasady, jak przy napisach ostrzegawczych.

Dużą jest rolę, jaką spełniają w walce z wypadkami przy pracy napisy i znaki ostrzegawcze i dlatego nie należy jej lekceważyć, lecz przeciwnie — dołożyć wszelkich starań, aby ten środek propagandowy znalazł jak najszersze zastosowanie w naszych zakładach pracy. Miejsca o większym lub mniejszym stopniu zagrożenia powinny być z reguły zaopatrzone w napisy i znaki ostrzegawcze. Ustalenie tych miejsc należy do obowiązków zakładowej służby bhp, która powinna to robić w ścisłym porozumieniu z komisją ochrony pracy. Również techniczni inspektorzy pracy podczas wizytacji zakładu powinni zwracać baczność na właściwe rozmieszczenie napisów i znaków ostrzegawczych, na sposób ich wykonania oraz na przestrzeganie powyżej omówionych zasad.

Instrukcje BHP wywieszane przy stanowiskach pracy

Zadanie instrukcji, biorąc rzecz ogólnie, polega na pogłębianiu i przypominaniu wiadomości, które pracownik nabył w trakcie nauki zawodu lub szkolenia specjalnego. Zawierają one zazwyczaj dokładne określenie przebiegu pracy, której dotyczą,

wskazania prawidłowych metod pracy i ewentualnie wskazania czynności, których wykonywać nie wolno. Niektóre instrukcje, prócz wskazań technologicznych, uwzględniają wskazania bhp, co z punktu widzenia ogólnych założeń bhp jest formą najwłaściwszą. Forma ta nie zawsze jednak jest możliwa do zastosowania, chociażby z uwagi na to, że taka instrukcja miałaby znaczną objętość kwalifikującą ją do wydania w postaci broszury.

Instrukcje o tym charakterze są wydawane przez przedsiębiorstwa wydawnicze, jako tzw. „książeczki”, np.: „Książeczka szlifierza”, „Książeczka traktorzysty” itp. (na wzór radzieckich „pamiętek”) i są niezmiernie pożyteczne dla celów szkoleniowych. Jednakże wspomniana forma instrukcji jest zbyt trudna dla przeciętnego pracownika, który zazwyczaj — nawet po ukończeniu szkoły technicznej — nie posiada dostatecznego zasobu ogólnych wiadomości z zakresu bhp, nie mówiąc już o wiadomościach szczegółowych, związanych z określonym stanowiskiem pracy.

Z uwagi na to, w wielu zakładach pracy są używane takie instrukcje bhp, z których jedne (mające szerszy zakres) dotyczą całego działu produkcyjnego lub zespołu czynności, drugie zaś (o węższym zakresie) dotyczą poszczególnych stanowisk roboczych. Jedne instrukcje bhp mają formę książeczek lub luźnych kart i są wręczane pracownikom za pokwitowaniem; inne są wywieszane w pobliżu stanowisk pracy.

Badania ankietowe przeprowadzone przez Centralny Instytut Ochrony Pracy wśród robotników, jak i wywiady ustne — wykazały, że najwłaściwszą i najchętniej przez pracowników widzianą formą — jest instrukcja bhp wywieszona przy stanowisku pracy i opracowana na miejscu przez zakład pracy. Pozwala to dostosować wskazania instrukcji do specyficznych warunków środowiska pracy i urządzeń technicznych.¹⁾

Przy ustalaniu wskazań instrukcji bhp należy się kierować następującymi zasadami:

1) instrukcja bhp wywieszona przy stanowisku roboczym nie zastępuje instrukcji technologicznej. Powinna ona zawierać wyłącznie wskazania mające znaczenie dla bezpieczeństwa i higieny pracy. Nie należy więc rozszerzać instrukcji np. opisem danego stanowiska, tj. sprawami nie mającymi związku z bhp;

2) w instrukcji bhp należy ograniczyć się tylko do tych wskazań, które będą wykorzystane bezpośrednio przez pracowników obsługujących dane stanowisko;

¹⁾ Patrz: miesięcznik „Ochrona Pracy” Nr 9/55, str. 278—284.

3) w instrukcji nie należy podawać przyczyn ewentualnych wypadków (jest to materiał informacyjny, który może się znaleźć ewentualnie w szczegółowej instrukcji obsługi, wydawanej robotnikowi do ręki);

4) przy poszczególnych wskazaniach nie należy umieszczać informacji o skutkach nie stosowania się pracownika do przepisów instrukcji. Informacja ta może być podana na końcu instrukcji, jako osobny punkt.

Powyższe zasady odnoszą się do treści instrukcji bhp, która powinna zawierać wskazania wspólne dla wszystkich stanowisk pracy, wskazania wspólne dla stanowisk pracy przy określonym typie urządzeń produkcyjnych, wskazania szczególne dla danego stanowiska pracy.

