

# 安全管理学视阈下的安全标语研究<sup>\*</sup>

王秉 吴超

(中南大学 资源与安全工程学院 湖南 长沙 410083)

**摘要:** 为增强安全标语在安全管理应用中的有效性,从安全管理学视角,提出安全标语的概念和功能,构建安全标语功能的伞状结构;从大安全角度,划分安全标语的类型;分析安全标语的传播过程,构建安全标语的传播模型和目视管理模型。结果表明:发挥安全管理功能是安全标语设置的最终目的,保证安全标语有效传播是其发挥安全管理功能的基本前提。指出安全标语创作及应用目前主要存在的问题,其应遵循内容健康、引导正确等基本要求,并应具有实用性等6种倾向。

**关键词:** 安全管理学; 安全标语; 受众; 传播; 有效性

**中图分类号:** X92 **文献标志码:** A **doi:** 10.11731/j.issn.1673-193x.2015.09.022

## Research on safety slogan under the guidance of safety management

WANG Bing, WU Chao

(School of Resources & Safety Engineering, Central South University, Changsha Hunan 410083, China)

**Abstract:** In order to improve the validity of safety slogan applied in safety management, under the guidance of safety management, the definition and functions of safety slogan were proposed. Meanwhile, the umbrella structure for functions of safety slogan was constructed, and the types of safety slogan were divided from the perspective of macro safety. Accordingly, the spread process of safety slogan was analyzed, and the spread and visual management models of safety slogan were constructed. The results showed that achieving the safety management function is the ultimate purpose of safety slogan, which depends on the effective spread process of safety slogan. At the same time, its creation and application at present had 3 problems such as its content, and 4 basic requirements should be followed, such as its content must be positive and the guidance must be correct, and 6 trends such as practicability should be reflected.

**Key words:** safety management; safety slogan; audiences; spread; validity

## 0 引言

安全标语是一种有效的安全宣传、教育和管理载体,张佳<sup>[1]</sup>按发布目的统计分析过上海市户外非

商业性标语,结果表明,安全标语占标语总量的24.3%,位居第3,重复率最高。由此可知,安全标语作为一种重要的安全管理辅助手段,使用频繁,可为企业和社会安全发展保驾护航。

国内外学者做过关于标语的一些研究。如国外学者Gustave LeBon等<sup>[2-4]</sup>从心理学角度指出标语的功能所依赖的是群体彼此影响、互相感染、彼此模仿的心理特征;中国学者龚文库<sup>[5]</sup>从传播学角度指出标语具有说服、权力和环境3项功能。另外,许多特定条件下的研究发现,86%~96%的伤害事故都

收稿日期: 2015-08-20

作者简介: 王秉,硕士研究生。

<sup>\*</sup> 基金项目: 国家自然科学基金重点项目(51534008)

是由人为原因所致<sup>[6]</sup>,李俊<sup>[7]</sup>指出,安全管理的核心要素是人。而人作为安全标语的直接作用对象,通过安全标语对人的“隐形”监督和管控,可显著提高人的安全意识和控制人的不安全行为,即安全标语具有强大的安全管理功能。目前学界关于标语的研究,尤其是对安全标语的研究才刚刚起步,研究视角较窄,理论深度不够,尚未对安全标语如何实现有效传播和发挥安全管理功能等进行深入研究,导致安全标语在实际安全管理应用中缺乏依据,应用效果不明显。

鉴于此,笔者从安全管理学角度,分析安全标语的内涵,剖析安全标语的传播过程和安全管理机理等,以期安全标语在安全管理中的应用提供依据,进而提升安全标语的安全管理效用。

## 1 安全标语的内涵

### 1.1 概念界定

目前,学界对安全标语尚无具体定义,笔者试从安全管理学视角,运用“属+种差”的方法对其进行定义。从属的层面看,安全标语是标语的下位概念;从种的层面看,安全标语又不同于其他标语,其主要应用于公共安全领域(以事故灾难为主,延伸至社会安全、公共卫生及自然灾害)<sup>[8]</sup>,其受众对象是参与上述领域活动的个体所构成的群体,其设置的最终目的是发挥安全管理功能,进而预防和减少事故。