Jeśli chodzi o układ instrukcji bhp i sposób formułowania wskazań, kierować się należy następującymi zasadami:

1) poszczególne wskazania powinny być ujęte w odrębne punkty,

2) nie należy instrukcji dzielić na części (np.: przed przystąpieniem do pracy, w czasie pracy, po zakończeniu pracy),

3) dążyć do ułożenia wskazań zgodnie z kolejno wykonywanymi czynnościami na danym stanowisku roboczym,

4) myśl zawarta w wskazaniu powinna być wyrażona w sposób zwięzły i zrozumiały,

5) każde wskazanie należy ująć w odrębne, skończone zdanie, a nie w punkt i podpunkty,

6) formułować wskazania w drugiej osobie liczby pojedynczej trybu rozkazującego, np.: „używaj”, „chron”, „nie odchodź”, „wylącz”, „pamiętaj” itp.,

7) unikać formy negatywnej, którą można używać tylko w tych przypadkach, kiedy forma pozytywna brzmi sztucznie lub w ogóle jest niemożliwa do zastosowania, dotyczy to np. zakazu palenia papierosów itp.,

8) rysunki lub fotografie, ilustrujące najbardziej niebezpieczne miejsca danego stanowiska pracy, można umieszczać obok instrukcji (w przypadku nieskomplikowanych urządzeń i jeśli instrukcja jest krótka). W tych przypadkach należy niebezpieczne elementy na fotografii lub rysunku oznaczyć numerami zgodnymi z numeracją podaną w instrukcji.

Od układu graficznego instrukcji bhp wywieszanej przy stanowisku roboczym w dużej mierze zależy stopień jej wykorzystania przez pracownika. Jak wykazały wspomniane poprzednio badania ankietowe Centralnego Instytutu Ochrony Pracy, instrukcja powinna być drukowana czarnymi literami na żółtym

(o ciepłym odcieniu) papierze formatu A3, w układzie pionowym, dwuszpaltowo.

Jeżeli zaś chodzi o sposób użytkowania, instrukcje bhp należy wieszać jak najbliżej stanowiska pracy, do którego się odnoszą. Może to być np. korpus obrabiarki, ściana w pobliżu danego urządzenia, szafka na narzędzia itp.

Przed wywieszeniem należy instrukcję oprawić w ramkę, zaopatrzoną w szybkę szklaną, celofanową lub z innego materiału zapobiegającego szybkiemu zniszczeniu instrukcji. Instrukcja bhp powinna być wykorzystana przez osobę udzielającą nowoprzyjętemu robotnikowi instruktażu bhp na stanowisku roboczym, przy czym wspomnianego robotnika należy zaznajomić z treścią instrukcji, pouczyć w jakim celu została ona umieszczona przy stanowisku roboczym oraz uprzedzić, że co pewien czas będzie przepytywany ze znajomości zawartych tam wskazań.

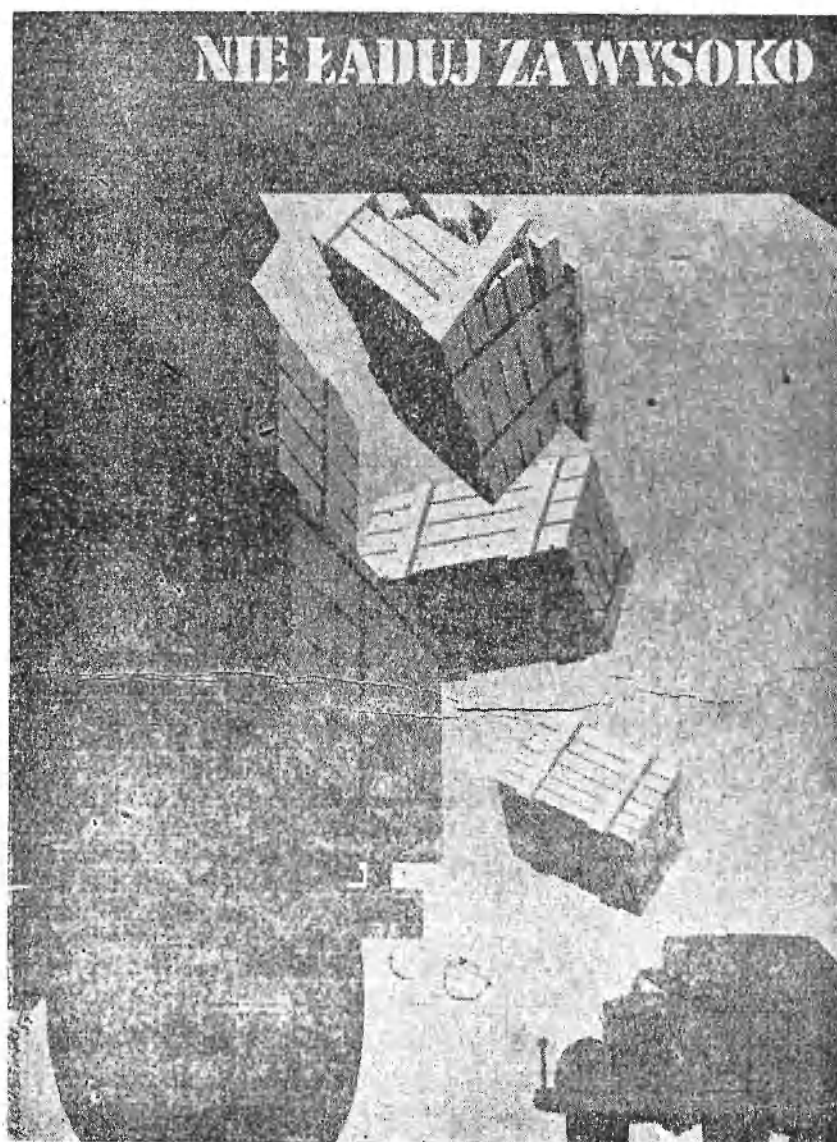
3. FORMY POGLĄDOWE

Forma pogładowa polega na oddziaływaniu głównie na narząd wzroku, jak również — w niektórych przypadkach — na inne narządy zmysłów, jak dotyk, smak, powonienie. Oddziaływanie na inne zmysły, poza wzrokiem, występuje prawie wyłącznie w czasie szkolenia. Zagadnienie to nie jest jednak tematem niniejszego opracowania i dlatego nie będzie omówione. Ograniczymy się do omówienia środków oddziałujących na narząd wzroku.

Spośród znanych środków propagandy pogładowej bhp wyróżnić należy: plakaty, filmy i przeźrocza. W wielu krajach stosowane są także inne środki, jak np. barwne ulotki wręczone robotnikom przy rozmaitych okazjach, koperty z wynagrodzeniem pracownika, na których umieszczone są ciekawe rysunki z zakresu bhp, karty albo składanki wielobarwne z szeregiem obrazków instrukcyjnych z pewnej dziedziny bhp, które wręczone są robotnikom nowoprzyjętym po udzielonym instruktażu wstępnym, „termometry bezpieczeństwa” ustawiane w obrębie zakładu w celu codziennego informowania załogi o stanie ilościowym wypadków przy pracy i zachorowań itp. W naszych zakładach pracy z rozmaitych względów formy te nie są stosowane, co między innymi uzasadnia pominięcie ich w niniejszym opracowaniu.

Plakaty BHP

Ważne miejsce, jakie zajmuje plakat bezpieczeństwa i higieny pracy wśród wielu form i środków propagujących zasady ochrony pracy we wszystkich gałęziach naszej gospodarki naro-



Rys. 1. — plakat ostrzegawczy

dowej, ma swoje uzasadnienie. Dzięki syntetycznemu ujęciu tematu oryginalności pomysłu oraz umiejętnemu zastosowaniu gamy kolorystycznej, plakat bhp najłatwiej i najszybciej oddziałuje na wyobraźnię pracownika, wychowuje, uczy, a ponadto kształtuje jego smak artystyczny. Zarówno swoim wyrazistym obrazem jak i słownym wezwaniem, plakat bhp ostrzega robotnika w sposób najbardziej bezpośredni i przekonujący przed grożącym mu niebezpieczeństwem, względnie poucza — jak należy postępować, aby uniknąć wypadku.

W miarę rozwoju przemysłu (mechanizacji rolnictwa), który wymaga szeregu skomplikowanych czynności od pracowni-



Rys. 2. — plakat instrukcyjny

ków — rośnie rola i znaczenie plakatów. Jest on szczególnie potrzebny wszystkim tym pracownikom, którzy nie posiadają odpowiedniego doświadczenia w pracy w nowych warunkach postępu technicznego.

Z psychologicznego punktu widzenia, proces oddziaływania plakatu rozkłada się na współzależne od siebie 3 kolejne fazy:

Pierwsza faza — to przyciągnięcie uwagi pracowników do plakatu. Bodźcem w tym kierunku jest niewątpliwie plama kolorystyczna plakatu. Trzeba przy tym pamiętać, że pla-

kat o kolorach intensywnych i kontrastowych ma zawsze przewagę nad plakatem o barwach neutralnych i spokojnych, a eksponowanym w tych samych warunkach. Lecz nie to jest rzeczą zasadniczą. Podstawowym bodźcem przyciągającym uwagę jest miejsce i sposób eksponowania plakatu. O tej prawdzie — w praktyce niestety zapoznanej — może przekonać następujący, prosty eksperyment wykonany w zakładzie pracy.

Ten sam plakat zawieśmy raz w otoczeniu innych barwnych plakatów, wśród rozmaitych ogłoszeń, wykresów, haseł itp., i drugi raz — oddzielnie, na tle kontrastującym z barwą plakatu. Porównajmy wrażenie, wywołane umieszczeniem plakatu w warunkach korzystnego i słabego oświetlenia. Zawieśmy go zbyt wysoko lub zbyt nisko w stosunku do normalnego kąta patrzenia i porównajmy z plakatem zawieszonym na właściwym poziomie. Umieścmy plakat raz w płaszczyźnie równoległej do kierunku chodnika dla pieszych i drugi raz w płaszczyźnie poprzecznej — tak, aby wzrok przechodnia padał na plakat pod prostym kątem. Tych kilka doświadczeń wykaże nam, że atrakcyjność plakatu bhp jest zależna nie tylko od twórcy-grafika, lecz również — i to w znacznej mierze — od ludzi zajmujących się ekspozycją plakatów.