因此,从安全管理学视角,可将安全标语定义为:应用于公共安全领域(以事故灾难为主,延伸至社会安全事件、公共卫生事件及自然灾害)<sup>[8]</sup>,并通过对参与该领域活动的个体所构成的群体的“隐形”教育、监督和感染等作用,以发挥安全管理功能,进而预防和减少事故为目的的标语。

### 1.2 功能分析

系统功能学派认为,语言是人类社会活动的产物<sup>[9]</sup>。安全标语作为一种语言,具有多种功能。从安全管理学角度,提炼出的安全标语的基本功能有宣传与教育功能、提醒与说服功能、规范与强制功能、情感与刺激功能、动员与感染功能、推动与倡导功能及环境功能<sup>[5]</sup>,根本功能是安全管理功能。它们共同构成了安全标语功能的伞状结构,如图1所示。

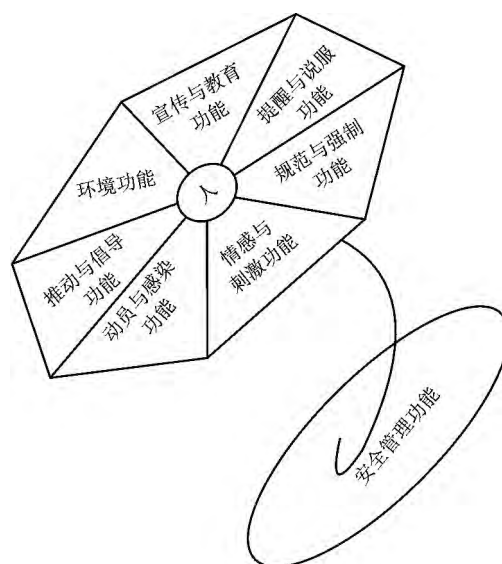


图1 安全标语功能的伞状结构

Fig. 1 Umbrella structure of functions of safety slogan

该结构由人,即受众(伞帽)、基本功能(伞面)和根本功能(伞面遮挡区域)三部分构成。该结构看似简单,实则内涵丰富。其中,人(受众)是安全标语的直接作用对象;基本功能是依赖于人(受众)而发挥作用的,它们共同为实现安全标语的安全管理功能而服务;根本功能是安全标语实际应用效果的直接表现,它是安全标语设置的最终目的。

### 1.3 类型分析

按标语的句类、语言风格、功能、内容覆盖范围等,可将标语分成不同的类型<sup>[1]</sup>。笔者从大安全的视角,按安全标语的内容,对安全标语做了分类,见表1。

表1 安全标语的类型

Table 1 The types of safety slogans

一级	安全意义型	安全策略型	安全知识型
二级	为已型 为家型 为众型	安全哲理型	消防安全型
		事故致因型	电气安全型
		安全管理型	交通安全型
		安全教育型	矿山安全型
			建筑安全型
			设备安全型
			职业健康型
			生活安全型

由表 1 可知,安全标语包括安全意义型、安全策略型和安全知识型三大类,每一大类又包括若干小类。其中,安全意义型侧重阐述安全的价值和重要性,根据受益者的不同,分为为己型(如安全带,牵挂您的平安)、为家型(如儿行千里母担忧,夫婿在岗妻惦念)和为众型(如您的遵章,我们的安全);安全策略型侧重阐述保障组织或个人安全的安全科学原理和方法,根据涵义的不同,分为安全哲理型(如安全 9.9 分不行,非 10 分不可)、事故致因型(如侥幸是事故的温床,蛮干是事故的根苗)、安全教育型(如安全多下及时雨,教育少放马后炮)和安全管理型(如管理上多一份辛苦,安全上多一份收获);安全知识型侧重阐述安全知识和技能等,根据所属行业不同,分为消防安全型、电气安全型、交通安全型、矿山安全型、建筑安全型、设备安全型、职业健康型和生活安全型。

需要指出的是,有些安全标语的内容涵义极其丰富,贯穿于多个类型,对其种类的划分并没有明显的界限,具有一定的模糊性。

## 2 安全标语的传播过程

显而易见,安全标语作为一种安全文化传播媒介和安全管理辅助手段,以安全标语为中介介质,实现了传播者(管理者)与受众(被管理者)之间的信息对接和传递,这是安全标语发挥安全管理功能的基本条件。换言之,安全标语的安全管理功能的发挥必须要依赖于安全标语的有效传播。这就有必要对安全标语的传播过程进行深层次的剖析。