Druga faza — to z a t r z y m a n i e u w a g i na plakacie przez okres czasu niezbędny do przeanalizowania i zrozumienia jego treści. Atrakcyjność plakatu bhp nie jest celem samym w sobie. Chodzi o to, aby plakat „chwycił”, wzbudził zainteresowanie robotnika bez względu na to, czy to zainteresowanie przejawia się w formie dodatniej lub ujemnej krytyki.

Skuteczność propagandowa plakatu bhp polega na pobudzeniu robotnika — poprzez jego wyobraźnię — do myślenia o przedmiocie, stanowiącym temat plakatu. Dlatego też plakat bhp, który wywołuje dyskusję, komentarze, a nawet spory wśród pracowników odnośnie trafności lub jasności myśli w nim wyrażonej, spełnia lepiej zadanie propagandowe niż każda fotografia (oddająca najwierniej rzeczywistość).

I tu wkraczamy w trzecią fazę oddziaływania plakatu bhp. Jest nią utrwalenie w świadomości pracownika wrażenia, jakie wywarł na nim oglądany plakat. Rezultatem procesów myślowych, zachodzących pod wpływem pońnięć wzrokowych, jest dojście do pewnych wniosków, które pracownik wyciąga sam lub w wyniku dyskusji z kolegami. Wnioski te utrwalają się w pamięci w ścisłym powiązaniu z obrazem plakatu. Powoduje to, że w odpowiedniej sytuacji wypadkowej zacznie działać prawo asocjacji, wystąpi skojarzenie przeżyć, doznanych poprzednio przy oglądaniu treści plakatu, z sytuacją wytworzoną

w czasie pracy. Istnieje więc duże prawdopodobieństwo, że w tych warunkach pracownik nie stanie się ofiarą wypadku, a zatem cel, jakiemu służyć miał odnośny plakat bhp — zostanie osiągnięty.

Najbardziej znany podział plakatów bhp polega na różnicowaniu ich na plakaty ostrzegawcze i instrukcyjne. Podział taki można by nazwać „pionowym”, w przeciwieństwie do podziału „poziomego”, odróżniającego plakaty o tematyce ogólnej bhp, od plakatów, których treść dotyczy czynności związanych bezpośrednio ze stanowiskiem roboczym.

Plakat ostrzegawczy (rys. 1) ma sygnalizować robotnikowi istnienie bezpośredniego zagrożenia przy określonej czynności lub na określonym stanowisku roboczym, jeżeli nie będą zachowane właściwe warunki bezpieczeństwa lub higieny pracy. O grożącym robotnikowi niebezpieczeństwie mówi plakat ostrzegawczy zarówno swoim syntetycznym, skrótowym ujęciem tematu, jak i odpowiednim hasłem (nie zawsze stosowanym). Często, dzięki użyciu przez autora symbolu, czy metafory, plakat ostrzegawczy skłania robotnika do zastanowienia się, a więc do pewnego wysiłku myślowego, potrzebnego do zrozumienia idei przewodniej, zawartej w treści plakatu. Z chwilą, gdy idea ta staje się jasna, robotnik najczęściej przestaje się interesować plakatem. W rezultacie więc „żywoł” plakatu ostrzegawczego jest ograniczony.

Osoby kierujące na terenie zakładu pracy działalnością propagandową w zakresie bhp, powinny stosować następujące zasady eksponowania plakatów:

- 1) do wywieszania plakatów ostrzegawczych należy ustalić w zakładzie pewną liczbę miejsc stałych, odwiedzanych najczęściej przez pracowników. Przykładowo: mogą to być miejsca na dziedzińcu fabrycznym, przy skrzyżowaniach dróg dla pieszych, przed portiernią, w poczekalni zakładowej placówki służby zdrowia, przed lokalem rady zakładowej, przed miejscem wypłaty zarobków, w stołówce, świetlicy itp.;

- 2) we wszystkich wybranych miejscach należy wywieszać ten sam plakat jednocześnie. W związku z tym każdy plakat powinien być zakupiony w ilości odpowiadającej co najmniej liczbie miejsc ustalonych do wywieszania plakatu;

- 3) po 6 dniach należy zdjąć demonstrowany plakat, a nowy wywiesić na wszystkich ustalonych miejscach dopiero po jedno lub dwudniowej przerwie. Przerwa w ekspozycji wpływa na to, że nowy plakat silniej przyciąga uwagę, niż zawieszony bezpośrednio po poprzednim. W podobny sposób należy postępować z każdym następnym plakatem;