### 2.1 创作方式分析

通过分析和总结所搜集的安全标语,发现安全标语的创作方式可分为两种:①直接摘录安全法律法规、政策、领导讲话或会议中的语句作为安全标语;②各单位(机关、企事业单位)或基层班组等根据自身安全形势和需要而自行创作的安全标语。而具体创作形式又可分为自上而下式、自下而上式和自行式 3 种类型,具体解释如下:

1) 自上而下式是指下级执行部门根据上级部门的指示或发布的安全政策、法规等而创作,并上报审批的安全标语,这是最为常见的一种安全标语创作方式。

2) 自下而上式是指各下级部门因某种需要而

创作,并上报审批的安全标语。

3) 自行式是指自行创作且创作自由度很高、所受约束极少的安全标语。随着安全理念不断深入人心,安全标语也会像体育、环保等类标语一样,以商业广告或公益宣传类标语进行展示和传播,这是安全标语的未来发展趋势。

### 2.2 传播形式分析

Chester Irving Barnard<sup>[10]</sup>认为,组织是由一群人构成的一个群体,如政党、政府部门、企事业单位等都属于组织的范畴,其通过群体的服务和行为等来实现组织目标。由安全标语的创作方式可知,通常情况下,安全标语的传播主体都是组织。文献<sup>[11]</sup>指出,组织所从事的信息活动即为组织传播,它的目的性很强,其目的是实现组织设定的愿景和目标。事实上,安全标语的传播就具有很强的目的性,即保障组织健康、安全、和谐发展。因此,安全标语的传播符合组织传播的一般特性,可视为一种组织传播形式。

组织传播方式包括横向传播和纵向传播两类<sup>[11]</sup>。同样,安全标语的传播方式也不外乎这两类。安全标语的纵向传播又可分为下行传播和上行传播两种。其中,下行传播是指组织的有关安全目标、任务、方针、政策等通过安全标语自上而下得到传达贯彻的过程;上行传播是指下级部门的安全建议、措施或愿望等通过安全标语向上级部门传达的过程;而安全标语的横向传播是指组织内同级部门通过安全标语互相交流和学习相关安全管理理念、措施等的过程。安全标语的三种传播形式相比,下行传播最为普遍,这是由其自上而下式的创作方式居多的现实决定的。

### 2.3 传播模型的建立

基于安全标语的创作方式和传播形式,从安全管理学角度,构建安全标语的传播模型,如图 2 所示。

由该模型可知,依赖于安全标语传播渠道,实现了传播者(管理者)与受众(被管理者)之间的信息交流,即实现了安全标语的效用。安全标语创作要基于当前的具体安全形势或情况来确定,即要“对症下药”;安全标语看板要选择合适、优质的传播渠道(横幅、标牌、电子屏、广播、电视、手机短信、微信公众平台等),保证安全标语快速、大范围传播;受

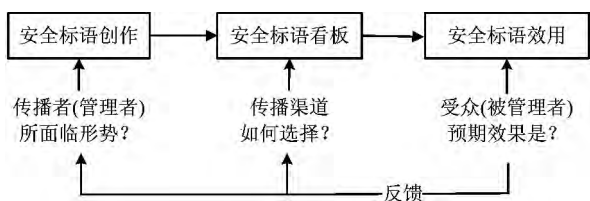


图2 安全标语的传播模型

Fig.2 Spread model of safety slogan

众(被管理者)接受安全标语信息后,其行为、态度朝预期目标改变,即安全标语的预期效果,这是安全标语效用的直接表现。以上三者是安全标语有效传播的基本条件,而反馈机制又是评价安全标语传播有效性的重要途径,建立良好的反馈机制能及时检验和提高安全标语创作质量,优化安全标语看板传播渠道。

### 3 安全标语目视管理模型的建立与解析

#### 3.1 目视管理简介

研究表明,人的各种感知器官从外界得到的信息比例粗略是视觉占85%,听觉仅有11%,有关嗅觉、触觉和味觉只占4%,近2/3的信息是通过眼睛获得的<sup>[12]</sup>。因此,利用目视是一种有效的管理方法,即目视管理。目视管理的基本定义指用眼睛看的管理,它的隐身定义是只要用眼睛一看,便知异常现象所在<sup>[12]</sup>。