4) plakat ostrzegawczy — już raz eksponowany — można wywieszać po raz drugi nie wcześniej niż po upływie 6—9 miesięcy, a po raz trzeci — po upływie roku od chwili jego powtórnego demonstrowania. W związku z tym, zestaw plakatów ostrzegawczych, posiadany przez zakład pracy, powinien być stale uzupełniany i liczyć co najmniej 30 tytułów;

5) w celu ochrony plakatów przed przedwczesnym zniszczeniem, należy umieszczać je w ramkach, za szkłem, lub naklejać na tekturze;

6) warunkiem powodzenia i skuteczności całej akcji jest jej systematyczność. Trzeba przyzwyczaić załogę do tego, że co tydzień — z jedno lub dwudniową przerwą — ujrzy na tych samych miejscach ciekawy w swej treści, barwny plakat, którego treść posłuży do przemysłów i dyskusji.

Plakat instrukcyjny (rys. 2) odmiennie od poprzedniego, nie ostrzega przed niebezpieczeństwem, lecz uczy, instruuje, przypomina jak się należy zachować, względnie — jakie stosować bezpieczne metody pracy, aby się ustrzec przed wypadkiem (urazem lub zatruciem) podczas wykonywania określonych czynności lub przy pracy na określonym stanowisku roboczym.

Stąd wniosek, że plakat instrukcyjny bhp jest związany ściśle nie z osobą robotnika, lecz ze stanowiskiem pracy, a zatem musi być umieszczony bezpośrednio przy tym stanowisku, do którego tematycznie odnosi się. Tylko w tych warunkach plakat instrukcyjny będzie nieustannie przypominał o zasadach bezpieczeństwa wykonywanej pracy. Wynika z tego dla zakładu obowiązek dopilnowania, aby plakaty instrukcyjne były dostatecznie często oczyszczane z pyłu oraz wymieniane na nowe, w razie nadmiernego zniszczenia.

Ponadto plakat instrukcyjny bhp spełnia w zakładzie pracy dodatkowe, niemniej ważne zadanie. Ponieważ wskazówki, które składają się na jego treść, muszą z reguły odzwierciedlać obowiązujące w tej materii przepisy, plakaty instrukcyjne stanowią doskonałą pomoc poglądową przy szkoleniu załóg i personelu inżynieryjno-technicznego zakładu w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy.

Na zakończenie, wydaje się rzeczą pożyteczną poświęcić kilka słów uznania polskiemu plakatowi bhp, który — krytykowany od czasu do czasu w gronie rodzimym — uzyskał zaszczytne pochwały poza granicami kraju.

Głosy krytyczne są kierowane prawie wyłącznie pod adresem plakatów ostrzegawczych. Najczęściej zarzuca się im brak ścisłości technicznej w przedstawionym obrazie maszyny, czy też

urządzenia technicznego. Wydaje się, że zarzut taki może wynikać jedynie z nieznajomości założeń plakatu ostrzegawczego.

Zasada ścisłości technicznej obowiązuje bezwzględnie w plakacie instrukcyjnym bhp, w planszy lub tablicy szkoleniowej, a zatem w tej dziedzinie grafiki, która służy i jest wyraźnie przeznaczona do celów nauczania.

Tymczasem plakat ostrzegawczy spełnia odmienne zadania. Jest jak gdyby sygnałem alarmowym, pobudzającym do czujności, wkraczającym swą treścią i koncepcją kolorystyczną w sferę uczuciową. Słyszy się często określenie: „Ten obraz wrył mi się w pamięć”. Bez wątpienia jest to rezultat wrażenia, jakie musiał wywołać oglądany obraz w świadomości danej osoby. A na czym nam zależy przy posługiwaniu się plakatem ostrzegawczym w propagandzie bhp, jeśli nie na osiągnięciu na tyle głębokiego efektu emocjonalnego, aby przedstawiony na plakacie obraz „wrył się w pamięć” robotnika. Przez artystę-grafika, świadomego przeznaczenia plakatu, stosowane są rozmaite środki, aby nadać swemu dziełu cechy emocjonalno-wrażeńiowe. Środkiem takim może być odmienny od rzeczywistego kolor lub kształt nadany przedmiotowi stanowiącemu zagrożenie, przedstawienie sytuacji, która w pewnej mierze jest zaprzeczeniem praw fizycznych (np. pokazanie prac eksploatacyjnych w kopalni gliny lub piasku z nawisem warstwy odkrywkowej w takim położeniu, które przeczy prawu bezwładności), zastosowanie niespotykanych w życiu proporcji między niebezpiecznym przedmiotem i niedoszłą ofiarą wypadku (np. wyolbrzymiony ciężar zawieszony na haku suwnicy, a pod nim robotnik o zmniejszonych wymiarach), pominięcie lub odsunięcie na plan dalszy szczegółów konstrukcji, w celu mocniejszego uwypuklenia właściwego, a niebezpiecznego elementu itp.

W dużym stopniu występuje brak ścisłości technicznej w plakatach ostrzegawczych o charakterze groteskowym. I rzecz ciekawa, że mimo to nie wzbudzą one podobnych zastrzeżeń, co poprzednie (co najwyżej nie podobają się, ponieważ nie traktują przedmiotu poważnie).

Te — na szczęście nieliczne — głosy, których ostrze krytyki jest wymierzone przeciwko twórcom plakatów bhp, nie umniejszają prawdy, że nasz robotnik potrafi odróżnić dobry plakat od złego i ocenić jego wartość ostrzegawczą.

Wniosek z tego taki: nie obawiajmy się pokazywać robotnikom nawet takich plakatów ostrzegawczych, które z tych, czy innych względów budzą w nas wątpliwości. Zmiany w zarządzaniu zakładami pracy, gdzie w sprawach zasadniczych decydują wybrane przez załogę rady robotnicze, świadczą o stopniu

rozwoju umysłowego i przygotowaniu robotników do wypowiadania się w sprawach trudnych i skomplikowanych. I właśnie dla tych robotników, a nie dla analfabetów przeznaczony jest — nowy w formie, choć stary w treści — plakat bezpieczeństwa i higieny pracy.

Filmy BHP

Film posiada przewagę nad innymi środkami masowej propagandy pogładowej, ponieważ przedstawia zjawiska w ruchu. Akcja rozwijająca się na ekranie, zmienność sytuacji, różnorodność występujących postaci, rozmaite momenty emocjonalne itp. — to zespół czynników, który ma wpływ na pobudzanie i utrzymywanie w stałym napięciu uwagi widzów.

Umiejętnie wyreżyserowane w filmie konsekwencje wydarzeń, których jesteśmy świadkami, pozostają w pamięci robotnika, wywołując w podobnych sytuacjach życiowych pożądane skojarzenia.

Dla celów masowej propagandy bhp nadaje się najlepiej film fabularny, w którym właściwy temat podany jest w formie opowiadania. W Polsce filmów takich dotychczas nie produkuje się.

Nieco lepiej, chociaż ciągle w stopniu niedostatecznym, przedstawia się produkcja filmów bhp o charakterze instruktażowym. Filmy te mogą służyć pomocą w czasie szkolenia na kursach, względnie podczas instruktażu okresowego w zakładowych gabinetach ochrony pracy. Ponadto mogą być z powodzeniem wykorzystane w ramach akcji odczytowej, jako ilustracja i uzupełnienie materiału wygłoszonego przez prelegenta. Film taki można również wyświetlać jako dodatek do filmu fabularnego w kinie przyzakładowym.

Z uwagi na małą ilość krajowych filmów instruktażowych o tematyce bhp, należy wykorzystywać łatwiej dostępne i liczniejsze filmy, tzw. instruktażowo-oświatowe z dziedziny techniki. Są one opracowane pod kątem poznania procesu produkcyjnego, jego technologii oraz prawidłowości jego prowadzenia.

Filmy instruktażowo-oświatowe uwzględniają na ogół wymogi techniki bhp; zazwyczaj jednak daje się zauważyć brak tych momentów w słownym objaśnieniu treści obrazu (tzw. spikerce), co stanowi poważny brak. Dlatego też organizator seansu, inżynier (technik) bhp lub zakładowy społeczny inspektor pracy powinien:

- 1) zaznajomić się dokładnie z treścią filmu instruktażowo-oświatowego, przed jego wyświetleniem;

2) wynotować sceny z filmu, w którym występuje problematyka bezpieczeństwa i higieny pracy;

3) opracować dla tej problematyki, w ramach każdej sceny — krótki, kilkuwyrazowy tekst objaśnienia;

4) w czasie wyświetlania filmu, włączyć do każdej uprzednio zanotowanej sceny opracowany przez siebie tekst objaśnienia (uzupełnienie spikerki), w celu podkreślenia znaczenia pokazanych na obrazie urządzeń zabezpieczających, właściwej pozycji przy pracy, należytej organizacji pracy, właściwej odzieży ochronnej i sprzętu ochrony osobistej itp. Jeżeli włączenie tego rodzaju dodatkowych tekstów okaże się niemożliwe ze względów technicznych, należy — po wyświetleniu filmu — omówić pokrótce przedstawioną tematykę bhp, nawiązując przy tym do istniejącej w tej dziedzinie sytuacji w zakładzie pracy;

5) przed rozpoczęciem seansu wyjaśnić zebranym w krótkich słowach, jakie zadanie ma film spełnić oraz uprzedzić, że w czasie wyświetlania — względnie po jego zakończeniu — wskaże się najistotniejsze momenty z punktu widzenia bhp.

Niektóre filmy instruktażowo-oświatowe mogą posiadać pewne usterki pod względem bhp. W tym przypadku należy:

1) usterki takie zasygnalizować zebranym przed seansem;

2) w czasie wyświetlania — wskazać scenę z usterkami, aby została zapamiętana przez zebranych;

3) po zakończonym seansie omówić i odpowiednio skomentować wszystkie braki z zakresu bhp, występujące w filmie w taki sposób, aby widzowie nie mieli żadnych wątpliwości i nie przyswoili sobie przedstawionych na filmie niebezpiecznych metod pracy.