目视管理以人为中心,与看板相结合,用具体而显眼的视觉信号途径来控制、指挥相关活动,达到对人的行为等进行有效控制的管理目的<sup>[11]</sup>。实践证明,它是一种行之有效的科学管理手段,也是一种重要的安全管理途径,如安全标语看板、安全警示标志等。目视管理在安全管理应用中,表现出诸多优点,如可以使安全规章制度实现可视化,可以时时给员工以安全教育和安全警示,可以大幅度提升安全管理效率和质量<sup>[13]</sup>。

#### 3.2 安全标语的目视管理模型

安全标语就是对目视管理理念的实际应用,通常以标语看板的形式来表现。其作用过程可简述为:①安全标语集多种内容于一体形成一个信息集合体,一般包括安全管理理念或安全政策、法规、制度规范等;②安全标语借助不同的可视化展现载体,

形成安全标语看板;③安全标语看板通过视觉信号展示给受众目标,进而实现对受众行为等的管理。基于安全标语的传播模型和目视管理作用过程,建立安全标语的目视管理模型,如图3所示。

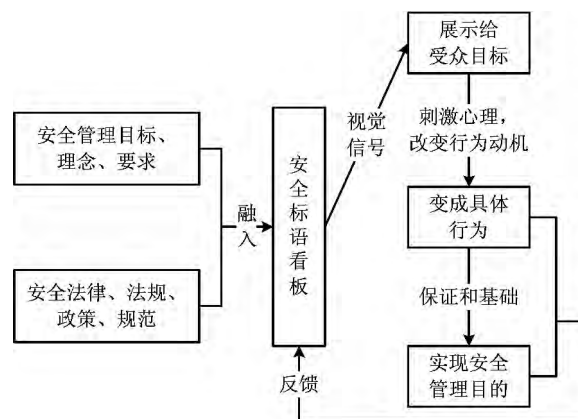


图3 安全标语的目视管理模型

Fig.3 Visual management model of safety slogan

由该模型可知,安全标语作为一种安全目视管理手段,目视管理理念始终贯穿于安全标语的安全管理功能发挥的整个作用过程,目视管理理念与安全标语看板之间是相辅相成的关系。具体来说,安全标语看板内容反映了传播者(管理者)对受众的具体安全要求或期望,通过视觉信号手段对受众心理产生刺激,潜移默化地影响受众的安全态度,进而改变受众的行为动机,最终受众把这种影响变为有利于组织或个人安全的具体行为,达到了安全目视管理的目的。并且,通过安全标语实际应用效果对安全标语看板内容的反馈作用,促进了安全标语创作质量的提高。经反复循环作用,最终达到受众自主管理、自我控制的效果。

### 4 安全管理学视角的安全标语创作及应用的建议和要求

基于安全标语的传播模型和目视管理模型,得出安全标语作为安全目视管理的一种重要手段,保证安全标语有效传播是使受众快速了解传播者(管理者)的安全管理要求或期望,促进安全标语的安全管理功能最大化发挥的关键。因此,从安全管理学角度,分析当前安全标语在创作与应用方面所存

在的问题,进而有针对性地对安全标语创作及应用提出4点基本要求和6条具体建议。

#### 4.1 存在问题

1) 内容方面,主要存在四方面问题:①内容老化、更新缓慢、老调欠缺创新而致使受众对其司空见惯,失去了其原有的警示与鼓动作用。如“安全第一,预防为主”,几乎随处可见,甚至受众开始对其置之不理或麻痹大意,已基本失去了其警示与鼓动作用。②内容虚化,不具体,缺乏可操作性和指导作用。如电气设备开关旁的“注意安全小心触电!”,内容泛泛而谈,没指明具体的安全隐患或事故预防措施,而“闸刀半分半合最危险”把电器闸刀处于半分半合状态易导致事故的隐患写明了,更具体。③内容雷同化,无针对性。部分安全标语不分行业、岗位、设备,仅是简单的复制或改动,乱用、滥用问题严重。④内容失当,对受众进行恐吓或造成隐形伤害。如“天堂不远,超速就到”、“小孩放火,父亲坐牢”等。