Jest zrozumiałe, że wymienione wskazówki dotyczą obecnie dostępnego i aktualnego materiału filmowego. Istnieją natomiast przesłanki, że już w niedalekiej przyszłości będzie można korzystać z pełnowartościowych filmów instruktażowo-oświatowych, które w pełnym zakresie będą uwzględniały problematykę bhp tak na obrazie jak i w tekstach objaśniających. Podobne nadzieje można wyrazić odnośnie filmów o wyłącznej tematyce bhp, zarówno instruktażowych, jak i fabularnych, których brak dotkliwie odczuwa się przy prowadzeniu działalności popularyzacyjno-propagandowej w dziedzinie ochrony pracy.

Przeźrocza

Przeźrocami nazywamy zdjęcia fotograficzne wywołane nie na papierze, lecz na szkle lub na przeźroczystej błonie. Rozróżniamy przeźrocza odczytowe i wystawowe.

Przeźrocza odczytowe o tematyce bhp są produk-

wane u nas z błony filmowej, w seriach mających formę, tzw. taśmy aloskopowej. Do wyświetlania tego rodzaju serii przeźroczy służą specjalne aparaty projekcyjne, zwane aloskopami lub rzutnikami.

Przeźrocza wystawowe mają znacznie większe rozmiary niż odczytowe. Umieszczane bywają w oknach, w zastępstwie szyb, względnie w specjalnie do tego celu przeznaczonych gablotkach lub parawanach, oświetlanych elektrycznością. Przeźrocza wystawowe stosowane są przeważnie przy urządzaniu gabinetów ochrony pracy, wystaw bhp itp.

Przeźrocza są zbliżoną do filmu poglądową formą popularyzacji bhp. Różnica polega na tym, że rzucony na ekran obraz przeźrocza jest pozbawiony tak atrakcyjnego dla widza elementu, jakim jest ruch. Natomiast zaleta przeźroczy odczytowych polega na tym, że obraz może być zatrzymany na ekranie przez taki okres czasu, jaki jest potrzebny prelegentowi do wyczerpania objaśnień związanych z tematem obrazu. Ta zaleta przeźroczy jest szczególnie cenna podczas szkolenia pracowników w zakresie bhp oraz przy wygłaszaniu odczytów lub pogadanek.

W zakładach pracy, które nie posiadają rzutnika lecz epidiaskop, podobne zadanie co przeźrocza spełniać mogą fotografie lub rysunki z książek. Ma to jednak tę słabą stronę, że wykładowca czy prelegent musi nosić, a czasem wozić z sobą materiały ilustracyjne zawarte w rozmaitych, często grubych i ciężkich wydawnictwach książkowych po to, by spośród zamieszczonych tam setek ilustracji wykorzystać do odczytu kilka czy kilkanaście rysunków. Zgromadzenie zaś takiego materiału wymaga dokładnej znajomości piśmiennictwa. W praktyce też — zgromadzenie pożądanej literatury może być trudne z uwagi na wyczerpanie nakładów. Ponadto wybranie z całego materiału potrzebnych ilustracji, ustalenie kolejności ich wyświetlania i zaznajomienie operatora epidiaskopu z tą kolejnością — pochłania dużo czasu i komplikuje czynności operatora.

Z przytoczonych względów należy uznać za słuszne i celowe wydanie serii przeźroczy o tematyce bhp łącznie z ilustrowanymi broszurami o objętości ok. 2 ark. Kompletu te zostały wykonane w ten sposób, że ilustracje w broszurze w liczbie 25—30 odpowiadają dokładnie obrazkom przeźroczy (merytorycznie jak i pod względem kolejności), zaś tekst broszury spełnia rolę opisowych objaśnień do ilustracji. Dzięki temu, wykładowca dysponujący rzutnikiem może wyświetlać przeźrocza, jeżeli zaś dysponuje epidiaskopem — korzysta z ilustracji tekstowych, nie zmieniając w niczym treści wykładu.

II. NIEKTÓRE WSKAZÓWKI W ZAKRESIE LITERNICTWA

Część omówionych środków propagandowych może być zakupiona lub wypożyczona przez zakład pracy w postaci materiału gotowego do wykorzystania. Są to: filmy, przeźrocza, plakaty ostrzegawcze i instrukcyjne, wydawnictwa periodyczne, książki itp. Jest jednak spora ilość takich środków propagandowych, które



Rys. 3

BACZNOŚĆ!
NIE DOTYKAĆ!
BACZNOŚĆ!

Rys. 4

BACZNOŚĆ!
NIE DOTYKAĆ!
BACZNOŚĆ!