2) 安全标语牌设计方面,主要存在三方面问题:①材质选择。经费投入不足,为节省成本,选用次品和便宜品现象多见,严重影响安全标语牌的使用时长等。②尺寸选择。缺乏根据实际情况和标语内容长短等进行合理选择,尺寸同一化问题频繁,与实际应用不匹配。③背景与字体设计。对背景图案、颜色以及字体类型、大小、颜色的设计,欠考虑受众的审美需求,且不够醒目显眼。

3) 应用过程管理方面,主要存在两方面问题:①缺乏相应法规、标准等对安全标语的内容设置、张贴悬挂位置、发布时长、文字使用、标语牌设计等作出具体规定。②各企事业单位和相关管理部门缺乏有效的管理办法,规范安全标语的应用和后期维护、更换,特别是对安全标语后效利用性的管理明显不到位,容易造成浪费和环境污染问题等。

#### 4.2 基本要求

1) 内容健康,引导正确。安全标语创作时,需要注意两点:①直接摘录会议讲话、文件或相关安全政策、法规中的语句作为安全标语时,一定要透彻理解会议讲话的精神要旨,全面领会文件的要义,决不能随意摘取,断章取义。②安全标语的引导要正确、积极、健康、向上,决不能产生负面影响。这就要求安全标语创作者必须要具有较高的理论水平和文字表达

能力,能掌握安全相关理论、吃透相关会议精神、把握安全政策及法规等,否则就可能写出一些有负面影响的安全标语,对受众造成误导等不良影响。

2) 符合对象,通俗易懂。安全标语的创作和应用必须要充分考虑受众的特点和接受能力,力求通俗易懂,即要具有针对性。由于受众的文化程度、年龄层次和文化背景等存在差异,而且,对于一些具体的作业场所,作业特点和存在的危险因素等有很大的差异,若不考虑受众因素,则会直接影响安全标语的传播效果。

3) 注重时效,及时调整。应根据具体安全形势、任务和需要的变化,及时调整安全标语的内容。如每年“安全生产月”都有一个主题,应围绕每年的主题逐年更新相应的安全宣传标语;对于一批新进的员工,起初,安全标语内容应重在宣传一些基本的安全规程等,目的是告知他们作业的危險区域或因素等,而当员工熟悉本岗位作业过程后,安全标语内容的侧重点就要发生相应转移,主要是告诫他们要遵守安全规范等,或是创作一些宣传企业安全理念等的安全标语。

4) 适应场合,协调美观。安全标语应适应其应用环境,要迎合受众的审美需求。①合理布局 and 安排安全标语的位置,确保安全标语能够直接、显眼地展示给受众。②注意安全标语的文字形式、载体背景等的设计,符合受众审美需求的设计可促进受众对安全标语的关注、接受和认可。

#### 4.3 具体建议

1) 安全标语创作应具有人性化倾向,尽可能符合受众的心理需求与特征。人都希望得到快乐、尊重、赞扬、祝福或避害趋安等,若安全标语内容能够体现以人为本和人性关怀,注重亲情、爱情等情感诉说,使安全标语感情化、温馨化、形象化,则必会打动受众,并得到受众的认同和响应。

2) 安全标语创作应具有实用性倾向,避免内容虚化。在安全标语创作时,要尽可能体现安全管理者的目的和要求,并融入安全科学内涵、事故预防原理等实质性的内容,使安全标语成为安全管理的一种实用性手段。

3) 安全标语创作应具有强调事故的严重性或安全的重要性倾向。由恐惧诉求理论可知,夸大事故的严重性或安全的重要性可刺激受众在心理上产

生极大的安全需求,从而起到规范受众行为的作用。

4) 安全标语应用应具有规范化管理倾向。政府及管理部门要充分认识安全标语的重要性,积极发挥政府及管理部门的主导作用,加快制定规范安全标语应用的相关管理办法和标准,促进安全标语应用过程的规范化管理。

5) 安全标语应用要具有科技化倾向,保持与现代科技同步发展。①在安全标语制作、设计方面,要运用现代计算机技术和广告技艺,不断提升安全标语的整体效果。②在安全标语传播方面,要充分应用现代新媒体技术,拓宽安全标语传播渠道,如微信公众平台、微博等。

6) 安全标语应用要具有公益化倾向。安全与人们的生产、生活息息相关,是人们共同关注的话题。而安全标语作为一种社会语言,是对广大受众进行安全宣传教育和目视管理的便捷工具,随着安全发展理念不断深入人心,安全标语受众已从过去的仅限于部分群体逐步向更大的受众群体发展,为了最大程度地发挥安全标语的社会价值,安全标语应尽可能体现公益化倾向,为营造全社会良好的安全文化氛围提供助力。这也是安全标语的未来发展方向。

## 5 结论

1) 从安全管理学角度界定安全标语概念,指出安全标语的应用领域、受众对象及设置的最终目的。

2) 安全标语功能的伞状结构全面揭示了安全标语的基本功能及根本功能间的关系,并指出了人(受众)在安全标语功能发挥中所起的核心作用。

3) 从大安全视角,按安全标语的内容,对安全标语的类型进行了划分,并指出对安全标语的分类具有一定的模糊性。

4) 安全标语的创作方式重要有两种,又可细分为自上而下式、自下而上式和自行式;安全标语的传播形式是一种组织传播形式,包括纵向传播(下行传播、上行传播)和横向传播,其中,下行传播最为普遍。

5) 安全标语的传播模型揭示了安全标语的传播过程,指出了保证安全标语有效传播的基本条件。

6) 安全标语的目视管理模型表明安全标语是一种有效的安全目视管理手段,阐明了安全标语发

挥其安全管理功能的作用原理和过程,

7) 从安全管理学视角,指出保证安全标语有效传播是使受众快速了解传播者(管理者)的安全管理要求或期望,促进安全标语的安全管理功能最大化发挥的关键。并分析了目前安全标语创作和应用所存在的问题,进而有针对性地安全标语创作和应用提出基本要求和具体改进建议。

## 参考文献

- [1] 张佳. 上海市区户外非商业性标语口号有效性的社会语言学调查和分析[D]. 上海: 华东师范大学, 2005
- [2] Gustave Le Bon. The crowd: a study of the popular mind [M]. New York: Dover Publications, 2002: 4-7
- [3] Gustave Le Bon. The psychology of revolution [M]. New York: Cosimo Classics, 2006: 91-92
- [4] José Ortega y Gasset. The revolt of the masses [M]. London: W. W. Norton & Company Incorporation, 1994: 17-20
- [5] 龚文库. 标语的传播功能[J]. 新闻界, 2006, 22(2): 31-32  
GONG Wen-xiang. The functions of the dissemination of slogans [J]. Press Circles, 2006, 22(2): 31-32
- [6] Terry E Mc Sween. The values-based safety process [M]. New York: John Wiley & Sons' Incorporation, 2003: 7
- [7] 李俊. 煤矿安全管理要素探讨[J]. 中国安全生产科学技术, 2011, 7(2): 168-172  
LI Jun. Coal mine safety management factors are discussed [J]. Journal of Safety Science and Technology, 2011, 7(2): 168-172
- [8] 中华人民共和国国务院. 国家突发公共事件总体应急预案[Z]. 2006
- [9] Ferdows Aghagolzadeh, Faezeh Farazandeh-pour. The analysis of English-Persian legal translations based on systemic functional grammar approach [J]. Theory and Practice in Language Studies, 2012, 2(21): 126-131
- [10] Chester Irving Barnard. The Functions of the Executive [M]. Massachusetts: Harvard University Press, 1971: 90-98
- [11] 胡慧, 孔繁俊. 组织结构与组织传播探析[J]. 科技传播, 2014, 6(23): 34-35  
HU Hui, KONG Fan-jun. Analysis of organization structure and organization communication [J]. Public Communication of Science & Technology, 2014, 6(23): 34-35
- [12] 李胜强, 李华著. 目视管理 365 [M]. 深圳: 海天出版社, 2004: 3-4
- [13] 王建平, 张丰宇, 聂本武. 目视安全管理在升船机工程施工中的应用研究[J]. 中国安全生产科学技术, 2014, 10(7): 60-64  
WANG Jian-ping, ZHANG Feng-yu, NIE Ben-wu. Application of visual safety management in construction of ship lift [J]. Journal of Safety Science and Technology, 2014, 10(7): 60-64