Rys. 5

muszą być wykonane na miejscu, w zakładzie. Do nich należą: gazetki ściennie, błyskawice wykonane odręcznie, wywieszki, a czasem hasła i napisy ostrzegawcze itp.

Do estetycznego ich wykonania służy bogaty asortyment narzędzi i przyborów do pisania i rysowania.

W technice literniczej najczęściej stosuje się metalowe pióro „Redis” (rys. 3). Jak widzimy jest ono zakończone okrągłą płytką, której wielkość decyduje o grubości liter. Różnicę w wyglądzie napisu ostrzegawczego, wykonanego piórami „Redis” 1 i 2 mm ilustrują rysunki 4 i 5.

Rysunki te wskazują równocześnie, jak wygląda pismo proste i ukośne wykonane piórem „Redis”. Pióra te spotykamy o wymiarach od 0,25 do 5,0 mm.

W liternictwie używane są również pióra-pisaki „Ato” (rys. 6) o różnych wymiarach. Litery wykonane tym piórem mogą dochodzić nawet do 25 mm grubości. Na rys. 7 widzimy napis ostrzegawczy wykonany piórem „Ato”.

Do wypisywania liter tzw. modelowanych używane są pióra

ścięte. Pióra te są trzech rodzajów: o nasadzie prosto ściętej (rys. 8), lewo ściętej i prawo ściętej.

Najprostszy i łatwy do wykonania we własnym zakresie jest patyk-pisak z drewna. Ostрым scyzorykiem nadajemy pisakowi kształt klina o szerokości końcówki od 1,5 do 4 mm, zależnie od



Rys. 6

BACZNOŚĆ!
NIE DOTYKAĆ!

Rys. 7



Rys. 8

tego, jaką chcemy uzyskać grubość litery. Końcówce pisaka nadajemy lekki skos w prawo lub w lewo, w zależności od układania ręki przy pisaniu, względnie pozostawiamy końcówkę ściętą prosto tak, jak przy piórze ściętym, pokazanym na rys. 8.

BACZNOŚĆ!
NIE DOTYKAĆ!

Rys. 9

Na rysunku 9 pokazano jak wygląda napis ostrzegawczy wykonany takim pisakiem.

Do wykończania liter pisanych tuszem używa się piórka kreślarskiego (rys. 10), z ostrym zakończeniem.

Poza wymienionymi przyborami do pisania do sporządzania rysunków używane są powszechnie znane grafiony, cyrkle, przy-

kładnice, trójkąty (ekierki), rysownice, a do malowania: pędzle płaskie (do liter grubych), pędzle okrągłe (do liter cienkich) oraz pędzle szczecinowe do farb olejnych, emalii i lakierów. Ołówki



Rys. 10

do rysunku artystycznego powinny mieć miękkie grafity o intensywnej czerni (6B, 5B, 4B, 3B).

W sprawie dalszych szczegółów, związanych z techniką liternictwa, należy posłużyć się literaturą fachową.¹⁾

8261

¹⁾ J. Wojeński — „Technika liternictwa” — Polskie Wydawnictwa Gospodarcze, Warszawa 1955.

L I T E R A T U R A

- Gliniarz J.:** „Agitacja pogładowa w zakładzie pracy“ — Wydawnictwo Związkowe — Warszawa 1956
- Gliszczyńska X., Górską T.:** „Z zagadnień psychologii pracy“ — Wydawnictwo Związkowe — Warszawa 1957
- Makarewicz B.:** „ABC ochrony pracy“ — Wydawnictwo Związkowe — Warszawa 1957
- Sokołow J. S. i Trachtman J. N.:** „Organizacja i metodyka oświaty sanitarnej“ — PZWL — Warszawa 1953
- „Wytyczne Centralnej Rady Związków Zawodowych w sprawie środków i metod popularyzacji BHP w zakładach pracy“ — dodatek do Nr 9/55 mies. „Przyjaciół przy Pracy“.
- „Bezpieczeństwo i Higiena Pracy“ — miesięcznik nr 4/47, 2/48, 3/49, 2/50
- „Ochrona Pracy“ — miesięcznik nr: 9/55, 5/56, 9/56, 1/57.
- „Przyjaciół przy Pracy“ — miesięcznik nr 3/50, 2—4/54, 6—11/54, 5/56, 3/56, 11/56.

SPIS RZECZY

Wstęp	3
I. Formy działalności popularyzacyjno-propagandowej BHP	5
1. Formy słowa żywego	6
Odczyty	6
Pogadanki	8
Radiowęzły zakładowe	12
2. Formy słowa drukowanego	15
Gazety zakładowe, gazetki ścienne, „błyskawice”	15
Wydawnictwa periodyczne	23
Biblioteki zakładowe	26
Hasła, wywieszki, napisy ostrzegawcze	28
Instrukcje BHP wywieszane przy stanowiskach pracy	33
3. Formy poglądowe	36
Plakaty BHP	36
Filmy BHP	43
Przeźrocza	44
II. Niektóre wskazówki w zakresie liternictwa	46
Literatura	49